**Transcript Opportunity Day Performance Review Q2/2023 บมจ. อินเตอร์ ฟาร์มา**

|  |  |
| --- | --- |
| Speaker: *ดร. ตฤณวรรธน์ ธนิตนิธิพันธ์*  *ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) บมจ. อินเตอร์ ฟาร์มา* | ครับ สวัสดีนักลงทุนทุกท่านและคุณผู้ชมทุกท่านนะครับ วันนี้ก็เป็นวัน Opportunity Day ที่ผมจะรายงานผลประกอบการล่าสุดนะครับ ซึ่งล่าสุดก็คือไตรมาส 2 นะครับ แล้วก็อัปเดตเรื่องต่าง ๆ ของบริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา  วิสัยทัศน์ของบริษัทนะครับ ก็เราต้องการเป็นผู้นำสุขภาพแบบครบวงจรนะครับทั้งของคนแล้วก็ของสัตว์จากต้นน้ำยันปลายน้ำนะครับ ก็คำว่าผลิตภัณฑ์สุขภาพแบบครบวงจรก็จะพูดให้ฟังนะครับว่าเป็นอย่างไรนะครับแล้วก็จากต้นน้ำยันปลายน้ำเป็นอย่างไรนะครับ  คำว่าครบวงจรนะครับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพเนี่ยในวิสัยทัศน์ของบริษัทก็คือว่ามันหมายความว่าตั้งแต่ที่หัวพีระมิดเลยนะครับคือเรื่องที่เกี่ยวกับนวัตกรรมนะครับ ตอนนี้งานของผมที่ทำหลัก ๆ ก็คือเป็นการไปหารนวัตกรรมใหม่ ๆ นะครับในการรักษาแล้วก็การป้องกันโรคนะครับ แล้วก็ถัดมาเนี่ยก็จะเป็นเรื่องของยาซึ่งปัจจุบันเรามีโรงงานยา 2 โรงนะครับ ที่ผลิตยาที่เรียกว่า Generic หรือ Pharmaceutical ที่เป็น Generic นะครับ แล้วก็จะมีเรื่องของ Nutraceutical แล้วก็ Cosmeceutical ซึ่งมันเป็นตรงกลางระหว่างอาหารเสริมกับยาที่เรียกว่าโภชนเภสัช แล้วก็ระหว่างเครื่องสำอางกับยาเนี่ยก็จะเรียกว่า Cosmeceutical หรือเวชสำอาง แล้วก็หมายรวมถึงเรื่องเกี่ยวกับ Healthy Food เกี่ยวกับ Healthy Drink Healthy snack นะครับแล้วก็ Personal Care เนี่ยก็ยังอยู่ใน Scope ที่บริษัทจะดำเนินธุรกิจเพราะว่าผมเองก็มีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเช่นอาหารเนี่ยอนาคตเชื่อว่ามันอาจจะ tackle กันตั้งแต่การที่เรารับประทานอาหาร อาหารที่เราทานอะไรต่าง ๆ เนี่ยคนก็จะเริ่มใส่ใจเรื่องว่าอาหารที่ทานจะต้องปลอดภัยแล้วก็ดีต่อสุขภาพรวมทั้งเครื่องดื่มรวมทั้งของทานเล่นนะครับ  พูดถึง Pharmaceutical นะครับอันนี้ก็จะเป็นตัวอย่างของยาที่โรงงานเราผลิตจากทั้ง 2 โรงงานนะครับที่สมุทรปราการที่ภายใต้บริษัทย่อยที่ชื่อว่า โมเดิร์น ฟาร์มานะครับแล้วก็โรงงานที่ชื่ออินเตอร์ ฟาร์มาที่อยู่อยุธยานะครับที่อยู่นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ 2 นะครับ อย่างเช่น Zimmex ก็เป็นยาลดไขมัน Metforin ก็เป็นยาเบาหวาน Zensil ก็คือยาแก้แพ้แบบไม่ง่วง Aller-Tab ก็เป็นยาแก้แพ้แบบไม่ง่วงอีกกลุ่มหนึ่งนะครับ ซึ่งสองกลุ่มนี้ก็จะเป็นทางการแพทย์ที่ใช้กันอยู่ Virogon ก็เป็นยารักษาโรคเริมนะครับ ทางด้านขวาก็จะเป็นตัวอย่างของยาที่คลินิกที่สมุทรปราการนะครับ ปัจจุบัน 3 ตัวนี้เราก็มีแผนที่เราจะทำให้มันเป็น OTC Brand นะครับ ที่จะเป็นยาที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในร้านขายยา ตัวอย่างเช่น Bella Para เนี่ยเป็นยาสามัญประจำบ้านนะครับที่เราเพิ่งมีโฆษณาที่คุณอั้มเป็นพรีเซ็นเตอร์นะครับ ส่วนโรงงานที่อยุธยาเราก็จะผลิตเป็นยอดกลุ่มที่เรียกว่ายาตานะครับ ซี่งยาตานะครับอย่างที่เรียนนักลงทุนหลาย ๆ ครั้ง เพราะว่ายาตาเนี่ยโรงงานในไทยมีที่ผลิตยาตาได้ไม่กี่โรงนะครับ ถ้าเป็นผู้ผลิตในประเทศเนี่ยคิดว่าโรงงานที่อยุธยาน่าจะเป็นอันดับ 1 นอกนั้นก็จะเป็นสินค้านำเข้านะครับ แต่เราก็ผลิตเองมาตรฐานระดับโลกนะครับ ที่กลุ่มนี้ก็เลยยังเป็นที่ทางเพวาบริษัทยาอันดับ 1 ของอิสราเอล แล้วก็เป็นบริษัทยา Generic อันดับ 1 ของโลกก็มาจ้างเราผลิตอยู่ ผลิตยาตาต่างๆ แต่อย่างที่เคยเรียนนะครับเราก็มีแผนผลิตยาตาของเราเองซึ่งตอนนี้ก็พัฒนาอยู่ แต่ก็จะมีการขึ้นไอเดียอะไรต่าง ๆ ก็คิดว่าจะ launch สัญญายาตาของเราเองได้ในปี 2568 หรือปี 2025 อีก 2 ปีข้างหน้านะครับ  นี่ก็จะเป็นตัวอย่างโฆษณา ทีนี้เราก็จะมา Positioning เรื่องของการลดไข้แล้วก็บรรเทาอาการปวดทั้ง 7 นะครับ เราจะเห็นว่ายาแก้ปวดในท้องตลาดจะแค่แก้ปวดหัว ของเราได้รับการอนุมัติจากอย. เนี่ยสามารถบรรเทาอาการปวดได้ถึง 7 ตัว ไม่ว่าจะปวดหัว ปวดฟัน ปวดประจำเดือน ปวดหลัง ปวดข้อ ปวดท้อง ปวดเมื่อยจากไข้หวัดนะครับ ตอนนี้เราก็ยิงโฆษณาอยู่คิดว่าหลาย ๆ ท่านคงได้เห็นนะครับ ปัจจุบันก้ขายอยู่ทุกช่องทางนะครับ 7-11 มินิมาร์ท โมเดิร์นเทรด ร้านขายยาทั่วไปนะครับ ตอนนี้เราก็คิดว่าเรากระจายได้อยู่ประมาณ 4 พันร้านค้านะครับพยายามจะขยายให้ครบ 1 หมื่นร้านค้านะครับ อันนี้เราก็เลยมีผลิตภัณฑ์ที่เรามีพรีเซ็นเตอร์อยู่ 3 ตัวนะครับ Bella Para ก็คือคุณอั้มนะครับ ยาสีฟัน Pro Biotic ของเราก็คือคุณคิมเบอร์ลี่นะครับ แล้วก็มี Pro-Bac 7 ที่คุณแหม่ม แคทลียา แมคอินทอช ในกลุ่ม Nutraceutical เราก็เหมือนเดินะครับ Product โดยรวมเราก็จะมีตั้งแต่ Probac Prebo วิตามินรวมต่าง ๆ ครับแล้วก็อย่างที่ทุกท่านทราบนะครับว่า Probac ของเราเนี่ยก็ยังเป็นยอดขายอันดับ 1 ในร้านขายยาและในโรงพยาบาลก็เป็นอันดับ 1 นะครับในแง่ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ Probiotic นะครับ ก็เนื่องจากว่าก็จะมีผู้ใช้กันอยู่อย่างแพร่หลายนะครับ แล้วสิ่งที่เราเห็นนะครับว่าผมมีตัวสีแดงขึ้นว่าโปรดระวังสินค้าปลอม และลอกเลียนแบบ เรื่องที่กระทบถึงเราค่อนข้างมากก็คือสินค้าปลอมแล้วก็ลอกเลียนแบบ Probac เนี่ยผมเองก็จะแนะนำว่าปัจจุบันกลุ่ม Probiotic ในท้องตลาดมีค่อนข้างเยอะนะครับเราเป็นรายแรกก็จริงปัจจุบันตอนนี้ก็น่าจะมีเป็นร้อยผลิตภัณฑ์เนี่ย แต่ก็พบว่าผมเองก็จะแนะนำว่าควรจะใช้ตัวที่บุคลากรทางการแพทย์ไม่ว่าจะแพทย์ เภสัชกรเนี่ยใช้นะน่าเชื่อถือแล้วก็น่าจะเป็นแบรนด์เดียวที่ขายอยู่ในโรงพยาบาลนะครับแล้วก็คลินิกชั้นนำนะครับ คลินิกชะลอวัยต่าง ๆ อันนี้ก็จะเป็นกลุ่มเครื่องสำอางนะครับ ก็คือส่วนใหญ่เราจะพัฒนาอยู่บนฐานของ Probiotic นะครับมาว่าจะเป็นยาสีฟัน Probiotic โฟมล้างหน้า Probiotic แล้วก็มูสสำหรับล้างจุดซ่อนเร้นก็เป็นภายใต้แบรนด์ที่ชื่อว่า TS6 Mousse YUUU Mousse แล้วก็ YUUU Toothpaste นะครับ อันนี้ก็ยาสีฟันปัจจุบันเราก็เพิ่งจะเป็นแบรนด์เดียวที่เราอันนี้ก็ต้องได้อนุมัติจากอย. นะครับว่าครบจบในหลอดเดียว เป็น Probiotic Oral Care สูตรบูรณาการ 8 ประโยชน์นะครับ ก็ได้ทุก ๆ ด้านนะครับไม่ว่าจะ ฟันขาว กลิ่นปาก ลดคราบพลัค ลดคราบหินปูนอะไรต่าง ๆ จริง ๆ แล้วในแง่ของการวิจัยเนี่ยในแง่ของ Paper Publication ต่าง ๆ เนี่ยแนวโน้มนะครับถ้าเราถามพนักงานเนี่ยก็จะมีบทบาทของการใช้ Probiotic เนี่ยมาในยาสีฟันมากขึ้นเรื่อย ๆ นะครับ แล้วก็อยากจะเรียนว่าจริง ๆ แล้วเนี่ยสูตรของเราเป็นสูตรที่เฉพาะนะครับเราใส่สารขัดฟันไม่มากรสชาติอ่อนโยนเพื่อสร้างสมดุลของแบคทีเรียในช่องปาก จริง ๆ แล้วแบคทีเรียในช่องปากมีถึง 5 หมื่นล้านตัวนะครับ แล้วบางครั้งก็จะชอบพูดเล่นว่าจูบครั้งนึงเนี่ยน่าจะเก็บได้ตั้ง 70 ล้านตัวนะครับ เพราะฉะนั้นก็ควรจะใช้ยาสีฟันที่สร้างสมดุลของแบคทีเรียในช่องปากนะครับ เพราะว่าช่องปากที่ดีเนี่ยเป็นพื้นฐานของการมีชีวิตที่ยืนยาวแล้วก็ชะลอวัยนะครับ นอกจากลำไส้แล้วปากก็จะเป็นจุดเริ่มต้นของการรับประทานอาหารแล้วก็ตลอดทางเดินอาหารที่ดีเนี่ยก็จะทำให้สุขภาพดีนะครับ แล้วก็ตัวนี้ที่เราคิดว่าเป็นนวัตกรรมนะครับซึ่งอยู่ภายใต้บริษัท JV ระหว่างอินเตอร์ ฟาร์มา กับ ไทย ยูเนี่ยนนะครับ ทางอินเตอร์ฟาร์มาถือหุ้น 51% ทางไทย ยูเนี่ยนถือหุ้น 49% ซึ่งอินเตอร์ ฟาร์มา 49 ทีนี้หลังจากเราทดลองตลาดต่าง ๆ ก็คิดว่าน่าจะถึงเวลาที่เราจะทำการให้คนรู้จักแพร่หลายนะครับ ก็มี DHA ถึง 600 มิลลิกรัมนะครับแล้วก็คิดว่าตัวนี้จริง ๆ ก็เป็นนวัตกรรมมากนะครับผมเองก็ทานทุกวันให้คุณแม่ทานให้ลูก ๆ ทานเนี่ย ก็พบว่าจริง ๆ แล้วผลิตภัณฑ์นมในท้องตลาดเนี่ยไม่มี DHA ได้ถึงไม่เกินแค่ 100 กว่ามิลลิกรัมเองครับ 600 มิลลิกรัมเนี่ยจะเทียบเท่ากับ เราจะเก็บ DHA 600 มิลลิกรัมต้องผ่านปลาถึง 20 กิโล แล้วก็อย่างที่เรียนนะครับว่าโรงงานที่อยุธยาเนี่ย อันนี้เราก็ทำตั้งแต่ปีที่แล้วปี 2022 แผนที่เราจะปรับให้เป็น EU Standard นะครับ Standard ระดับโลกสามารถจะส่งออกไปทั่วโลกได้ เรากำลังทำยาตาซึ่งเป็นเทรนด์ของโลกนะครับเพราะปัจจุบันคนจะเป็นโรคตาค่อนข้างมากนะครับ ไม่ว่าจะเป็นเด็กที่จะเป็นสายตาสั้น คนแก่มากขึ้นก็จะมีสายตายาวมากขึ้นมีต้อกระจกมากขึ้นต้อหินมากขึ้นอักเสบมากขึ้นนะครับ แล้วก็คิดว่าน่าจะ Launch ได้ใน Q4 ปี 2026 