



## รายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569

ของ

บริษัท นีโอ คอร์ปอเรท จำกัด (มหาชน)

### วันและเวลาที่ประชุม

บริษัท นีโอ คอร์ปอเรท จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ได้จัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 ในวันพฤหัสบดีที่ 23 เมษายน 2569 เวลา 14.00 น. ณ ห้องประชุม 205 ชั้น 2 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เลขที่ 60 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

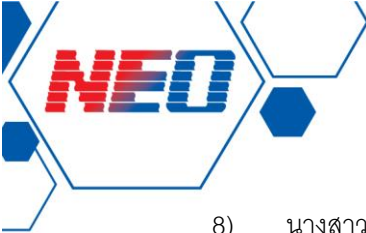
### เริ่มการประชุม

นายวีรพันธ์ พูลเกษ ประธานกรรมการบริษัท ทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 (“ประธานฯ”) และได้มอบหมายให้ นางสาวสิตา โพธิพิพิธ ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการประชุม (“ผู้ดำเนินการประชุม”) และนำเสนอรายละเอียดต่อที่ประชุม โดยการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 ของบริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นเข้าร่วมประชุมด้วยตนเองเป็นจำนวน 43 ราย นับรวมจำนวนหุ้น 1,989,019 หุ้น และโดยการมอบฉันทะจำนวน 171 ราย นับรวมจำนวนหุ้น 234,459,615 หุ้น ดังนั้น รวมจำนวนผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมจำนวน 214 ราย นับรวมจำนวนหุ้น 236,448,634 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 78.8162 ของหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งมีจำนวนผู้ถือหุ้นมากกว่า 25 ราย และมีจำนวนหุ้นรวมกันเกินกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายทั้งหมด ครบเป็นองค์ประชุมตามที่กฎหมาย และข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนด

ทั้งนี้ ผู้ดำเนินการประชุมได้แนะนำกรรมการ ผู้บริหาร ผู้สอบบัญชี ที่ปรึกษากฎหมาย และตัวแทนผู้ถือหุ้นในการนับคะแนนที่เข้าร่วมประชุมของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย

กรรมการที่เข้าร่วมประชุม ดังนี้ (คิดเป็นกรรมการเข้าร่วมประชุมร้อยละ 100 ของกรรมการทั้งหมด)

- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| 1) นายวีรพันธ์ พูลเกษ       | ประธานกรรมการบริษัท / กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน                                       |
| 2) นายสุทธิเดช ธกสศรี       | รองประธานกรรมการบริษัท / ประธานกรรมการบริหาร / ประธานกรรมการด้านความยั่งยืนของกิจการ / ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร |
| 3) นายวุฒิชัย ตันกูรานันท์  | กรรมการบริษัท / กรรมการอิสระ / ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ / กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน                         |
| 4) นายอมรศักดิ์ พิमानทิพย์  | กรรมการบริษัท / กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ  |
| 5) นายอุดมเดช ภิรมย์สวัสดิ์ | กรรมการบริษัท / กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ  |
| 6) นางปัทมา ธกสศรี          | กรรมการบริษัท / รองประธานกรรมการบริหาร / รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายการพาณิชย์                               |
| 7) นางสาวณิชนน ธกสศรี       | กรรมการบริษัท / กรรมการบริหาร / กรรมการด้านความยั่งยืนของกิจการ / รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายนวัตกรรมธุรกิจ  |



8) นางสาวนิตรา ถกกลศรี

กรรมการบริษัท / กรรมการบริหาร / กรรมการสรรหาและกำหนด  
ค่าตอบแทน / รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายปฏิบัติการ

### ผู้บริหารที่เข้าร่วมประชุม ดังนี้

- |                                |                                 |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1) นางสาวภัทรชนก วรศักดิ์โยธิน | ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน    |
| 2) นางศิริสุภา อางัสัญจร       | ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด    |
| 3) นางเมตตา สิริมงคลการย์      | ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายโลจิสติกส์ |
| 4) นายธเนศ ชลเขต               | ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิต       |

### ผู้สอบบัญชี จาก บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

- 1) นายวัชรินทร์ ภัสรพงษ์กุล
- 2) นางสาวทิพย์รัตน์ พงศ์พันธุ์วัฒนา

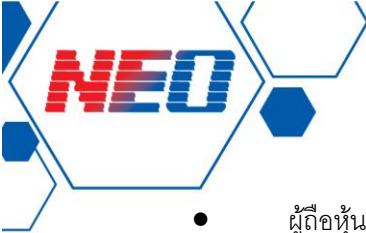
### ที่ปรึกษากฎหมาย จาก บริษัท ที่ปรึกษากฎหมาย ธนาธิป แอนด์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด

- 1) นางสาวกรจันทร์ ตั้งฤกษ์ณขจร
- 2) นางสาวพริมา เพชรกุล
- 3) นางสาวนิตรา มิ่งมีชัย

และตัวแทนผู้ถือหุ้นเข้าร่วมสังเกตการณ์การนับคะแนนที่จุดนับคะแนน ได้แก่ นางสาวศิริวรรณ ตั้งลิขิตานนท์ ทั้งนี้ บริษัทได้เชิญตัวแทนจากสำนักงานกฎหมายภายนอกเข้าร่วมประชุมในฐานะผู้ตรวจการการประชุม (Inspector) เพื่อให้การลงคะแนนเสียงเป็นไปด้วยความโปร่งใส และเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชุมผู้ถือหุ้น โดยใช้ระบบการลงคะแนนแบบบาร์โค้ด (Barcode) เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว รวมถึงให้บริการมอบฉันทะในการประชุมผู้ถือหุ้นโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Proxy Voting) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง รวมถึงเป็นการช่วยลดการใช้กระดาษอีกด้วย

เพื่อเป็นการส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเป็นการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ก่อนการประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้นครั้งนี้ บริษัทฯ ได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถเสนอวาระการประชุม รายชื่อบุคคลเพื่อเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัท และส่งคำถามเกี่ยวกับการประชุมล่วงหน้า สำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 โดยได้เปิดโอกาสดังกล่าวในช่วงเวลาระหว่างวันที่ 20 ตุลาคม 2568 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568 ซึ่งปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอวาระเพิ่มเติม และไม่มีการเสนอชื่อผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัทล่วงหน้า รวมทั้งไม่มีการส่งคำถามเกี่ยวกับการประชุมล่วงหน้า ซึ่งก่อนเริ่มพิจารณาวาระต่าง ๆ เพื่อให้การประชุมเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในส่วนของกรออกเสียงลงคะแนนในที่ประชุม บริษัทฯ จึงได้ชี้แจงวิธีการปฏิบัติในการลงคะแนนและการนับคะแนนเสียง ดังนี้



- ผู้ถือหุ้นทุกคนจะมีคะแนนเสียงตามจำนวนหุ้นที่ตนถืออยู่ โดยมีคะแนนเสียง 1 หุ้นต่อ 1 เสียงในกรณีที่เป็นผู้รับมอบฉันทะ ผู้รับมอบฉันทะจะต้องลงคะแนนตามที่ผู้มอบฉันทะระบุไว้ในหนังสือมอบฉันทะ
- บริษัทใช้ระบบบาร์โค้ดในการนับคะแนนเสียง โดยในการนับผลการลงคะแนนเสียงในแต่ละวาระ บริษัทจะนำคะแนนเสียงที่ไม่เห็นด้วย และงดออกเสียงของแต่ละวาระหักออกจากจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้เข้าประชุม และให้ถือว่าจำนวนคะแนนที่เหลือเป็นคะแนนของการออกเสียงเห็นด้วยในวาระนั้น ๆ
- กรณีไม่เห็นด้วย หรือ งดออกเสียง ขอให้ผู้ถือหุ้นชูปัตรลงคะแนนของท่านแล้วส่งบัตรลงคะแนนให้เจ้าหน้าที่เก็บเพื่อนำไปนับคะแนนที่จุดนับคะแนน เนื่องจากเจ้าหน้าที่จะเก็บบัตรลงคะแนนเฉพาะผู้ถือหุ้นที่ไม่เห็นด้วยหรืองดออกเสียงเจ้าหน้าที่จะเก็บบัตรลงคะแนนที่ออกเสียงเห็นด้วยทั้งหมดหลังจบการประชุม
- การลงมติในแต่ละวาระอาจแตกต่างกัน ซึ่งจะแจ้งให้ที่ประชุมทราบในแต่ละวาระก่อนทำการลงคะแนนเสียง
- เมื่อรวมคะแนนครบถ้วนแล้ว จะมีการแสดงจำนวนคะแนนเสียงทั้งหมดของวาระนั้น ๆ ที่ลงมติเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย งดออกเสียง และบัตรเสีย ที่หน้าจอของห้องประชุม พร้อมแจ้งมติของวาระนั้น
- หากในบางวาระต้องใช้เวลาในการนับคะแนนมากกว่าปกติ อาจขอให้ที่ประชุมดำเนินการพิจารณาในวาระถัดไปก่อน เพื่อให้การประชุมดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และเมื่อเจ้าหน้าที่ได้ตรวจนับคะแนนเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงแจ้งให้ที่ประชุมทราบรายละเอียดผลการนับคะแนนและมติการประชุมทันที
- การลงคะแนนในลักษณะดังต่อไปนี้ ถือว่าการลงคะแนนดังกล่าวเป็นบัตรเสีย
  1. บัตรลงคะแนนที่มีการทำเครื่องหมายเกินกว่าหนึ่งช่อง
  2. บัตรลงคะแนนที่มีการออกเสียงโดยแสดงเจตนาชัดเจน
  3. บัตรลงคะแนนที่มีการขีดฆ่าและไม่มีลายมือชื่อกำกับ
  4. บัตรลงคะแนนที่ลงคะแนนเสียงเกินกว่าเสียงที่มีอยู่

### การแสดงความเห็น และสอบถาม

ผู้ถือหุ้นที่มีข้อซักถามสามารถขอไม่โครโฟนเพื่อสอบถาม หรือเขียนคำถามลงในกระดาษ และส่งให้กับเจ้าหน้าที่ โดยให้ระบุ ชื่อ-นามสกุล พร้อมทั้งระบุว่าตนเองเป็นผู้ถือหุ้นมาด้วยตนเอง หรือเป็นผู้รับมอบฉันทะทั้งนี้เพื่อความถูกต้องในการบันทึกรายงานการประชุม ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นโปรดแสดงความเห็นและสอบถามเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวาระการประชุมเท่านั้น ในกรณีมีข้อเสนอแนะหรือคำถามอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับวาระการประชุม บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ พิจารณาตามความเหมาะสม โดยบริษัทอาจตอบข้อสอบถามภายหลังการปิดการประชุมตามระเบียบวาระต่าง ๆ เพื่อเป็นการทำให้การดำเนินการประชุมเป็นไปโดยราบรื่น อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่บริษัทฯ ไม่ได้ตอบข้อสอบถามใด ๆ ในห้องประชุม บริษัทฯ จะแสดงคำตอบบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ต่อไป เพื่อเป็นการบริหารการประชุมให้อยู่ในเวลาที่กำหนด

ในการประชุมครั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีการบันทึกเทปการประชุมและจะนำขึ้นเว็บไซต์ของบริษัทฯ หลังจากวันประชุมเพื่อให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่ได้เข้าร่วมประชุมหรือผู้สนใจทั่วไปได้รับชม

ประธานฯ ดำเนินการประชุมตามระเบียบวาระการประชุมดังต่อไปนี้



## วาระที่ 1 พิจารณารับทราบผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ประจำปี 2568

คุณภักดิ์ชนก วรศักดิ์โยธิน ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินเป็นผู้นำเสนอรายละเอียดวาระนี้ต่อที่ประชุม ทั้งนี้ บริษัทได้จัดทำรายงานผลการดำเนินงานของบริษัทประจำปี 2568 รายละเอียดปรากฏตามรายงานประจำปีในรูปแบบรหัสคิวอาร์ (QR-Code) ที่ได้ส่งให้กับผู้ถือหุ้นพร้อมกับหนังสือเชิญประชุมแล้ว

คุณภักดิ์ชนก วรศักดิ์โยธิน ได้แจ้งต่อที่ประชุมเกี่ยวกับการพัฒนาและการเติบโตที่สำคัญของบริษัทฯ (Key Milestones) ที่สำคัญในช่วง 30 กว่าปีที่ผ่านมา โดยในปี พ.ศ. 2532 บริษัทฯ ได้ก่อตั้งขึ้นด้วยทุนจดทะเบียนหนึ่งล้านบาท และเริ่มจำหน่ายสินค้าในกลุ่ม Personal Care ภายใต้แบรนด์แรกในชื่อ “เอเวอร์เซ็นส์” โดยบริษัทเริ่มต้นด้วยการจำหน่ายโคโลญสำหรับสาววัยรุ่น เนื่องจากเล็งเห็นช่องว่างในตลาด เนื่องจากในช่วงเวลานั้นผลิตภัณฑ์น้ำหอมส่วนใหญ่ยังคงเป็นแบบ Unisex ส่งผลให้แบรนด์เอเวอร์เซ็นส์ได้รับความนิยมในกลุ่มสาววัยรุ่นทันทีตั้งแต่ปีแรกที่ออกจำหน่าย

ภายหลังเอเวอร์เซ็นส์ได้รับการตอบรับอย่างดี ในปีถัดมาบริษัทได้เริ่มจำหน่ายสินค้า Personal Care สำหรับวัยรุ่นชายภายใต้แบรนด์ “ทรอส” โดยโคโลญของทรอสยังคงครองส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 จนถึงปัจจุบัน

ในปี พ.ศ. 2534 บริษัทฯ ได้ขยายตลาดไปสู่กลุ่มสินค้า Household ภายใต้แบรนด์ “ไฟน์ไลน์” โดยเริ่มต้นด้วยผลิตภัณฑ์รีดรีียบ และไฟน์ไลน์ยังเป็นแบรนด์แรกที่ริเริ่มการใช้บรรจุภัณฑ์แบบถุงเติม ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ต่อมาในปีถัดไป บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสในตลาดแม่และเด็ก รวมถึง pain point ของคุณแม่ในการทำความสะดวกขนม จึงได้เริ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กภายใต้แบรนด์ “D-nee” โดยเริ่มจากน้ำยาล้างขนมที่มีสารสกัดจากข้าวโพด ช่วยให้ล้างขนมได้อย่างสะอาดหมดจด รวมถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ซักผ้าสำหรับเด็กควบคู่กันไป ความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาให้กับคุณแม่ส่งผลให้ D-nee สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 2 ได้ภายในเวลาเพียง 1 ปี และภายหลังจากการก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก D-nee ก็ครองอันดับ 1 ได้อย่างต่อเนื่อง

หลังจากนั้น บริษัทฯ ได้ขยายไลน์สินค้าเพิ่มเติมอีก 4 แบรนด์ ได้แก่ “วีไวต์” ในปี พ.ศ. 2542 ซึ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ ตามด้วยแบรนด์ “บีโนซ์” ในปี พ.ศ. 2545 ซึ่งมีความโดดเด่นด้วยครีมอาบน้ำที่มีสารสกัดจากผลไม้ แบรนด์ “สมาร์ท” ในปี พ.ศ. 2548 และแบรนด์ “โทมิ” ในปี พ.ศ. 2553 โดยแบรนด์โทมิเน้นการทำความสะอาดด้วยสูตรไร้กรด

จากความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ สามารถสร้างยอดขายทะลุ 5,000 ล้านบาทได้ในปี พ.ศ. 2560 โดยกำลังการผลิตในช่วงเวลาดังกล่าวเริ่มไม่เพียงพอต่อการรองรับการเติบโต บริษัทฯ จึงได้ย้ายโรงงานผลิตไปยังสถานที่ใหม่ที่ล้ำลูกกา คลอง 13 และเริ่มนำเทคโนโลยีระบบจัดการคลังสินค้าแบบ ASRS มาใช้ในปี พ.ศ. 2561

ต่อมา ในวันที่ 9 เมษายน พ.ศ. 2567 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลาดหลักทรัพย์ฯ”) ภายใต้ชื่อย่อ “NEO” เพื่อยกระดับมาตรฐานบริษัทให้มีความเป็นสากลมากยิ่งขึ้น และในช่วงปลายปี บริษัทฯ สามารถสร้างยอดขายทะลุ 10,000 ล้านบาทได้สำเร็จ โดยใช้เวลาเพียง 7 ปี นับจากปี พ.ศ. 2560 ในการเพิ่มยอดขายขึ้นเป็นสองเท่า ล่าสุดเมื่อเดือนพฤษภาคม 2568 บริษัทฯ เปิดตัวแบ

รนต์ที่ 9 ภายใต้ชื่อ “เลฟลีเทล” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายแหล่งที่มาของการเติบโตของบริษัท ให้เติบโตไปพร้อมกับเมกะเทรนด์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้ ซึ่งผู้คนนิยมเลี้ยงสัตว์เสมือนสมาชิกในครอบครัว และบริษัทไม่หยุดเพียงเท่านั้น บริษัทฯ ยังยืนยันความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสินค้านวัตกรรมที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับผู้บริโภค และสร้างการเติบโตให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ บริษัทฯ ขอขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน รวมถึงผู้ถือหุ้นที่ร่วมผลักดันบริษัทมาโดยตลอด จากวันนั้นจนถึงวันนี้ ส่งผลให้ บริษัทฯ กลายเป็นผู้นำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคที่ถูกซื้อและขายไปอย่างรวดเร็ว (Fast Moving Consumer Goods) อย่างแข็งแกร่ง ด้วยแบรนด์สินค้าที่แข็งแกร่งและมีจุดขายที่โดดเด่นถึง 8 แบนด์ ครอบคลุมตั้งแต่ทารกจนถึงผู้สูงอายุ อีกทั้งบริษัทฯ มีประสบการณ์ด้านการตลาดมากกว่า 30 ปี ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ นอกเหนือจากคุณภาพของสินค้า ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ของ บริษัทฯ สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 และอันดับ 2 ในหลายประเภทสินค้า อาทิ โคลโลญ น้ำยาซักผ้า และครีมอาบน้ำ เป็นต้น

ด้วยการดำเนินการวิจัยตลาดอย่างต่อเนื่องมากกว่า 180 วันต่อปี บริษัทฯ จึงมีข้อมูลเชิงลึกที่ทันสมัยและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่งผลให้ บริษัทฯ สามารถก้าวขึ้นเป็นผู้นำตลาด และสร้างตลาดใหม่ (New Segments) ก่อนผู้อื่นได้อยู่เสมอ อาทิ การพัฒนาสินค้าออร์แกนิก การนำนวัตกรรมสารสกัดจากผลไม้มาผสมในครีมอาบน้ำ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีทีมวิจัยและพัฒนา (R&D) ที่แข็งแกร่ง จึงสามารถส่งมอบสินค้าใหม่ ๆ พร้อมนวัตกรรมให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า บริษัทฯ สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD) และการปรับปรุงสินค้าเดิม (Relaunch) มากกว่า 100 ประเภทสินค้าในแต่ละปี ด้วยจุดแข็งดังกล่าว ประกอบกับความมุ่งมั่นตั้งใจของบุคลากรทุกคนในบริษัทฯ ส่งผลให้ บริษัทฯ สามารถสร้างผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งทั้งในด้านปฏิบัติการและด้านการเงินในปี พ.ศ. 2567 ดังนี้

- บริษัทฯ สามารถสร้างยอดขายสูงสุดเป็นประวัติการณ์ หรือเพิ่มขึ้นราว 7% แม้สภาพเศรษฐกิจโดยรวมเผชิญความท้าทายสูง และสามารถสร้างกำไรให้กับผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 562 ล้านบาท
- บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD) และการปรับปรุงสินค้า (Relaunch) ได้มากกว่า 300 SKU โดย SKU ที่โดดเด่นในปีนี้ได้แก่ BeNice Grape EXO Bright ซึ่งมีทั้งเซรั่มบำรุงผิวและเจลอาบน้ำ, Fineline ซักผ้าสูตรเข้มข้น 3 in 1 ที่มาพร้อมความสะดวกสบาย ทั้งซัก ปรับ และรีดในถุงเดียว นอกจากนี้ ภายใต้แบรนด์ TROS บริษัทฯ ยังได้เข้าสู่เซกเมนต์ใหม่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ Anti-Hair Loss อีกด้วย
- ทั้งนี้ หากพิจารณาเฉพาะ NPD บริษัทฯ สามารถพัฒนาสินค้าใหม่ได้ราว 230 SKU ซึ่งช่วยสนับสนุนยอดขายในปี 2568 ได้ประมาณ 6-7%
- จากการพัฒนาสินค้าใหม่และปรับปรุงสินค้าเดิมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นับเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ช่วยให้มูลค่าตลาดของบริษัทเติบโตโดดเด่นในหลายหมวดหมู่ อาทิ น้ำยาปรับผ้านุ่ม เติบโตถึง 14.7% ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 11.7%



- มูลค่าตลาดน้ำยาซักผ้าเติบโต 10.2% ส่วนครีมอาบน้ำยังคงรักษา momentum ได้ดี และมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 23.7%
- ในด้านการผลิต บริษัทฯ มีกำลังการผลิตอยู่ที่ 293,000 ตันต่อปี โดยมีอัตราการใช้กำลังการผลิต (utilization rate) อยู่ที่ 72%
- ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2569 การก่อสร้างอาคารโรงงาน Household หลังใหม่ ระยะที่ 1 มีความคืบหน้ากว่า 92% และคาดว่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จและเปิดใช้งานได้ในเดือนกรกฎาคม 2569
- บริษัทฯ และแบรนด์สินค้าของบริษัทฯ ได้รับรางวัลการันตีจากหน่วยงานต่าง ๆ ในปี 2568 รวมกว่า 39 รางวัล

รายละเอียดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

- ในไตรมาสที่ 1 บริษัทฯ นำเสนอสินค้า NPD และ Relaunch จำนวน 23 รายการ อาทิ บีไนซ์ ครีมอาบน้ำ แสบบี ซัมเมอร์ และ D-nee deluxe ปรับผ้านุ่ม
- ในไตรมาสที่ 2 จำนวน 136 รายการ ซึ่งเป็นไตรมาสที่บริษัทฯ เปิดตัว D-nee กลุ่ม Young Adult เป็นครั้งแรก
- นอกจากนี้ ในไตรมาสที่ 3 บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมจำนวน 97 รายการ โดยมีไลน์ 3 in 1 และบีไนซ์ EXOBRIGHT เป็น SKU ไฮไลท์
- ส่งท้ายไตรมาสที่ 4 อีก 51 รายการ ด้วยการเปิดตัว HERO Series ใหม่ – Tokyo Ichigo พร้อมทั้งผลิตภัณฑ์ภายใต้เซกเมนต์ใหม่ในกลุ่ม Anti-Hair Loss

ประเทศไทยได้เข้าสู่เทรนด์ Wellness และ Longevity โดยผู้คนหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพของตนเองมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ มองเห็นโอกาสการเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ Anti-Hair Loss เนื่องจากคนไทยเกือบครึ่งหนึ่งกำลังเผชิญกับปัญหาผมร่วง ซึ่งมีสาเหตุมาจากปัจจัยต่าง ๆ อาทิ ฮอริโมน ความเครียด และอายุ เป็นต้น

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับนักวิจัยไทย ซึ่งสะท้อนถึงความตั้งใจของบริษัทฯ ในการนำผลงานวิจัยที่มีคุณภาพมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรม หรือที่เรียกว่า “จากห้องสู่ห้าง” โดยงานวิจัยดังกล่าวใช้คุณสมบัติของ “สารสกัดเหงือกปลาหมอ” ซึ่งเป็นสารสกัดธรรมชาติจากพืชพื้นถิ่นของไทย ที่มีคุณสมบัติช่วยบำรุงเส้นผมและลดการขาดหลุดร่วง ส่งผลให้งานวิจัยนี้ได้รับรางวัล Bronze Award จากงานแสดงสิ่งประดิษฐ์นานาชาติ นครเจนีวา ปี 2567 และรางวัล Special Prize จาก Korea Invention Promotion Association (KIPA) จากเวทีเดียวกัน

จากงานวิจัยดังกล่าว บริษัทฯ ได้นำมาพัฒนาและทำการตลาดในรูปแบบของผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ได้แก่ TROS PRO Advanced Anti-Hair Loss Shampoo สูตรลดผมขาดหลุดร่วง และ TROS PRO Advanced Anti-Hair Loss Tonic ซึ่งช่วยฟื้นฟูเส้นผมและบำรุงลึกถึงโคนผมและหนังศีรษะ โดยในช่วงปลายปี 2568 บริษัทฯ ได้เริ่มจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์และ modern trade ก่อน และได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา



ส่วนแบ่งการตลาดในปี 2568 สำหรับ 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักที่บริษัทฯ มุ่งเน้น ได้แก่

1. น้ำยาซักผ้า ตลาดเติบโต +9.9% ขณะที่บริษัทฯ เติบโตสูงกว่าตลาด ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 28.4% เป็นอันดับ 2
2. น้ำยาปรับผ้านุ่ม ตลาดเติบโต +3.7% ขณะที่บริษัทฯ เติบโตโดดเด่นถึง +14.7% ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 11.7% คงอันดับ 4
3. ครีมอาบน้ำ ตลาดเติบโตเล็กน้อย ขณะที่บริษัทฯ เติบโตถึง +8.6% ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 23.7% อยู่ในอันดับ 2 ทั้งนี้ ข้อมูลล่าสุด ณ ช่วง YTD 3 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทฯ ขยับขึ้นเป็นอันดับ 1 แล้ว แต่ยังไม่สามารถอ้างอิงอย่างเป็นทางการได้ เนื่องจากต้องรักษาอันดับ 1 ต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 12 เดือน

นอกเหนือจาก 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักดังกล่าว บริษัทฯ ยังประสบความสำเร็จในการสร้างการเติบโตในกลุ่มโรลออน ซึ่งเติบโต +8.6% ในขณะที่ตลาดโดยรวมติดลบ ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 14.1% คงอันดับ 2 และสามารถลดช่องว่างกับอันดับ 1 ได้อย่างต่อเนื่อง

ส่วนแบ่งการตลาดของแต่ละแบรนด์ในปีที่ผ่านมา

- สำหรับกลุ่มสินค้า Household บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 1 และอันดับ 2 ได้แก่ สินค้ารีดเรียบภายใต้แบรนด์ไฟน์ไลน์ ซึ่งครองอันดับ 1 ต่อเนื่องมากกว่า 14 ปี และน้ำยาซักผ้าไฟน์ไลน์ซึ่งอยู่ในอันดับ 2 ด้วยสัดส่วน 23.5%
- สำหรับกลุ่มสินค้า Personal Care บริษัทฯ เป็นผู้นำในหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ อาทิ ครีมอาบน้ำ และน้ำยาทำความสะอาดจุดซ่อนเร้นภายใต้แบรนด์บีโชนซ์ ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 2
- ผลิตภัณฑ์โคโลญภายใต้แบรนด์เอเวอร์เซ็นส์ อยู่ในอันดับ 2 ด้วยสัดส่วน 22.8%
- สำหรับแบรนด์ทรอส ผลิตภัณฑ์โรลออนอยู่ในอันดับ 2 ขณะที่โคโลญอยู่ในอันดับ 1 ด้วยสัดส่วนสูงถึง 62.8%
- ในกลุ่มสินค้า Baby and Family Products ภายใต้แบรนด์ดีนี่ บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดในระดับ Absolute Market Share ในหลายผลิตภัณฑ์ อาทิ น้ำยาซักผ้าเด็ก 71.5% น้ำยาปรับผ้านุ่มเด็ก 87.3% และน้ำยาล้างขวดนมและภาชนะ 50.9%
- สำหรับครีมอาบน้ำเด็กดีนี่ อยู่ในอันดับ 2 ด้วยสัดส่วน 33.6%
- ขณะเดียวกัน D-nee Deluxe สามารถขยายพอร์ตโฟลิโอสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

ภายหลังจากการเปิดตัวแบรนด์ LovliTails อย่างเป็นทางการ บริษัทฯ สามารถขยายพอร์ตโฟลิโอสินค้าให้ครอบคลุมความต้องการของผู้เลี้ยงสัตว์ได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น เพื่อสนับสนุนการเติบโตของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง อาทิ แชมพูอาบน้ำ สเปรย์บำรุงขน ทิชชูเปียก และน้ำยาทำความสะอาดพื้น เป็นต้น



จากความพยายามของบุคลากรในบริษัท รวมถึงการสนับสนุนจากผู้ถือหุ้น ส่งผลให้แบรนด์สินค้าของบริษัทฯ ได้รับรางวัลรวมกว่า 26 รางวัล ดังนี้

- แบรินด์เอเวอร์เซ็นส์ ได้รับรางวัล Konvy Best of Beauty Awards จากผลิตภัณฑ์ Roll On Extra White Yogurt Pink ซึ่งภายหลังจากได้รับรางวัล ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้กลายเป็นสินค้าขายดีของแบรนด์
- แบรินด์ทรอส ได้รับรางวัลจาก Konvy และ EVEANDBOY จากผลิตภัณฑ์ TROS Black Code Deo Rollon และ TROS Zinc Fuel Deo Shower Cream
- แบรินด์ไฟน์ไลน์ ได้รับรางวัลจาก Konvy สำหรับผลิตภัณฑ์ไฟน์ไลน์ ชักผ้า Plus Sunny Gold รุ่นขายดี และรางวัล Best Innovation Content Influencer Campaign จากงาน Thailand Influencer Awards สำหรับผลิตภัณฑ์ไฟน์ไลน์ ปรียบผ้านุ่ม Premium Soft สูตรลดขนสัตว์และฝุ่นติดผ้า
- แบรินด์ Vivite ได้รับรางวัลรวม 4 รางวัล จากแพรวสุดสัปดาห์ ครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวและโรลออน ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพของแบรนด์ แม้จะมีการทำการตลาดในระดับจำกัด
- แบรินด์ BeNice ได้รับรางวัลรวม 9 รางวัล จาก 7 สถาบัน โดยผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นคือ BeNice EXOBRIGHT Series ทั้งเซรั่มบำรุงผิวพร้อมกันแดด และชาเวอร์เจล ซึ่งใช้นวัตกรรมจากหัตถการ Exosome ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรู้จากผู้บริโภค เกิดการตลาดเองใช้ และได้รับความนิยมในปัจจุบัน
- แบรินด์ดีนี่ ได้รับรางวัลครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก อาทิ น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างขวดนม สบู่เหลวอาบน้ำสระ และทิชชูเปียก ซึ่งสะท้อนถึงความนิยมจากผู้ปกครอง รวมถึงคุณภาพและคุณสมบัติที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน
- นอกจากนี้ D-nee Deluxe ซึ่งเป็นแบรนด์ย่อยที่เปิดตัวไม่นาน สามารถคว้ารางวัล International Innovation Awards ที่นครเชียงใหม่ จากนวัตกรรมดกกลิ่นตามวัยในผลิตภัณฑ์ซักผ้า โดยบริษัทฯ เป็นรายแรกในประเทศไทยที่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในปี 2568

