

รายงานประจำปี

2563

Annual Report 2020

LIVE A  
BEAUTIFUL  
LIFE

BEAUTY





## BEAUTY

We Believe that beauty is happiness. We would like to be the creator of beauty, inner and outer, for the healthy life.

## COMMUNITY

Community of beauty, customer are the vital part. We continuously share tips, beauty secrets and conduct activities with our customers.

## LIFESTYLE

We create new products to meet the need of new life style and changes.

## ECO FRIENDLY

We use material and ingredients that are environmental friendly.



# Contents

## Annual Report 2020

BEAUTY COMMUNITY PUBLIC COMPANY LIMITED

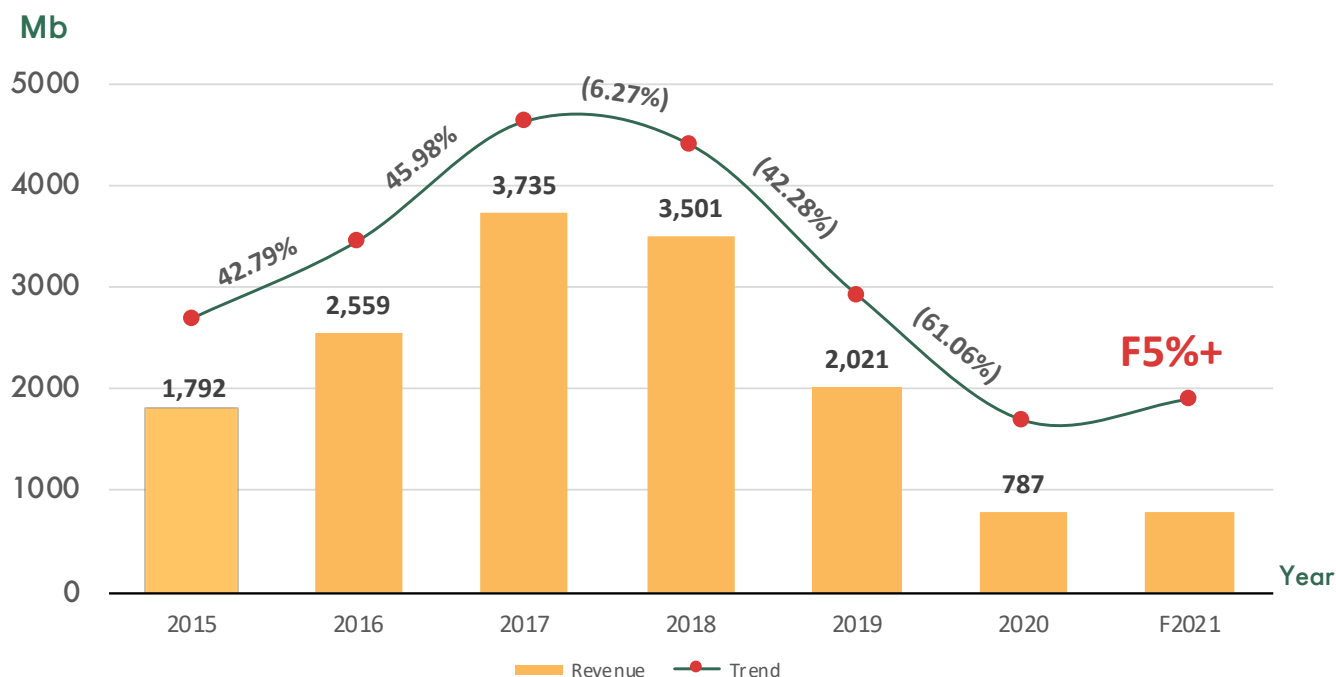
11	ข้อมูลสรุป
21	รายงานคณะกรรมการ
23	คณะกรรมการ
32	วิสัยทัศน์และพันธกิจ
33	ข้อมูลทั่วไปของบริษัท
34	ปัจจัยความเสี่ยง
37	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
44	การประกอบธุรกิจแต่ละสายผลิตภัณฑ์
84	ความรับผิดชอบต่อสังคม
89	การวิจัยและการพัฒนา
90	ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ
93	โครงการในอนาคต
93	ข้อพิพาททางกฎหมาย
94	โครงสร้างเงินทุน
95	การจัดการ

109	การควบคุมภายใน
111	รายการระหว่างกัน
114	รายงานความรับผิดชอบต่อ คณะกรรมการต่อรายงานทางการเงิน
115	รายงานของคณะกรรมการตรวจสอบ
116	ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน
130	เอกสารแนบ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับบริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท
134	เอกสารแนบ 2 รายละเอียดการดำรงตำแหน่ง ของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุม ของบริษัทในบริษัทที่เกี่ยวข้อง
135	เอกสารแนบ 3 งบแสดงฐานะการเงินและ งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
142	หมายเหตุประกอบงบการเงิน





## REVENUE & TREND



## P&L 2020 HIGHLIGHT

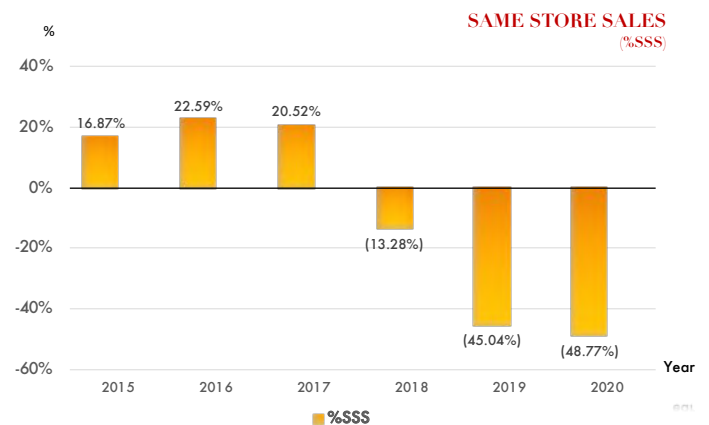
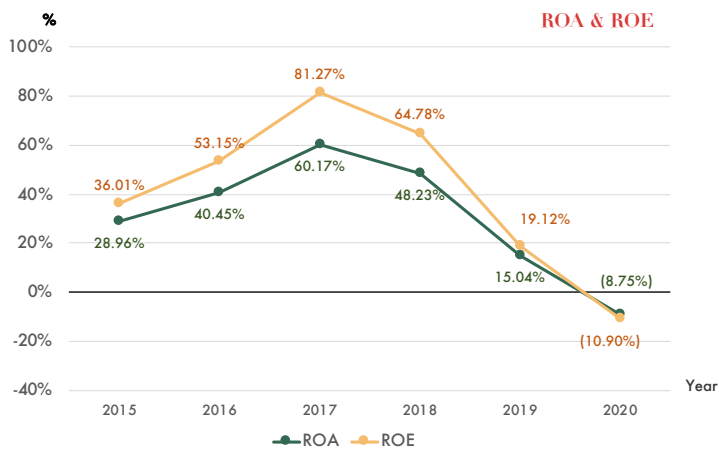
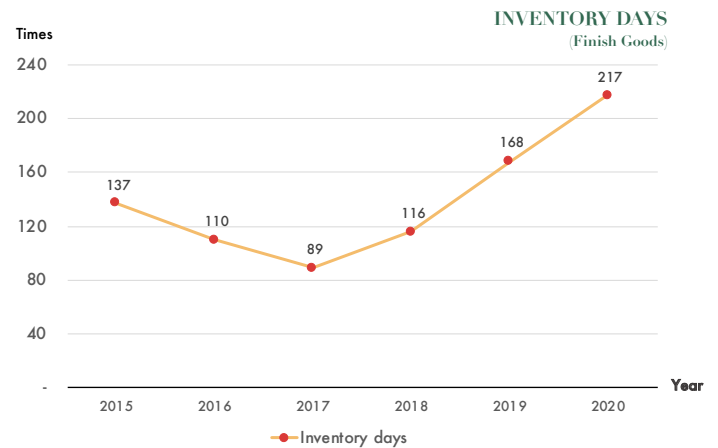
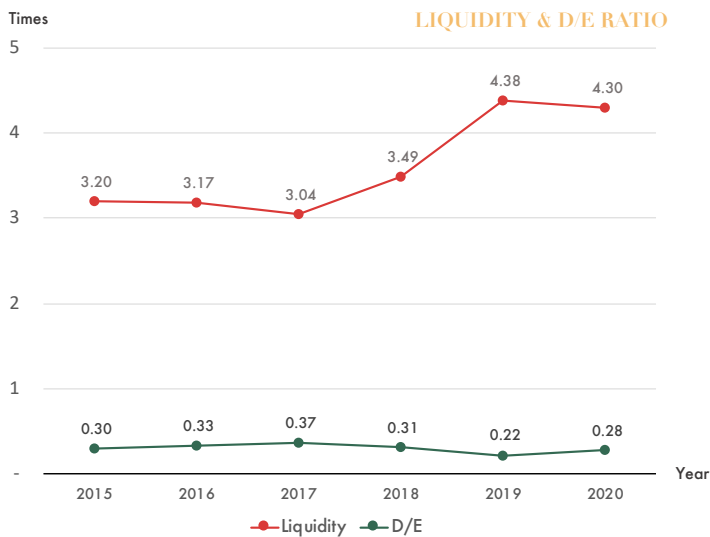
Profit & Loss (MB.)	2020	2019	YoY (%)
Revenue	786.83	2,020.77	(61.06%)
NPAT	(104.88)	232.58	(145.10%)
%NPAT	(13.33%)	11.51%	(24.84%)
%GP	54.08%	60.44%	(6.36%)
%Total Expenses	71.73%	46.31%	25.42%
%EBITDA	(9.05%)	16.99%	(26.03%)



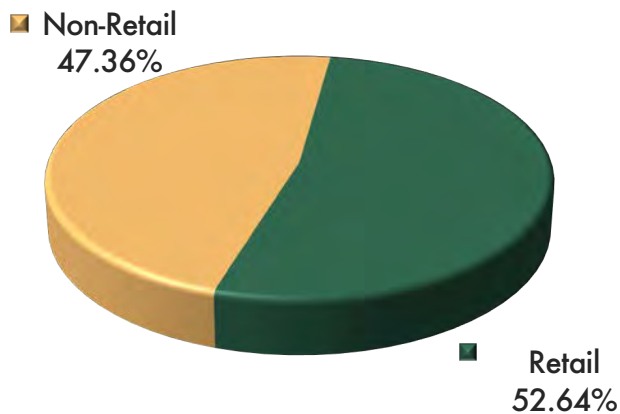
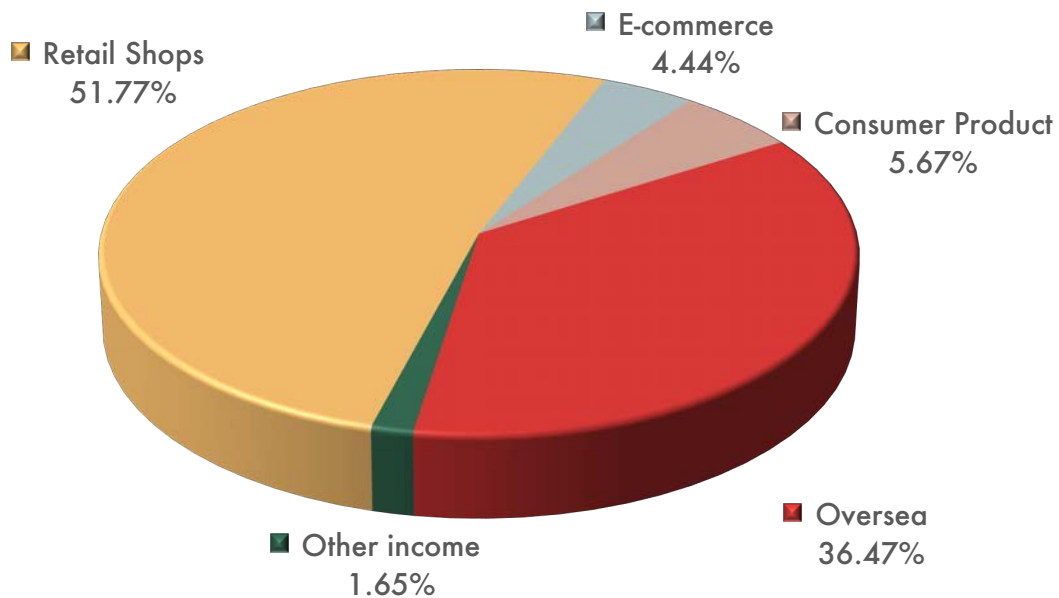
## BALANCE SHEET

ASSETS	2020	2019	YoY
Cash and Temporary investments	426.38	454.66	-6.22%
Inventories	209.02	354.87	-41.10%
Total current assets	694.03	901.12	-22.98%
Property, plant and equipment	165.82	230.52	-28.07%
Total assets	1,082.26	1,315.92	-17.76%

LIABILITIES & EQUITY	2020	2019	YoY
Trade and other payables	88.01	177.24	-50.34%
Total current liabilities	161.46	205.93	-21.59%
Total liabilities	234.35	239.44	-2.12%
Authorized share capital	201.00	201.00	0.00%
Retained earnings	37.89	266.47	-85.78%
Total shareholder's equity	847.90	1,076.48	-21.23%