นะครับเพราะง่ามันจะมีกระบวนการผลิตเทคโนโลยี Transfer ขึ้นทะเบียนอะไรต่าง ๆ นะครับ แล้วก็เรามีแผนนะครับว่าจะทำไปสู่ยาสมุนไพรแบบโมเดิร์นแบบสมัยใหม่แล้วก็มีแผนที่จะทำยาหม่องยาดมลูกอมสมุนไพรนะครับเนื่องจากว่าโรงงานสมุทรปราการเราได้รับอนุญาตในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรแล้วนะครับ สมุนไพรก็เป็นเทรนด์นึงของโลก ผมคิดว่าลูกอมก็เป็นลูกอมที่มีความแตกต่างบรรเทาอาการไอได้นะครับอย่างกระชายขาวที่ป้องกันการติดเชื้อลดการอักเสบได้  แล้วก็ในแง่ของสัตว์นะครับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพครบวงจรนะครับตามสามเหลี่ยม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มยา ยาสำหรับน้องหมาน้องแมว อาหารเสริมหรือพวก snack สำหรับสุนัขและแมว ไม่ว่าจะเป็นแชมพูที่เปรียบเหมือนเวชสำอางของน้องหมาน้องแมวเนี่ยแล้วก็แชมพูเราก็อันดับ 1 นะครับ แล้วก็ไม่ว่าจะเป็นอาหารสุขภาพนะครับของเราเป็น Pet Product ที่ทั้ง Preservative Free ทั้ง Gluten Free Grain Free แล้วยังใส่ Prebiotic ใส่ Omega 3 ปัจจุบันเราก็ส่งออกได้ 5 ประเทศนะครับแล้วก็ยังขึ้นทะเบียนอยู่อีก 2 ประเทศนะครับก็น่าจะส่งออกภายในสิ้นปีนี้ส่งออกได้ทั้ง 7 ประเทศนะครับ เดือนหน้าเราก็จะมีการไปออกบูธที่ยุโรปเปิดตลาดที่ยุโรป ครับ อันนี้ก็อยู่ภายใต้บริษัทร่วมทุนระหว่างอินเตอร์ ฟาร์มานะครับ แล้วก็ห้องเย็นเอเชียน Asian Alliance เราถือหุ้น 60% Asian Alliance ถือหุ้นอยู่ 40% นะครับ นี่ก็คือคำว่าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแบบครบวงจร แล้วก็คำว่าต้นน้ำยันปลายน้ำเนี่ยปัจจุบันเราก็มีโรงงานอยู่ 2 โรงงานนะครับ โดยเฉพาะโรงงานที่อยุธยาเนี่ยจะมี Pilot Plan ที่ทำการวิจัยแล้วก็พัฒนาหลังจากนั้นก็จะมีการผลิตนะครับ ที่โมเดิร์น ฟาร์มาเราก็มีการวิจัยพัฒนาแต่หนักออกไปทางยาทั่วไปนะครับ อาหารเสริม โภชนบำบัดแล้วก็ เวชสำอาง แล้วหลังจากนั้นเราก็จะผลิตนะครับ ปลายน้ำปัจจุบันเราก็มีร้านขายยาแล้วก็มีโรงพยาบาลอยู่ 1 แห่งที่เราถือหุ้นอยู่ 50% นะครับ ร้าน LAB เราก็ขยายตัวอยู่เรื่อย ๆ นะครับ พูดถึงกรณีโรงงานอยุธยาเราปัจจุบันเราก็จด Field Capacity ได้มากขึ้นเรื่อย ๆ จากการที่เราก็จะไปคุยกับ Partnership เพิ่มนะครับซึ่งก็ยังเป็น On going process อยู่เรื่อย ๆ นะครับ เชื่อว่านักลงทุนหลายท่านก็มีได้ไปดูโรงงาน ในแง่ของปลายน้ำเนี่ยปัจจุบัน LAB Pharmacy เราก็มีการขยายเพิ่มอีก 7 สาขาในปีนี้ ก็เป็น 27 สาขา แล้วก็คิดว่าถึงสิ้นปีเป้าจริง ๆ เราอยู่ที่ 35 สาขาแต่น่าจะจบที่ประมาณ 30-31 สาขา เพราะว่าหลาย ๆ ที่เนี่ยก็อาจจะ Landlord ยังทำไม่เสร็จ ยังไม่ได้ส่งพื้นที่ แล้วก็เรื่องของการที่จะได้รับอนุญาตยาก็ต้องใช่เวลาด้วยครับในการยื่นขออย. ในการจะเปิดร้านยา อันนี้ก็จะเป็นสาขาใหม่ ๆ นะครับที่เราจะเปิดที่ Little Walk นะครับที่เปิดไปเมื่อวานซืนนะครับวันที่ 27 กันยานี่ก็น่าจะเป็นสาขาที่ 28 นะครับ แล้วก็จะมีสาขาใหม่ที่เราจะเปิดร่วมกับทาง OR หรือสถานีน้ำมันปตท. ก็กำลังจะเปิดอีก 2 สาขาในเดือหน้าเดือนตุลานะครับ ก็จะเป็นสาขา Flagship ของปตท. เปิดอยู่ที่วิภาวดี 62 นะครับ อันนี้เป็นสาขาต้นแบบของปตท. ลักษณจะเหมือนคล้าย ๆ คอมมูนิตี้มอลล์ อีกสาขานึงจะอยู่ที่หนองแขมก็แผนที่จะเปิดร่วมกันอยู่ที่ประมาณ 12 สาขาต่อปีแล้วก็อาจจะอยู่ภายใต้ความร่วมมือในรูปแบบอื่น ๆ เพิ่มเติม แล้วก็โรงพยาบาลนครพัฒน์ที่นครศรีธรรมราชปัจจุบันก็กำลังรีโนเวทนะครับ ถ้าท่านได้ลงไปนครศรีธรรมราชจะเห็นว่ากำลังรีโนเวทนะครับแล้วนี่ก็จะเป็นภาพว่าหลังเรานีโนเวทเสร็จเนี่ยก็จะเป็นโรงพยาบาลระดับมาตรฐานสากลที่เรามีเป้าหมายทั้งผู้ป่วยชาวไทยแล้วก็ต่างชาติไม่ว่าจะมาจากกระบี่จากอะไรต่าง ๆ รวมทั้งนครศรีธรรมราชเองก็เป็นจังหวัดใหญ่ประชากรค่อนข้างมากนะครับ ก็จะมี Service ใหม่ ๆ ต่าง ๆ เพิ่มเติมไม่ว่าจะ Check-up, Trauma center, ศูนย์ล้างไต, ศูนย์การนอนหลับ, ภูมิแพ้ แล้วก็ในแง่ของ Aesthetic เรื่องความงาม ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ, การได้ยิน และ Beauty Center นะครับ  ปีที่แล้วนะครับเราก็ได้ SET Award ในเรื่องของ Innovative มีนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยเฉพาะเรื่องของ Probiotic เราก็ยังเป็นผู้นำอยู่ แล้วก็อย่างที่เคยเรียนตั้งแต่ไตรมาสที่แล้วนะครับ ปัจจุบันทาง KGI ก็เป็นที่ปรึกษาในการนำบริษัท LAB Pharmacy มีแผนที่จะเข้าตลาด แล้วเราก็ตั้งบริษัท Advisory Plus ในการที่จะเอาโรงพยาบาลนครพัฒน์เข้าตลาด  ตอนนี้เป้าหมายของบริษัทก็ยังเหมือนเดิมนะครับ อันนี้ก็อาจจะยังไม่อัปเดตเพราะเรากำลังเริ่มทำแผนของ 5 ปีข้างหน้าคือ 2024-2028 นะครับ เราก็จะมีการริวิวว่า Where are we now ว่ามันมีสิ่งแวดล้อมใน 5 ปีข้างหน้าสิ่งแวดล้อมเอง5ปีข้างหน้าจะมีการเปลี่ยนแปลงในบ้านตอนนี้เรายังไปตามแผนหรือเรื่องอะไรใหม่ๆ เราอาจจะต้องปรับแผนหรืออะไรใหม่ๆ แผนเดิมที่บางอย่างไม่เวิร์คอาจจะต้องเอาออกไปหรือว่ามีอะไรใหม่ ๆ เพราะอย่างที่ท่านทราบว่าโลกมันเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว ตอนนี้เราก็ใช้การ Revisit แผนเราก็เพิ่งประชุมทีมเมเนเจอร์กันไปเมื่อสัปดาห์ที่แล้วนะครับในการที่จะ Develop แผน 2024-2028 5 ปีข้างหน้าแต่จริง ๆ แล้วเนื่องจากผู้ถือหุ้นเรากลุ่มนึงก็คือทางปตท. ภายใต้บริษัท อินโนบิก (เอเซีย) ก็ได้มีการรีเควสกับทางอินเตอร์ ฟาร์มาเหมือนกันว่าขอแผน 15 ปี ซึ่งเราก็เลยมีการทำแผน 2024-2038 เลยครับ เพราะ 15 ปีข้างหน้าเนี่ยเราจะมีพัฒนาการในเรื่องอะไรต่าง ๆ นะครับซึ่งก็ถูกต้องนะครับ เพราะไม่ว่าจะเป็นธุรกิจน้ำมันหรือธุรกิจยาเนี่ยเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างระยะยาวใช้เวลาพอสมควรในการจะขึ้นทะเบียนในการจะเอาเทคโนโลยี Transfer ที่จะพัฒนานวัตกรรมซึ่งเป็นเป้าหมายของบริษัทในระยะยาว อันนี้ก็เป็นคร่าว ๆ นะครับ  สำหรับปัจจุบันตอนนี้ไตรมาส 3 เรายังไม่ได้ปิดดังนั้นข้อมูลทางการเงินล่าสุดก็ยังเป็นไตรมาส 2 นักลงทุนหลายท่านคงทราบดีหลังจากที่เราแจ้งตลาดไปแล้วนะครับ ผมก็จะไปเร็ว ๆ นะครับ คือก็อยากจะพูดถึงว่าจริง ๆ แล้วไตรมาส 1 เนี่ย จะอยู่ประมาณ 400 กว่าล้านแล้วก็กำไรประมาณ 40 กว่าล้านแต่ก็ยอมรับนะครับว่าแผนของเราปีนี้อย่างที่ได้เรียนไปว่าตั้งแต่ไตรมาส 2 3 4 เนี่ยเราจะเริ่มมีการเอากำไรที่ได้เนี่ยไปใช้ในการสร้างแบรนด์ใหม่ ๆ นะครับ ยกตัวอย่างเช่น Bella para นะครับ ยาสีฟัน YUUU แล้วก็ Probac นะครับ ซึ่งปัจจุบันภายใต้แฟมิลี่ของ Probac ก็มีผลิตภัณฑ์ค่อนข้างหลากหลายเพราะฉะนั้นเราก็ต้องยอมรับว่าเราต้องเอากำไรเนี่ยไปสร้างแบรนด์นะครับ ซึ่งการสร้างแบรนด์ก็เหมือนการสร้าง Intangible Asset แต่ในเชิงของบัญชีและการเงินเนี่ยมันจะตีว่าเป็นค่าใช้จ่าย เราก็คิดว่ามันก็จำเป็นเพราะว่าเรามีแผนที่จะเติบโตในระยะกลางไปยาว เพราะฉะนั้นเนี่ยเราก็คิดว่าเราไม่สามารถเอากำไรมาเพื่อโชว์ว่ากำไรดี ระยะสั้นดีแต่ระยะกลางและยาวไม่ดีเท่าไหร่ และเราก็ยังอยู่ในช่วงที่จะเป็นการลงทุนในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะการปรับตัวโรงงานเป็น EU Standard การขยายสาขาของร้าน LAB Pharmacy การปรับปรุงโรงพยาบาลให้เป็นมาตรฐานสากลเพื่อรองรับระยะยาว การที่ตะสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้ผู้บริโภครับรู้มากขึ้น เพราะฉะนั้นอย่างกรณีไตรมาส 2 จริง ๆ แล้ว ถ้าเราเอาค่าใช้จ่ายจากการโฆษณากลับเข้าไป รายได้โดยเฉพาะกำไรน่าจะไม่ได้แตกต่างจากไตรมาส 1 แต่พอเราเอาเงินกำไรบางส่วนไปทำโฆษณาทำให้กำไรเราลดลงไปตามค่าใช้จ่ายโฆษณาที่เราเอาไปใช้นะครับ ส่วนไตรมาส 2 เนี่ยจะเห็นว่า Revenue ต่ำกว่าไตรมาส 1 ก็เนื่องจากว่าไตรมาส 1 เนี่ยจะมียอดของการจ้างผลิตของเพวา รวมทั้งยอดการจ้างผลิตของบริษัท อินโนบิก ที่เป็นบริษัทลูกของปตท.