- บริษัทฯ มียอดขายผ่านช่องทาง Modern Trade ในสัดส่วน 51% โดยเป็นการจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีก คำส่ง ห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อรวมกันกว่า 20,000 จุด
- ยอดขายผ่านช่องทาง Traditional Trade อยู่ที่ 33% โดยบริษัทฯ แบ่งเป็นการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกขนาดใหญ่และขนาดกลาง ด้วยการขายตรงกับร้านค้ากว่า 900 ร้านค้า และช่องทางการขายให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็กผ่านผู้กระจายสินค้าภายในประเทศกว่า 22 ราย
- สำหรับช่องทางอื่น ๆ มีสัดส่วนยอดขาย 7% ประกอบด้วยร้านค้าออนไลน์ ร้านค้าพิเศษต่าง ๆ อาทิ ร้าน beauty store ร้านขายยา รวมถึงช่องทางการขายอื่น ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และร้านสะดวกซื้อ รวมกันมากกว่า 1,300 จุด



- ส่วนช่องทางการส่งออก มีสัดส่วน 9% โดยตั้งแต่ปี 2566 เป็นต้นมา บริษัทฯ มีประเทศในพอร์ตทั้งหมดรวม 27 ประเทศ และมียอดขายหลักในกลุ่มประเทศ CLMV

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้เสริมความแข็งแกร่งให้กับช่องทางการขายผ่านความร่วมมือกับ LaundryBar ร้านสะดวกซักอันดับ 1 ในอาเซียน ซึ่งมีสาขามากกว่า 300 แห่งทั่วประเทศไทย ภายใต้ความร่วมมือนี้ แบรินด์ไพนีไลน์ทำหน้าที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ดูแลผ้า 3 สูตร ได้แก่ ซัก ปรับ และฆ่าเชื้อ เพื่อใช้ในการให้บริการลูกค้าในทุกสาขาของร้านดังกล่าว ความร่วมมือนี้ช่วยเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง สร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์และสื่อ ณ จุดให้บริการ รวมถึงต่อยอดโอกาสในการขยายฐานลูกค้า โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่

ในปี 2568 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าประมาณ 25,000 ตันต่อปี เพื่อรองรับการเติบโตโดยมีอัตราการใช้กำลังการผลิต (Utilization rate) ของโรงงาน Household อยู่ที่ 70% และ Personal Care อยู่ที่ 78%

สำหรับโครงการขยายกำลังการผลิต Household Phase 1 บริษัทฯ คาดว่าจะเริ่มดำเนินการเชิงพาณิชย์ (Operation) ได้ทั้งหมดในไตรมาส 4 ปี 2569 อาคารโรงงานดังกล่าวมีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 38,000 ตารางเมตร มูลค่าการลงทุนรวมประมาณ 2,000 ล้านบาท แบ่งเป็นส่วนของอาคาร 1,000 ล้านบาท (อายุค่าเสื่อม 45.8 ปี) และส่วนของระบบสาธารณูปโภคและอื่น ๆ ประมาณ 1,000 ล้านบาท (อายุค่าเสื่อมเฉลี่ย 8-10 ปี) ทั้งนี้ การแบ่งการก่อสร้างเป็น 2 ระยะ (Phase) ช่วยให้บริษัทฯ สามารถประหยัดดอกเบี้ยได้ประมาณ 95 ล้านบาท และลดงบลงทุนลงได้ประมาณ 500 ล้านบาท ในช่วงปี 2569-2571

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิด “Innovation from Core to Care - คิดดีเพื่อโลก นวัตกรรมดีเพื่อคุณ” โดยสื่อสารผ่านไอคอน “NEO CARE” เพื่อสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดีในทุกมิติ

ตัวอย่างเป้าหมายและผลการดำเนินงานด้าน ESG ที่บริษัทฯ นำเสนอ ได้แก่ เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 20% ภายในปี 2573 โดย ณ สิ้นปี 2568 บริษัทฯ สามารถลดได้แล้ว 19.7%

- บริษัทลดการใช้ Virgin Plastic ได้ 24% ซึ่งบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 20%
- ความสามารถในการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่อยู่ที่ 82% จากเป้าหมาย 100% ภายในปี 2573 และมีการใช้บรรจุภัณฑ์จากเม็ดพลาสติกรีไซเคิลรวม 296 ตันในปี 2568

ในด้านธรรมาภิบาล บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ พร้อมมีการทบทวนนโยบายดังกล่าวเป็นประจำทุกปี และเผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ รวมถึงบรรจุเนื้อหาในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ เพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรด้านการต่อต้านการทุจริต

ทั้งนี้ ในเดือนมกราคม 2569 บริษัทฯ ได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) และอยู่ระหว่างการจัดทำข้อมูลเพื่อยื่นขอการรับรอง

จากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนในมิติ People, Planet และ Profit ส่งผลให้



บริษัทฯ ได้รับรางวัลและการรับรองต่าง ๆ ในปี 2568 เช่น

- CG Score ระดับ 4 ดาว (ดีมาก) ตั้งแต่ปีแรกที่เข้ารับการประเมิน และได้รับ ESG Rating ระดับ A จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- รางวัลด้านทรัพยากรบุคคลจาก HR Asia เช่น Best Companies to Work for และ Most Caring Company รวมถึงการได้รับการรับรองจาก สสส. ว่าเป็นองค์กรที่เป็นมิตรต่อครอบครัว
- การรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 5 (ระดับสูงสุด) จากกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งมีเพียง 0.16% ของโรงงานทั้งประเทศที่ได้รับระดับนี้

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับรางวัล Rising Star จาก Big C และรางวัลอันดับ 1 ยอดขายเติบโตสูงสุดในหมวดสินค้าในบ้านจาก TikTok ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพการเติบโตในอนาคต

สำหรับผลการดำเนินงานปี 2568 บริษัทฯ มียอดขายรวม 10,738 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.7% จากปีก่อน โดยกลุ่ม Household เติบโตแบบ double-digit ที่ 14.1% จากแบรนด์ดีฟีนีไลน์ รวมถึงการรับรู้รายได้จากแบรนด์ LovliTails

กลุ่ม Personal Care เติบโตจากครีมอาบน้ำและครีมบำรุงผิวแบรนด์บีบีไนซ์ รวมถึงการเริ่มรับรู้รายได้จากกลุ่ม Young Adult ภายใต้แบรนด์ D-nee

ขณะที่กลุ่ม Baby & Kids เติบโตชะลอลง จากปัจจัยตลาดและผลกระทบในกัมพูชา อย่างไรก็ตาม ยังได้รับการชดเชยบางส่วนจากการเติบโตในเวียดนาม และแบรนด์ D-nee Deluxe

รายได้ในประเทศเติบโต 7.7% ขณะที่รายได้ต่างประเทศลดลงเล็กน้อยจากผลกระทบดังกล่าว

กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 4,108 ล้านบาท ลดลง 9.2% จากต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นและค่าเสื่อมราคา ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 38.3%

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอยู่ที่ 3,353 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.1% จากกิจกรรมส่งเสริมการขาย แม้อัตราส่วนต่อยอดขายลดลงมาอยู่ที่ 31.2%

จากปัจจัยทั้งหมด ส่งผลให้กำไรส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 562 ล้านบาท ลดลง 44.2% คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) 5.2%

สำหรับงบแสดงฐานะทางการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

- บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 11,583 ล้านบาท เพิ่มขึ้น โดยมีสาเหตุหลักจากที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ รวมถึงเงินจ่ายล่วงหน้าค่าก่อสร้างที่เพิ่มขึ้น จากการก่อสร้างอาคารโรงงานเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต
- หนี้สินรวมอยู่ที่ 6,397 ล้านบาท เพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่มาจากเจ้าหนี้ค่าก่อสร้างและการซื้อสินทรัพย์สำหรับโครงการก่อสร้างอาคารโรงงานผลิตสินค้ากลุ่ม Household (Phase 1) และการเบิกเงินกู้ยืมงวดสุดท้ายเพื่อใช้เป็นเงินทุนในการก่อสร้างอาคารโรงงานผลิตสินค้ากลุ่ม Personal Care
- ส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 5,186 ล้านบาท เพิ่มขึ้น โดยมีสาเหตุหลักจากกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้น



- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 144 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้
- กระแสเงินสดได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานสุทธิ 673 ล้านบาท ประกอบด้วยกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนจำนวน 1,371 ล้านบาท เงินสดรับจากดอกเบี้ย 19 ล้านบาท ขณะที่มีการใช้เงินสดในเงินทุนหมุนเวียนสุทธิ 360 ล้านบาท ดอกเบี้ยจ่าย 105 ล้านบาท และภาษี 252 ล้านบาท
- กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนสุทธิ 376 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในโครงการขยายกำลังการผลิต ซึ่งบางส่วนได้รับการชำระด้วยเงินสดจากการถอนเงินฝากประจำที่บริษัทฯ นำไปลงทุนชั่วคราว
- กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินสดสุทธิ 322 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่เกิดจากการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาว และการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ สุทธิจากเงินสดรับจากการเบิกเงินกู้ยืมงวดสุดท้ายเพื่อใช้เป็นเงินลงทุนในโครงการขยายกำลังการผลิตของผลิตภัณฑ์ Personal Care
- ในปี 2568 บริษัทฯ มีอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว อยู่ที่ 1.0 เท่า และ 0.8 เท่า ตามลำดับ สะท้อนถึงสภาพคล่องที่อยู่ในระดับเพียงพอ และความสามารถในการบริหารจัดการสินทรัพย์หมุนเวียนเพื่อรองรับภาระหนี้ระยะสั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อยู่ในระดับต่ำที่ 1.2 เท่า และ 0.5 เท่า ตามลำดับ ซึ่งเป็นการรักษาระดับใกล้เคียงกับปีก่อนหน้า
- อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อยู่ที่ 11.2% และ 5.1% ตามลำดับ ปรับตัวลดลงจากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวสูง ส่งผลให้กำไรลดลง ขณะที่สินทรัพย์เพิ่มขึ้นจากการลงทุนในอาคารและอุปกรณ์เพื่อขยายกำลังการผลิต
- สำหรับวงจรเงินสดอยู่ที่ 64.7 วัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นเป็น 79.4 วัน เนื่องจากสัดส่วนยอดขายจากลูกค้ากลุ่ม Modern Trade ซึ่งมีระยะเวลาเครดิตยาวกว่ากลุ่มอื่น มีสัดส่วนเพิ่มขึ้น

ผู้ดำเนินการประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็น หรือ ชักถามปรากฏว่า มีผู้ถือหุ้นมีข้อซักถามดังนี้

**คำถามข้อที่ 1: คุณอรพินธ์ เรืองขจร (อาสาพิทักษ์สิทธิผู้ถือหุ้นจากสมาคมส่งเสริมนักลงทุนไทย)**

**ผู้ถือหุ้น:** ปัจจุบันสินค้าจากจีน โดยเฉพาะกลุ่มแฮนด์แบรนด์ ได้เข้ามาจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และแข่งขันในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค บริษัทมีกลยุทธ์ในการรักษาอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ให้อยู่ในระดับ 40-50% อย่างไร โดยไม่ต้องอาศัยการแข่งขันด้านราคา



**บริษัทฯ:** ขออนุญาตชี้แจงในประเด็นดังกล่าว สินค้าอุปโภคบริโภคจากประเทศจีนได้เข้ามาในตลาดประเทศไทยในระยะหนึ่งแล้ว อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ “Value for Money” หรือความคุ้มค่าระหว่างราคาและคุณภาพสินค้า

สำหรับบริษัท หากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพไม่อยู่ในระดับเดียวกัน จะไม่ถือเป็นคู่แข่งโดยตรง อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่ได้เพิกเฉยต่อสถานการณ์ดังกล่าว โดยมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้นในระดับราคาที่เหมาะสมกับสิ่งที่ผู้บริโภคจ่าย เพื่อสร้างความแตกต่างและความคุ้มค่า

ทั้งนี้ พบว่าสินค้าจากจีนในห้างสรรพสินค้ายังมีสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับช่องทางออนไลน์ และโดยทั่วไปคุณภาพของสินค้าจะสอดคล้องกับระดับราคา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในระยะยาว

**คำถามข้อที่ 2: คุณอรพินธ์ เรืองขจร (อาสาพิทักษ์สิทธิผู้ถือหุ้นจากสมาคมส่งเสริมนักลงทุนไทย)**

**ผู้ถือหุ้น:** จากเป้าหมายการขยายตลาดต่างประเทศของบริษัท ปัจจุบันสัดส่วนรายได้เป็นไปตามแผนหรือไม่ และบริษัทมีแผนจัดตั้งโรงงานผลิตในต่างประเทศภายในปี 2570 เพื่อช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งและภาษีนำเข้าหรือไม่

**บริษัทฯ:** ในส่วนของการส่งออก ต้องเรียนว่าผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยรายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทยังคงพึ่งพาดตลาดกลุ่ม CLMV และจากสถานการณ์ในประเทศกัมพูชา ส่งผลให้บริษัทไม่สามารถมียอดขายในประเทศดังกล่าว ตั้งแต่เดือนสิงหาคมที่ผ่านมา สำหรับปีปัจจุบัน บริษัทจึงมีมุมมองอย่างระมัดระวัง (Conservative) และยังไม่ได้ตั้งเป้าหมายยอดขายจากประเทศกัมพูชา ซึ่งอาจส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากการส่งออกมีการปรับตัวลดลง

สำหรับแผนการจัดตั้งโรงงานในต่างประเทศ บริษัทไม่ได้ละทิ้งโอกาสดังกล่าว และยังคงติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม สำหรับช่วงปี 2570 อาจยังเร็วเกินไปในการดำเนินการ เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจและปัจจัยแวดล้อมทั่วโลกยังมีความไม่แน่นอน จึงจำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ และอาจรอให้สถานการณ์มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นก่อนตัดสินใจลงทุน

**คำถามข้อที่ 3: คุณวัชรพงษ์ หุ่นศรีสกุล (ผู้ถือหุ้นเข้าประชุมด้วยตนเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** เมื่อปีที่ผ่านมา บริษัทได้เปิดตัวสินค้าในกลุ่มพรีเมียม ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีความคาดหวังสูงท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว จึงต้องการทราบว่าการเปิดตัวดังกล่าวประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด หรือเป็นเพียงประเด็นด้านจังหวะเวลา