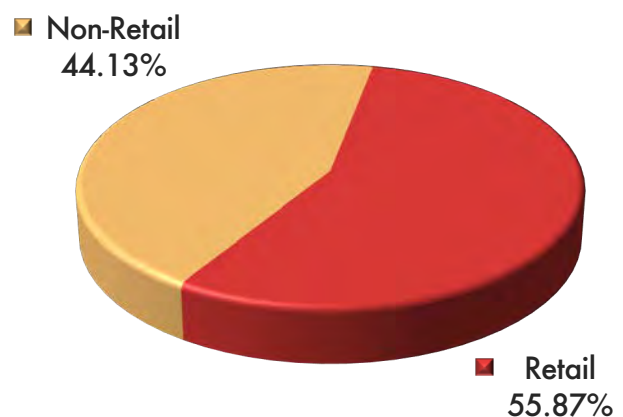


## SALES BY CHANNEL 2020

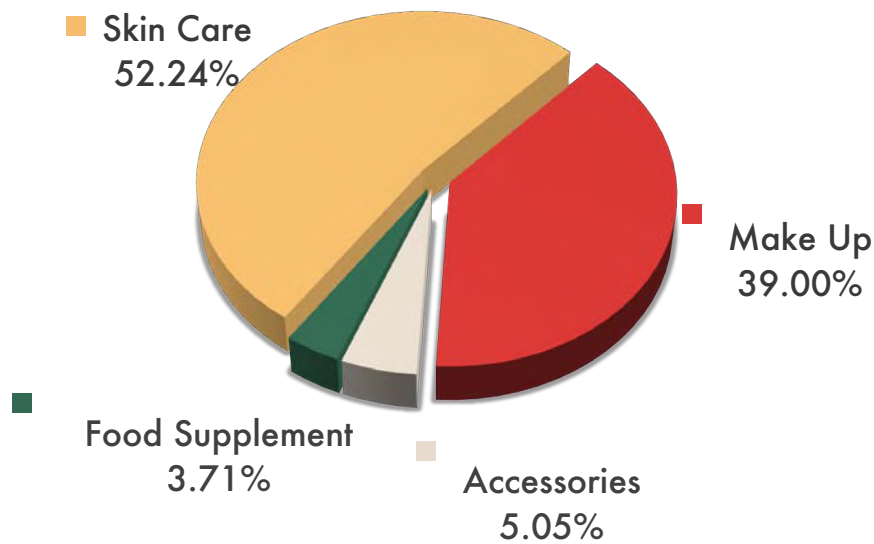


## OPERATING SEGMENTS 2020

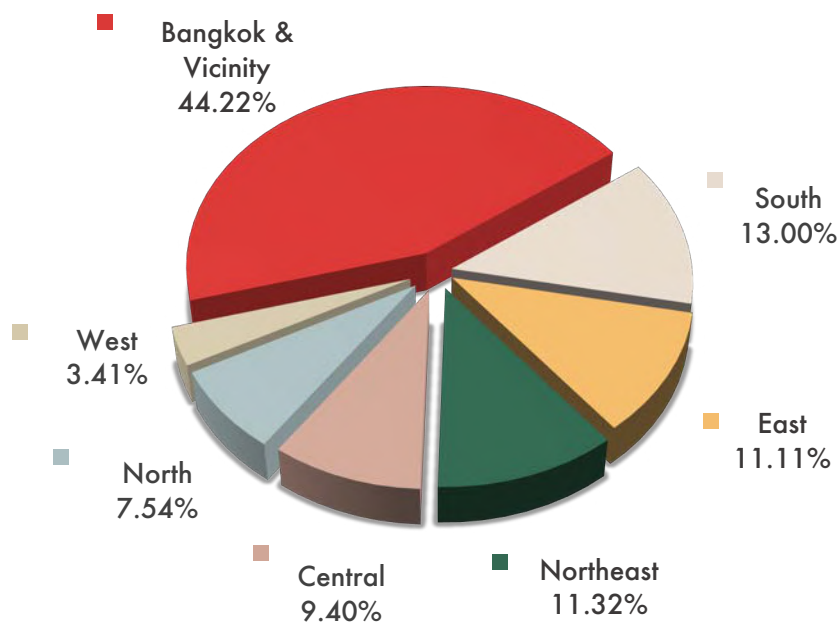
## OPERATING SEGMENTS 2019



## SALES BY PRODUCTS 2020

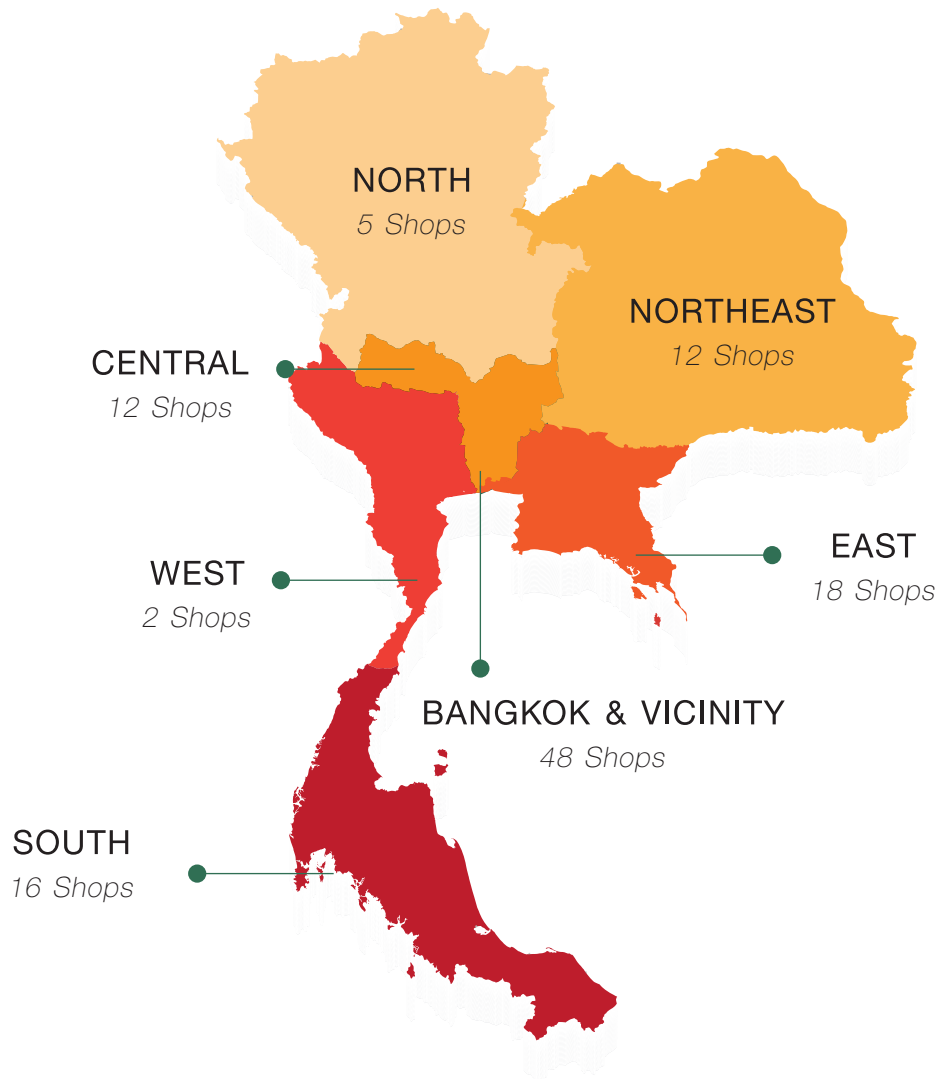


## SALES BY GEOGRAPHIC 2020

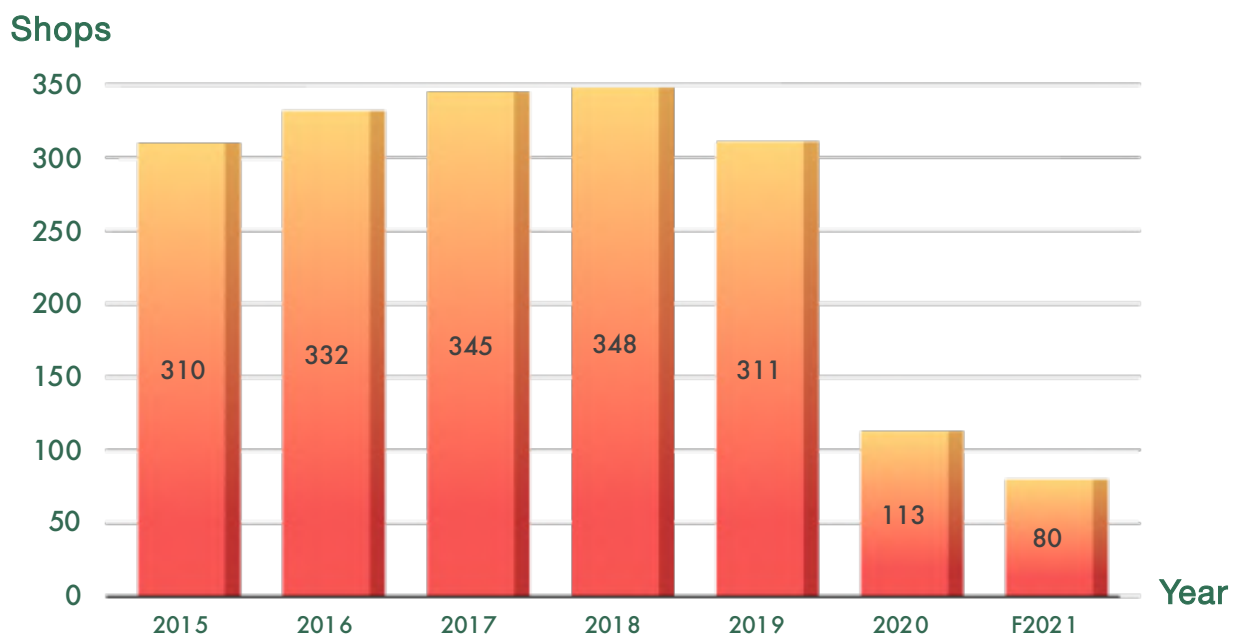




# SHOP BY GEOGRAPHIC 2020



## SHOP EXPANSION HIGHLIGHTS





*Natural Crafted Beauty*



## MULTI BRAND

ตอบสนองความต้องการ  
ของกลุ่มเป้าหมาย  
ที่หลากหลายและแตกต่าง

## MULTI CHANNELS

ขยายตัวครอบคลุมทุกช่องทาง  
การจัดจำหน่ายและเข้าถึงทุกกลุ่ม  
เป้าหมายอย่างทั่วถึง

## MULTI PRODUCT

ครอบคลุมทุกความ  
ต้องการที่หลากหลาย  
ระดับราคาให้สอดคล้อง  
ตามกำลังซื้อและ  
ไลฟ์สไตล์





BEAUTY COMMUNITY PUBLIC COMPANY LIMITED

# EXECUTIVE

*Summary*





บริษัท บิวตี้คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “BEAUTY”) เดิมชื่อ บริษัท โมนาโพลีแตนท์ จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2543 ด้วยทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 1 ล้านบาท โดยมีผู้ก่อตั้งคือ นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ และ นางธัญญารัตน์ ไกรภูเบศ มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว ด้วยแนวความคิดที่ต้องการจะนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อความงามอันหลากหลายที่ผ่านการคัดสรรอย่างดีทั้งในด้านวัตถุดิบและรูปลักษณ์ เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค

ปัจจุบันบริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม 6 กลุ่ม ได้แก่ 1.ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Make-up) 2.ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial care), 3.ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Care), 4.ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม (Hair Care), 5.ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (Beauty Drink & Food Supplement), และ 6.อุปกรณ์เสริม (Beauty Accessories) รวม 818 Items , 1594 SKUs ซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์จะมีความแตกต่างกันในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย และตำแหน่งทางการตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน และเป็นการสร้างฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทุกระดับของการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามโดยมีรายละเอียดดังนี้



“สร้างสรรคกลุ่มผลิตภัณฑ์  
ด้านความงาม  
ที่มีคุณภาพดีและทันสมัย  
เพื่อตอบสนองความต้องการ  
ของวิถีชีวิตสมัยใหม่

”

“บิวตี้ บัฟเฟต” เป็นช่องทางร้านค้าปลีกจากแนวคิดในการนำเสนอรูปแบบการผสมผสานระหว่างแนวคิดของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์เข้ากับธุรกิจค้าปลีกเครื่องสำอาง ทำให้เกิดความแตกต่างและโดดเด่น โดยการประยุกต์แนวคิดของการรับประทานอาหารประเภทบุฟเฟต์ ที่มีอาหารให้เลือกชิมและลองหลากหลายประเภท ตกแต่งอย่างสวยงามน่าสนใจ และหลังจากที่เลือกลองชิมอย่างเต็มที่แล้ว ผู้บริโภคจะสามารถเลือกสรรสิ่งที่ต้องการมากที่สุดได้อย่างมั่นใจ เช่นเดียวกับการวางรูปแบบร้าน บิวตี้ บัฟเฟต์ ที่มีสินค้าหลากหลายให้เลือกสรร มุ่งเน้นการตกแต่งที่มีสีสันโดดเด่นและการให้บริการที่เป็นกันเอง เพื่อให้ลูกค้าสามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่ ก่อนที่จะทำการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับตนเอง



เดอะ เบเกอรี่ : เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและอุปกรณ์เสริมสำหรับการแต่งหน้าที่ได้รับการวางรูปแบบและสีของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นหรือผู้ที่เพิ่งเริ่มแต่งหน้า มีสีที่สดใสและทันสมัย



แลนซ์เลย์ : เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการบำรุงผิวซึ่งมีคุณสมบัติเฉพาะ (Functional Skin Care) เสริมจุดเด่นลดจุดด้อย เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าขาวใส ผลิตภัณฑ์ลดกระชับสัดส่วน ผลิตภัณฑ์ลดจุดด่างดำลดริ้วรอย เป็นต้น



“บิวตี้ บัฟเฟต”

## BEAUTY BUFFET

โดยร้าน บิวตี้ บัฟเฟต จะมีหุ่นพอร์ควัฒนที่ตั้งอยู่ที่หน้าร้านเป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดลูกค้า ซึ่งถูกออกแบบมาให้เข้ากับสไตล์ของร้านคือ “The Most Delicious Beauty Shop in Town” หรือ “สวยอร่อยหลากหลายสไตล์บัฟเฟต์” และเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของบุฟเฟต์ ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้ร้าน บิวตี้ บัฟเฟต จะถูกนำเสนอด้วยแบรนด์ที่หลากหลาย (Multi Brands) โดยแต่ละแบรนด์ได้รับการพัฒนาและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเป็นของบริษัท รวมทั้งผ่านการคัดสรร กำหนดเอกลักษณ์ระดับราคา และตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างกันเพื่อให้สามารถครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลายและแตกต่างกัน ดังนี้

### GINO McCRAY®

The Professional Make Up

จีโอ แม็คครีย์ : เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและอุปกรณ์เสริมสำหรับการแต่งหน้า ได้รับการวางรูปแบบ สีสัน เอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ และระดับราคาให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าวัยทำงานไปจนถึงช่างแต่งหน้ามืออาชีพ



### SCENTIO®

Inspired by nature

เซนทิโอ : เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการบำรุงผิวทั่วไปในชีวิตประจำวัน (Personal Care) ครอบคลุมการดูแลผิวพรรณทั่วร่างกาย เช่น ครีมอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผิวกาย ครีมบำรุงผิวหน้าและผิวกาย ครีมขัดผิว ครีมบำรุงมือและเท้า เป็นต้น โดยนำเสนอสารสกัดจากธรรมชาติที่มีคุณสมบัติในการบำรุงที่ดีเยี่ยม





**Beauty Idol**

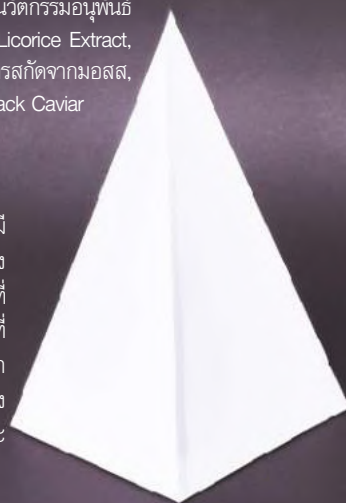
บิวตี้ ไอโดล : เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการบำรุงผิวหน้า โดยเฉพาะภายใต้โลโก้ "Donkey Milk Reborn" ได้รับแรงบันดาลใจและแนวความคิดความงามจากจักรพรรดินีคลีโอพัตรา สาว 2,000 ปี ในตำนานสู่ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงสำหรับบำรุงผิวหน้ากระจางใส เนียนเรียบ นุ่มชุ่มชื้น แลดูอ่อนเยาว์ จากสารสกัดน้ำมันลา , สารสกัดจาก Ginseng Berry สาร Anti-Oxidant จากพืชชั้นสูงในประเทศเกาหลีที่มีสาร Saponin มากกว่าในรากโสมถึง 15 เท่าและสารสกัดจากธรรมชาติ 9 ชนิด (Skin Baby)



มิราเคิล เพอร์เฟค : เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการบำรุงผิวคุณภาพสูงได้รับการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Market Position) ในระดับพรีเมียม ดีไซน์หรูหรา เน้นบำรุงผิวจากนวัตกรรมอนุพันธ์วิตามินซีแท้บริสุทธิ์ 100% , สารสกัดดอกมาดอนน่าลิลลี่, Licorice Extract, อาร์บูติน, Nano LPD's Multivitamin, สาร Multivitamin ,สารสกัดจากมอสส, แพลงก์ตอนทะเล (GP4G SP), Black Complex และ Black Caviar

ผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด บิวตี้ บูฟเฟต์ มีระดับราคาที่คุ้มค่า คุ้มค่า ไม่แพงเมื่อเทียบกับเครื่องสำอางที่จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกในตลาดโดยรวมและที่จำหน่ายผ่านเคาน์เตอร์ห้างสรรพสินค้า รวมทั้งมีสีลันที่สดใส เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งได้แก่กลุ่มวัยรุ่นในช่วงตั้งแต่มัธยมต้นจนถึงวัยทำงานที่ต้องการใช้เครื่องสำอางในการดูแลตนเองและเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ทันสมัย บริษัทจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ของ บิวตี้ บูฟเฟต์จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก บิวตี้ บูฟเฟต์ ของบริษัทที่มีสาขาทั่วประเทศ, ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ, ช่องทางสินค้าอุปโภค (Consumer Product) และช่องทางออนไลน์





# BEAUTY BUFFET



**BEAUTY BUFFET**  
The Most Delicious Beauty Shop In Town!





บิวตี้ คอทเทจ

# Beauty Cottage

“บิวตี้ คอทเทจ” เป็นช่องทางร้านค้าปลีกจากแนวคิดในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากวัตถุดิบธรรมชาติ ผสมผสานกับการตกแต่งร้านและออกแบบบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบย้อนยุค (Vintage) เน้นส่วนผสมที่ลงตัวระหว่างศิลปะและงานฝีมือ (Art & Craft) โดยที่การตกแต่งร้านค้า รวมทั้งผลิตภัณฑ์ในร้านค้า บิวตี้ คอทเทจ ได้รับออกแบบตกแต่งในสไตล์ศิลปะจากธรรมชาติ ผสมผสานกับความอ่อนหวานของผู้หญิงตะวันตกในยุคควิคตอเรียน ภายใต้โลโก้ “Natural Crafted Beauty” หรือ “ความงามที่รังสรรค์จากธรรมชาติ” ซึ่งก่อให้เกิดความเรียบหรูลงตัวอย่างมีระดับ ผลิตภัณฑ์ในร้านค้าปลีกภายใต้แนวคิด บิวตี้ คอทเทจ ทั้งหมดจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ “Beauty Cottage” เพียงแบรนด์เดียว (Single Brand) โดยจะให้ความสำคัญกับการคัดเลือกวัตถุดิบจากธรรมชาติหลากชนิด อาทิ สารสกัดจากดอกไม้ผลไม้ ผัก สมุนไพร และพืชพรรณต่างๆที่มีความโดดเด่นในคุณสมบัติ เช่น การบำรุงผิว กักเก็บความชุ่มชื้น กระชับผิว ลดริ้วรอย รวมทั้งเสริมสร้างความกระชับใสให้กับผิว เหมาะสำหรับผู้ที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพภายใต้แนวคิดธรรมชาติ โดยกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยและวัยทำงานขึ้นไปที่ต้องการการบำรุงผิวในระดับที่ลึกมากขึ้น ผสมผสานกับการสร้างบุคลิกภาพที่เรียบหรู บิวตี้คอทเทจ เปิดตัวในเดือนสิงหาคม 2554 จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ บิวตี้ คอทเทจผ่านร้านค้าปลีกของบริษัท, ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ, ช่องทางสินค้าอุปโภค (Consumer Product) และช่องทางออนไลน์



ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ของ บิวตี้ คอทเทจได้รับการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Market Position) ในระดับที่พรีเมียมกว่า บิวตี้ บูฟเฟต์ โดยที่ บิวตี้ คอทเทจ เน้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการบำรุงผิวลึกจากธรรมชาติ ในขณะที่ บิวตี้ บูฟเฟต์ จะมีความโดดเด่นในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสีสดใสหลากหลาย และความทันสมัย





*Natural Crafted Beauty*



*Natural  
Crafted Beauty*







**MADE IN  
NATURE**

*Live a natural life*

“เมด อิน เนเจอร์” เป็นแนวคิดผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ภายใต้สโลแกน “Live a Natural Life” นำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้าง (Premium Mass) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป ลูกค้าน่าสนใจได้แก่กลุ่มบุคคลทั้งหญิงและชายที่ให้ความสำคัญกับการดูแลตนเอง และเป็นลูกค้าทั่วไปของซูเปอร์มาร์เก็ตระดับบน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ลักษณะสีส้มธรรมชาติ วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 3 กลุ่มสินค้า คือ Goat Milk Series , Collagen & Q10 Series และ Hokkaido Milk Series

บริษัทเริ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางร้านค้าปลีกขนาดใหญ่หรือโมเดิร์นเทรดในไตรมาสที่ 2 ของปี 2555 ด้วยกลุ่มสินค้า Goat Milk Series ปัจจุบันช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ เมด อิน เนเจอร์ ประกอบไปด้วย จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก บิวตี้บูฟเฟต์ ของบริษัทที่มีสาขาทั่วประเทศ, ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ, ช่องทางสินค้าอุปโภค (Consumer Product) และช่องทางออนไลน์ โดยบริษัทมีแผนในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แนวคิดเมด อิน เนเจอร์ อย่างต่อเนื่อง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีผลิตภัณฑ์ เมด อิน เนเจอร์ ทั้งหมดจำนวน 3 กลุ่มสินค้า 12 SKUs



**MADE IN  
NATURE**

*Live a natural life*





## สรุปผลการดำเนินงานและฐานะการเงิน

สรุปผลการดำเนินงานบริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) ผู้ดำเนินธุรกิจจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวภายใต้ร้านค้าปลีกของบริษัทรวมทั้งจำหน่ายสินค้าผ่านตลาดกลุ่มสินค้าคอนซูเมอร์, ช่องทาง E-Commerce และช่องทางต่างประเทศ ส่งผลให้รายได้รวมของบริษัทเป็น 786.83 ล้านบาทในปี 2563 จาก 2,020.77 ล้านบาทในปี 2562 คิดเป็นอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 61.06

รายได้จากการขายหลักของบริษัท มาจากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางร้านค้าปลีก โดยช่องทางร้านค้าปลีก ยอดขายในปี 2563 และปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 407.37 ล้านบาท และ 1,121.37 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.77 และร้อยละ 55.49 ของรายได้รวม ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตลดลง ร้อยละ 63.67 โดย สาขา ณ สิ้นปี 2563 มีจำนวนรวมในประเทศ 113 สาขา ลดลง 198 สาขา จาก ณ สิ้นปี 2562 ที่มีจำนวน 311 สาขา (ในประเทศ 311 สาขา) ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว, ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง, อุปกรณ์เสริมความงาม และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีสัดส่วนการจำหน่ายโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 27.06, ร้อยละ 20.17, ร้อยละ 2.61 และร้อยละ 1.93 ตามลำดับ

ช่องทางต่างประเทศปี 2563 และ 2562 มีรายได้รวมเป็นจำนวน 286.92 ล้านบาท และ 557.21 ล้านบาทตามลำดับช่องทางคอนซูเมอร์โปรดักส์ ปี 2563 และ 2562 มีรายได้รวมเป็นจำนวน 44.65 ล้านบาท และ 303.00 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 85.27 และการจำหน่ายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ ปี 2563 และ 2562 มีรายได้รวมเป็นจำนวน 34.92 ล้านบาท และ 25.61 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.34

ต้นทุนขายของบริษัทในปี 2563 และปี 2562 มี จำนวนเท่ากับ 353.28 ล้านบาท และ 794.14 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 54.08 และร้อยละ 60.44 ตามลำดับ อัตรากำไรขั้นต้นในปี 2563 ต่ำกว่าปี 2562 เนื่องจากในปี 2563 มีการทำโปรโมชั่นที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ในกลุ่มธุรกิจเครื่องสำอางที่มีสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง รวมถึงทำ Promotion clearance sales ด้วยระยะเวลาสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ยที่ 217 วันในปี 2563 ซึ่งในปี 2562 อยู่ที่ 168 วัน

บริษัทมีกำไร (ขาดทุน)สุทธิสำหรับงวดในปี 2563 และปี 2562 เป็นจำนวน -104.88 ล้านบาท และ 232.58 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิร้อยละ -13.33 และร้อยละ 11.51ตามลำดับ ทั้งนี้ผลประกอบการของบริษัทมีการเติบโตที่ลดลงในปี 2563 เป็นผลกระทบต่อเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อยอดขายทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างมีนัยยะ ประกอบกับกำลังซื้อของผู้บริโภคที่อ่อนตัวลง และจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ การจับจ่ายซื้อโดยรวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ส่งผลให้ผลประกอบการของบริษัทมีการเติบโตที่ลดลงในปี 2563

## สรุปฐานะการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 บริษัทมีสินทรัพย์รวมเป็นจำนวน 1,082.26 และ 1,315.02 ล้านบาทตามลำดับ โดยในปี 2563 มีสินทรัพย์หมุนเวียน 694.03ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.13ของสินทรัพย์รวม ที่สำคัญได้แก่ เงินสด และรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 175.94 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.26 ของสินทรัพย์รวม และเงินลงทุนชั่วคราวจำนวน 250 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.10 สินค้าคงเหลือมีจำนวน 209.02 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.31 ของสินทรัพย์รวม และมีระยะเวลาในการขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ยเท่ากับ 217 วัน ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นมีจำนวน 58.64ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.42 ของสินทรัพย์รวม บริษัทมีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนเป็นจำนวน 388.66 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.91 ของสินทรัพย์รวม ที่สำคัญได้แก่ ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ ซึ่งมีจำนวนสุทธิ 165.82 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.32 ของสินทรัพย์รวม

หนี้สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นจำนวน 234.35 ล้านบาท บริษัทอาศัยสภาพคล่องจากเงินสดและเครดิตเทอมที่ได้จากเจ้าหนี้การค้าเป็นหลัก ดังนั้นหนี้สินเกือบทั้งหมดของบริษัทจึงอยู่ในรูปของหนี้สินหมุนเวียน ซึ่งมีจำนวนเท่ากับ 161.46 ล้านบาท ส่วนใหญ่ได้แก่ เจ้าหนี้การค้า และเจ้าหนี้อื่นจำนวน 88.01 ล้านบาท บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นจำนวน 847.9 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.28 เท่า ซึ่งจะเห็นว่าบริษัทใช้แหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่จากส่วนของผู้ถือหุ้น ทำให้มีความเสี่ยงด้านการเงินต่ำ และมีความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ



## รายงานคณะกรรมการ

ภาพรวมเศรษฐกิจประเทศไทยปี 2563 มีการเติบโตผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ติดลบร้อยละ 6.1% ลดลงจากปี 2562 ที่มีการขยายตัวร้อยละ 2.4 อันเนื่องมาจากเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก ส่งผลให้เกิดภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจซึ่งกระทบต่อการดำเนินธุรกิจโดยรวมของประเทศอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับภาคอุตสาหกรรมความงามได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนมีวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่ “New Normal” เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อ ลดกิจกรรมทางสังคมลง เช่น ลดการท่องเที่ยว เดินทางสรรพสินค้า ทานอาหารนอกบ้าน เป็นต้น เพื่อเป็นการเว้นระยะห่างทางสังคมและเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้จ่ายใช้สอยผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

ภาพรวมธุรกิจเครื่องสำอางปี 2563 และแนวโน้ม ปี 2564 ได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ยังไม่คลี่คลาย แต่คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมเครื่องสำอางจะค่อยๆปรับตัวกลับมามีสัญญาณที่ดีตามลำดับ เพราะคนในยุคปัจจุบันให้ความสนใจใส่ใจเกี่ยวกับสุขภาพ ความงาม และผิวพรรณ รวมทั้งการดูแลตัวเองมากขึ้น มีความต้องการอยากให้ตัวเองดูดีขึ้น อีกทั้งในส่วนของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายมีการปรับตัวให้ทันต่อกระแสสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และต้องติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างใกล้ชิดและต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันต่อสถานการณ์ มีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรมที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้กว้างขึ้น ต้องปรับกลยุทธ์การตลาดในด้านต่างๆ เพื่อเตรียมรับมือกับปัจจัยเสี่ยงในเรื่องของสถานะเศรษฐกิจและสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ต้องมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่กว้างขวางและครอบคลุมเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้าง พัฒนาสินค้าให้ทันกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุค New normal

สำหรับบริษัทที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เช่นกันส่งผลให้ผลประกอบการปี 2563 มีรายได้รวม 876.8 ล้านบาทลดลง 61.1% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีรายได้รวม 2,020.8 ล้านบาท ขาดทุนสุทธิ 104.9 ล้านบาทลดลง 145.1% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 232.6 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลต่อยอดขายทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างมีนัยยะสำคัญ ประกอบกับกำลังซื้อผู้บริโภคที่อ่อนตัวลง การชะลอตัวเศรษฐกิจ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง การใช้จ่ายชะลอตัว แต่อย่างไรก็ตามบริษัทเล็งเห็นผลกระทบในระยะยาวจึงมีมาตรการลดความเสี่ยงในอนาคต โดยการปรับกลยุทธ์และแผนธุรกิจตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยได้ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการ ลดต้นทุนการผลิต การขาย และค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการลงอย่างมีนัยยะสำคัญ รวมทั้งลดขนาดองค์กรให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจและสถานการณ์เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมทั้งสร้างช่องทางการดำเนินธุรกิจใหม่ และเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมให้สามารถเติบโตอย่างยั่งยืน

สุดท้ายนี้ในนามของคณะกรรมการบริษัท ขอขอบพระคุณท่านผู้ถือหุ้น ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจและพนักงานทุกท่านที่ได้ร่วมแรงร่วมใจสนับสนุนบริษัท เป็นอย่างดียิ่งตลอดมา และฝ่ายบริหารขอให้ความมั่นใจว่าจะนำพาบริษัทให้สามารถเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนและแข็งแกร่งต่อไปในอนาคต โดยจะดำรงไว้ซึ่งความโปร่งใส ยึดถือหลักธรรมาภิบาล ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของส่วนรวมเป็นที่ตั้ง

คณะกรรมการ  
บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

## สารสนเทศจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ปี 2563 บริษัทได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ระบาดเริ่มต้นในประเทศจีนและแพร่กระจายไปประเทศอื่นทั่วโลกส่งผลให้เกิดชะลอตัวเศรษฐกิจ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ประกอบกับกำลังซื้อผู้บริโภคอ่อนตัวลง และบริษัทต้องปิดดำเนินการร้านค้าปลีกเกือบ 300 สาขาทั่วประเทศตามประกาศมาตรการปิดห้างสรรพสินค้าและปิดประเทศ ซึ่งส่งผลต่อยอดขายภาพรวมของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ผลประกอบการปี 2563 บริษัทมีรายได้รวม 876.8 ล้านบาทลดลง 61.1% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีรายได้รวม 2,020.8 ล้านบาท ขาดทุนสุทธิ 104.9 ล้านบาท ลดลง 145.1% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 232.6 ล้านบาท

เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และวิกฤตทางเศรษฐกิจที่ BEAUTY กำลังเผชิญอยู่นี้ ถึงแม้ว่าจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อผลประกอบการของบริษัททั้งรายได้และกำไร แต่จากการที่บริษัทสามารถปรับโครงสร้าง ลดค่าใช้จ่ายต่างลงอย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนของรายได้มีการปรับกลยุทธ์ในด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง ทั้งการสร้างช่องทางการจำหน่ายใหม่ ทำให้สินค้า BEAUTY ยังคงได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในประเทศ ส่วนตลาดต่างประเทศยังคงได้รับคำสั่งซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีน เอเชียและประเทศอื่นๆอย่างต่อเนื่องถือเป็นสัญญาณที่ดีในการขยายตัวและเจริญเติบโตหลังสถานการณ์วิกฤตคลี่คลายลง

บริษัทตระหนักถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัทในภาพรวม โดยได้ติดตามประเมินสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างใกล้ชิดเพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารงาน ปี 2564 ตั้งเป้าหมายได้เติบโต 5 % (Conservative Growth) รักษาอัตรากำไรสุทธิมากกว่า 5% ได้ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการ ลดต้นทุนการผลิต การขาย และค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการลงอย่างมีนัยสำคัญ รวมทั้งลดขนาดองค์กรให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจและสถานการณ์เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปปรับโครงสร้างการบริหารจัดการครั้งใหญ่ มุ่งเน้นขยายช่องทางจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ พัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ พร้อมลดต้นทุนการผลิต การขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารลงอย่างมีนัยสำคัญ พัฒนาลาดต่างประเทศต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังได้ปรับรูปแบบช่องทางจัดจำหน่ายใหม่ทั้งในและต่างประเทศ พัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่เพื่อเป็นฐานการขยายตลาดต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2564 บริษัทวางเป้าหมายผลประกอบการกลับมาทำกำไร มีฐานะทางการเงินและกระแสเงินสดที่แข็งแกร่ง พร้อมพัฒนาธุรกิจให้มีความแข็งแกร่งเพิ่มขึ้น ขับเคลื่อนด้วย 3 กลยุทธ์ 1. Re-Structure ปรับโครงสร้างบริหารจัดการภายในองค์กร เพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจทั้งระบบ พร้อมลดต้นทุนการผลิต การขาย และค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในระยะยาว 2. Re-New ปรับกลยุทธ์ตลาดในประเทศ มุ่งเน้นขยายช่องทางจำหน่ายที่มีการขยายตัวสูง และมีโอกาสในการเติบโต ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น ดังนี้ ช่องทางสินค้าอุปโภค (Consumer Product) กลุ่มสินค้า Fast Moving Consumer Goods (FMCG) เจาะกลุ่มผู้ค้าส่งเครื่องสำอางรายใหญ่ในจังหวัดหัวเมืองใหญ่ (Local Distributor) ช่องทางร้านค้าปลีก (Retail) ปิดสาขาที่ไม่มีศักยภาพในการเติบโตและมีค่าใช้จ่ายสูง เพิ่มช่องทางการขายออนไลน์และช่องทางการจำหน่ายอื่นที่มีประสิทธิภาพเข้ามาทดแทน ขยายตลาดต่างประเทศเชิงรุก ปรับเปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศจาก Shop Model ไปสู่ Distributor Channel เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขยายตลาดทั้ง Offline และ Online โดยมุ่งเน้นรุกตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนต่อเนื่อง 3. Re-Model พัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ซึ่งอยู่ในช่วงของการปรับปรุงและพัฒนาโมเดลการขายใหม่ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงกันช่องทางการขายและสินค้าระหว่างช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

ปี 2564 นับเป็นปีแห่งความท้าทายของบริษัทอย่างมาก ผมและทีมผู้บริหารมีความตั้งใจและมั่นใจว่าจะนำพาบริษัทผ่านพ้นวิกฤตครั้งนี้และบรรลุสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ และขอขอบพระคุณท่านผู้ถือหุ้น ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และพนักงานทุกท่านที่ได้ร่วมแรงร่วมใจสนับสนุนบริษัทเป็นอย่างดีตลอดมา

สุดท้ายนี้ผมในฐานะของตัวแทนของผู้บริหารและทีมงานของบริษัทมีความห่วงใยในสุขภาพของทุกท่าน ดังนั้นเพื่อป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และสังคมสามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข จึงขอรณรงค์การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เข้ากับวิถีชีวิตใหม่ (New normal) และร่วมกันเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) พร้อมเป็นกำลังใจให้กับทุกท่านผ่านพ้นวิกฤตในขณะนี้ไปได้ด้วยดี

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร  
บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)



กรรมการ



กรรมการ



ประธานกรรมการบริษัท (รักษาการ),  
กรรมการอิสระ  
และประธานกรรมการตรวจสอบ



1. รศ.ดร.วิจิต อยู่ائن
2. พันเอกอรุณพล ศรีสังวาลย์
3. นายวิบูลย์ พจนาลัย
4. นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ
5. นางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ
6. ดร.พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์
7. นางสาวมณฑุสชาติพ มลาอัครนันท์

ประธานกรรมการบริษัท (รักษาการ), กรรมการอิสระ  
และประธานกรรมการตรวจสอบ  
กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ  
กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ  
กรรมการ  
กรรมการ  
กรรมการ  
กรรมการ



กรรมการ

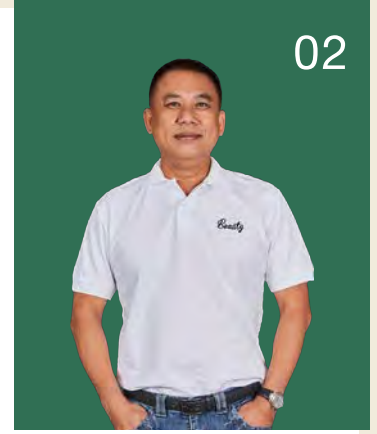


กรรมการ

กรรมการอิสระ และ  
กรรมการตรวจสอบ

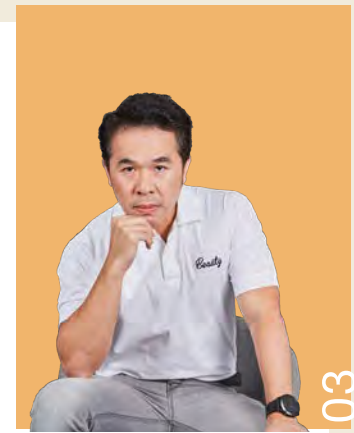


กรรมการอิสระ และ  
กรรมการตรวจสอบ



## คณะกรรมการตรวจสอบ

- |                 |             |                      |
|-----------------|-------------|----------------------|
| 1. รศ.ดร. วิจิต | อุ้ยอัน     | ประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 2. พันเอกอรุณพล | ศรีสังวาลย์ | กรรมการตรวจสอบ       |
| 3. นายวิบูลย์   | พจนาลัย     | กรรมการตรวจสอบ       |



## คณะกรรมการสรรหา และพิจารณาคำตอบแทน

1. รศ.ดร. วิจิต อุ้ยอัน  
ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน
2. นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ  
กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน
3. นายวิบูลย์ พจนาลัย  
กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน





01

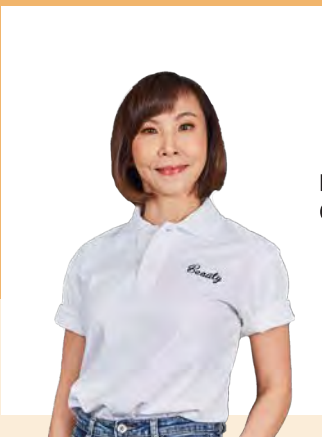
02



03



04



05



06



07

## คณะกรรมการบริหาร ความเสี่ยง

### RISK

1. พันเอกอรุณพล ศรีสังวาลย์  
ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง
2. นายวิบูลย์ พจนาลัย  
กรรมการบริหารความเสี่ยง
3. นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ  
กรรมการบริหารความเสี่ยง
4. ดร.พระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์  
กรรมการบริหารความเสี่ยง
5. นางสาวศิริกรัย พัทฒนิวัฒนนท์  
กรรมการบริหารความเสี่ยง
6. นายณรฤทธิ์ ศิदानนท์  
กรรมการบริหารความเสี่ยง
7. นายธิตัพพ์ วงษ์ศรีเผือก  
กรรมการบริหารความเสี่ยง



## คณะกรรมการบริหาร

- |                                  |                                  |
|----------------------------------|----------------------------------|
| 1. นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ        | ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร          |
| 2. ดร.พีระพงษ์ กิตติเวชโกศาวัฒน์ | รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร       |
| 3. นางสาวศิริกรย์ พัทธวีระนนท์   | ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ  |
| 4. นายบรรฤทธิ์ ศีตานนท์          | ผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ |

## Assoc.Prof.Dr. Vichit U-On

ตำแหน่ง กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ

อายุ (ปี) 53 ปี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี วทบ. (เศรษฐศาสตร์เกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ปริญญาโท วทม. (เศรษฐศาสตร์เกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ปริญญาเอก DBA. (Marketing) The University of Sarasota, USA
- ปริญญาเอก D.I.B.A -Nova Southeastern University, Florida, USA.
- Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

รศ.ดร. วิชิต อุอน

### ประสบการณ์ทำงาน

- |                 |  |
|-----------------|--|
| 2560 - ปัจจุบัน | ประธานกรรมการบริษัท (รักษาการ)/<br>ประธานกรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ<br>บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้ |
| 2560 - ปัจจุบัน | ประธานกรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ<br>บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้                                    |
| 2556 - ปัจจุบัน | คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ<br>(Graduate College of Management)<br>มหาวิทยาลัยศรีปทุม  |
| 2552 - 2555     | คณะกรรมการบริหารนโยบายและคณะ<br>ทำงาน ปัญญาสมพันธ์เพื่อการวิจัยความเห็น<br>สาธารณะแห่งประเทศไทย  |
| 2552 - 2555     | อดีตผู้อำนวยการศูนย์วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค<br>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม                 |

% การถือหุ้นในบริษัท - ไม่มี -



SUWIN



## Suwin Kraibhubes

ตำแหน่ง กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

อายุ (ปี) 52 ปี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง สถาบันวิทยาการตลาดทุน รุ่นที่ 18 (วตท. 18)
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง Global Business Leaders Program (GBL) จาก LEAD BUSINESS INSTITUTE
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง Chief Transformation Officer (CTO) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ

ประสบการณ์ทำงาน

- 2561- ปัจจุบัน กรรมการ/ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้
- 2560 - 2561 กรรมการ/ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร/รักษาการผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อบมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้
- 2543 - 2559 กรรมการ/ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร/รักษาการผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและรักษาการผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อบมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้

% การถือหุ้นในบริษัท 9.50%

## Tanyapon Kraibhubes

ตำแหน่ง กรรมการ

อายุ (ปี) 51 ปี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ประกาศนียบัตรพยาบาล วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนีพะยา
- Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- Academy of Business Creativity (ABC) จากสถาบันพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เชิงธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

นางธัญญภรณ์ ไกรภูเบศ

ประสบการณ์ทำงาน

- 2557 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้
- 2543 - 2557 รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการ บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้

% การถือหุ้นในบริษัท 11.70 %

TANYAPON





# Monsoothatip Malaukaranun

ตำแหน่ง กรรมการ

อายุ (ปี) 43 ปี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- The Madanes Enneagram Coaching Methodology จาก NLP Life Mastery
- Certificate of practitioner at Fundamental Level จาก iSTRONG Mental Health
- Professional certified life coach จาก Thailand coaching academy
- Master certified life coach จาก Thailand coaching academy

นางสาวมณสมุทิพ มลาอัครนันท์

ประสบการณ์ทำงาน

- |                 |  |
|-----------------|--|
| 2555 – ปัจจุบัน | กรรมการ บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้   |
| 2555 – 2556     | กรรมการ/กรรมการบริหาร และผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจและสื่อสารองค์กร บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้ |
| 2553 – 2554     | รองผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้                                      |
| 2552 – 2553     | รองผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการขาย บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้                                       |
| 2548 – 2552     | หัวหน้าแผนกปฏิบัติการขาย บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้  |

% การถือหุ้นในบริษัท 0.33%



# Dr. Peerapong Kitiveshpokawat

ตำแหน่ง กรรมการและรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

อายุ (ปี) 58 ปี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ปริญญาโท การตลาดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ Gothenberg University, Sweden
- ปริญญาโท การบริหารธุรกิจค้าปลีก, University of sterling United Kingdom.
- ปริญญาเอก การจัดการธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการธุรกิจคณะวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการมหาวิทยาลัยศรีปทุม
- Mini MBA in Franchise NovaSoutheastern University, USA
- CFE (Certified Franchise Executive) International Franchise Association (IFA)
- Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

PEERAPONG



ดร.พีระพงษ์ กิตติเวชโกวัฒน์

ประสบการณ์ทำงาน

- |                 |  |
|-----------------|--|
| 2561 – ปัจจุบัน | กรรมการ/รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร   |
| 2561 - 2562     | กรรมการ/รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร/รักษาการประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายซัพพลายเชน/รักษาการประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้ |
| 2554 – 2560     | ประธานกรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้   |
| 2550 – 2560     | กรรมการ บจ. บิลิเนส โค้ช แอนด์ คอนซัลตัง   |
| 2538 – 2560     | กรรมการ บจ. บี.ที.ซี. พาร์ท เซ็นเตอร์  |

% การถือหุ้นในบริษัท 0.035%

## Col. Attapon Srisangwarn

ตำแหน่ง กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ

อายุ (ปี) 53 ปี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- นักกฎหมายภาครัฐ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ปี 2552
- วิทยาลัยการทัพบกชุดที่ 58
- Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

พันเอกอรุณพล ศรีลังวัลย์

ประสบการณ์ทำงาน

- 2560 – ปัจจุบัน นายทหารปฏิบัติการพิเศษ กรมการสารวัตรทหารบก
- 2560 – 2561 หัวหน้าแผนกกฎหมาย อาร์มียูไนเต็ด
- 2559 – 2562 ผู้ช่วยดำเนินงานของสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ
- 2557 – 2560 คณะกรรมการอำนวยการ การคดีฯ กองทัพบก
- 2554 – ปัจจุบัน กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ  
บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้

% การถือหุ้นในบริษัท - ไม่มี -

## Viboon Pojanalai

ตำแหน่ง กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ

อายุ (ปี) 44 ปี

คุณวุฒิทางการศึกษา

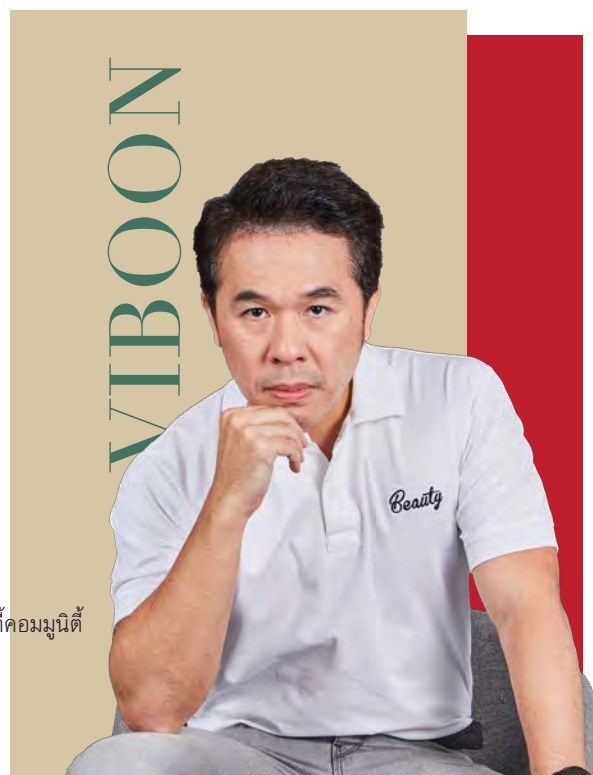
- ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาโท วิทยาศาสตร์ สาขาการจัดการความเสี่ยงและอนุพันธ์ทางการเงิน  
Georgia State University
- ผ่านการอบรม Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

นายวิบูลย์ พจนาลัย

ประสบการณ์ทำงาน

- 2561 – ปัจจุบัน กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ  
บมจ. แอสเซียน เทคโนโลยี
- 2559 – ปัจจุบัน กรรมการบริษัท บมจ. ไทย อิงเกอร์ โฮลดิ้ง
- 2558 – ปัจจุบัน กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ  
บมจ. เดนทัล คอร์ปอเรชั่น
- 2554 – ปัจจุบัน กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ บมจ. บิวตี้คอมมูนิตี้
- 2551 – ปัจจุบัน กรรมการ บจ. เอเชียเหมืองแร่อุตสาหกรรม

% การถือหุ้นในบริษัท - ไม่มี -



## Sirikan Phattiveranon

**ตำแหน่ง** กรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ

**อายุ (ปี)** 54 ปี

**คุณวุฒิทางการศึกษา**

- ปริญญาตรี บัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (เกียรตินิยมอันดับ2)
- Kaset mini Financial Business Management มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- Digital Marketing Certificate Program – DMP มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Strategies and Innovation Creation มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นางสาวศิริการย์ พัทธวิระนันท์

**ประสบการณ์ทำงาน**

- 2561 – ปัจจุบัน กรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บมจ. บิวตี้คอมมูนิตี้
- 2560 – 2561 กรรมการบริหารและผู้อำนวยการฝ่ายการขาย และรักษาการผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บมจ. บิวตี้คอมมูนิตี้

% การถือหุ้นในบริษัท 0.003 %



## Norarit Keetanon

**ตำแหน่ง**

กรรมการ/กรรมการบริหาร และผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

**อายุ (ปี)**

49 ปี

**คุณวุฒิทางการศึกษา**

- Master of MBA, OKLAHOMA CITY University Major: Management Information System
- Professional Certification Program NORTHWESTERN University Major: E-Commerce
- Bachelor of Engineering (B.E.), ASSUMPTION University Major: Electronics

ศิตานนท์  
นายบรรณฤทธิ์

**ประสบการณ์ทำงาน**

- 2560 – ปัจจุบัน กรรมการ/กรรมการบริหาร และผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้
- 2554 - 2559 คณะผู้บริหาร, ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และคณะกรรมการบริหารการวางแผนต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) บริษัท ไรต์ เทคเด็คซ์ จำกัด
- 2545 – 2559 ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทแนเชอรัล พาร์ค จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันซื้อบริษัท ยูซิติ จำกัด (มหาชน)

% การถือหุ้นในบริษัท 0.002%







## Beauty Team



คณะผู้บริหารบริษัท  
บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

## วิสัยทัศน์และพันธกิจ

## Vision

BEAUTY COMMUNITY PUBLIC COMPANY LIMITED

## ปรัชญาองค์กร ( Corporate Philosophy )

“สร้างสรรค์ เปลี่ยนแปลง ยั่งยืน”  
“Creative Dynamic Sustainable”

## วิสัยทัศน์ของบริษัท ( Vision )

“International Beauty &amp; Health Business”

## Mission

## พันธกิจ ( Mission)

1. สร้างสรรค์กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านความงามที่มีคุณภาพดีและทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของวิถีชีวิตสมัยใหม่
2. นำผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายครอบคลุมทั่วประเทศ และขยายสู่ระดับภูมิภาค
3. พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรให้พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน
4. ดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล โดยคำนึงถึงผลตอบแทนและผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น พนักงานและสังคมจะได้รับ

## BUSINESS STRATEGY

## MULTI BRAND

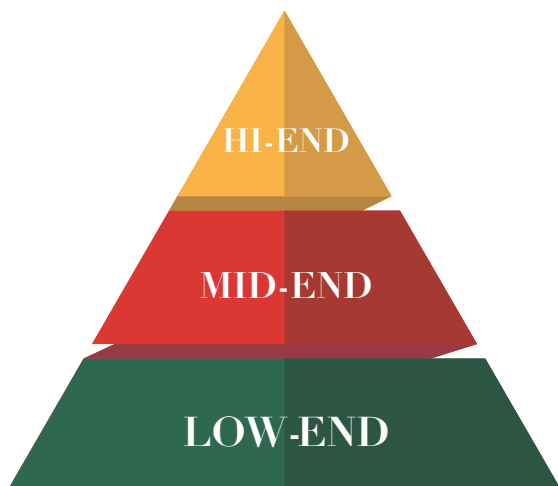
To meet various and different need of all target markets.