เข้ามาในไตรมาส 1 แต่การสั่งผลิตพื้นฐานสั่งผลิตเนี่ยมักจะสำหรับการใช้อย่างน้อย 3-6 เดือน ทำให้ไตรมาส 2 ไม่ยอดการจ้างผลิต ในแง่ของ Top line หรือรายได้เนี่ยเลยหายไปจากการไม่มียอดการจ้างผลิตในไตรมาส 2 ซึ่งมีวันหยุดค่อนข้างเยอะ อย่างวันปีใหม่ไทยก็เป็นเหตุผลในการที่จะต้องจ้างผลิตให้มันจำนวนปริมาณมากไตรมาส 2 ก็เลยไม่มี ไตรมาส 3 ไตรมาส 4 ก็จะมียอดการจ้างผลิตกลับเข้ามาโดยเฉพาะจากเพวาบริษัทอิสราเอลที่จ้างเราผลิตยาตาอยู่ ก็ในแง่ของสัดส่วนนะครับปัจจุบันเนี่ยทุกท่านก็จะเห็นว่าสัดส่วนของทางของคนก็จะมากขึ้น และการที่เรามีร้านขายยาร้าน LAB นะครับที่เป็นยาเฉพาะสำหรับคนเราก็จะเห็นว่าสัดส่วนของคนเนี่ย 67.5% นะครับ สำหรับสัตว์เนี่ยอยู่ประมาณ 20% แล้วก็โรงพยาบาลประมาณ 12.7% ถ้าเกิดมองในแง่ของ 6 เดือนรายได้ก็เติบโต 35% ในแง่ segment ก็จะเห็นว่าของคนอยู่ที่ 69% ของสัตว์จะอยู่ที่ 19% แล้วก็โรงพยาบาลเนี่ย 12% นะครับ  Gross Profit นะครับ จริงๆ เราก็จะเห็นว่า Gross Profit เนี้ยดีขึ้นจากไม่ว่าจะเป็นทั้งของคนและของสัตว์ ของคนจะในเห็นว่า Gross profit ในไตรมาส 2 ขึ้นจาก37 เป็น 39% แล้วก็ของสัตว์จาก 36.7% เป็น 39.8% ถ้าในแง่ของ 6 เดือนก็ได้ 41.2% เป็น 41.4% นะครับ ของสัตว์เนี่ย 36% เป็น 38% แล้วก็จะเห็นว่าอัตรากำไรขั้นต้นเนี่ยก็ใกล้เคียงเดิมหรือดีกว่าเดิมขึ้นเล็กน้อย ดังนั้นปัญหาก็จะอยู่ที่การใช้ Operating Expense นะครับที่จะเป็นตัวที่จะกระทบ Net Profit ในแง่เปอร์เซ็นต์ GP ก็จะอยู่ใกล้เคียงค่อนข้างเดิมนะครับ แต่ว่าเราจะเห็นว่า Selling & Administrative Expense เนี่ยก็จะกระโดดขึ้นมาเลยจาก 27% ในไตรมาส 1 เป็น 33% แล้วก็สำหรับ Half 1 ก็จาก 29% เป็น 30% นะครับ ดังนั้นตอนนี้ Net Profit ก็เลยทำให้ไตรมาส 2 จะเหลือแค่ 3.2% จากการที่เราเอาเงินไปยิงโฆษณากับในหลายๆ แบรนด์นะครับ  เวลาที่เหลือนะครับก็จะเป็นช่วงของคำถามคำตอบ Q&A จำได้ว่าใน Opportunity Day คราวที่แล้วก็ตอบไม่ทันนะครับเลยพยายามพูดให้เสร็จเร็วนะครับจะได้เป็นการ Q&A ก็มีคำถามนะครับว่าจากนักลงทุนนะครับว่า  Q: ณ ปัจจุบันเนี่ยธุรกิจร้านขายยาที่เป็นรายใหญ่เริ่มเข้ามาแข่งมาขึ้น เช่น Dr. Pharma ของ COM7 รวมถึงร้ายขายยาของ 7-11 ที่รุกเหมือนกัน ไม่แน่ใจผู้บริหารมองเรื่องนี้ยังไง และจะมีวิธีจัดการกับเรื่องนี้อย่างไรที่จะทำให้เรา Gain Market Share ได้  A: คืออย่างงี้ครับ ปัจจุบันเราก็เลยแผนของเราเนี่ยจะเป็นการปรับปรุงเรื่องของบริการ เรื่องของ CRM แล้วก็เรื่องของการขยายสาขาไป อย่างที่เห็นนะครับในแผนก็จะมีการเปิดที่พัทยา 2 สาขา ที่ภูเก็ต 3-4 สาขา ก็จะเป็นการขยายสาขา คือธุรกิจ LAB Pharmacy จริง ๆ ก็ยอมรับอย่างนึงว่าจุดแข็งก็จะมีเรื่องของการที่มีแบรนด์เพราะทำมา 27 ปี ถ้าในแง่ของความน่าเชื่อถือก็คิดว่าอยู่ในระดับต้น ๆ แต่ก็ต้องยอมรับว่าอาจจะอยู่ในกลุ่มของ B กับ A ซึ่งตอนนี้เรา B+ ขึ้นไปอะไรต่าง ๆ ทีนี้เราก็เลยมีการขยายไปสู่การตั้งสาขาในซุปเปอร์มาร์เก็ตในแหล่งต่าง ๆ แล้วก็แผนจริง ๆ เราก็มีการทำแผนกลยุทธ์กันก็มี 7 กลยุทธ์หลักซึ่งก็คิดว่าเราจะดีวันดีคืนขึ้นเรื่อย ๆ นะครับ ผมเองก็เชื่อมั่นว่า LAB Pharmacy จะดีขึ้นเรื่อย ๆ นะครับ ถ้าดูผลประกอบการเฉพาะ LAB Pharmacy ทั้งรายได้แล้วก็กำไรก็ดีขึ้นเรื่อย ๆ ก็จะมีหลาย ๆ  กลยุทธ์นะครับไม่ว่าจะการขยายสาขา การที่จับมือกับทาง OR ในการที่จะไปเปิดร้านขายยาในปั๊มน้ำมันแต่ กลยุทธ์ลึก ๆ ก็ต้องยอมรับว่าขอเก็บเป็นความลับก่อน  แล้วก็คำถามถัดมาคือ  Q: ธุรกิจโรงพยาบาลจากที่ดูเราซื้อมาแพง ผมเข้าใจว่าเพราะมีโรงเรียนแพทย์ใกล้ ๆ แต่ก็แพงไม่แน่ใจมองยังไงที่จะทำให้ธุรกิจนี้ชนะในระยะยาวได้  A: ก็ต้องยอมรับนะครับว่าโรงพยาบาลมันเป็นธุรกิจอินเทรนด์นะครับ เราก็ไปดูโรงพยาบาลมาค่อนข้างมากแล้วก็พบว่ามันก็ไม่มีใครขายถูกนะครับเราก็ต้องมองว่าแพงเท่านี้เราก็ต้องยอมซื้อเพื่อเป็นการลงทุนในระยะยาวนะครับ เราจะเห็นว่ามีการ Takeover ของโรงพยาบาลของหลาย ๆ กลุ่มทุนเนี่ย ผมเองก็เชื่อมั่นว่าไม่มีใครซื้อถูกนะครับ ถูกแพงในความหมายนี้อาจจะเป็นแพงในความว่าอาจจะ PE 20 เท่าหรืออะไรต่าง ๆ ก็ซึ่งไม่ต่างอะไรกับใน Industry อื่นด้วยเหมือนกันคือถ้าถูกก็คงไม่ขาย แต่ถ้ามันก็จะมีถูกไปเลยที่มันไม่ได้โอเคเท่าไหร่ซื้อไปก็คงจะยากนะครับ อย่างนครพัฒน์เนี่ยเรามีมุมมองว่าเป็นธุรกิจที่มีกำไรจากการที่เราจะไปทำก็จะดีกว่าไปทำธุรกิจที่มันขาดทุนอยู่แล้วพอเราไปทำมันจะยาก แต่ว่าถ้ามีกำไรอยู่แล้วเราเข้าไปปรับปรุงเพื่อให้กำไรมันมากขึ้นให้มีมาตรฐานมากขึ้น แล้วก็เราก็มองว่าสาเหตุที่ตัดสินใจซื้อเนี่ย เราก็จะเห็นว่ามันยังอยู่ในระดับที่แข่งขันได้เนื่องจากโรงพยาบาลนครพัฒน์เนี่ยได้สร้างมา 14 ปีแล้วก็มีฐานลูกค้าค่อนข้างมากแล้วก็อยู่กลางเมืองนะครับ ที่ดิน 7 ไร่ ขวามือเป็นโรงพยาบาลมหาราชนครศรีธรรมราช