**บริษัทฯ:** ขออนุญาตชี้แจงประเด็นดังกล่าวในวาระที่ 8

**คำถามข้อที่ 4: คุณวัชรพงษ์ หุ่นศรีสกุล (ผู้ถือหุ้นเข้าประชุมด้วยตนเอง)**



**ผู้ถือหุ้น:** จากสถานการณ์ต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นในปีที่ผ่านมา ส่งผลให้กำไรและอัตรากำไรขั้นต้นลดลง ขณะที่ในปียังมีปัจจัยด้านสงครามและต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นเพิ่มเติม จึงต้องการทราบว่าบริษัทจะสามารถผลักดันต้นทุนไปยังราคาสินค้าได้มากน้อยเพียงใด และสถานการณ์จะมีความรุนแรงเพียงใด

**บริษัทฯ:** ขออนุญาตชี้แจงประเด็นดังกล่าวในวาระที่ 8

**คำถามข้อที่ 5: คุณสุภศักดิ์ จุลละสร (ผู้ถือหุ้นเข้าประชุมด้วยตนเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** จากการที่บริษัทสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้ สังเกตว่ามีการจัดโปรโมชั่นในระดับค่อนข้างสูง เช่น การจัดรายการซื้อ 1 แถม 1 ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกำไร บริษัทมีแผนดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าวต่อเนื่องในระยะยาวหรือไม่

**บริษัทฯ:** ในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจมีความผันผวน บริษัทมักสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้ โดยมีปัจจัยหลักมาจากความคุ้มค่า (Value for Money) ทั้งนี้ การจัดโปรโมชั่นในระดับสูงไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะบริษัทเท่านั้น แต่คู่แข่งในตลาดก็มีการดำเนินกลยุทธ์ในลักษณะเดียวกัน

แม้ว่าการทำโปรโมชั่นอาจส่งผลกระทบต่อกำไรในระยะสั้น แต่เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการทุกรายในอุตสาหกรรม เนื่องจากผู้ค้าปลีกมีความต้องการกระตุ้นปริมาณลูกค้า (Traffic) ผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

อย่างไรก็ตาม บริษัทพบว่าการดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าวช่วยให้สามารถเข้าถึงลูกค้าใหม่ และขยายฐานผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อยอดขายพื้นฐาน (Baseline) ในระยะยาว ทั้งนี้ ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อกำไรอย่างมีนัยสำคัญยังคงเป็นต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นในตลาดโลก

**คำถามข้อที่ 6: คุณสุภศักดิ์ จุลละสร (ผู้ถือหุ้นเข้าประชุมด้วยตนเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** หากในอนาคตบริษัทให้ความสำคัญกับกำไรมากขึ้นและชะลอการเติบโตของยอดขาย กำลังการผลิตที่ลงทุนไว้จะกลายเป็นภาระหรือไม่

**บริษัทฯ:** บริษัทขอชี้แจงในประเด็นดังกล่าวว่า ในขณะที่บริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง การลงทุนเพิ่มและการเตรียมกำลังการผลิต (Capacity) เป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับแผนการเติบโต อย่างไรก็ตาม หากในอนาคตมีการเปลี่ยนแปลง บริษัทมีแนวทางในการบริหารจัดการกำลังการผลิตที่ได้ลงทุนไปอย่างเหมาะสม

โดยการวางแผนด้านกำลังการผลิตของบริษัทอ้างอิงจากการคาดการณ์ยอดขาย (Forecast) เป็นหลัก กล่าวคือ บริษัทจะประเมินระดับยอดขายในอนาคตก่อนกำหนดระดับกำลังการผลิตที่เหมาะสม ซึ่งแนวทางดังกล่าวมีความยืดหยุ่น (Flexible)

ทั้งนี้ ในช่วงที่ผ่านมา บริษัทได้มีการปรับแผนการลงทุนบางส่วน เช่น การเลื่อนโครงการอาคารโรงงานกลุ่ม Household ระยะที่ 2 เพื่อให้ระดับการใช้กำลังการผลิต (Utilization) สอดคล้องกับยอดขายที่คาดการณ์ไว้มากที่สุด



สำหรับตัวเลขอัตราการใช้กำลังการผลิตที่มีการสื่อสารนั้น เป็นค่าเฉลี่ย (Average) และค่า Baseline เพื่อใช้เป็นกรอบในการทำความเข้าใจร่วมกัน อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินงานจริง ปริมาณการผลิตและยอดขายอาจมีความผันผวนในแต่ละช่วงเวลา เช่น รายเดือน ซึ่งจำเป็นต้องมีการเผื่อกำลังการผลิตไว้เพื่อรองรับช่วงที่ความต้องการของตลาดเพิ่มสูงขึ้น

บริษัทฯ ยืนยันว่ามีการติดตามและบริหารจัดการกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง และหากมีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ บริษัทจะมีการสื่อสารให้ผู้ถือหุ้นทราบอย่างชัดเจนต่อไป

**คำถามข้อที่ 7: คุณสุภศักดิ์ จุลละสร (ผู้ถือหุ้นเข้าประชุมด้วยตนเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** ในประเด็นด้านผลิตภัณฑ์ เห็นว่าบริษัทมีการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง จึงไม่ได้มีความกังวลในส่วนนี้มากนัก โดยจากประสบการณ์ส่วนตัวในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น แป้งเอนเวอร์ชั่นส์ พบว่ามีคุณภาพที่ดี จึงเห็นว่าบริษัทควรสื่อสารและสร้างการรับรู้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม สำหรับลูกค้าใหม่ อาจพบอุปสรรคในการใช้งานบางประการ เช่น กรณีครีมอาบน้ำปีในซีที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบหัวปั๊ม ซึ่งมีความยากในการเปิดใช้งาน เนื่องจากไม่มีคำแนะนำหรือสัญลักษณ์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีการเปิด เช่น การหมุนหรือกด จึงขอเสนอให้บริษัทพิจารณาปรับปรุงการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความเข้าใจและประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้ใหม่ โดยเฉพาะในช่วงที่บริษัทมีกลยุทธ์ในการขยายฐานลูกค้า

**บริษัทฯ:** บริษัทขอขอบคุณสำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการโปรโมทสินค้า และแนวทางการสื่อสารวิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคครั้งแรก (First-time users) ซึ่งถือเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง บริษัทให้ความสำคัญกับเสียงสะท้อนจากผู้บริโภค และจะนำข้อเสนอแนะดังกล่าวไปพิจารณาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการสื่อสารและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยในกรณีหัวปั๊มที่กล่าวถึง บริษัทจะนำไปตรวจสอบและปรับปรุงต่อไป

**คำถามข้อที่ 8: คุณประเสริฐ เสวีกุล (ผู้ถือหุ้นเข้าประชุมด้วยตนเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** บริษัทสามารถระบุได้หรือไม่ว่ายอดขายแต่ละระดับ 1,000 ล้านบาทเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. ไດ เนื่องจากทราบข้อมูลช่วงที่เติบโตจาก 5,000 ล้านบาทเป็น 10,000 ล้านบาท ซึ่งใช้ระยะเวลา 7 ปี จึงต้องการทราบช่วงการเติบโตจาก 1,000 ล้านบาทไปสู่ 5,000 ล้านบาท

**บริษัทฯ:** บริษัทขออภัยที่ไม่สามารถระบุปี พ.ศ. ที่แน่ชัดได้ อย่างไรก็ตาม ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง บริษัทมียอดขายประมาณ 750 ล้านบาท และหลังจากนั้นไม่นาน บริษัทสามารถเติบโตจนมียอดขายถึงระดับ 1,000 ล้านบาทได้

**หมายเหตุ:** วาระนี้เป็นวาระเพื่อรับทราบ จึงไม่มีการลงคะแนนเสียง

วาระที่ 2

พิจารณาอนุมัติงบการเงินรวมของบริษัทฯ สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568

ผู้ดำเนินการประชุมชี้แจงว่า เพื่อให้เป็นไปตามมาตรา 112 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) (“พ.ร.บ. บริษัทมหาชน”) และข้อบังคับบริษัทข้อที่ 40 ซึ่งกำหนดให้บริษัทฯ ต้องจัดทำงบการเงินและบัญชีกำไรขาดทุน ณ วันสิ้นสุดของรอบปีบัญชีของบริษัทฯ เสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้จัดทำงบฐานะการเงิน สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย 2 ซึ่งมีสาระสำคัญได้ตามข้อมูลที่ปรากฏด้านล่าง โดยงบฐานะการเงิน ได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีจาก บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด (“EY”) และได้ผ่านการสอบทานจากคณะกรรมการตรวจสอบ และได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทแล้ว

รายการ	งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะกิจการ
สินทรัพย์รวม	11,583,177,552	8,942,657,729
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	2,578,991,918	3,542,417,653
สินค้าคงคลัง (สินค้าคงเหลือ)	1,062,286,491	666,407,033
หนี้สินรวม	6,396,788,572	4,546,134,152
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	3,071,930,383	3,374,370,013
ส่วนของผู้ถือหุ้น	5,186,388,980	4,396,523,577
รายได้รวม	10,796,306,781	11,096,757,283
ค่าใช้จ่ายรวม	9,982,857,452	10,482,515,948
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	813,449,329	614,241,335
กำไรสุทธิ	571,441,771	514,222,416
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	672,841,230	112,196,573
เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน	(376,004,913)	631,983,024
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน	(322,614,444)	(755,419,261)

ผู้ดำเนินการประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็น หรือ ชักถามปรากฏว่า มีผู้ถือหุ้นมีข้อซักถาม ดังนี้

**คำถามข้อที่ 1: คุณอรพินธ์ เรืองขจร (อาสาพิทักษ์สิทธิผู้ถือหุ้นจากสมาคมส่งเสริมนักลงทุนไทย)**

**ผู้ถือหุ้น:** จากหมายเหตุประกอบงบการเงินในส่วนของภาษีเงินได้ หรืออัตราภาษีที่แท้จริง ซึ่งระบุว่าบริษัทมีภาระภาษีต่ำกว่า 20% จากสิทธิประโยชน์ BOI จึงต้องการทราบว่ามีสิทธิ



ประโยชน์ดังกล่าวสำหรับโรงงานหรือสายการผลิตจะสิ้นสุดเมื่อใด และบริษัทมีแผนรองรับเพื่อรักษาระดับกำไร (Bottom line) อย่างไรเมื่อสิทธิประโยชน์สิ้นสุดลง

**บริษัทฯ:** บริษัทขอเรียนชี้แจงว่า เหตุผลในประเด็นดังกล่าวไม่ได้ปรากฏอยู่ในงบการเงินของบริษัท เนื่องจากบริษัทไม่ได้รับสิทธิประโยชน์จาก BOI แต่อย่างใด จึงอาจเกิดความคลาดเคลื่อนในการอ้างอิงข้อมูล

**คำถามข้อที่ 2: คุณอรพินธ์ เรืองขจร (อาสาพิทักษ์สิทธิผู้ถือหุ้นจากสมาคมส่งเสริมนักลงทุนไทย)**

**ผู้ถือหุ้น:** ขอสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการขายและโฆษณาในปี 2568 ว่าคิดเป็นสัดส่วนเท่าใดของยอดขาย และบริษัทมีแนวทางใช้งบประมาณดังกล่าวเพื่อสร้างแบรนด์ในระยะยาว หรือเพื่อกระตุ้นยอดขายในระยะสั้นเป็นหลัก

**บริษัทฯ:** ค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาและส่งเสริมการขายอยู่ที่ประมาณ 10% ของยอดขาย โดยงบประมาณดังกล่าวแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ใช้เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) เพื่อสนับสนุนยอดขายในระยะยาว และส่วนที่ใช้ในการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

**คำถามข้อที่ 3: คุณดิศวรรณธ์ เตณ์ไพศาล (ผู้ถือหุ้นเข้าประชุมด้วยตนเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** ขอสอบถามเพิ่มเติมว่าสามารถแจกแจงสัดส่วนระหว่างค่าโฆษณาและค่าส่งเสริมการขายได้หรือไม่ และในสถานการณ์ที่ต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น บริษัทมีความสามารถในการปรับลดค่าใช้จ่ายส่วนใดได้มากน้อยเพียงใด

**บริษัทฯ:** บริษัทขออนุญาตไม่เปิดเผยรายละเอียดการแยกสัดส่วนระหว่างค่าโฆษณาและค่าส่งเสริมการขาย อย่างไรก็ตาม สามารถชี้แจงในภาพรวมได้ว่ายังคงอยู่ในระดับประมาณ 10% ของยอดขายตามที่เปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับการบริหารค่าใช้จ่ายภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาระดับยอดขายเป็นหลัก และมีการปรับลดค่าใช้จ่ายด้านโฆษณา (Advertising) ในระดับที่เหมาะสม ขณะที่ยังคงรักษาสมดุลเพื่อไม่ให้เกิดกระทบต่อความแข็งแกร่งของแบรนด์ในระยะยาว

**ผู้ถือหุ้น:** สามารถเข้าใจได้หรือไม่ว่าค่าโฆษณามีความยืดหยุ่นในการปรับลดได้มากกว่าค่าส่งเสริมการขาย

**บริษัทฯ:** ถูกต้อง

**ผู้ถือหุ้น:** บริษัทพอจะสามารถประเมินได้หรือไม่ว่าการปรับลดดังกล่าวจะอยู่ในระดับกี่เปอร์เซ็นต์ของยอดขาย

**บริษัทฯ:** ในปัจจุบันยังไม่สามารถระบุเป็นตัวเลขที่ชัดเจนได้ เนื่องจากยอดขายยังมีความผันผวน อย่างไรก็ตาม บริษัทอยู่ระหว่างการติดตามและประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิด



**มติที่ประชุม** ที่ประชุมมีมติอนุมัติงบแสดงฐานะทางการเงิน และบัญชีกำไรขาดทุนประจำปี 2568 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีรายละเอียดตามที่เสนอทุกประการ ด้วยคะแนนเสียง ดังนี้

มติที่ลง	จำนวนเสียงที่ลงมติ (1 หุ้น = 1 เสียง)	ร้อยละของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุม และออกเสียงลงคะแนน
เห็นด้วย	236,448,634	100.0000
ไม่เห็นด้วย	0	0.000
งดออกเสียง	0	0.000
บัตรเสีย	0	0.000
<b>รวม</b>	<b>236,448,634</b>	<b>100.0000</b>

**หมายเหตุ:** มติในวาระนี้จะต้องได้รับการอนุมัติด้วยคะแนนเสียงข้างมากของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและออกเสียงลงคะแนน

**วาระที่ 3 พิจารณานุมัติการจ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานและการจัดสรรกำไรจากผลการดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 เป็นทุนสำรองตามกฎหมาย**

