ที่ MAI 6911/001

วันที่ 12 พฤศจิกายน 2569

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับผลการดำเนินงานงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท สกิน ลาบอราทอรี่ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอรายงานผลการดำเนินงานงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจวิจัย พัฒนา และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและเครื่องสำอางรวมถึงมีแผนที่จะพัฒนาสินค้ากลุ่มสุขภาพอื่นๆในอนาคต 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, found & found, ฯลฯ 2) ช่องทาง General Trade ผ่านร้านค้าท้องถิ่นทั่วประเทศ และ 3) ช่องทาง Social Commerce และ E-Commerce ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ยอดนิยม เช่น Shopee, Lazada และ TikTok Shop ปัจจุบันบริษัทฯ มีการจัดกลุ่มสินค้าเป็น 4 กลุ่มหลัก คือ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด และเครื่องสำอาง เช่น แป้งผสมรองพื้น บลัช และลิปสติก รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในทุกมิติของการดูแลผิวและความงาม

2. สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

สำหรับไตรมาส 3/2569 และงวด 9 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ ได้มีการประชาสัมพันธ์การปรับภาพลักษณ์ใหม่ของแบรนด์ Skinsista รวมถึงปรับแนวทางการสื่อสารเพื่อให้สอดรับกับกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้นรวมถึงเปิดตัวผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดใหม่ตัวแรก Skinsista Watery Sun Fluid ในขณะเดียวกันทางบริษัทได้มีการใช้รายการส่งเสริมการขายเพื่อเร่งระบายสินค้าเก่าที่อยู่ในช่องทางต่างๆ

ในส่วนของแบรนด์ Dermie ทางบริษัทได้สร้างการรับรู้ของสินค้าอย่างต่อเนื่องผ่านทางช่องทางต่างๆโดยมีการเจริญเติบโตในเชิงของยอดขายอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในไตรมาสที่ผ่านมาและในงวด 9 เดือนมีรายละเอียดดังนี้ :

- **ยอดขายในช่องทาง Modern trade ลดลง:** ตลอดช่วง 9 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ ทยอยเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ อาทิ เจลล้างหน้าสูตรใหม่ คุชชั่นลดสิว ครีมซองรุ่นใหม่ และบลัชออนชนิดซอง ควบคู่ไปกับการระบายสินค้าเก่าบางรายการที่เริ่มล้าสมัยโดยเฉพาะในช่องทาง Modern Trade เพื่อเป็นการตอบสนองต่อภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งนี้จากสภาวะเศรษฐกิจรวมถึงการแข่งขันในตลาดที่รุนแรงทำให้กระบวนการระบายสินค้าเก่าใช้เวลานานกว่าที่คาดการณ์และส่งผลถึงยอดขายที่ลดลงในช่องทาง 7-11 และ Watsons ในขณะที่สินค้าใหม่ยังไม่สามารถสร้างยอดขายขึ้นมาชดเชยได้ ทั้งนี้ยอดขายของสินค้าในช่องทาง online ยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- **ค่าใช้จ่ายสำหรับ platform online ที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ:** ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาบริษัทประสบความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนช่องทางจัดจำหน่ายสู่ช่องทางดิจิทัลบน platform ต่างๆเช่น Shopee, Tiktok, ฯลฯ เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการขายที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น ส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากช่องทางออนไลน์เติบโตจนก้าวขึ้นมาเป็นช่องทางสร้างรายได้หลักแทนที่ช่องทางออฟไลน์เดิม ทั้งนี้ในช่วงปีที่ผ่านมา platform online มีการปรับค่าบริการ platform รวมถึงค่าบริการอื่นๆสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยค่าใช้จ่ายต่างๆรวมถึงค่าส่งเสริมการขายของ platform ในไตรมาส 3 ปี 2569 มี

สัดส่วนประมาณ 30% ของยอดขาย online เทียบกับปี 2568 ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนนี้คิดเป็นประมาณ 20.57% ของยอดขาย online ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

- **ค่าใช้จ่ายการตลาดเพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ใหม่ของแบรนด์**: บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในช่วงไตรมาสที่ 3 เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ใหม่ของแบรนด์ Skinsista ให้ผู้บริโภคได้เกิดการรับรู้ในวงกว้างรวมถึงการประชาสัมพันธ์สินค้าภายใต้แนวคิดใหม่ ที่เพิ่งออกวางตลาดรวมถึงการสื่อสารผ่านครีเอเตอร์และอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งเกิดขึ้นควบคู่กับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เดิม ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นประกอบกับรายได้รวมที่ลดลงในระหว่างการระบายสินค้าเก่า ส่งผลให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้สูงขึ้นทั้งในไตรมาส 3 และรอบ 9 เดือนเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

  นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงทำการตลาดแบรนด์ Dermie ผ่านสื่อออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์เพื่อสร้างการรับรู้และขยายฐานลูกค้าในกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

- **การขยายจุดจำหน่ายสู่ร้านค้าความงามชั้นนำ:** ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทฯ ขยายช่องทางจำหน่ายผ่านร้าน Boots เพิ่มเติม นอกเหนือจากช่องทางเดิม เช่น Watsons, EVEANDBOY และ Beautrium พร้อมทยอยนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ช่องทางจำหน่าย เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้บริโภคเข้าถึงและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทั้งนี้ทางบริษัทคาดการณ์ว่าสัดส่วนการขายของร้านค้าความงามจะเพิ่มสูงขึ้นภายในสิ้นปี 2569

3. สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือนปี 2569

งบกำไรขาดทุน	9M/2569		9M/2568		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
รายได้จากการขาย	97.89	100%	134.73	100%	(36.84)	(27%)
ต้นทุนขาย	(29.44)	(30%)	(37.38)	(28%)	(7.94)	(21%)
กำไรขั้นต้น	**68.45**	**70%**	**97.35**	**72%**	**(28.90)**	**(30%)**
รายได้อื่น*	1.25	1%	2.06	2%	(0.81)	(39%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	**69.69**	**71%**	**99.41**	**74%**	**(29.71)**	**(30%)**
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(71.83)	(73%)	(66.80)	(50%)	5.03	8%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(20.55)	(21%)	(22.58)	(17%)	(2.03)	(9%)
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	**(22.68)**	**(23%)**	**10.03**	**7%**	**(32.72)**	**N.A.**
ต้นทุนทางการเงิน	(0.05)	(<1%)	(0.12)	(<1%)	(0.07)	(56%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	**(22.74)**	**(23%)**	**9.91**	**7%**	**(32.65)**	**N.A.**
(ค่าใช้จ่าย)รายได้ภาษีเงินได้	(0.58)	(1%)	(2.04)	(2%)	(1.46)	(71%)
กำไรสุทธิ	**(23.32)**	**(24%)**	**7.87**	**6%**	**(31.19)**	**N.A.**

หมายเหตุ : * รายได้อื่น ประกอบด้วย ดอกเบี้ยรับ, กำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์, ค่าขนส่งสินค้า online ที่ platform เรียกเก็บจากลูกค้าแล้วโอนต่อให้บริษัทฯ, ค่าทำการตลาดผ่าน Affiliate Program จากช่องทาง online ร่วมกับบาง platform, ค่าขายสินค้าสวัสดิการให้แก่พนักงานของบริษัทฯ เป็นต้น

ภาพรวมการดำเนินงาน

สำหรับไตรมาส 3/2569 และงวด 9 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ เดินหน้าปรับพอร์ตผลิตภัณฑ์และพัฒนาช่องทางจำหน่ายให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยทยอยนำผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่เข้าสู่ตลาด ควบคู่กับการปรับภาพลักษณ์แบรนด์ Skinsista เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งนี้รายได้รวมที่ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนส่วนใหญ่มาจากสินค้าในรูปแบบครีมซองที่เผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ในขณะที่ยอดขายสินค้าประเภท full packsize ผ่านช่องทาง online อย่าง Shopee และ TikTok Shop ยังคงเติบโตและมีบทบาทต่อโครงสร้างรายได้มากขึ้น สะท้อนถึงโอกาสในการขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัล ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ใหม่และการบริหารค่าใช้จ่ายควบคู่กัน เพื่อสนับสนุนการเติบโตและความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว

ค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายที่สูงขึ้นมาจาก 2 สาเหตุหลักคือ ค่าใช้จ่ายของ platform online ที่ปรับสูงขึ้นตลอดช่วงปี 2569 ที่ผ่านมา และค่าใช้จ่ายการตลาดที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ใหม่ของแบรนด์ Skinsista

รายได้จากการขายสินค้า

งวด 9 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้าจำนวน 97.89 ล้านบาท ลดลง 36.84 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 27% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้:

- การเปลี่ยนถ่ายสินค้าและการแข่งขันที่รุนแรง: ในขณะที่การแข่งขันในช่องทาง modern trade มีความรุนแรงมากขึ้น ทางบริษัทมีการลดปริมาณสินค้าเดิมเพื่อเตรียมวางจำหน่ายสินค้านวัตกรรมใหม่ ส่งผลให้ยอดขายในช่องทางหลักเดิมอย่าง 7-11 ที่มียอดขายลดลง 51% และ Watsons ที่มียอดขายลดลง 67%
- การเติบโตในช่องทางออนไลน์: TikTok Shop เติบโต 161% โดยมียอดขาย 15.38 ล้านบาท (คิดเป็นสัดส่วน 16% ของยอดขายรวม) Shopee เติบโต 5% มียอดขาย 28.94 ล้านบาท (คิดเป็นสัดส่วน 30% ของยอดขายรวม) ส่งผลให้ Shopee ก้าวขึ้นมาเป็นคู่ค้าผ่านช่องทางออนไลน์อันดับ 1 ของบริษัทฯ
- การขยายฐานลูกค้ารายใหม่: เริ่มรับรู้รายได้จากช่องทางใหม่ กลุ่มร้านค้า Beauty Store รายใหม่

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

งวด 9 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนขายจำนวน 29.44 ล้านบาท ลดลง 21% ตามทิศทางของยอดขายที่ชะลอตัว อย่างไรก็ตาม สัดส่วนต้นทุนต่อยอดขายขยับขึ้นจาก 28% เป็น 30% ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับลดลงจาก 72% มาอยู่ที่ 70% โดยมีสาเหตุหลักมาจากสัดส่วนช่องทางจำหน่ายแบบฝากขาย (consignment) ที่ลดลง และการปรับแนวทางการจัดซื้อสินค้า จากการซื้อบรรจุภัณฑ์แยกต่างหาก มาเป็นการจ้างผลิตแบบสินค้าสำเร็จรูปครบวงจร (Finished Goods) ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและลดความซับซ้อนในการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์ แม้แนวทางดังกล่าวจะมีต้นทุนการสั่งผลิตต่อหน่วยสูงกว่าเดิมเล็กน้อย แต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการจัดหาและเตรียมความพร้อมในการกระจายสินค้าได้ดียิ่งขึ้นในระยะยาว

ต้นทุนในการจัดจำหน่าย

สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 ต้นทุนในการจัดจำหน่ายมีจำนวน 71.83 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 8% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยมีสาเหตุหลักมาจากการที่บริษัทฯ มีการใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเพื่อรองรับการเปิดตัวสินค้าใหม่หลายรายการ ซึ่งจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ในวงกว้าง (Brand Awareness) ประกอบกับค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการขยายช่องทางจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์ม Social Commerce และ E-commerce โดยเฉพาะ TikTok Shop ที่เติบโตขึ้น ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายทางการตลาดบางส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมเปิดตัวผลิตภัณฑ์และการปรับภาพลักษณ์แบรนด์ที่ดำเนินการในช่วงดังกล่าว ที่ส่งผลให้กำไรสุทธิของบริษัทฯ ลดลงในระยะสั้นเพื่อเป้าหมายการเติบโตของยอดขายสินค้าใหม่ในระยะยาว

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 20.55 ล้านบาท ลดลง 9% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยค่าใช้จ่ายโดยรวมยังอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

ต้นทุนทางการเงิน

สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 0.05 ล้านบาท ปรับลดลง 56% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยต้นทุนดังกล่าวเป็นดอกเบี้ยจ่ายที่รับรู้ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 (TFRS 16) เรื่อง สัญญาเช่า ซึ่งลดลงตามการทยอยชำระค่าเช่าตามงวดสัญญาและการลดลงของมูลค่าปัจจุบันของหนี้สินตามสัญญาเช่า ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีภาระดอกเบี้ยจากการกู้ยืม

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิจำนวน 23.32 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ที่ -24% ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ดังนี้:

- รายได้จากการขายลดลง: สาเหตุหลักจากการปรับลดปริมาณสินค้าเดิมในช่องทาง Modern Trade เพื่อเตรียมเปลี่ยนถ่ายสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ (Strategic Transition) ส่งผลให้ยอดขายจากช่องทางออฟไลน์หลักชะลอตัวลง
- อัตรากำไรขั้นต้นปรับลดลง: อยู่ที่ 70% จาก 72% ในปีก่อนหน้า จากผลของการลดลงของสัดส่วนรายได้รูปแบบขายฝาก และจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจ้างผลิตเป็นแบบสินค้าสำเร็จรูป (Finished Goods) เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการในส่วนของการผลิตสินค้า
- การเพิ่มขึ้นของต้นทุนการจัดจำหน่าย: บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เพิ่มขึ้น 8% YoY ซึ่งเป็นผลมาจากงบประมาณทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้สำหรับสินค้าใหม่ และค่าบริการที่เกี่ยวข้องกับการขยายฐานช่องทางจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce

ทั้งนี้ในภาพรวม บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านสินค้าสู่สินค้านวัตกรรมใหม่ที่มีความสามารถในการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไรดีกว่า โดยกลับมาพิจารณาสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างยอดขายในช่องทาง online และช่องทาง offline เพื่อให้ผลการดำเนินงานสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ในอนาคต

4. สรุปฐานะการเงิน ณ 30 กันยายน 2569

สินทรัพย์

สินทรัพย์	30 กันยายน 2569		31 ธันวาคม 2568 (ปรับปรุงใหม่)*		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	54.03	58%	72.36	59%	(18.33)	(25%)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	14.08	15%	23.54*	19%	(9.45)	(40%)
สินค้าคงเหลือ	19.63	21%	19.22	16%	0.41	2%
สิทธิในสินค้าที่จะได้รับคืน	0.09	<1%	0.14	<1%	(0.05)	(34%)
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	**87.83**	**95%**	**115.26**	**95%**	**(27.43)**	**(24%)**
ส่วนปรับปรุงอาคารสำนักงานและอุปกรณ์	0.77	1%	1.06	1%	(0.29)	(27%)
สินทรัพย์สิทธิการใช้	0.40	<1%	1.33	1%	(0.93)	(70%)
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	0.27	<1%	0.30	<1%	(0.03)	(10%)
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	3.03	3%	3.61	3%	(0.58)	(16%)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	0.37	<1%	0.37	<1%	0.00	<1%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	**4.83**	**5%**	**6.67**	**5%**	**(1.83)**	**(28%)**
รวมสินทรัพย์	**92.67**	**100%**	**121.93**	**100%**	**(29.26)**	**(24%)**

หมายเหตุ : * บริษัทฯ มีการปรับปรุงงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 เฉพาะรายการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับรายการรับคืนเงินปันผล จำนวน 1.60 ล้านบาท (ศึกษารายละเอียดได้จากงบไตรมาส 3/2569 ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อที่ 23)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 92.67 ล้านบาท ลดลง 29.26 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 24% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด : ลดลง 18.33 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 25% เหลือ 54.03 ล้านบาท แม้จะลดลงแต่ยังคงเป็นสินทรัพย์หลัก (สัดส่วน 58% ของสินทรัพย์รวม) สาเหตุหลักมาจากกระแสเงินสดที่ใช้ไปในการดำเนินงาน
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น: ลดลง 9.45 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 40% สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่ลดลง 27% ในงบกำไรขาดทุน สะท้อนถึงกิจกรรมการขายที่ชะลอตัวลงในงวด 9 เดือนของปี 2569
- สินค้าคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 มีจำนวน 19.63 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.41 ล้านบาท หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้น 2% จากสิ้นปี 2568 โดยส่วนหนึ่งเป็นการเตรียมสินค้าเพื่อรองรับการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Launches) ที่ทยอยออกสู่ตลาดในปี 2569 ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ Dermie รูปแบบซอง เพื่อขยายตลาดไปยังช่องทางร้านสะดวกซื้อ (2) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า Gel-to-Foam Cleanser ขนาด 45 กรัม เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า (3) ผลิตภัณฑ์ Skinsista Soft Blurring Matte IRL Filter Cushion (4) ผลิตภัณฑ์ Skinsista Lunar Glam Blush รูปแบบซอง และ (5) Skinsista Watery Sun Fluid ซึ่งเปิดตัวในไตรมาส 3/2569 ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือเป็นไปตามแผนบริหารจัดการอุปทานของบริษัทฯ เพื่อรองรับการขยายช่องทางจำหน่ายและกิจกรรมส่งเสริมการขายในงวดถัดไป

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	30 กันยายน 2569		31 ธันวาคม 2568 (ปรับปรุงใหม่)*		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	10.37	11%	17.34	14%	(6.96)	(40%)
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	0.46	<1%	1.33	1%	(0.87)	(66%)
ประมาณการหนี้สินจากการรับคืนสินค้า	0.24	<1%	0.35	<1%	(0.11)	(32%)
รวมหนี้สินหมุนเวียน	**11.07**	**12%**	**19.01**	**16%**	**(7.95)**	**(42%)**
หนี้สินตามสัญญาเช่า	0.00	0%	0.12	<1%	(0.12)	(100%)
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน	3.73	4%	3.21	3%	0.52	16%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	**3.73**	**4%**	**3.33**	**3%**	**0.40**	**12%**
รวมหนี้สิน	**14.80**	**16%**	**22.34**	**18%**	**(7.54)**	**(34%)**
ทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว	72.00	78%	72.00	59%	0.00	0%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	28.17	30%	28.17	23%	0.00	0%
กำไรสะสม - สำรองตามกฎหมาย	1.00	1%	1.00	1%	0.00	0%
กำไรสะสม - ยังไม่ได้จัดสรร	(23.30)	(25%)	(1.58)*	(1%)	(21.72)	(1372%)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	**77.87**	**84%**	**99.59**	**82%**	**(21.72)**	**(22%)**
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	**92.67**	**100%**	**121.93**	**100%**	**(29.26)**	**(24%)**