และซ้ายมือคือโรงพยาบาลนครพัฒน์ไม่ต่างอะไรกับโรงพยาบาลธนบุรีที่อยู่ใกล้กับโรงพยาบาลศิริราชประมาณนั้น เพราะฉะนั้นเนี่ยก็มองว่าในระยะยาวมันมีศักยภาพในแง่ของตัวจังหวัดเองที่นครศรีธรรมราชก็ค่อนข้างเป็นจังหวัดใหญ่แล้วเราเองก็มีแผนที่จะเป็นโรงพยาบาลที่จะ serve ระดับภูมิภาคหลาย ๆ จังหวัด ก็มีการได้เรียนเชิญบอร์ดของเราซึ่งก็เป็นแพทย์ ทุกท่านก็ให้คำแนะนำให้ความคิดเห็นซึ่งก็ไม่ต้องถึงระยะกลางกับยาวมันก็จะดีขึ้นเรื่อย ๆ นะครับ  Q: ข้อที่สาม หลัง ๆ สินค้าออกใหม่ของเราดูไม่ปังและออกซ้ำ เกิดปัญหาอะไร  A: คือสินค้าออกใหม่มันก็ต้องใช้เวลาในการค่อย ๆ สร้างมันนะครับ ยกตัวอย่างเช่น Probac Mousse หรือ Lisa DHA พวกนี้มันก็ต้องค่อย ๆ สร้าง บางทีก็ไม่สามารถที่จะสร้างมันปีเดียวแล้วก็ขึ้นมานะครับคงต้องค่อย ๆ ดูกันไปเรื่อย ๆ นะครับ แล้วก็หลักการของเราจริง ๆ ก็คือเราต้องการไปพิสูจน์ตัวเองในโรงพยาบาล ฉะนั้นจริง ๆ บางครั้งเราออกมาเนี่ยเราก็ต้องการไปเข้าโรงพยาบาลจะไม่ได้ทำ ถ้าเกิดปังบางครั้งอาจจะดูเหมือนปังคือต้องยิงโฆษณาเยอะ ๆ มันอาจจะดูปังแต่ว่ามันก็มีความเสี่ยง เราก็ต้องบาลานซ์มันระหว่างความเสี่ยงกับการที่เราจะต้องไปเร่งมันให้คนรู้เร็ว ๆ เนี่ยมันก็จะต้องบาลานซ์พอสมควร ก็คิดว่าสินค้าออกใหม่ของเราก็อยู่ในระดับที่พึงพอใจนะครับ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มโภชนเภสัชตัวใหม่ ๆ หรือไม่ว่าจะเป็นอย่างเช่นกลุ่มยา อย่างเช่น Bella para แล้วก็คิดว่าก็ต้องใช้เวลานะครับเพราะว่าผู้นำตลาด 2 แบรนด์เนี่ยก็ทำมานานพอสมควรแต่เราก็คิดว่าในแง่ของคุณภาพเราเนี่ยดีแน่นอนนะครับ ไม่ว่าจะเป็นในแง่ตัวยา แพ็คเก็จจิ้ง อะไรต่าง ๆ  Q: คำถามถัดไป เรามอง M&A อย่างไรบ้างช่วงนี้  A: ก็มีบริษัทเยอะมากเหมือนกันนะครับที่เข้ามาเสนอให้เราเข้าไปถือหุ้นบ้าง ไปซื้อกิจการบ้าง เราเองก็คิดว่าถ้ามันอยู่ในวิสัยทัศน์ของบริษัทเราก็สนใจ อยู่ในวิสัยทัศน์ที่เป็นผู้นำทางสุขภาพครบวงจรทั้งของคนและของสัตว์ ต้นน้ำยันปลายน้ำ  Q: คำถามถัดไปครับ แนะนำว่าบริษัทควรแต่งตั้ง IR ติดต่อสอบถามข้อมูลอะไรไม่ได้เลยครับ  A: ก็ยอมรับว่าตอนนี้บริษัทเราเองไม่ได้มี IR นะครับ ก็คือการ Outsource ให้กับบริษัทนึงในการทำ IR แต่ทั้งนี้เข้าใจว่าได้รับคอมเมนท์อยู่เรื่อย ๆ นะครับก็น้อมรับนะครับก็มีการพิจารณาอยู่ว่าเราจะมี IR ของบริษัทเองในปีหน้านะครับ ตอนนี้เราก็กำลังประกาศรับคนที่กำลังจะมาทำ IR ของบริษัทอยู่  Q: ผลการดำเนินงานช่วง Q3 และแนวโน้ม Q4 เป็นอย่างไรบ้าง  A: อันนี้ผมพูดเท่าที่พอจะพูดได้นะครับเพื่อไม่ให้ผิดระเบียบนะครับ คือแนวโน้มเราคิดว่ารายได้กำไรเราคิดว่าที่กำลังจะเกิดขึ้นใน Q3 Q4 จะเหมือน Q1 ครับ จริง ๆ แล้วมันก็ยังเติบโตอยู่แล้วกำไรก็น่าจะใกล้เคียงเหมือนกับไตรมาส 1 ประเด็นน่าจะอยู่ที่ว่าเราจะดึงเงินกำไรเนี่ยไปยิงโฆษณามากน้อยแค่ไหน ก็น่าจะเป็นตัวที่สำคัญเราก็อยากจะโชว์ให้เห็นว่าถ้าเราเอาค่าโฆษณาเนี่ยกลับเข้าไปจริงแล้วกำไรมันควรจะเป็นแบบนี้ แต่เราจำเป็นที่จะต้องเอาเงินไปสร้างแบรนด์นะครับ เพราะว่าแบรนด์พาราเซตามอลต่าง ๆ ที่โด่งดังมาเนี่ยก็เกิดจากการยิงโฆษณาในการรับรู้ค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะสื่อทีวี สื่อวิทยุ สื่อแม้กระทั่งในโรงหนัง Whatever เนี่ยค่อนข้างจะดุดันพอสมควรนะครับ แต่ก็อยากจะบอกนักลงทุนว่าเราเชื่อมั่นว่า Bella para ของเราคุณภาพดีเรามีการทำวิจัยก่อนที่เราจะ Launch เพราะฉะนั้นแล้วเนี่ยท่านปวดเมื่อยอะไรต่าง ๆ ลองทานดูนะครับไม่จำเป็นจะต้องไปกินยาแก้ปวดเมื่อย NSAID แรง ๆ ให้กัดกระเพาะแล้วก็แพงกว่าด้วย กินของเราแล้วได้ผลนะครับ แพ็คเกจจิ้งเราก็แตกต่างนะครับเป็นแพ็คเกจจิ้งที่มีคุณภาพเป็นแบบ Bissell Pack ที่จะทำให้คุณภาพยังคงอยู่และทำให้การดูดซึมต่าง ๆ ด้อยลงจากการที่แพ็คเกจจิ้งไม่สามารถรักษาความชื้นอะไรต่าง ๆ ได้  Q: ทำไมรายได้ส่วนที่เป็นเวชภัณฑ์และยารักษาโรคยอดขายถึงได้ลดลง  A: อันนี้ส่วนนึงเนี่ยก็เกิดจาก เรายอมรับนะครับว่าปีหน้าเราจะมีการปรับราคาเราก็ยอมรับว่าเรา Volume ลดลงแต่กำไรมากขึ้น แต่ว่าตอนนี้เราก็ยอมรับว่าเรากำลังจะเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อจะไปลดต้นทุนการผลิตมากขึ้น