ผู้ดำเนินการประชุมชี้แจงต่อที่ประชุมว่า ตามมาตรา 115 แห่งพ.ร.บ. บริษัทมหาชน และข้อบังคับบริษัทข้อที่ 45 กำหนดห้ามมิให้บริษัทฯ จ่ายเงินปันผลจากเงินประเภทอื่นนอกจากเงินกำไร ในกรณีที่บริษัทฯ ยังมียอดขาดทุนสะสมอยู่ ห้ามมิให้จ่ายเงินปันผล และการจ่ายเงินปันผลนั้นให้แบ่งตามจำนวนหุ้น หุ้นละเท่า ๆ กัน เว้นแต่ในกรณีที่บริษัทฯ ออกหุ้นบุริมสิทธิและกำหนดให้หุ้นบุริมสิทธิได้รับเงินปันผลแตกต่างจากหุ้นสามัญ ให้จัดสรรเงินปันผลตามที่กำหนดไว้ โดยการจ่ายเงินปันผลต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ มาตรา 116 แห่งพ.ร.บ. บริษัทมหาชน และข้อบังคับบริษัท ข้อ 47 กำหนดว่า บริษัทฯ ต้องจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีส่วนหนึ่งไว้เป็นทุนสำรองไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิประจำปีหักด้วยยอดเงินขาดทุนสะสมยกมา (ถ้ามี) จนกว่าทุนสำรองจะมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียน

บริษัทฯ มีนโยบายจ่ายเงินปันผลจากกำไรของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิของงบการเงินเฉพาะกิจการภายหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล และการจัดสรรทุนสำรองต่าง ๆ ทุกประเภทตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายที่เกี่ยวข้องและข้อบังคับบริษัท และภาวะผูกพันตามเงื่อนไขของสัญญาทางการเงิน (ถ้ามี) ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวจะไม่เกินกำไรสะสมที่ปรากฏในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ

จากผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทฯ ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาแล้วมีมติให้เสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณานุมัติการจ่ายเงินปันผลสำหรับปี 2568 ในอัตราหุ้นละ 1.35 บาท รวมเป็นเงินประมาณ 405,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 78.76 ของกำไรสุทธิประจำปี 2568 ซึ่งสอดคล้องกับ



นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ โดยกำหนดวันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิได้รับเงินปันผล (Record Date) ในวันที่ 6 พฤษภาคม 2569 และมีกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 21 พฤษภาคม 2569 รายละเอียดข้อมูลเปรียบเทียบการจ่ายปันผลในปีที่ผ่านมาดังนี้

รายละเอียดการจ่ายเงินปันผล	ปี 2569 (ปีที่เสนอ)	ปี 2568
1. กำไรสุทธิของบริษัทฯ (งบเฉพาะกิจการ) (บาท)	514,222,416	883,155,486
2. เงินปันผลจ่าย (บาท/หุ้น)	1.35	1.35
3. รวมเงินปันผลจ่ายทั้งสิ้น (บาท)	405,000,000	405,000,000
4. อัตราการจ่ายเงินปันผลเทียบกับกำไรสุทธิของบริษัทฯ (ร้อยละ)	78.76	45.86

ทั้งนี้ เนื่องจากทุนสำรองตามกฎหมายของบริษัทมีจำนวนครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว บริษัทจึงไม่ต้องจัดสรรกำไรสุทธิเป็นทุนสำรองตามกฎหมาย

คณะกรรมการได้พิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ และเห็นควรเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติการจ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานปี 2568 ให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 1.35 บาท

ผู้ดำเนินการประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็น หรือ ชักถามปรากฏว่า มีผู้ถือหุ้นมีข้อซักถามดังนี้

**คำถามข้อที่ 1: คุณสุศักดิ์ จุลละสร (ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตัวเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** ขออนุญาตแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการจ่ายเงินปันผล โดยทั่วไปบริษัทสามารถคืนผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นได้ทั้งในรูปแบบเงินปันผลหรือการซื้อหุ้นคืน เมื่อราคาหุ้นอยู่ในระดับที่เหมาะสม สำหรับบริษัทซึ่งเพิ่งเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ไม่นาน อาจยังอยู่ในช่วงที่ต้องใช้เงินลงทุนในการขยายธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ในระยะ 3-4 ปีข้างหน้า อาจพิจารณากำหนดนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้มีความสม่ำเสมอ (Stable) โดยมีการกันสำรอง (Buffer) ไว้บางส่วน เพื่อเปิดโอกาสในการใช้เงินดังกล่าวสำหรับการซื้อหุ้นคืนในช่วงที่ราคาหุ้นอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งอาจเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทและผู้ถือหุ้น

**บริษัทฯ:** รับทราบ และขอขอบคุณสำหรับความคิดเห็น

**คำถามข้อที่ 2: คุณปฐมัน บุรณะสิน (ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตัวเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** จากการเสนอจ่ายเงินปันผลในอัตรา 1.35 บาทต่อหุ้น ทั้งที่กำไรในปีที่ผ่านมาปรับตัวลดลง และยังมีแผนการลงทุนจำนวนมาก จึงต้องการทราบว่า การจ่ายเงินปันผลในระดับดังกล่าวเป็นนโยบายระยะยาวหรือเป็นข้อผูกพัน (Commitment) ต่อผู้ถือหุ้นหรือไม่



**บริษัทฯ:** บริษัทมีความตั้งใจในการดูแลผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น และภายใต้ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง บริษัทสามารถเสนอจ่ายเงินปันผลในอัตรา 1.35 บาทต่อหุ้นได้ อย่างไรก็ตาม ระดับเงินปันผลดังกล่าวไม่ถือเป็นข้อผูกพัน (Commitment) ในระยะยาว แต่เป็นการสะท้อนถึงความตั้งใจของบริษัทในการจ่ายเงินปันผลอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ การกำหนดอัตราเงินปันผลในปีดังกล่าวถือเป็นกรณีพิเศษ โดยบริษัทได้พิจารณาอย่างรอบคอบจากสถานะเศรษฐกิจที่มีความท้าทาย และมีความตั้งใจที่จะสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น พร้อมทั้งสะท้อนความเชื่อมั่นของบริษัทต่อศักยภาพในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

**คำถามข้อที่ 3: คุณประเสริฐ เสวีกุล (ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตัวเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** ขอขอบคุณบริษัทที่ให้ความสำคัญทั้งด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชน และผู้ถือหุ้นอย่างสมดุล พร้อมทั้งเสนอแนะว่า หากบริษัทสามารถรักษาระดับเงินปันผลได้ อาจพิจารณาปรับเพิ่มเล็กน้อย เช่น จาก 1.35 บาท เป็น 1.36 บาทต่อหุ้น เพื่อสะท้อนแนวโน้มการเติบโตของเงินปันผล ซึ่งอาจช่วยดึงดูดนักลงทุนระยะยาว โดยเฉพาะกองทุนต่าง ๆ

**บริษัทฯ:** รับทราบ และขอขอบคุณสำหรับความคิดเห็น

**คำถามข้อที่ 4: คุณดิศวรนนท์ เด่นไพศาล (ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตัวเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** ในกรณีที่ภาวะเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวย และกำไรต่อหุ้นต่ำกว่าระดับเงินปันผลที่ 1.35 บาท บริษัทมีแนวโน้มที่จะจ่ายเงินปันผลในอัตราที่สูงกว่า 100% ของกำไรหรือไม่ เพื่อรักษาระดับเงินปันผลดังกล่าว

**บริษัทฯ:** ในฐานะกรรมการอิสระ หากพิจารณาแล้วว่ากำไรของบริษัทต่ำกว่าระดับเงินปันผลที่เสนอที่ 1.35 บาทต่อหุ้น เห็นว่าควรพิจารณาปรับลดอัตราเงินปันผลลง เนื่องจากการจ่ายเงินปันผลในระดับที่สูงกว่ากำไรอาจไม่เหมาะสม

ทั้งนี้ บริษัทอยู่ในช่วงการเติบโตและยังมีแผนการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าโครงการระยะที่ 2 จะมีการชะลอออกไปในปัจจุบัน แต่เมื่อกำลังการผลิต (Capacity) ถึงระดับหนึ่ง บริษัทอาจมีความจำเป็นต้องกลับมาพิจารณาการลงทุนเพื่อขยายเพิ่มเติมในอนาคต ดังนั้น การบริหารเงินทุนควรคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการจ่ายผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้น และการรองรับการเติบโตของบริษัทในระยะยาว

**มติที่ประชุม** ที่ประชุมมีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงาน ประจำปี 2568 โดยมีรายละเอียดตามที่เสนอทุกประการ ด้วยคะแนนเสียง ดังนี้

มติที่ลง	จำนวนเสียงที่ลงมติ (1 หุ้น = 1 เสียง)	ร้อยละของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและออกเสียงลงคะแนน
เห็นด้วย	236,448,634	100.0000
ไม่เห็นด้วย	0	0.0000



มติที่ลง	จำนวนเสียงที่ลงมติ (1 หนึ่ง = 1 เสียง)	ร้อยละของผู้ถือหุ้นซึ่งมา ประชุมและออกเสียงลงคะแนน
งดออกเสียง	0	0.0000
บัตรเสีย	0	0.0000
รวม	236,448,634	100.0000

หมายเหตุ: มติในวาระนี้จะต้องได้รับการอนุมัติด้วยคะแนนเสียงข้างมากของผู้ถือหุ้น  
ซึ่งมาประชุมและออกเสียงลงคะแนน

#### วาระที่ 4 พิจารณานุมัติการเลือกตั้งกรรมการแทนกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งตามวาระ

ผู้ดำเนินการประชุมชี้แจงต่อที่ประชุมว่า เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี กรรมการที่ต้อง  
ออกจากตำแหน่งตามวาระในปีนี้จะขอออกจากห้องประชุมเป็นการชั่วคราว จนกว่าการออกเสียง  
ลงคะแนนจะเสร็จสิ้น

เพื่อให้เป็นไปตามมาตรา 71 แห่งพ.ร.บ. บริษัทมหาชน และข้อบังคับบริษัทข้อที่ 18 ซึ่งกำหนดให้มีกรรมการ  
ออกจากตำแหน่งในอัตราหนึ่งในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมดในการประชุมสามัญประจำปีทุกครั้ง โดย  
กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งอาจได้รับเลือกให้กลับเข้ามารับตำแหน่งอีกได้ และในปี 2569 มีกรรมการที่  
ครบกำหนดออกตามวาระจำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. นายสุทธิเดช ฤกษ์ศรี ตำแหน่ง กรรมการ
2. นางสาวนิชมน ฤกษ์ศรี ตำแหน่ง กรรมการ
3. นายอมรศักดิ์ พิมาณทิพย์ ตำแหน่ง กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ

บริษัทฯ ได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถเสนอรายชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาคัดเลือกเป็นกรรมการ  
ล่วงหน้า ในระหว่างวันที่ 20 ตุลาคม 2568 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยเผยแพร่รายละเอียดผ่านเว็บไซต์  
ของบริษัทฯ และระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แต่ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอรายชื่อบุคคล  
ใดเพื่อรับคัดเลือกเป็นกรรมการ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้ดำเนินการตามหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหา  
โดยได้พิจารณาถึงความเหมาะสมตามองค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท ทั้งในด้านคุณสมบัติ ความรู้  
ความสามารถ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ โดยคณะกรรมการสรร  
หาและกำหนดค่าตอบแทน (โดยกรรมการที่มีส่วนได้เสียไม่ได้ร่วมพิจารณาและลงมติ) ได้เสนอให้แต่งตั้ง  
กรรมการทั้ง 3 ท่าน กลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกวาระหนึ่ง ได้แก่

1. นายสุทธิเดช ฤกษ์ศรี ตำแหน่ง กรรมการ
2. นางสาวนิชมน ฤกษ์ศรี ตำแหน่ง กรรมการ
3. นายอมรศักดิ์ พิมาณทิพย์ ตำแหน่ง กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ



ทั้งนี้ บุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อแต่งตั้งเป็นกรรมการทุกท่านผ่านกระบวนการคัดกรองและพิจารณาอย่างรอบคอบระมัดระวังของคนคณะกรรมการบริษัทแล้วว่ายังคงมีคุณสมบัติเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญอันหลากหลายที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ตลอดจนมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามพ.ร.บ. บริษัทมหาชน และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) ตลอดจนประกาศที่เกี่ยวข้องรวมถึงสามารถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และถูกต้องตามหลักบรรษัทภิบาล สามารถอุทิศเวลาและความสามารถเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายจึงเหมาะสมที่จะดำรงตำแหน่งกรรมการ

นอกจากนี้ สำหรับผู้ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการอิสระ ก็เป็นผู้ที่มีคุณสมบัติความเป็นกรรมการอิสระตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“สำนักงาน ก.ล.ต.”) สามารถให้ความเห็นได้อย่างเป็นอิสระและเป็นไปตามเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และมีความเหมาะสมที่จะดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท และเมื่อนับรวมระยะเวลาที่จะดำรงตำแหน่งของ นายอมรศักดิ์ พิमानทิพย์ จนครบวาระนี้แล้ว มีจำนวนทั้งสิ้น 3 ปี ซึ่งยังไม่เกินกว่า 9 ปีต่อเนื่องกัน

ดังนั้นคณะกรรมการบริษัทจึงเห็นสมควรเสนอให้ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นพิจารณาแต่งตั้ง นายสุทธิเดช ธกกลศรี, นางสาวณิชนน ธกกลศรี และ นายอมรศักดิ์ พิमानทิพย์ กลับเข้าเป็นกรรมการและกรรมการชุดย่อยต่อไปอีกวาระหนึ่ง

ผู้ดำเนินการประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็น หรือ ชักถามปรากฏว่า ไม่มีผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็นหรือชักถามใด ๆ จึงได้เสนอให้ที่ประชุมพิจารณาและอนุมัติเรื่องดังกล่าว

**มติที่ประชุม** ที่ประชุมมีมติอนุมัติการแต่งตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ต้องพ้นจากตำแหน่งตามวาระจำนวน 3 ราย คือ (1) นายสุทธิเดช ธกกลศรี (2) นางสาวณิชนน ธกกลศรี และ (3) นายอมรศักดิ์ พิमानทิพย์ กลับเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการอีกวาระหนึ่ง โดยมีรายละเอียดตามที่เสนอทุกประการ ด้วยคะแนนเสียง ดังนี้

**4.1. นายสุทธิเดช ธกกลศรี**

มติดีลัง	จำนวนเสียงที่ลงมติ (1 หุ้น = 1 เสียง)	ร้อยละของผู้ถือหุ้น ซึ่งมาประชุมและออก เสียงลงคะแนน
เห็นด้วย	221,910,134	93.8513
ไม่เห็นด้วย	14,538,500	6.1487
งดออกเสียง	0	0.0000
บัตรเสีย	0	0.0000
<b>รวม</b>	<b>236,448,634</b>	<b>100.0000</b>



4.2. นางสาวณิชนน ถกกลศรี

มติดีที่ลง	จำนวนเสียงที่ลงมติ (1 หุ้น = 1 เสียง)	ร้อยละของผู้ถือหุ้น ซึ่งมาประชุมและ ออกเสียงลงคะแนน
เห็นด้วย	236,448,634	100.0000
ไม่เห็นด้วย	0	0.0000
งดออกเสียง	0	0.0000
บัตรเสีย	0	0.0000
รวม	236,448,634	100.0000