## MULTI PRODUCT

To cover all customers' needs with a wide pricerange to fit different lifestyles.

## MULTI CHANNELS

To reach broadcast of customer through multiple distribution channels.



## Business Policy

- High Quality Product
- Premium Design
- Targeting a Larger Group of Customer
- Affordable price

## Company's Philosophy



CREATIVE



DYNAMIC



SUSTAINABLE

## ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)
ชื่อภาษาอังกฤษ	BEAUTY COMMUNITY PUBLIC COMPANY LIMITED
ชื่อย่อ	จดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ( SET) โดยใช้ชื่อย่อว่า “BEAUTY” ในกลุ่ม Commerce
ประเภทธุรกิจ	จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว
นโยบายการบริหารงาน	MULTI BRANDS, MULTI PRODUCTS, MULTI CHANNELS
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 10/915 ซอยนวลจันทร์ 34 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10230 โทรศัพท์ 02 946 0700 – 6 โทรสาร 02 946 1571
เลขทะเบียนบริษัท	0107555000244
Home Page	สำหรับข้อมูลทั่วไปของบริษัท รวมถึงข้อมูลในส่วนของนักลงทุนสัมพันธ์ <a href="http://www.beautycommunity.co.th">www.beautycommunity.co.th</a> , Email : <a href="mailto:contact@beautycommunity.co.th">contact@beautycommunity.co.th</a> สำหรับ Beauty Buffet <a href="http://www.beautybuffetshop.co.th">www.beautybuffetshop.co.th</a> <a href="https://www.facebook.com/beautybuffetfanpage">www.facebook.com/beautybuffetfanpage</a> สำหรับ Made in Nature <a href="http://www.made-in-nature.com">www.made-in-nature.com</a> <a href="https://www.facebook.com/madeinnaturefanpage">www.facebook.com/madeinnaturefanpage</a>
บุคคลอ้างอิง	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตบริษัทสอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เบอร์ติดต่อ : 02-2595300-2, 02-3325126-9 บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด (TSD) SET Contact center: 0 2009-9999





# ปัจจัยความเสี่ยง

## 1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

### ● ความเสี่ยงจากการพึ่งพิง บิวตี้ บูฟเฟต์

ที่ผ่านมารายได้หลักของบริษัทมาจากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แนวคิด บิวตี้ บูฟเฟต์ โดยในปี 2563 และปี 2562 บริษัทมีรายได้การจัดจำหน่ายสินค้าของ บิวตี้ บูฟเฟต์ เป็นจำนวนรวม 367.20 ล้านบาท และ 859.99 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.67 และ 42.56 ของรายได้รวม ตามลำดับ โดยเกือบทั้งหมดเป็นรายได้จากการจำหน่ายสินค้าปลีกให้กับผู้บริโภคทั่วประเทศ ภายใต้เครื่องหมาย บิวตี้ บูฟเฟต์ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวเป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะที่มีความอ่อนไหว ต่อการบริโภคโดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผิวหน้า ซึ่งผู้บริโภคจะค่อนข้างอ่อนไหว ต่อข่าวสารข้อมูล ต่างๆที่ได้รับ ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ดังนั้นหากเกิดเหตุการณ์ใดๆ ที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ของ บิวตี้ บูฟเฟต์ เช่น ผู้บริโภคเกิดอาการแพ้เครื่องสำอางหรือบำรุงผิว เป็นต้น อาจส่งผลกระทบต่อยอดขายและ ผลการดำเนินงาน ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

บิวตี้ บูฟเฟต์ เป็นแนวคิดของการพัฒนาร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง (Shop brand) การจัดแบ่งสินค้าที่เสนอขายออกเป็นหลากหลายแบรนด์ โดยแต่ละแบรนด์มีตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจน ตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งบริษัทสามารถพัฒนาแบรนด์ใหม่ๆขึ้นมาทดแทนได้ตลอดเวลาตามลักษณะของสินค้าแฟชั่น และยังมีผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ เมตอินเนเจอร์ ในกลุ่มสกินแคร์ ที่มุ่งเน้นวัตถุดิบ จากธรรมชาติ และสามารถใช้ได้กับทุกเพศทุกวัย โดยลักษณะการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทันสมัยดึงดูดความสนใจและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย โดยการจำหน่าย ผ่านคอนวีเนียนสโตร์ ไมเคิร์นเทรต และช่องทางออนไลน์ต่างๆ

ในปี 2563 บริษัทดำเนินการเปิดสาขาร้านค้าปลีก บิวตี้ บูฟเฟต์ จำนวนทั้งสิ้น 198 สาขา จากสาขาทั้งหมด ณ ต้นปี 2562 ที่ 311 สาขา ทำให้มีจำนวนสาขาลดเหลือ ณ ต้นปี 2563 จำนวน 113 สาขา ซึ่งสาขาที่ปิดเป็นสาขาที่ไม่ทำกำไร ซึ่งส่งผลให้สัดส่วนรายได้ของ บิวตี้ บูฟเฟต์ ลดลงเหลือประมาณ 25 % ในปี 2564 แต่อย่างไรก็ตามสาขาที่เหลืออยู่บริษัทได้เพิ่มประสิทธิภาพการขาย พนักงานขายสามารถขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของตนเองได้ รวมถึงมีพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น Grab Mart , Food Panda ส่งและส่งสินค้าถึงมือลูกค้า (Delivery) รวมถึงพัฒนาระบบ call centre ทั้งนี้บริษัทได้พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบของอีคอมเมิร์ซ อย่างเต็มรูปแบบ ได้แก่ Social Media เช่น Facebook, Line@ (Beauty Buffet, Made in nature , Beauty Idol), Website: beautybuffet.co.th รวมทั้งจำหน่ายผ่านช่องทางเว็บไซต์ออนไลน์ชื่อดังต่างๆ เช่น Lazada, Shopee, Konvy, Shop@24 และอื่นๆ อีกมากมาย นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มช่องทางการขายไปยังต่างประเทศ ทั้ง CLMV, AEC และ ภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน,ฮ่องกง, ไต้หวัน, เวียดนาม, ฟิลิปปินส์, พม่า, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย, สิงคโปร์, อินเดีย และลาว

ดังนั้นบริษัทจึงมีความมั่นใจว่าการพึ่งพิงรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดร้านค้าปลีกบิวตี้ บูฟเฟต์ จะลดลงตามลำดับเมื่อผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้ช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นของบริษัทมีการเติบโตมากขึ้น รวมทั้งมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มเติมในอนาคตตามกลยุทธ์และเป้าหมายการตลาด

นอกจากนี้ บริษัทเชื่อมั่นว่าความเสี่ยงจากภาพลักษณ์ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทเกิดขึ้นได้น้อย โดยในอดีตยังไม่เคยมีกรณีดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องจากบริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับหนึ่ง มีการทดสอบการใช้จริงกับสินค้าทุกชิ้นที่ส่งผลิต รวมทั้งมีนโยบายรับประกันความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัย หากลูกค้าไม่พึงพอใจในสินค้าที่ซื้อไปก็สามารถคืนสินค้าได้ภายใน 14 วัน (โครงการ Customer Satisfaction Guarantee ซึ่งเริ่มโครงการตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา) โดยที่ผ่านมามีมูลค่าในการคืนสินค้าไม่น้อยมากหรือประมาณร้อยละ 0.01 ของยอดขายโดยรวม นอกจากนี้ บริษัทมีการสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ โดยหากเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทผู้บริหารคาดว่าจะเพียงพอผลกระทบระยะสั้นเนื่องจากบริษัทสามารถสื่อสารชี้แจงให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อเท็จจริงได้อย่างรวดเร็วในหลายช่องทาง

### ● ความเสี่ยงจากการลอกเลียนแบบสินค้า

บริษัทไม่มีนโยบายการผลิตสินค้าด้วยตนเอง แต่จะใช้วิธีการสั่งผลิตสินค้าจากผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ โดยผู้ผลิตจะเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบในการผลิตทั้งหมด รวมทั้งเป็นผู้ควบคุมสูตรการผลิตในรายละเอียดนอกจากนี้ผู้ผลิตบางรายทำหน้าที่ทั้งการผลิตตัวเนื้อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จึงสามารถผลิตได้ตั้งแต่ต้นทางจนถึงสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงจากการลอกเลียนแบบสินค้าและอาจส่งผลกระทบต่อความดำเนินงานของบริษัท

บริษัทตระหนักดีถึงความเสี่ยงดังกล่าว ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการจัดทำสัญญากับผู้ผลิตทุกราย ที่ควบคุมสูตรการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยมีสาระสำคัญคือผู้ผลิตจะไม่เปิดเผยหรือเผยแพร่สูตรการผลิต หรือส่วนผสมของสินค้า และขั้นตอนการผลิตให้บุคคลอื่นได้รับทราบ รวมถึงจะไม่ผลิตสินค้าดังกล่าวออกมาจำหน่ายเอง ทั้งนี้ ให้เงื่อนไขดังกล่าวมีผลทั้งในกรณีที่ผู้ผลิตยังทำการผลิตให้กับบริษัท และมีผลต่อเนื่องไปอีกเป็นระยะเวลา 1- 3 ปี หลังจากที่ยกเลิกการสั่งซื้อจากผู้ผลิตดังกล่าวแล้ว

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความหลากหลาย โดยปัจจุบันมีจำนวนสินค้ามากกว่า 1,000 รายการ รวมทั้ง มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในจำนวนนี้มีผู้ผลิตมากกว่า 30 รายทำการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งไม่สามารถทราบสูตรการผลิตหรือลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ได้ทั้งหมด รวมทั้งบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับเครื่องหมายการค้าของบริษัทครอบคลุมทั้งในและต่างประเทศเพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงในการลอกเลียนแบบตราสินค้าอีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้บริษัทมีความเชื่อมั่นในการสร้างแนวคิดให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างคุณภาพในการบริการให้ทัดเทียมกับเครื่องสำอางที่จับกลุ่มลูกค้าระดับบน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อตราสินค้าของบริษัทซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

### ● ความเสี่ยงจากพึ่งพิงผู้ผลิตสินค้า

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แม้ว่าบริษัทจะเป็นผู้กำหนดวัตถุดิบหลัก (Active ingredient) และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้น และจะร่วมกับโรงงานผู้ผลิตในการกำหนดรายละเอียดและพัฒนาสูตรการผลิต รวมถึงขั้นตอนการผลิตบางขั้นตอน แต่โดยรวมโรงงานผู้ผลิตจะเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบทั้งหมด ซึ่งหากผู้ผลิตหยุดทำการผลิตให้กับบริษัทจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตสินค้า ที่เหมือนกันทุกประการได้ ซึ่งหากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมและมียอดขายที่สูงอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทในภาพรวมได้

ทั้งนี้ กรณีที่ผู้ผลิตยกเลิกทำการผลิตให้กับบริษัทยังไม่เคยเกิดขึ้นในอดีต อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายในการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวโดยการกระจายการสั่งผลิตสินค้าจากผู้ผลิตจำนวนมากราย เพื่อมิให้เกิดการพึ่งพิงผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งโดยสัดส่วนการสั่งซื้อจากผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดสำหรับปี 2563 และปี 2562 อยู่ที่ร้อยละ 15.02 และร้อยละ 15.88 ของยอดสั่งซื้อสินค้าโดยรวม ตามลำดับ และหากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม บริษัทจะทำการจัดหาผู้ผลิต 2 รายควบคู่กันไป นอกจากนี้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นั้นบริษัทจะทราบสูตรและวัตถุดิบในเบื้องต้น โดยหากมีกรณีที่ผู้ผลิตยกเลิกการผลิตบริษัทสามารถทำการปรับปรุงสูตรและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เทียบเท่าหรือดีกว่าผลิตภัณฑ์เดิมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้นกว่าเดิม

นอกจากนี้ ในปัจจุบันบริษัทมีการสั่งซื้อในปริมาณที่สูงเนื่องจากยอดขายที่สูงขึ้น ทำให้บริษัทเกิดความประหยัดต่อขนาด (Economy of Scales) ซึ่งทำให้บริษัทมีความสามารถในการต่อรองกับผู้ผลิตและสามารถควบคุมต้นทุนสินค้าได้ดี

## ● ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวตัวเป็นสินค้าแฟชั่นซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงความนิยมในตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อยู่เสมอ แต่ในการดำเนินธุรกิจนั้นบริษัทมีความจำเป็นต้องสั่งผลิตในจำนวนที่มากพอ รวมทั้งจัดเก็บสินค้าคงคลังในจำนวนที่เพียงพอเพื่อการกระจายสินค้าให้แก่สาขาทั่วประเทศ โดยในระหว่างปี 2563 และปี 2562 บริษัทจัดเก็บสินค้าคงคลังเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 20 และ 27 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ และมีระยะเวลาการขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ยอยู่ 217 และ 168 วัน ตามลำดับ (คำนวณจากสินค้าสำเร็จรูป) ส่วนระยะเวลาการขายสินค้าคงเหลือทั้งหมดซึ่งรวมบรรจุภัณฑ์ด้วยเฉลี่ยอยู่ในช่วงประมาณ 287 และ 215 วัน ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลังในกรณีที่กระแสเงินสดของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปจนทำให้สินค้าคงคลังที่มีอยู่ไม่สามารถขายได้หรือมีมูลค่าลดลง