นี่จะทำให้เราได้ทั้ง Volume ทั้งกำไรนะครับ เราสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตในช่วง 6 เดือนได้จนถึงปัจจุบันเราก็ปรับปรุงอยู่ตลิดเวลานะครับเพื่อให้ในแต่ละ Batch size สมมติเรามีวัตถุดิบ 100 เราก็จะทำได้ 100 กล่อง อาจจะทำได้ 97 กล่องไม่ใช่ทำได้ 94 กล่องอะไรประมาณนี้นะครับ คิดว่าในไตรมาส 3 ไตรมาส 4 จะดีขึ้นนะครับ  Q: ทำไมรายได้ส่วนที่เป็นอาหารเสริม โภชนเภสัชถึงได้มียอดขายลดลง  A: ก็ยอมรับว่าเหมือนเหตุผลเรื่องยานะครับ ตั้งแต่เริ่มต้นปีมาเรามีการปรับราคาไปนะครับก็มีการกระทบอยู่เหมือนกัน ก็มีการ Revisit อยู่ว่าเราจะต้องมีการให้โปรโมชั่นอะไรต่าง ๆ กับไปในราคาเดิม หรือว่าการที่เราพยายามจะลดต้นทุนการผลิตเนี่ยอยู่นะครับ เราก็คิดว่าในไตรมาส 3 4 เนี่ยน่าจะกลับมานะครับ  Q: ร้านขายยา ณ ปัจจุบันเปิดได้กี่สาขาแล้วนะครับ  A: ปัจจุบันก็ที่เพิ่งโชว์ในสไลด์ Little Walk นับเป็นสาขาที่ 28 แล้วก็ครึ่งปีหลังน่าจะ 3 เดือนหลังที่เหลืออีกแค่ 3 เดือนเนี่ยคิดว่าน่าจะเปิดได้อีกประมาณ 3-4 สาขา ปีนี้เราก็จะจบที่ 30-31 คือต้องยอมรับว่าโดยหลักการของเราเนี่ยตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทมาหรือเข้าตลาดมาเนี่ยเรามักจะตั้งตาม Goal Setting Theory เรามีแผนไว้ค่อนข้างสูง คล้าย ๆ ว่าน้อง ๆ ฝ่ายเซลส์ตั้งเป้าว่าจะปิด 120 ถ้าไม่ได้อย่างน้อยก็จะปิดเกิน 100 นะครับ เหมือนเราจะไปสอบที่ไหนเราก็ต้องตั้งเป้าเกินไว้ก่อนเพราะฉะนั้นเนี่ยเราตั้งเป้าไว้ 35 อย่างน้อยไม่ถึงเราก็ได้ 31 แต่ถ้าเราตั้งเป้าจาก 20 เป็นแค่ 30 เวลาเราตกมาจะเหลือแค่ 25 นะครับงั้นก็เป็นเรื่องปกติที่เราจะตั้งเป้าไว้สูงอยู่แล้ว เป็น Best case ว่าถ้าเราเปิดโดยไม่สะดุดอะไรไม่ว่าเรื่องของการ Landlord ส่งมอบพื้นที่ การยื่นขออนุญาตอย.เนี่ยเราจะเปิดได้เท่าไหร่สูงสุดเพื่อให้มันเป็นสปีดนะครับในการทำมันแบบเต็มที่ ก็คำตอบคือเปิดได้อยู่ราว ๆ 30-31 สาขา เพราะว่าอย่างกรณีที่ภูเก็ตก็ใช้เวลาค่อนข้างมากเกินกำหนดที่เราวางไว้นะครับ ไม่ว่าจะเกิดจาก Landlord ที่ยังไม่ได้ส่งมอบพื้นที่ให้กับเราแล้วก็ในการที่จะออกแบบ ดีไซน์ การก่อสร้างด้วยครับ  Q: ถัดไปนะครับ Gross Profit ของร้านยา LAB Pharmacy  A: ปัจจุบันก็ดีขึ้นเรื่อย ๆ นะครับ น่าจะอยู่ที่ 40% ได้นะครับ อันนี้เราก็ตั้งเป้าว่าเราอยากจะเหลือ Net Profit อยู่ประมาณ 8% นะครับ  Q: ถัดไปเป็นคำถามเกี่ยวกับโรงงายผลิตยานะครับ สำหรับการผลิตยาทั้งหมดบริษัทใช้กำลังการผลิตอยู่ที่กี่ %  A: ที่อยุธยายอมรับว่าปัจจุบันใช้กำลังการผลิตไม่ได้มากเท่าไหร่อยู่ที่ 30-40% เองนะครับ เราก็พยายามที่จะมีโปรเจ็คที่จะทำการตลาดของเราเองเนี่ยก็เป็นการที่เราจะเพิ่มหรือการไปคุย partnership นะครับที่ผมเดินทางต่าง ๆ ก็คือไปคุย Partnership อย่างเช่นไปดูโรงงาน Lotus Pharmaceutical ของทางปตท.ที่ไต้หวันเมื่อ 2 เดือนที่แล้ว แล้วทางเขาเองก็มีมา Audit โรงงาน 3 รอบแล้วก็วางแผน ประชุมร่วมกันอะไรต่าง ๆ แต่มันต้องใช้เวลาไปหมดเลย กับการไปร่วมมือกับบริษัทนึงที่จีนนะครับก็ยัง On-going ก็คิดว่าถ้ามันคืบหน้ายังไงก็จะมาเรียนใน Opportunity Day ครั้งหน้านะครับ แต่ในขณะเดียวกันเราก็มีการโอนตำหรับยาหลาย ๆ อย่างไปที่อยุธยานะครับด้วย Field capacity อย่างเช่น Bella para ก็จะปิดอยู่ภายใต้โรงงานที่อยุธยาก็ที่ว่าจะทำให้ Size capacity มันมากขึ้นเรื่อย ๆ นะครับ แล้วก็สำหรับสมุทรปราการนะครับฝั่งยาตอนนี้ก็ใช้อยู่ที่ 100% อยู่แล้ว ฝั่งที่เป็นอาหารเสริมก็ยังเหลือ capacity นะครับตอนนี้เราก็เลยเริ่มเปิดรับที่จะรับจ้างผลิตให้บริษัทมากขึ้น เรารับจ้างผลิตให้อยู่ 2 บริษัทนะครับคือทางไทยยูเนี่ยนกับทางปตท. ภายใต้บริษัทอินโนบิกนะครับ ตอนนี้ก็เริ่มมีคุยนะครับแต่เราก็ยอมรับว่าเราจะรับแต่รายใหญ่ ๆ เพราะเราคิดว่าเราต้องการมี Volume แล้วก็ต้องการให้บริษัทพาร์ทเนอร์ผลิตเป็นบริษัทที่มาตรฐานนะครับจะไม่ได้รับทั่วไปรับล็อตสองล็อต เราจะรับบริษัทที่มีแผนในระยะยาวมีการวางแผนจ่ายการตลาด เชื่อว่าทั้งสองบริษัททุกท่านก็คงเห็นอยู่ไม่ว่าจะไทยยูเนี่ยนหรืออินโนบิกก็มีแผนที่จะทำการจ่ายการตลาด ก็ตอนนี้เราก็กำลังคุยกับอีก 2 