4.3. นายอมรศักดิ์ พิมาณทิพย์

มติดีที่ลง	จำนวนเสียงที่ลงมติ (1 หุ้น = 1 เสียง)	ร้อยละของผู้ถือหุ้นซึ่งมา ประชุมและออกเสียง ลงคะแนน
เห็นด้วย	236,448,634	100.0000
ไม่เห็นด้วย	0	0.0000
งดออกเสียง	0	0.0000
บัตรเสีย	0	0.0000
รวม	236,448,634	100.0000

หมายเหตุ: มติในวาระนี้จะต้องได้รับการอนุมัติด้วยคะแนนเสียงข้างมาก  
ของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและออกเสียงลงคะแนน

วาระที่ 5 พิจารณานุมัติการกำหนดค่าตอบแทนคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย ประจำปี 2569

ผู้ดำเนินการประชุมชี้แจงว่า เพื่อให้เป็นไปตามมาตรา 90 แห่งพ.ร.บ. บริษัทมหาชน และข้อบังคับบริษัทข้อ  
ที่ 23 ซึ่งกำหนดว่ากรรมการบริษัทมีสิทธิได้รับค่าตอบแทนกรรมการจากบริษัทในรูปของเงินรางวัล  
เบี้ยประชุม บำเหน็จ โบนัส หรือผลประโยชน์ตอบแทนในลักษณะอื่น ตามที่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นจะพิจารณา  
และลงมติด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสองในสาม (2/3) ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุม  
คณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน ได้พิจารณากำหนดค่าตอบแทนกรรมการให้สอดคล้องกับ  
ผลประกอบการของบริษัท และหน้าที่ความรับผิดชอบ ซึ่งค่าตอบแทนดังกล่าวจะอยู่ในระดับที่เหมาะสม  
เทียบเคียงได้กับบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมทั้งเพียงพอที่จะจูงใจและรักษา  
กรรมการที่มีคุณภาพไว้กับบริษัท โดยคณะกรรมการให้เสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณานุมัติค่าตอบแทน  
ปี 2569 ของคณะกรรมการและกรรมการชุดย่อยเปรียบเทียบกับปี 2568 โดยมีรายละเอียด ดังนี้



1) ค่าเบี้ยประชุม	ปี 2569 (ปีที่เสนอ)	ปี 2568
(บาท/คน/การประชุม)		
ประธานกรรมการบริษัท	50,000	50,000
รองประธานกรรมการบริษัท	45,000	45,000
กรรมการบริษัท	40,000	40,000
ประธานกรรมการตรวจสอบ	50,000	50,000
กรรมการตรวจสอบ	40,000	40,000
ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	50,000	50,000
กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	40,000	40,000
2) ค่าตอบแทนรายเดือน	ปี 2569 (ปีที่เสนอ)	ปี 2568
(บาท/คน/เดือน)		
ประธานกรรมการบริษัท	30,000	30,000
รองประธานกรรมการบริษัท	20,000	20,000
กรรมการบริษัท	15,000	15,000
ประธานกรรมการตรวจสอบ	20,000	20,000
กรรมการตรวจสอบ	15,000	15,000
ประธานกรรมการสรรหาฯ	20,000	20,000
กรรมการสรรหาฯ	15,000	15,000
3) ค่าตอบแทนอื่น ๆ (ทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน)	ไม่มี	ไม่มี

**\*หมายเหตุ :**

- 1) กรณีที่เดือนใดมีเหตุจำเป็นให้มีการประชุมมากกว่า 1 ครั้ง กำหนดให้มีการจ่ายค่าเบี้ยประชุมเพียงครั้งเดียว
- 2) การจ่ายค่าตอบแทนรายเดือน กรณีกรรมการลาออกระหว่างเดือน บริษัทฯ จะพิจารณาจ่ายค่าตอบแทนโดยคำนวณสัดส่วนตามระยะเวลาจริงที่กรรมการท่านนั้นดำรงตำแหน่งในบริษัทฯ
- 3) กรณีที่กรรมการดำรงตำแหน่งในคณะกรรมการบริษัทมากกว่าหนึ่งคณะ บริษัทฯ จะพิจารณาจ่ายค่าเบี้ยประชุมและค่าตอบแทนรายเดือน ตามจำนวนของตำแหน่งที่กรรมการท่านนั้นดำรงอยู่

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทพิจารณาแล้วเห็นชอบกับข้อเสนอของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนว่า ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสมควรอนุมัติค่าตอบแทนคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย



ประจำปี 2569 เนื่องจากค่าตอบแทนดังกล่าวอยู่ในระดับที่เหมาะสม เทียบเคียงได้กับบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมทั้งเพียงพอที่จะจูงใจและรักษากรรมการที่มีคุณภาพไว้กับบริษัท ปრაกฏตามสิ่งที่ส่งมาด้วย 4 ของหนังสือเชิญประชุมที่บริษัทได้ส่งให้ผู้ถือหุ้นแล้ว

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทเห็นสมควรกำหนดวงเงินค่าตอบแทนคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชดเชยของบริษัทรายปี 2569 ภายในวงเงินไม่เกิน 6,000,000 บาท (หกล้านบาทถ้วน) ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จ่ายค่าตอบแทนคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชดเชยอื่น ๆ เป็นเงินจำนวนรวมทั้งสิ้น 5,245,000 บาท

ผู้ดำเนินการประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็น หรือ ชักถามปรากฏว่า ไม่มีผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็นหรือชักถามใด ๆ จึงได้เสนอให้ที่ประชุมพิจารณาและอนุมัติเรื่องดังกล่าว

**มติที่ประชุม** ที่ประชุมมีมติอนุมัติการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ และคณะกรรมการชดเชยของบริษัทรายปี 2569 โดยมีรายละเอียดตามที่เสนอทุกประการ ด้วยคะแนนเสียง ดังนี้

มติที่ลง	จำนวนเสียงที่ลงมติ (1 หุ้น = 1 เสียง)	ร้อยละของผู้ถือหุ้น ซึ่งมาประชุม
เห็นด้วย	236,448,634	100.0000
ไม่เห็นด้วย	0	0.0000
งดออกเสียง	0	0.0000
บัตรเสีย	0	0.0000
<b>รวม</b>	<b>236,448,634</b>	<b>100.000</b>

หมายเหตุ: มติในวาระนี้จะต้องได้รับการอนุมัติด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสองในสามของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุม

**วาระที่ 6 พิจารณามติการแต่งตั้งผู้สอบบัญชี และการกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีของบริษัท และบริษัทย่อย สำหรับรอบปีบัญชี 2569**

ผู้ดำเนินการประชุมชี้แจงต่อที่ประชุมว่า เพื่อให้เป็นไปตามมาตรา 120 แห่งพ.ร.บ. บริษัทมหาชน และข้อบังคับบริษัทข้อที่ 37 ซึ่งกำหนดให้ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี พิจารณาแต่งตั้งผู้สอบบัญชีและกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ทุกปีบัญชี โดยคณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาคุณสมบัติของผู้สอบบัญชี ความเป็นอิสระ ผลการปฏิบัติงานและมาตรฐานการทำงานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ประสิทธิภาพ ความเชี่ยวชาญในการสอบบัญชี รวมถึงอัตราค่าตอบแทนแล้วพบว่ามีความเหมาะสม จึงเห็นสมควรเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาแต่งตั้งให้บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด และผู้สอบบัญชี EY ซึ่งเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ประจำปี 2569 ซึ่งมีรายชื่อดังต่อไปนี้



1. นาย กิตติพันธ์ เกียรติสมภพ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 8050  
(ยังไม่เคยลงลายมือชื่อในงบการเงินของบริษัทฯ) และ/หรือ
2. นางสาววรุช ชัยนการนาวิ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 5423  
(ยังไม่เคยลงลายมือชื่อในงบการเงินของบริษัทฯ) และ/หรือ
3. นางสาวอศราภรณ์ วิสุทธิญาณ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 7480  
(เคยลงลายมือชื่อในงบการเงินของบริษัทฯ ช่วงปี 2562)

ผู้สอบบัญชีที่ได้รับการเสนอชื่อดังกล่าวเป็นผู้สอบบัญชีชุดเดียวกับบริษัทย่อย ไม่มีความสัมพันธ์ และ/หรือมีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ บริษัทย่อย ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว อนึ่ง ในกรณีที่ผู้สอบบัญชีที่มีรายนามข้างต้น ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้แต่งตั้งผู้สอบบัญชีรายอื่นของ บริษัทฯ สำนักงาน อีวาย จำกัด เข้าทำหน้าที่เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ แทนได้

นอกจากนี้ คณะกรรมการตรวจสอบยังเห็นสมควรเสนอให้กำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประจำปี 2569 ตามรายละเอียด ดังนี้

ประเภทค่าตอบแทน	ปี 2569 (บาท) (ปีที่เสนอ)		ปี 2568 (บาท)	
	บริษัท	บริษัทย่อย	บริษัท	บริษัทย่อย
1) การตรวจสอบงบการเงิน สำหรับปี	1,750,000	834,000	1,710,000	810,000
2) การสอบทานข้อมูลทาง การเงินรายไตรมาส (รวม 3 ไตรมาส)	720,000	324,000	690,000	315,000
<b>รวมค่าสอบบัญชี</b>	<b>2,470,000</b>	<b>1,158,000</b>	<b>2,400,000</b>	<b>1,125,000</b>

และในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้จ่ายค่าตอบแทนของงานบริการอื่น (Non-Audit Fee) ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยให้แก่บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เป็นจำนวนเงิน 897,840 บาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ปี	จำนวน (หน่วย: บาท)	รายการ
2568	817,840	ค่าบริการให้คำปรึกษาทางด้านภาษี
	80,000	ค่าสังเกตการณ์การทำลายสินค้า

ทั้งนี้ คณะกรรมการพิจารณาแล้วเห็นชอบกับข้อเสนอมติของคณะกรรมการตรวจสอบว่าที่ประชุมผู้ถือหุ้นสมควรแต่งตั้งผู้สอบบัญชีจากบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และบริษัทย่อย สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2569 และกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ



ตามรายละเอียดที่เสนอ ทั้งนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติและประสบการณ์การทำงานของผู้สอบบัญชีแต่ละท่าน ปรากฏตามสิ่งที่ส่งมาด้วย 5 ของหนังสือเชิญประชุมที่บริษัทได้ส่งให้ผู้ถือหุ้นแล้ว

ผู้ดำเนินการประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็น หรือ ชักถามปรากฏว่า มีผู้ถือหุ้นมีข้อซักถาม ดังนี้

**คำถามข้อที่ 1: คุณสุศักดิ์ จุลละสร (ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตัวเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** จากวาระนี้ บริษัทใช้บริการของสำนักงาน EY แต่ผู้สอบบัญชีที่ลงลายมือชื่อไม่ใช่บุคคล เดิมจากปีก่อน จึงขอสอบถามว่าเป็นการเปลี่ยนบริษัทผู้สอบบัญชี หรือเป็นการใช้บริษัท เดิมแต่เปลี่ยนผู้ลงนาม

**บริษัทฯ:** บริษัทขอเรียนชี้แจงว่า ยังคงใช้บริการของสำนักงาน EY เช่นเดิม แต่มีการเปลี่ยนผู้สอบ บัญชีที่ลงลายมือชื่อ เนื่องจากผู้สอบบัญชีรายเดิมได้ลงนามครบระยะเวลา 7 ปีตาม ข้อกำหนดของสำนักงาน ก.ล.ต. ซึ่งกำหนดให้ต้องมีการหมุนเวียนผู้สอบบัญชี ดังนั้น จึง สามารถใช้สำนักงานสอบบัญชีเดิมได้ แต่ต้องเปลี่ยนผู้ลงนาม

**ผู้ถือหุ้น:** นอกจากนี้ พบว่ามีค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาภาษีในจำนวนที่ค่อนข้างสูง จึงต้องการทราบ ว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกปี หรือมีประเด็นพิเศษในปีที่ผ่านมา

**บริษัทฯ:** ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาภาษีไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำทุกปี แต่ขึ้นอยู่กับความจำเป็นในแต่ละ ช่วงเวลา โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ว่าจ้างให้สำนักงาน EY เข้ามาดำเนินการ ตรวจสอบและประเมินด้านภาษี (Tax Health Check) เพื่อพิจารณาว่ามีประเด็นใดที่ควร ปรับปรุงหรือพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

**มติที่ประชุม** ที่ประชุมมีมติอนุมัติการแต่งตั้งผู้สอบบัญชีจาก EY เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2569 และกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี สำหรับปี 2569 เป็น จำนวนเงินไม่เกิน 2,470,000 บาท โดยมีรายละเอียดที่เสนอทุกประการ ด้วย คณะแนบเสียง ดังนี้

มติดังกล่าว	จำนวนเสียงที่ลงมติ (1 หุ้น = 1 เสียง)	ร้อยละของผู้ถือหุ้นซึ่งมา ประชุมและออกเสียงลงคะแนน
เห็นด้วย	236,448,634	100.0000
ไม่เห็นด้วย	0	0.0000
งดออกเสียง	0	0.0000
บัตรเสีย	0	0.0000
<b>รวม</b>	<b>236,448,634</b>	<b>100.0000</b>

**หมายเหตุ:** มติในวาระนี้จะต้องได้รับการอนุมัติด้วยคะแนนเสียงข้างมากของผู้ถือหุ้น ซึ่งมาประชุมและออกเสียงลงคะแนน

วาระที่ 7 พิจารณารับทราบสถานะการใช้เงินเพิ่มทุนที่ได้รับจากการระดมทุนจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO)

ผู้ดำเนินการประชุมชี้แจงต่อที่ประชุมว่า ตามที่บริษัทได้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก จำนวน 78 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 39 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 3,042 ล้านบาท โดยบริษัทได้รับเงินสุทธิ (หลังหักค่าใช้จ่ายในการเสนอขายหลักทรัพย์) รวมทั้งสิ้น 2,936.22 ล้านบาท นั้น

ที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร ครั้งที่ 1/2569 เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2569 ได้มีมติรับทราบสถานะการใช้เงินที่ได้รับจากการ IPO ของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทเห็นสมควรเสนอให้ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นรับทราบสถานะการใช้เงิน IPO ดังกล่าว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์การใช้เงิน	แผนการใช้เงิน (โดยประมาณ)	จำนวนเงินที่ใช้ไปแล้วถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568	จำนวนเงินคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568
1. เพื่อลงทุนในโครงการขยายกำลังการผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน (Household products) ซึ่งรวมถึงการขยายคลังวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์และระบบบริหารจัดการคลัง และ/หรือ	1,510.00	1,150.00	360.00
2. เพื่อชำระคืนเงินกู้ที่มีกับสถาบันการเงิน และ/หรือ	500.00	500.00	-
3. เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ และ/หรือ	476.22	476.22	-
4. เพื่อลงทุนในโครงการขยายกำลังการผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล (Personal care products)	450.00	450.00	-
<b>รวม</b>	<b>2,936.22</b>	<b>2,576.22</b>	<b>360.00</b>