บริษัทคาดว่าผลกระทบจากความเสี่ยงนี้ค่อนข้างน้อย เนื่องจากบริษัททำการสำรวจตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถจัดเก็บข้อมูลขายผลิตภัณฑ์ได้ทุกรายการ ทำให้สามารถวิเคราะห์สถิติการขาย เช่น อัตราเร็วในการขายสินค้าแต่ละตัว วงจรอายุสินค้า (Life cycle) เป็นต้น ส่งผลให้สามารถวางแผนการสั่งผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งนี้บริษัทมีระยะเวลาในการขายสินค้าเฉลี่ยค่อนข้างนาน เนื่องจากจำเป็นต้องสำรองสินค้าให้เพียงพอต่อการกระจายสู่สาขาจำนวนมาก รวมทั้งสำรองในกรณี เกิดเหตุฉุกเฉินต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น เช่น อุทกภัย อัคคีภัย เป็นต้น อีกทั้งสำรองสำหรับกรออกสินค้าใหม่ (New Product) และเพื่อแก้ปัญหา สินค้าขาด (Shortage) อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายการตรวจสอบอายุคงเหลือของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือให้เหมาะสมกับช่วงอายุ ตัวอย่างเช่น กรณีที่สินค้ามีอายุคงเหลือประมาณ 15 เดือน จะตกอยู่ในช่วงเฝ้าระวังโดยที่ฝ่ายการตลาดและฝ่ายปฏิบัติการขายจะสื่อสารให้พนักงานหน้าร้านกระตุ้นการขายสินค้าดังกล่าวและกรณีที่สินค้ามีอายุคงเหลือ อยู่ในช่วง 4-8 เดือน จะเป็นช่วงที่จัดให้มีการส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มอัตราเร่งในการขายสินค้า เป็นต้น

## ● ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง

ธุรกิจค้าปลีกเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ใช้เงินทุนสูงเริ่มต้นไม่มากนัก รวมทั้งมีโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจที่ไม่ซับซ้อนในช่วงเริ่มต้น ส่งผลให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันได้โดยง่าย ทั้งผู้ประกอบการในประเทศไทยและบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาเปิดสาขาหรือแฟรนไชส์ในประเทศไทย โดยเฉพาะเครื่องสำอางจากประเทศในแถบเอเชีย เช่น เกาหลี และญี่ปุ่น ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใกล้เคียงกับบริษัท ซึ่งทำให้บริษัทต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่สูงและอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ นอกจากนี้ บริษัทยังมีความเสี่ยงจากผู้ประกอบการรายย่อยที่ขายสินค้าลอกเลียนแบบและสินค้านำเข้าอย่างผิดกฎหมาย ซึ่งอาจกระทบต่อยอดขายของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคู่แข่งรายใหม่จะสามารถเข้ามาในธุรกิจได้ง่าย แต่การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ เพิ่มยอดขาย และรักษาลูกค้าในระยะยาวเป็นสิ่งที่ไม่ได้ง่ายนัก เนื่องจากจะต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนในระดับที่สูงขึ้นเพื่อการประชาสัมพันธ์และการขยายสาขาในวงกว้าง โดยคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ส่วนใหญ่จะขาดอำนาจต่อรองในการเช่าพื้นที่ในทำเลที่ดี ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันไม่เท่าเทียมกับรายเดิมที่มีอยู่ อีกทั้งบริษัทมีการสำรวจตลาดทั้งด้านคู่แข่งและความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาปรับเปลี่ยนธุรกิจให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นบริษัทคาดว่าความเสี่ยงที่ยอดขายจะลดลงจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่อยู่ในระดับที่ไม่มากนัก นอกจากนี้ บริษัทมิได้มุ่งเน้นการขายผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญกับการนำเสนอแนวคิดของผลิตภัณฑ์ คุณประโยชน์ วิธีใช้ผลิตภัณฑ์ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เน้นพัฒนาสินค้าให้มีประสิทธิภาพโดยปรับทั้งขนาดและราคาให้ตรงกับตลาดและกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มความน่าสนใจของบรรจุภัณฑ์ เน้นรูปแบบการตกแต่งร้านและทำการตลาดที่ทันสมัยมากขึ้น การบริการที่ดี การพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับและติดตลาด รวมทั้งสอดคล้องกับความนิยมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบกับรักษาลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและภักดีต่อตราสินค้า (Brand loyalty) ซึ่งผู้ที่ขายสินค้าลอกเลียนแบบหรือสินค้านำเข้าผิดกฎหมายไม่สามารถลอกเลียนแบบแนวคิดดังกล่าวได้ ทำให้กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าดังกล่าวและสินค้าของบริษัทเป็นคนละกลุ่ม ไม่ส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัท

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทบางส่วนได้รับการผลิตจากโรงงานผู้ผลิตในประเทศเกาหลี เช่น ผลิตภัณฑ์ ของ บิวตี้ บูฟเฟต์ แรนด์ GINO McCray ซีรีส์ Heritage เป็นต้น รวมทั้งผลิตภัณฑ์บางส่วนได้รับการผลิตจากผู้ผลิตสัญชาติญี่ปุ่นซึ่งตั้งโรงงานอยู่ในประเทศไทย ทำให้บริษัทมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ว่าสามารถเทียบเคียงได้ และสามารถแข่งขันได้กับผลิตภัณฑ์นำเข้าจากประเทศเกาหลีและญี่ปุ่น ซึ่งกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในตลาดเครื่องสำอางในปัจจุบัน

นอกจากนี้บริษัทได้ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อกระจายสินค้าให้เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค เช่น ช่องทางอีคอมเมิร์ซ ช่องทางโมเดิร์นเทรด และช่องทางต่างประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงธุรกิจสาขาร้านค้าปลีก

## ● ความเสี่ยงจากการถูกยกเลิกสัญญาเช่าดำเนินงาน

บริษัทมีการเปิดสาขาร้านค้าปลีกเพื่อจำหน่ายเครื่องสำอางภายใต้แนวคิด บิวตี้ บูฟเฟต์, บิวตี้คอฟเทจ เป็นจำนวนมาก โดย ณ เดือนธันวาคม 2563 มีจำนวนสาขารวม 113 สาขาทั่วประเทศ ซึ่งสาขาเกือบทั้งหมดได้รับการจัดทำสัญญาเช่าดำเนินงานระยะสั้น 1-3 ปี (ยกเว้นสาขามานูญครอง 1 ซึ่งเป็นสิทธิการเช่าระยะยาว) ดังนั้นหากเจ้าของพื้นที่ทำการยกเลิกสัญญาเช่า อาจส่งผลให้บริษัทไม่สามารถจัดจำหน่ายสินค้าได้และอาจกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

ทั้งนี้ เจ้าของพื้นที่ซึ่งบริษัทเช่าดำเนินงาน ส่วนใหญ่จะเป็นห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ เช่น เทสโก้โลตัส บิ๊กซี เซ็นทรัลพลาซ่า เดอะมอลล์ โรบินสัน เป็นต้น ซึ่งบริษัทจัดอยู่ในกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ (Key account) ของเจ้าของพื้นที่ดังกล่าว ที่ผ่านมามีเจ้าของพื้นที่ได้ทำการต่อสัญญาเช่าอย่างต่อเนื่องในกรณีที่บริษัทร้องขอ รวมถึงนำเสนอพื้นที่แห่งใหม่ก่อนลูกค้ารายย่อย เพื่อให้บริษัทเช่าเปิดสาขาที่พื้นที่ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่มีการเปิดสาขาใหม่ จึงทำให้บริษัทเชื่อมั่นว่าผลกระทบจากความเสียหายน้อยในระดับต่ำ

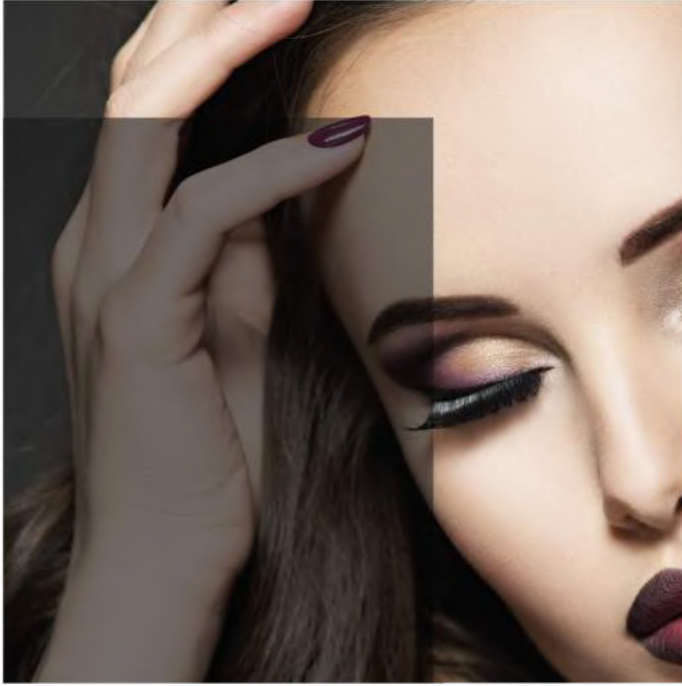
## ● ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงระบบคอมพิวเตอร์ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทอาศัยระบบคอมพิวเตอร์ในการบริหารจัดการการขายหน้าร้าน ค้าปลีกทุกสาขา และมีการเชื่อมต่อเข้ากับระบบการจัดการคลังสินค้าของบริษัท รวมทั้งมีการจัดเก็บฐานข้อมูลสินค้าคงเหลือข้อมูลลูกค้าและอื่นๆ ซึ่งหากระบบคอมพิวเตอร์ดังกล่าวเกิดการขัดข้อง อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจได้

ทั้งนี้ ระบบการบริหารจัดการการขายหน้าร้านหรือ Point of Sales (POS) ของแต่ละร้าน มีการประมวลผลเป็นเอกเทศซึ่งกันและกัน โดยจะเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลคลังสินค้าของบริษัททุกวันหากมีการขัดข้อง ที่ร้านใดร้านหนึ่งร้านอื่นๆจะไม่ได้รับผลกระทบใด นอกจากนี้บริษัทมีมาตรการรองรับในกรณีที่เกิดการขัดข้องโดยมีการฝึกอบรมให้พนักงานสามารถขายสินค้าและออกบิลได้โดยไม่ต้องผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ที่ผ่านมามีกรณีที่ระบบ POS หน้าร้านเกิดการขัดข้องบ้างแต่บริษัทสามารถแก้ไขได้ภายในเวลาไม่นานและไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อการขายแต่อย่างใดในส่วนสำนักงานใหญ่ใช้ระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าผ่านระบบ Microsoft Dynamic AX โดยกำหนดให้ทำการสำรอง (back up) ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอทุกวัน พร้อมทั้งมี server สำรอง เพื่อให้สามารถกู้คืนข้อมูลได้ในกรณีที่ระบบหลักเกิดการขัดข้อง อีกทั้งในปัจจุบันบริษัทได้ทำการพัฒนา ระบบใหม่คือระบบ Warehouse Management System (WMS) ซึ่งจะมาช่วยในการบริหารจัดการคลังสินค้า ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## ● ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

ปัจจุบันอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความผันผวน โดยเฉพาะเงินบาทที่มีการปรับตัวแข็งค่าและอ่อนลงสลับกันไปมา รวมทั้งบริษัทมีมูลค่าการจำหน่ายสินค้าและการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามบริษัทมีการกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยพิจารณาจัดทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward contract) พิจารณาตามความเหมาะสมเป็นรายกรณีไป



# R I S K



ด้านการผลิตสินค้า (Import) บริษัทมีการสั่งผลิตสินค้าจากผู้ผลิตบางส่วนในต่างประเทศ เช่น ประเทศเกาหลี จีน ไต้หวัน อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย เป็นต้น และชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการปรับตัวที่แข็งค่าขึ้นของเงินบาทได้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตลดลงและเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต บริษัทได้มีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward contract)

ด้านการจำหน่ายสินค้า (Export) บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าเป็นสกุลเงินบาทในสัดส่วนที่สูงกว่าสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐการแข็งค่าของเงินบาทจึงไม่ทำให้เกิดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากบริษัทได้มีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward contract) ไว้แล้วเช่นกัน เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

## ● ความเสี่ยงจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ช่วงต้นปี 2563 เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID -19) ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก มีประกาศ พรก. ฉุกเฉิน มีการปิด Lockdown ห้ามมีการเข้า-ออกนอกประเทศ ห้ามสรรพสินค้า สถานบันเทิงต่างๆ ปิดดำเนินการ ฯลฯ และในช่วงกลางปี 2563 เกิดเหตุการณ์รุนแรงทางการเมือง ซึ่งจากเหตุการณ์ดังกล่าวข้างต้นส่งผลกระทบต่อกำลังการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคหันมานิยมการจับจ่ายในช่องทาง Online และในเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นทำให้ส่งผลกระทบต่อด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นเหตุการณ์ที่บริษัทไม่สามารถควบคุมได้ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลประกอบการยอดขายลดลงมากกว่า 50%