รายนะครับที่จะเข้ามาทำการจ้างผลิต  Q: Bella para ที่ใช้แผงเป็นอลูมิเนียมแพงกว่าคู่แข่งที่ใช้เป็นพลาสติกไหมครับ เราแพงกว่าคู่แข่งเรามีอะไรดีกว่า  A: เนื่องจากผมเองก็เป็นเภสัชนะครับ บอร์ดเราก็มีบุคลาการทางการแพทย์เป็นศาสตราจารย์อยู่ 2-3 ท่านนะครับ เป็น PHD หลายท่านเรามีเภสัชกร มีสัตวแพทย์ มีนักวิทยาศาสตร์เนี่ย โดยหลักการก็คือ Blister Pack เนี่ยจะเป็นการที่รักษาคุณภาพของยาได้ดีกว่า เพราะฉะนั้นเนี่ยเราคิดว่า Blister Pack ผมไม่สามารถพูดถึงรายอื่น ๆ ได้นะ Blister Pack เนี่ยเราต้องเน้นคุณภาพไว้ก่อน การที่เป็น Blister Pack มันจะดีกว่าพลาสติกแก้วที่เป็นนิ่ม ๆ อย่างนั้น ในการเก็บรักษาความชื้น เพราะฉะนั้นเนี่ยเราจะพบว่าการที่มันเก็บรักษาคุณภาพไว้ได้เนี่ยเวลาเราทานเข้าไปมันก็จะทำให้ตัวยาได้เต็ม ๆ ดูดซึมได้ดี ออกฤทธิ์ได้เร็ว แก้ปวดประจำเดือนปวดข้อได้ไม่ต้องไปกินยาแรง ๆ งั้นก็ต้องยอมรับว่าต้นทุนก็แพงกว่าเราถือว่าของเราก็เทียบเคียงกับผลิตภัณฑ์สำหรับบริษัทข้ามชาตินะครับที่ทุกท่านรู้จักมานานนะครับ เรามองว่าเราอยู่ระดับเดียวกับตรงนั้น เพราะว่าในแง่มาตรฐานการผลิตโรงงานเราเป็นโรงงานมาตรฐานระดับโลกอยู่แล้ว ผมเองอยู่บริษัทข้ามชาติมานานนะครับก็คิดว่าเราเองไม่ได้ด้อยกว่าเลยทั้งในแง่คุณภาพ การผลิต แล้วในแง่แพ็คเกจจิ้งตอนนี้เราคิดว่าเราน่าจะดีกว่า  Q: อยากสอบถาม [Zeavita](https://www.zeavitathailand.com/) กับ YUUU ดูเงียบ ๆ จะแก้เกมยังไง A: ขอเคลียร์นิดนึงนะครับถ้าเป็น Zeavita Collagen เนี่ยเขาจ้างเราผลิตอย่างเดียวนะครับ ทางสายการตลาดเขาเป็นคนทำหมดเลยนะครับเพราะงั้นจะเงียบลงหรือดีขึ้นขึ้นอยู่กับทาง Zeavita แต่ก็ส่งผลกระทบกับเราได้เขาเงียบลงเขาก็จะมาจ้างเราผลิตลดลง แต่ว่าถ้าภายใต้บริษัทร่วมทุนมันจะอยู่ภายใต้บริษัทที่ชื่อว่า อินเตอร์ ฟาร์มา ซีวิตต้า ปัจจุบันจะมี 2 ตัวหลัก ๆ คือ Lisa DHA ตอนนี้ขึ้นเรื่อย ๆ ทางไทยยูเนี่ยนก็พึงพอใจกับผลประกอบการนะครับว่ากำลังดีขึ้นเรื่อย ๆ ตัว Lisa DHA 600 มิลลิกรัม อีกตัวคือทรูโบในแง่ของตลาด OTC หรือ Consumer คงจะไม่ได้รับรู้นะครับว่าในวิสัยทัศน์ในแผนกลยุทธ์ที่ตกลงกันก็คือเราจะเอาไปเข้าโรงพยาบาลก่อนเพราะฉะนั้นเนี่ยการขายจะไม่ได้ขายไปทั่ว อาจจะมีที่ร้าน LAB บ้าง ตัวทรูโบนะครับปัจจุบันก็เข้าไปได้อยู่ประมาณ 6 โรงพยาบาลแล้วก็คลินิกประมาณ 50 กว่าคลินิกนะครับ เรากำลังนำขเนะครับการจะเข้าโรงพยาบาลเนี่ยใช้เวลาเป็นปีแล้วระหว่างทางเนี่ยถ้าไม่มีคุณภาพมันก็จะตายไปเพราะว่าจุดเริ่มต้นคือต้องไปพรีเซนท์ก่อนจากนั้นเขาก็จะลองใช้เบื้องต้นอาจจะ 20 เคส 15 เคสเหมือนเป็น pilot study ถ้าใช้แล้วคนไข้ดีขึ้นได้ผลมันถึงจะมูฟไปสเต็ปถัดไป อยากจะเรียนทุกท่านว่ามีแบรนด์อาหารเสริมหลายแบรนด์เลยที่มาทำ Probiotic แบบอินเตอร์ ฟาร์มา แล้วก็เข้าโรงพยาบาลเหมือนกันก็ไปเสนอปรากฎว่าทางแพทย์ทดลองใช้แล้วก็ไม่ได้ผลก็ตายไปนะครับเพราะว่าจริง ๆ แล้วมันต้องอยู่ในมาตรฐานในการผลิตที่ค่อนข้างสูง เพราะฉะนั้นทุกท่านถ้าหากไปทานยี่ห้ออื่นแล้วดูเหมือนถูกกว่ามันอาจจะไม่ได้อะไรเลยเหมือนท่านกินแป้งแล้วอาจจะมีความเสี่ยงด้วยถ้าโรงงานไม่มาตรฐาน เพราะจริง ๆ แล้วมันเป็นแบคทีเรียที่มีชีวิตแล้วก็สิ่งที่น่ากลัวมาก ๆ คือสารปนเปื้อนนะครับ การที่ท่านจะบำรุงสุขภาพกลับกลายเป็นท่านเสียสุขภาพนะครับ เพราะฉะนั้นเนี่ยเป็นสิ่งที่ต้องยอมรับว่าคนจะทานอะไรเข้าไปเนี่ยอย่าดูที่เรื่องราคาอย่างเดียวมันเป็นความอันตรายถ้างั้นสู้ไม่กินจะดีกว่านะครับ สำหรับ YUUU ก็คิดว่าจะไปเรื่อย ๆ ตามแผนเพราะว่า wave จากการยิงโฆษณาเนี่ยก็ทำให้ฐานมันสูงขึ้นมาระดับนึง เราก้ขายไปอยู่ในกลุ่มของคนที่รู้เรื่อง Probiotic ดี รู้ว่ายาสีฟัน Probiotic มันเป็นเทรนด์ search google ก็ขึ้นนะครับ ปัจจุบันเราก็ไม่ได้ยิงอะไรเพิ่มนะครับ ก็ถ้าไม่อยากให้เงียบต้องไปยิงโฆษณาอีกแต่มันอาจจะไม่เงียบ หมดเวลาพอดีนี่ขนาดเผื่อเวลาสำหรับคำถาม  ขอให้ทุกท่านสุขภาพดีบริษัทเราก็พยายามเต็มที่ในการเติบโตอย่าง Sustainable นะครับ อาจจะต้องรอผลงานนิดนึงนะครับในการที่เราจะเติบโตแต่เราไม่ใช่บริษัทที่จะทำงานแบบตีหัวเข้าบ้านนะครับ ผมคิดว่าหลาย ๆ อย่างมันจะเกิดขึ้นในระยะกลางแล้วก็ระยะยาวครับผม |