\*\*หมายเหตุ: บริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์การใช้เงินที่ได้รับจากการ IPO โดยการนำเงิน IPO บางส่วนที่ใช้สำหรับการลงทุนในโครงการขยายกำลังการผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน (Household Products) ซึ่งรวมถึงการขยายคลังวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์และระบบบริหารจัดการคลัง



จำนวน 450.00 ล้านบาท มาใช้ในโครงการขยายกำลังการผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้ส่วนบุคคล (Personal Care Products) ซึ่งได้ผ่านการอนุมัติโดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2567 เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2567 และได้นำเรื่องดังกล่าวแจ้งต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2568 เพื่อรับทราบแล้ว

ผู้ดำเนินการประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็น หรือ ชักถามปรากฏว่า ไม่มีผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็นหรือซักถามใด ๆ จึงได้เสนอให้ที่ประชุมพิจารณาและอนุมัติเรื่องดังกล่าว

**หมายเหตุ:** วาระนี้เป็นวาระเพื่อรับทราบ จึงไม่มีการลงคะแนนเสียง

**วาระที่ 8 พิจารณารับทราบภาพรวมแนวโน้มการดำเนินงาน (Outlook) ของบริษัทฯ สำหรับปีปัจจุบันและในระยะสามปีข้างหน้า ตามที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารนำเสนอ**

คุณสุทธิเดชกล่าวถึงภาพรวม (Outlook) ของบริษัทในปีนี้อย่างดีและอีกสามปีข้างหน้า เพื่อให้ผู้ถือหุ้นรับทราบเบื้องต้น ภาพกว้าง บริษัทได้กำหนดทิศทางและกลยุทธ์ทางธุรกิจ 5 ปี เอาไว้ โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายการเติบโตของยอดขายที่ตัวเลข Single Digit แบบ CAGR (ซีเอจีอาร์) ภายในระยะเวลา 5 ปีจนถึงปี 2571 ซึ่งผ่านมาแล้ว 2 ปี เหลืออีก 3 ปีที่บริษัทฯ ยังคงกระตือรือร้นที่จะทำให้สำเร็จอย่างต่อเนื่อง

- ในปี 2567 บริษัทฯ ทำสำเร็จแล้วในการสร้าง foundation ให้กับ new segment จากการ launch สินค้ากลุ่ม Silver Age ด้วย D-nee Deluxe และเพิ่มสัดส่วนยอดขายจากสินค้าพรีเมียมแมสอยู่ที่ 5%
- ในปี 2568 บริษัทฯ สำเร็จแล้วเช่นกัน จากการต่อยอดปี 2567 โดยการเป็นผู้นำใน new segment ที่บริษัทฯ ได้เข้าไปแล้ว โดยเฉพาะ segment กลุ่ม Silver Age พร้อมทั้งเปิดตัวสอง Segment ใหม่ ทั้ง Pet Parent ด้วยแบรนด์ LovliTails และ Anti-Hair Loss ด้วยแบรนด์ TROS
- สำหรับปี 2569 บริษัทฯ มีธีมในการสร้างการเติบโตหลายรูปแบบมากขึ้น อาทิ การขยายพอร์ตโฟลิโอให้ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค การขยายช่องทาง e-commerce รวมทั้งเพิ่มความเข้มข้นในการบุกตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศใน Asia Pacific เพื่อให้ achieve milestone ที่ตั้งไว้ในปี 2571 ซึ่งเป็นการเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการส่งออกได้มากกว่า 15% ของยอดขาย

สำหรับปี 2569 บริษัทฯ มีเป้าหมายในการสร้างช่องทางเติบโตที่หลากหลาย ประกอบไปด้วย

1. การเสริมความแข็งแกร่งของพอร์ตสินค้า
2. การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า
3. การขยายการเติบโตในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง
4. การมุ่งเน้นกลุ่มสินค้าพรีเมียมแมสอย่างต่อเนื่อง

ในการเสริมความแข็งแกร่งของพอร์ตสินค้า บริษัทฯ มีแผนที่จะนำเสนอสินค้าใหม่และสินค้าเดิมที่เก็งขึ้นมากกว่า 200 SKUs โดยในการส่งเสริมการตลาดนั้น บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นบน 3 Category หลัก ได้แก่ น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม และครีมอาบน้ำ



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเตรียมเปิดตัวสินค้าใน segment ใหม่ ๆ ที่มาพร้อมนวัตกรรม และยกระดับแบรนด์ เดิมด้วยการเสริมพอร์ต Category ใหม่ ๆ เช่นกัน เพื่อเป็นการมอบประสบการณ์ใหม่แก่ผู้บริโภค

ในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า นอกจากการเติบโตแบบ organic ตามการขยายตัวของ MT และ TT ขนาดกลาง และใหญ่แล้ว บริษัทฯ ยังตั้งเป้าหมายจัดจำหน่ายในช่องทาง TT ขนาดเล็ก หรือระดับตำบล อย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายขยาย Outlet เป็น 40,000 จุดทั่วประเทศ หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นราว 23% จากปีที่ 2568 (ปี 2568 มีร้านค้าเพิ่มขึ้น 48%)

ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ จะใช้ประโยชน์จาก Social Commerce ซึ่งเป็นช่องทางที่เติบโตสูง เพื่อขยายการ เข้าถึงลูกค้า และผลักดันการเติบโตของยอดขายในช่องทางออนไลน์ของ NEO มากขึ้น ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การเพิ่มจำนวน Affiliate Marketing, การเพิ่มจำนวน Live Streaming และแคมเปญต่างๆ รวมไปถึง การปรับปรุงและอัปเดตระบบหลังบ้านเพื่อรองรับการเติบโตนี้

บริษัทฯ ขยายตลาดต่างประเทศ ด้วย dual track strategy คือเติบโตทั้งจากประเทศเดิม ผ่านการออกแบรนด์ ใหม่ และเพิ่ม SKU ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่ม penetration และ market share โดยปีนี้บริษัทฯ ตั้งใจจะนำ BeNice เข้าเวียดนามในช่วงครึ่งปีหลัง ส่วนแบรนด์เดิมคือ D-nee บริษัทฯ ผลักดัน SKU ใหม่ คือ โฉนซ์และเบบี้ออยล์ ส่วน Track ที่สอง คือการขยายเข้าสู่ประเทศใหม่ที่มีศักยภาพเพิ่มเติม เพื่อสร้างฐานรายได้ในระยะ ยาว โดยปีนี้บริษัทฯ มุ่งเป้าไปในประเทศเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ ฮองกง ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน

นอกจากนี้ ในปี 2569 บริษัทฯ ได้จัดกลุ่มประเทศตามระดับศักยภาพ หรือ Country Tiering เพื่อให้บริษัทฯ สามารถโฟกัสและจัดสรรทรัพยากรได้อย่างเหมาะสมกับโอกาสของแต่ละตลาดครับ

สำหรับ Innovation-led Premiumization ยังคงเป็นภารกิจหลักของบริษัทฯ ในปีนี้ เพื่อสร้างแบรนด์ให้ แข็งแรงและเสริมสร้าง margin ของบริษัทต่อไปครับ

ท้ายที่สุดนี้ ผมขอเรียนย้ำถึงผู้ถือหุ้นทุกท่านว่า คณะกรรมการบริษัท ฝ่ายบริหาร และผู้ร่วมงาน หรือ พนักงานทุกคน ยังคงมุ่งมั่นในการสร้างผลตอบแทนที่มั่นคงและเติบโตอย่างต่อเนื่องให้แก่ผู้ถือหุ้น แม้ใน ปัจจุบันบริษัทจะอยู่ในช่วงของการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต และต้องเผชิญกับความผันผวน จากปัจจัยภายนอกในระยะสั้นก็ตาม บริษัทฯ ยังคงตั้งใจกันอย่างเต็มที่ครับ

ผู้ดำเนินการประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็น หรือ ชักถามปรากฏว่า มีผู้ถือหุ้นมีข้อซักถาม ดังนี้

**คำถามข้อที่ 1: คุณวัชรพงษ์ หุ่นศรีสกุล (ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตัวเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** เมื่อปีที่ผ่านมา บริษัทได้เปิดตัวสินค้าในกลุ่มพรีเมียมแมส ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีความ คาดหวังสูงท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว จึงต้องการทราบว่า การเปิดตัวดังกล่าว ประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด หรือเป็นเพียงประเด็นด้านจังหวะเวลา

**บริษัทฯ:** จากคำถามเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์พรีเมียมแมส บริษัทขอเรียนชี้แจงว่า บริษัทได้ ตั้งเป้าหมายสัดส่วนของกลุ่มดังกล่าวไว้ที่ 5% และสามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่ กำหนดไว้ ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการวางตำแหน่งสินค้า (Segmentation)



นอกจากนี้ ผลិតภัณฑ์ในกลุ่มดังกล่าวยังได้รับรางวัลระดับนานาชาติจากนครเชียงใหม่ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเครื่องยืนยันถึงคุณภาพและนวัตกรรม

สำหรับปี 2568 บริษัทจะยังคงมุ่งเน้นการเติบโตในกลุ่มพรีเมียมแมสอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา กลุ่ม New Segment และ Premium Mass สามารถดำเนินการได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และมีพัฒนาการที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

บริษัทตั้งเป้าหมายการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ในช่วงปี 2566-2571 โดยปัจจุบันอยู่ในปี 2569 ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเป็นผลจากการวางรากฐานในปี 2567 และการเสริมความแข็งแกร่งในปี 2568 ขณะที่ปี 2569 จะเป็นช่วงที่เริ่มเห็นผลลัพธ์จากการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา

ในด้านโครงสร้างรายได้ บริษัทตั้งเป้าหมายให้รายได้จากการส่งออกคิดเป็น 15% และรายได้ในประเทศ 85% ภายในปี 2571 โดยการเติบโตจะมาจากการพัฒนา New Segment และการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-led Premiumization)

สำหรับช่องทางทางการจัดจำหน่าย บริษัทมีการขยายทั้ง Modern Trade (MT) และ Traditional Trade (TT) อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่องทาง Traditional Trade ซึ่งยังมีโอกาสเติบโตผ่านการพัฒนาร้านค้าจากขนาดเล็กไปสู่ขนาดกลางและขนาดใหญ่

ในปี 2569 บริษัทมีแผนเปิดตัวสินค้าใหม่และปรับปรุงสินค้าเดิม (NPD & Relaunch) มากกว่า 200 SKU รวมถึงการขยายจำนวนจุดจำหน่ายจากกว่า 20,000 จุด เป็นมากกว่า 40,000 จุด หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 23% ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการขยายการเข้าถึงผู้บริโภคและสนับสนุนการเติบโตในระยะยาว

**คำถามข้อที่ 2: คุณอรพินธ์ เรืองขจร (อาสาพิทักษ์สิทธิผู้ถือหุ้นจากสมาคมส่งเสริมนักลงทุนไทย)**

**ผู้ถือหุ้น:** ขอสอบถามว่าแผนงานที่นำเสนอไปก่อนหน้านี้นี้อยู่ภายใต้โครงการ Jump+ หรือไม่ และบริษัทได้เข้าร่วมโครงการ Jump+ ใช่หรือไม่

**บริษัทฯ:** บริษัทได้เข้าร่วมโครงการ Jump+ โดยแผนงานที่นำเสนอภายใต้โครงการดังกล่าวมุ่งเน้นในด้านการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงาน (Process Automation) ควบคู่กับการดำเนินงานด้าน ESG

**ผู้ถือหุ้น:** ขอให้บริษัทอธิบายรายละเอียดของแผนงาน Jump+ เพิ่มเติม

**บริษัทฯ:** สำหรับโครงการ Jump+ ของบริษัท แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่

1. การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิต (Process Improvement & Automation): บริษัทมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต โดยเริ่มจากการลดระยะเวลา (Lead Time) ในการเปลี่ยนสายการผลิต และการเพิ่มประสิทธิภาพ (Efficiency) ในการดำเนินงานโดยรวม



2. ด้าน ESG: บริษัทดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งโครงการ Jump+ เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนและเสริมสร้างการดำเนินงานในด้านดังกล่าว

นอกจากนี้ โครงการยังครอบคลุมข้อกำหนดด้านธรรมาภิบาล (Corporate Governance: CG) รวมถึงการเข้าร่วมโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกรอบการดำเนินงานภายใต้โครงการ Jump+ อีกด้วย

**คำถามข้อที่ 3: คุณวัชรพงษ์ หุ่นศรีสกุล (ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตัวเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** หากพิจารณาแยกกลุ่มผลิตภัณฑ์พรีเมียมแมสออกมา เนื่องจากยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น จึงต้องการทราบว่าสินค้าในกลุ่มนี้มีอัตรากำไรต่ำกว่าสินค้ากลุ่มเดิมที่มี Economy of Scale แล้วหรือไม่ และเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้ภาพรวมกำไรลดลงหรือไม่

**บริษัทฯ:** บริษัทขอเรียนชี้แจงว่า สินค้าในกลุ่ม Premiumization มีอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit: GP) สูงกว่าสินค้ากลุ่มแมส แม้ว่าจะยังไม่ได้มี Economy of Scale ในระดับเดียวกัน เนื่องจากสินค้าในกลุ่มนี้มีความแตกต่าง (Differentiation) ที่ชัดเจน

ดังนั้น การลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมของบริษัทไม่ได้เกิดจากกลุ่มพรีเมียมแมส แต่เกิดจากต้นทุนของสินค้ากลุ่มแมสที่ปรับตัวสูงขึ้นเป็นหลัก

**คำถามข้อที่ 4: คุณดิศวรรณธ์ เต่นไพศาล (ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตัวเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** จากผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) อยู่ที่ประมาณ 5% และหากพิจารณาเฉพาะไตรมาส 2-4 อาจต่ำกว่านั้น อีกทั้งในปัจจุบันยังมีแรงกดดันจากต้นทุนวัตถุดิบ เช่น น้ำมันปาล์ม และบรรจุภัณฑ์ จึงต้องการทราบว่าในระยะถัดไป บริษัทมีโอกาสที่จะปรับอัตรากำไรกลับไปอยู่ในระดับประมาณ 10% ได้หรือไม่ และปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้เกิดขึ้น

**บริษัทฯ:** บริษัทมีเป้าหมายที่จะปรับปรุงอัตรากำไรให้กลับมาอยู่ในระดับที่ดีขึ้นในอนาคต โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากหลายองค์ประกอบ ได้แก่

- การเพิ่มสัดส่วนสินค้า Premiumization: ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit) สูงกว่าสินค้ากลุ่มแมส หากสามารถขยายสัดส่วนได้มากขึ้น จะเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันอัตรากำไรโดยรวม
- การบริหาร Product Mix: บริษัทอยู่ระหว่างการพิจารณาปรับโครงสร้างสินค้าเพื่อลดการพึ่งพาวัตถุดิบหรือสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity) ที่มีความผันผวนด้านราคา



- การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย: เนื่องจากแต่ละช่องทางมีระดับอัตรากำไรที่แตกต่างกัน การปรับสัดส่วนช่องทางการขายจึงเป็นอีกปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพด้านกำไร