หมายเหตุ : * บริษัทฯ มีการปรับปรุงงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 เฉพาะรายการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับรายการรับคืนเงินปันผล จำนวน 1.60 ล้านบาท (ศึกษารายละเอียดได้จากงบไตรมาส 3/2569 ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อที่ 23)

หนี้สิน

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 14.80 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 16% ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น ลดลง 7.54 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 34% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 ที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น: ลดลงจำนวน 6.96 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 40% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก การปรับลดปริมาณการสั่งซื้อสินค้าและวัตถุดิบให้สอดคล้องกับสภาวะตลาดและยอดขายสินค้าเดิมที่ชะลอตัวลง เพื่อเป็นการบริหารจัดการระดับสินค้าคงคลัง
- หนี้สินตามสัญญาเช่า: ส่วนที่ไม่หมุนเวียนลดลงจำนวน 0.12 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 100% สอดคล้องกับการทยอยชำระค่าเช่าตามงวดสัญญาในระหว่างปี ซึ่งเป็นการลดลงของภาระผูกพันตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 (TFRS 16)
- ประมาณการหนี้สินสำหรับผลประโยชน์พนักงาน: เพิ่มขึ้น 0.52 ล้านบาท หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้น 16% ซึ่งเป็นไปตามการขยายตัวของจำนวนบุคลากรและโครงสร้างองค์กร

ส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น ณ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 77.87 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 84% ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น ลดลง 21.72 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 22% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 ที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลขาดทุนจากการดำเนินงานงวด 9 เดือนของปี 2569 ขณะที่ทุนจดทะเบียนและส่วนเกินมูลค่าหุ้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงในระหว่างงวด

5. การวิเคราะห์กระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด (หน่วย : ล้านบาท)	9M/2569	9M/2568
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน	(18.87)	16.79
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน	(0.08)	(0.42)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	0.61	32.75
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	**(18.33)**	**49.12**
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ต้นงวด	72.36	27.84
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ปลายงวด	**54.03**	**76.96**

สำหรับงวด 9 เดือนของปี 2569 กระแสเงินสดของบริษัทฯ มีทิศทางลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยปัจจัยหลักมาจากกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงานจำนวน 18.87 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Strategic Transition) ที่ทำให้เกิดผลขาดทุนในช่วงเริ่มต้นของการผลักดันสินค้ากลุ่มนวัตกรรมใหม่และการรุกตลาด Social Commerce / E-Commerce ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ เพื่อสำรองสินค้าสำหรับการเปิดตัวสินค้าใหม่ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงมีเงินสด 54.03 ล้านบาท และไม่มีภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน จึงมีสภาพคล่องเพียงพอสำหรับการดำเนินงานตามปกติ

6. อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	30 กันยายน 2569	31 ธันวาคม 2568
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	7.94	6.06
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	33	45
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย (วัน)	169	132
วงจรเงินสด (วัน)	145	111
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)	(35.04%)	5.43%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	(28.98%)	4.23%
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	0.19	0.22

7. ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ

ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนาและจัดจำหน่าย ยังคงเป็นกลุ่มที่มีการแข่งขันสูงจากทั้งคู่แข่งรายเดิมและรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาดได้ง่าย รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วเข้าสู่ระบบดิจิทัลมากขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านเชิงกลยุทธ์ (Strategic Transition) ลดปริมาณสินค้าเดิมในช่องทาง Modern Trade เพื่อเตรียมวางจำหน่ายสินค้านวัตกรรมใหม่ส่งผลให้รายได้ชะลอตัว และจะส่งผลต่อการเติบโตของรายได้และการทำกำไรสุทธิในระยะยาว ในขณะที่ช่องทางออนไลน์และ Social Commerce และ E- Commerce เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการลงทุนงบประมาณทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่สินค้าใหม่ที่ทยอยเปิดตัว ควบคู่กับการบริหารโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับแผนการเติบโตในระยะยาว ซึ่งสอดรับกับแผนเชิงกลยุทธ์ที่บริษัทฯ วางไว้

8. พัฒนาการด้านความยั่งยืน

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

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