ทั้งนี้ บริษัทกำลังดำเนินกลยุทธ์ในหลายด้านควบคู่กัน เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการทำกำไรและผลักดันอัตรากำไรให้ปรับตัวดีขึ้นในระยะยาว

**ผู้ถือหุ้น:** ขอสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับต้นทุนเมล็ดปาล์ม ว่าบริษัทมีมุมมองอย่างไรต่อแนวโน้มในอนาคต มีโอกาสที่ราคาจะปรับตัวลดลงหรือไม่ หรืออาจกลายเป็นระดับราคาใหม่ (New Normal) จากปัจจัยด้านนโยบาย เช่น การใช้พลังงานทดแทน (B40, B50) และหากราคายังอยู่ในระดับสูง บริษัทมีแนวทางในการปรับตัว เช่น การใช้วัตถุดิบทดแทน หรือการปรับราคาสินค้าอย่างไร

**บริษัทฯ:** ในประเด็นดังกล่าว บริษัทขอเรียนว่าราคาน้ำมันปาล์มเป็นไปตามกลไกอุปสงค์และอุปทาน (Demand-Supply) โดยจากสถานการณ์ปัจจุบัน มีความต้องการใช้ปาล์มในหลายอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น เช่น พลังงานทดแทน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระดับราคา

อย่างไรก็ตาม ตามกลไกตลาด เมื่อราคาปรับตัวสูง อาจเกิดทั้งการเพิ่มกำลังการผลิต (Supply Expansion) หรือการพัฒนาวัตถุดิบทดแทน (Substitute) ได้ในระยะหนึ่ง

ในส่วนของบริษัท มีการติดตามและประเมินทางเลือกในการใช้วัตถุดิบทดแทนอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากปาล์มเป็นวัตถุดิบหลัก (Commodity) ที่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการผลิต การพัฒนาวัตถุดิบทดแทนที่สามารถให้คุณสมบัติ (Functionality) เทียบเท่าได้ยังต้องใช้เวลา

นอกจากนี้ บริษัทได้พิจารณาการใช้วัตถุดิบทั้งในกลุ่ม Commodity และ Non-Commodity โดยวัตถุดิบกลุ่ม Non-Commodity แม้จะมีความผันผวนด้านราคาน้อยกว่า แต่มีต้นทุนพื้นฐานที่สูงกว่า ดังนั้น บริษัทจึงมีการบริหารจัดการสัดส่วนการใช้วัตถุดิบทั้งสองประเภท เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพด้านต้นทุน (Cost Optimization) สูงสุด

ทั้งนี้ บริษัทจะใช้แนวทางการบริหารต้นทุนควบคู่กับการพิจารณาปรับกลยุทธ์ด้านราคา และผลิตรถยนต์อย่างเหมาะสม เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

**คำถามข้อที่ 5: คุณวัชรพงษ์ หุ่นศรีสกุล (ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตัวเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** ต่อเนื่องจากประเด็นสินค้าใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งได้มีการเปิดตัวไปก่อนหน้านี้ จึงต้องการทราบว่าหลังจากดำเนินการมาระยะหนึ่งแล้ว ผลตอบรับจากตลาดเป็นอย่างไร และบริษัทมีความมั่นใจในการขยายธุรกิจในกลุ่มนี้ต่อไปหรือไม่

**บริษัทฯ:** บริษัทขอเรียนว่าแบรนด์ดังกล่าวเปิดตัวเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม และกำลังจะครบระยะเวลา 1 ปี โดยภาพรวมผลตอบรับจากตลาดถือว่าอยู่ในระดับที่ดี



เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้เป็นสินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Segment) สำหรับผู้เลี้ยงสัตว์ (Pet Parent) กลยุทธ์การตลาดจึงแตกต่างจากสินค้ากลุ่มแมส โดยบริษัทมุ่งเน้นการเข้าถึงผู้บริโภคผ่านกิจกรรมและงานแสดงสินค้า เช่น Pet Expo ซึ่งจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

จากการดำเนินงานดังกล่าว บริษัทพบว่ายอดขายอยู่ในระดับที่น่าพอใจ และเริ่มมีฐานลูกค้าประจำ (Customer Base) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยลูกค้าบางส่วนเริ่มจากการทดลองใช้สินค้าในงานครั้งแรก และกลับมาซื้อซ้ำในโอกาสถัดไป

นอกจากนี้ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทั้งผู้เลี้ยงและสัตว์เลี้ยง ส่งผลให้ได้รับการตอบรับที่ดี และเป็นปัจจัยสนับสนุนให้บริษัทมีความเชื่อมั่นในการพัฒนาและขยายธุรกิจในกลุ่มนี้ต่อไปในอนาคต

**คำถามข้อที่ 6: คุณวัชรพงษ์ หุ่นศรีสกุล (ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตัวเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** ขอสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวโน้มการปรับขึ้นราคาสินค้า ในกรณีที่ต้นทุนยังคงอยู่ในระดับสูง บริษัทมีโอกาสในการปรับราคามากน้อยเพียงใด และมีกรอบเวลาอย่างไร

**บริษัทฯ:** การปรับราคาสินค้าขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยสินค้าบางประเภทอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมการค้าภายใน ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องยื่นขออนุญาต โดยต้องแสดงรายละเอียดต้นทุนที่เพิ่มขึ้นประกอบการพิจารณา ทั้งนี้ โดยทั่วไปผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมจะเผชิญต้นทุนในทิศทางเดียวกัน ทำให้มีการยื่นขอปรับราคาในลักษณะใกล้เคียงกัน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะพิจารณาตามความเหมาะสม อย่างไรก็ตาม การปรับราคายังคงสามารถดำเนินการได้ โดยบริษัทจะพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อรักษาสมดุลระหว่างต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและความสามารถในการแข่งขันในตลาด

ในทางปฏิบัติ หากต้นทุนวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้นในระยะสั้น บริษัทมักเริ่มจากการปรับกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น ลดความเข้มข้นของโปรโมชั่น ก่อนการปรับขึ้นราคาสินค้าโดยตรง ในกรณีที่ต้นทุนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและไม่สามารถรองรับได้ในระยะยาว บริษัทมีความจำเป็นต้องพิจารณาปรับราคาสินค้า

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญทั้งต่อผู้บริโภคและผู้ถือหุ้น โดยตระหนักว่าผู้บริโภคไม่ต้องการรับภาระราคาที่สูงขึ้น ขณะเดียวกันก็ต้องรักษาความสามารถในการทำกำไร ในด้านการบริหารต้นทุน บริษัทมีการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องผ่านการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนได้โดยยังคงคุณภาพสินค้าเดิม ซึ่งเป็นจุดแข็งสำคัญของบริษัท

ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนสูตรหรือวัตถุดิบจะดำเนินการภายใต้หลักการสำคัญ คือการรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานของบริษัทเป็นอันดับแรก



**คำถามข้อที่ 7: คุณศราวดี ปิยะอารยะนันท์ (ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตัวเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** สัดส่วนรายได้ของกลุ่ม Baby & Kids มีแนวโน้มลดลงจากประมาณ 30% เหลือระดับ 20% ต้น ๆ อยากทราบว่าสาเหตุเกิดจากอะไร

**บริษัทฯ:** สาเหตุหลักมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการปรับพฤติกรรมการใช้จ่าย โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักของแบรนด์นี้ เช่น น้ำยาปรับผ้านุ่มเด็ก ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดสูง มีผู้บริโภคบางส่วนที่ไม่ได้เป็นกลุ่มเด็กโดยตรง แต่เป็นผู้ใหญ่ที่มีผิวแพ้ง่าย เมื่อภาวะเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวย กลุ่มผู้บริโภคดีังกล่าวจึงเปลี่ยนไปใช้สินค้ากลุ่ม Personal Care ที่มีราคาขาย่อมเยากว่า

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ปรับกลยุทธ์เพื่อรองรับพฤติกรรมดังกล่าว โดยการพัฒนาสินค้าในกลุ่ม Personal Care เพื่อรองรับผู้บริโภคที่ย้ายออกจากกลุ่ม Baby & Kids รวมถึงการขยายไลน์ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์นี้ เช่น กลุ่ม Young Adult ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภควัยเริ่มทำงาน และกลุ่ม Silver Age ภายใต้ D-nee Deluxe สำหรับผู้สูงอายุ

**ผู้ถือหุ้น:** ในสถานการณ์ที่ต้นทุนวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน เหตุใดจึงยังไม่เห็นการปรับราคาสินค้าในตลาด

**บริษัทฯ:** โดยภาพรวม ผู้ประกอบการทุกรายได้รับผลกระทบจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงพยายามตรึงราคาสินค้าให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ ก่อนที่จะตัดสินใจปรับราคาเมื่อไม่สามารถรองรับต้นทุนได้อีกต่อไป

**ผู้ถือหุ้น:** ก่อนหน้านี้เคยเกิดสถานการณ์ลักษณะนี้หรือไม่ และโดยทั่วไปต้องใช้เวลาานเท่าใดจึงจะมีการปรับราคาสินค้า

**บริษัทฯ:** ระยะเวลาในการปรับราคาขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย และคาดการณ์ได้ยาก อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปผู้ประกอบการจะพยายามรักษาระดับราคาสินค้าไว้ก่อน จนกว่าจะมีความจำเป็นจริงจึงจะดำเนินการปรับราคา

**ผู้ถือหุ้น:** การลดระดับโปรโมชันที่กล่าวถึงก่อนหน้านี้ บริษัทได้เริ่มดำเนินการแล้วหรือไม่

**บริษัทฯ:** บริษัทได้เริ่มมีการปรับลดความเข้มข้นของโปรโมชันในบางส่วนแล้ว โดยการลดโปรโมชันสามารถดำเนินการได้รวดเร็วกว่าการปรับราคาสินค้า

**ผู้ถือหุ้น:** การลดโปรโมชันดังกล่าวจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) ลดลงหรือไม่

**บริษัทฯ:** หากโปรโมชันนั้นเป็นค่าใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการขายโดยตรง ก็ส่งผลให้ SG&A ลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทมุ่งเน้นการบริหารสมดุลโดยรวมมากกว่าการลดค่าใช้จ่ายเพียงด้านเดียว

**หมายเหตุ:** วาระนี้เป็นวาระเพื่อรับทราบ จึงไม่มีการลงคะแนนเสียง

## วาระที่ 9 พิจารณาเรื่องอื่น ๆ (ถ้ามี)

ประธานได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอเรื่องให้พิจารณา สอบถามหรือแสดงความคิดเห็น

โดยมีคำถามเพิ่มเติมที่ถูกส่งมาล่วงหน้า 4 คำถาม ดังนี้

คำถามที่ 1 ราคาน้ำมันที่ปรับขึ้นส่งผลกระทบต่อราคาวัตถุดิบของบริษัทอย่างไร

คำถามที่ 2 ปัจจุบันบริษัทมีสต็อกวัตถุดิบสำหรับการผลิตกี่วัน และมีแนวโน้มการเลื่อนส่งมอบหรือไม่

คำถามที่ 3 วัตถุดิบส่วนใหญ่นำเข้าจากแหล่งใด และมีแผนสำรองหากเกิดปัญหาการส่งมอบหรือไม่

คำถามที่ 4 บริษัทคาดว่าอัตรากำไรขั้นต้น (GP Margin) ในปี 2569 จะมีแนวโน้มลดลงหรือไม่เมื่อเทียบกับปี 2568

**บริษัทฯ:** บริษัทขอเรียนชี้แจงโดยสรุปภาพรวม ซึ่งครอบคลุมทั้ง 4 ประเด็น ดังนี้

ในด้านผลกระทบจากราคาน้ำมันและสถานการณ์ปัจจุบัน บริษัทได้รับผลกระทบหลักใน 3 ส่วน ได้แก่

1. การจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์: บริษัทมีการวางแผนร่วมกับคู่ค้าในระยะยาว อย่างไรก็ตาม การยืนยันคำสั่งซื้อจะเป็นลักษณะ Rolling รายเดือน และมีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดในระดับรายวัน
2. ต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์: ราคาที่ปรับตัวสูงขึ้นส่งผลกระทบต่อต้นทุนขาย (COGS) ประมาณ 6-9%
3. ต้นทุนการขนส่ง: ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น

สำหรับสต็อกวัตถุดิบและการส่งมอบ ปัจจุบันยังอยู่ในระดับที่สามารถรองรับแผนการผลิตได้ และยังไม่พบความล่าช้าที่มีนัยสำคัญ โดยบริษัทยังคงติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง

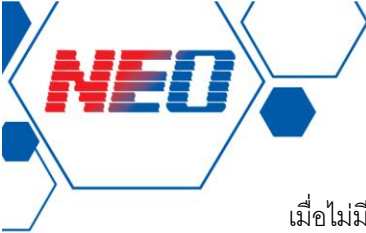
ในด้านแหล่งจัดหาวัตถุดิบ บริษัทมีการจัดหาจากหลายแหล่งทั่วโลก เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาแหล่งเดียว และมีการเตรียมแหล่งจัดหาทดแทน (Alternative Sources) รองรับในกรณีเกิดปัญหาการส่งมอบ

สำหรับแนวโน้มอัตรากำไรขั้นต้น (GP Margin) ในปี 2569 เดิมบริษัทประเมินไว้ในช่วง 38-40% อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์ที่มีความผันผวนในปัจจุบัน บริษัทอยู่ระหว่างการทบทวนประมาณการ และจะมีการรายงานความคืบหน้าอีกครั้งในช่วงการประชุม Earnings Call ของไตรมาส 1

**คำถามเพิ่มเติม คุณประเสริฐ เสวีกุล (ผู้ถือหุ้นเข้าประชุมด้วยตนเอง)**

**ผู้ถือหุ้น:** ได้เดินทางมาจากจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเข้าร่วมประชุมโดยเฉพาะ และมีความประสงค์ขอเข้าเยี่ยมชมโรงงานในช่วงเช้า ก่อนเดินทางกลับ

**บริษัทฯ:** บริษัทรับคำขอดังกล่าวไว้พิจารณา และภายหลังปิดการประชุม ผู้ถือหุ้นสามารถติดต่อพูดคุยกับคณะผู้บริหารเพิ่มเติมเพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการเข้าเยี่ยมชมโรงงานต่อไป



เมื่อไม่มีผู้ถือหุ้นท่านใดสอบถาม หรือเสนอเรื่องอื่นใดให้พิจารณาอีก ประธานกล่าวขอขอบคุณผู้ถือหุ้นและผู้รับมอบฉันทะทุกท่าน ที่สละเวลาเข้าร่วมประชุมในครั้งนี้ และกล่าวปิดประชุม เวลา 16.30 น.

ลงชื่อ

(นายวิรัตน์ พูลเกษ)

ประธานในที่ประชุม

ลงชื่อ

เลขานุการบริษัท/ผู้บันทึกการประชุม

(นางสาวญาดา รัตนพุดผากุล)

หมายเหตุ : ในการประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทได้บันทึกภาพการประชุมในลักษณะสื่อวิดีโอที่บันทึกตามหลักเกณฑ์ กฎหมาย และนโยบายความเป็นส่วนตัวของบริษัท เพื่อวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการประชุมผู้ถือหุ้น