ถึงแม้ว่าสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ยังไม่สามารถประเมินได้ว่าสถานการณ์จะสิ้นสุดเมื่อไหร่ อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีการติดตามประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริหารงานโดยปัจจุบันบริษัทได้ใช้กลยุทธ์

1. Re-Structure ปรับโครงสร้างบริหารจัดการ เพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจภายในองค์กรพร้อมลดต้นทุนการผลิต การขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารลง เช่น การปิดสาขาร้านค้าปลีกที่ไม่มีความสามารถในการทำกำไร เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในระยะยาว

2. Re-new ปรับกลยุทธ์ตลาดและการขายมุ่งเน้นขยายไปในช่องทางการจำหน่ายที่มีการขยายตัวสูงและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นไม่จำกัดเฉพาะร้านสาขา เช่น ช่องทางสินค้าอุปโภค (Consumer Product) ช่องทางอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) และช่องทางตลาดต่างประเทศ
3. Re-model พัฒนาและปรับปรุงโมเดลการขายใหม่ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงกันช่องทางการขายสินค้าระหว่างช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ซึ่งจากกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นบริษัทเชื่อมั่นว่าจะช่วยสร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในระยะยาวได้

ในปี 2560 บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงภายใต้การเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) เพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งการกำกับดูแลให้มีระบบและกระบวนการจัดการความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบต่อธุรกิจอย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้สนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และทิศทางของบริษัท ภายใต้สภาวะอุตสาหกรรม เศรษฐกิจ การเมือง ฯลฯ ที่ผันผวน และสามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียว่าบริษัทมีการบริหารความเสี่ยงในทุกมิติ



## ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “BEAUTY”) เดิมชื่อ บริษัท โมนาโพลิแตนท์ จำกัดจดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2543 ด้วยทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 1,000,000 บาท โดยมีผู้ก่อตั้งคือ นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ และนางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว ด้วยแนวความคิดที่ต้องการจะนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อความงามอันหลากหลายที่ผ่านการคัดสรรอย่างดีทั้งในด้านวัตถุดิบและรูปลักษณ์ เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค

## การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2541 – 2542	เปิดร้านจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวนำเข้าร้านแรก โดยใช้ชื่อว่า “นีโอ” ที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ต่อมาทำการขยายธุรกิจโดยการเปิดร้านชื่อว่า “โมนา” ที่ศูนย์การค้ามาบุญครอง
19 ตุลาคม 2543	ก่อตั้ง บริษัท โมนาโพลิแตนท์ จำกัด (ชื่อเดิมของบริษัท) ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท เพื่อดำเนินธุรกิจการจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวอย่างเต็มรูปแบบมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศและที่ผลิตภายในประเทศ ภายใต้ชื่อร้าน “โมนา” ในศูนย์การค้าต่างๆจำนวนทั้งสิ้น 7 สาขา
ปี 2547	ปรับปรุงรูปแบบให้ทันสมัย โดยปรับเปลี่ยนชื่อร้านเป็น “คอสเมตา” ซึ่งมีชื่อแตกต่างกับรูปแบบร้านเดิมดังต่อไปนี้มีการคัดเลือกสินค้านำเข้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น รวมทั้งเริ่มใช้วิธีการสั่งผลิตสินค้าจากโรงงานในประเทศไทย และสั่งผลิตสินค้าบางส่วนจากประเทศเกาหลี
3 มีนาคม 2548	บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 5,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการขยายสาขา โดยจากปี 2547 จนถึงปี 2549 ร้านคอสเมตาได้เปิดสาขาแล้วทั้งสิ้นประมาณ 20 สาขา
ปี 2549 – 2550	ในเดือนธันวาคม 2549 พัฒนารูปแบบร้านรวมถึงเปลี่ยนชื่อร้านเป็น “บิวตี้ บัฟเฟต์ (BEAUTY BUFFET)” ภายใต้แนวคิด บิวตี้ บัฟเฟต์ ซึ่งมุ่งเน้นหลักการของการเข้าถึงได้ง่าย สัมผัสง่าย ทดลองใช้ได้ มีความหลากหลายครบถ้วน และราคาสมเหตุสมผล เช่นเดียวกันกับการเข้าร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ภายใต้สโลแกน “The most delicious beauty shop in town” หรือ “สวยอร่อยหลากหลายสไตล์บัฟเฟต์” สาขาแรกเปิดในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลสาขางศ์สว่าง
ปี 2554	เปิดตัวร้านค้าปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวรูปแบบใหม่ ภายใต้ชื่อ “บิวตี้ คอทเทจ (BEAUTY COTTAGE)” โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและปลอดภัยไม่มีที่เป็นอันตราย ผสมผสานกับการตกแต่งร้านในรูปแบบแนวย้อนยุคหรือวินเทจ (Vintage) โดยเปิดตัวสาขาแรกที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า สาขาลาดพร้าว ภายใต้สโลแกน “Natural Crafted Beauty” ซึ่งหมายถึงความงามที่รังสรรค์จากธรรมชาติ
23 ธันวาคม 2554	บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 55,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 550,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เพื่อซื้อที่ดินซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ และเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ
ปี 2555	เดือนมกราคมปี 2555 บริษัทได้จัดทำสัญญาการจัดจำหน่ายสินค้า บิวตี้ บัฟเฟต์ กับผู้จัดจำหน่ายสินค้ารายหนึ่ง โดยให้สิทธิในการจำหน่ายสินค้าของ บิวตี้ บัฟเฟต์ ในประเทศกัมพูชาภายใต้มาตรฐานของบริษัท โดย ร้าน บิวตี้ บัฟเฟต์ เปิดตัวเป็นครั้งแรกในประเทศกัมพูชา ในเดือนกุมภาพันธ์ 2555  เดือนเมษายน 2555 บริษัทเปิดตัวผลิตภัณฑ์ “เมด อิน เนเจอร์ (MADE IN NATURE)” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากธรรมชาติ ภายใต้สโลแกน “Live a Natural Life” จัดจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกขนาดใหญ่หรือโมเดิร์นเทรด (Modern Trade)
31 กรกฎาคม 2555	บริษัททำการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นจาก 100 บาทต่อหุ้น เป็น 1 บาทต่อหุ้น ด้วยทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 300,000,000 บาท และนำหุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
12 ธันวาคม 2555	วันซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยวันแรก (First Day Trade)
กรกฎาคม 2556	บริษัทเปิดตัว บิวตี้ มาร์เก็ต ในรูปแบบร้านค้าปลีก Multi-Brands ขนาดใหญ่ โดยผสมผสานแนวคิดจากการซื้อสินค้าที่หลายใน Supermarket ร้านสะดวกซื้อและความตื่นตัวของเครื่องสำอาง เป็นร้านเครื่องสำอางเฉพาะอย่าง (Beauty specialty store) ที่มุ่งเน้นการขายผลิตภัณฑ์เพื่อความงามโดยเฉพาะ ภายใต้สโลแกน “The Super Market of Beauty” โดยเริ่มเปิดสาขาแรกที่ ซีคอนสแควร์ ศรีนครินทร์

พฤศจิกายน 2556	เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ เกิร์ลลี่ เกิร์ล ซึ่งเป็นสินค้า Fighting Brand กลุ่มสกินแคร์และเครื่องสำอางวัยรุ่นด้วยคอนเซป White & Baby ลักษณะการออกแบบบรรจุภัณฑ์เน้นวัยรุ่นทันสมัยและขนาดของสินค้ามีขนาดเล็กและราคาไม่แพง เพื่อวางจำหน่ายผ่านร้านคอนวีเนียนสโตร์, แค็ตตาล็อก และ เทดดี้ชั่นนอล เทรด
พฤษภาคม 2557	บริษัทได้ประกอบพิธีลงเสาเอกก่อสร้างอาคารคลังสินค้าและอาคารศูนย์ฝึกอบรมแห่งใหม่ ณ ซอยนวลจันทร์ 34 บนเนื้อที่ 3-0-15 ไร่ เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต
14 พฤษภาคม 2558	เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัท (แตกพาร์) จากเดิมหุ้นละ 1 บาท เป็นหุ้นละ 0.10 บาท จำนวนหุ้นเพิ่มเป็น 3,000,000,000 หุ้น
ไตรมาสที่ 3/2558	เปิดตัว <a href="http://www.beautyplazaonline.com">www.beautyplazaonline.com</a> ด้วยความตั้งใจและพิถีพิถัน เพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ในการช้อปปิ้งเครื่องสำอางออนไลน์
มีนาคม 2559	บริษัทได้เข้าใช้งาน สำนักงาน, คลังสินค้า และศูนย์ฝึกอบรมพนักงานแห่งใหม่ของบริษัท (BEAUTY 2)
พฤษภาคม 2560	ได้รับรางวัล The Best Brand Performance 2017 on Instagram แปรนต์ที่ทำผลงานบนโซเชียลมีเดียยอดเยี่ยมบนอินสตาแกรม (Instagram) และรางวัล อันดับที่ 3 The Best Brand Performance 2017 กลุ่มธุรกิจเครื่องสำอาง ภายในงาน Thailand Zocial Awards 2017
พฤศจิกายน 2560	SET Awards 2017 ได้รับรางวัล ผู้บริหารสูงสุดดีเด่น และรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านผลการดำเนินงานดีเด่นในงาน “SET Awards 2017” จัดโดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร
ตุลาคม 2561	ได้รับรางวัล “Asia’s 200 Best Under a Billion” ได้รับคัดเลือกเป็นปีที่สองติดต่อกัน “Asia’s 200 Best Under a Billion” หรือ 200 สุดยอดบริษัทเอเชียที่รายได้ต่ำกว่าหนึ่งพันล้านเหรียญ จัดโดยนิตยสาร Forbes Asia
สิงหาคม 2562	BEAUTY BUFFET เปิดตัว Flagship store แห่งแรกและเปิดตัวโมเดลธุรกิจ “ร้านเครื่องสำอางมัลติแบรนด์” ที่สาขา มาบุญครอง เปิดตัว <a href="http://www.beautybuffet.co.th">www.beautybuffet.co.th</a> เพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ในการช้อปปิ้งเครื่องสำอางออนไลน์หลากหลายแบรนด์ชั้นนำ
พฤศจิกายน 2563	เปิดตัว Beauty Factory Outlet แห่งแรก ณ สำนักงานใหญ่ บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้

L I F E S T Y L E  
B E A U T Y



## ข่าวสารและกิจกรรมของบริษัท ปี 2563

1. **งานให้ข้อมูลแผนธุรกิจปี 2563** แก่นักวิเคราะห์และเจ้าหน้าที่การตลาด วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563 ที่บริษัทหลักทรัพย์ ฟิลลิป (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยมี นายสุรพล เพชรกลิ้ง ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน และ นางสาวศิริการย์ พัทฒนิวีระนนท์ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ



2. งานแถลงข่าว **“ทิศทางธุรกิจและกลยุทธ์การดำเนินงานปี 2563”** โดยนายแพทย์สุวิน โกรฎเบต ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ดร.พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร นายสุรพล เพชรกลิ้ง ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน และคุณศิริการย์ พัทฒนิวีระนนท์ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ที่โรงแรมGrande Centre Point Terminal 21 วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2563

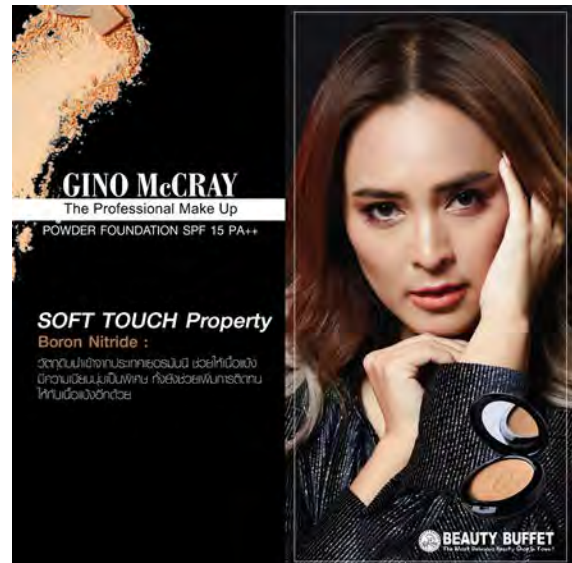




### 3. เปิดตัวฟรีเซ็นเตอร์ “มาริโอ้ เมาเร่อ” กับผลิตภัณฑ์โฟม



4. เปิดตัวฟรีเซ็นเตอร์ “นานา ไรบีนา” กับผลิตภัณฑ์



5. เปิดตัวฟรีเซ็นเตอร์ “ดีเจดาด้า” กับผลิตภัณฑ์ มิรา



6. บริษัทพัฒนาโมเดลการขายใหม่ คือ **“Product License”** เป็นการร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีนพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีมาร์จิ้นสูง เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการบริหารจัดการตลาดในประเทศจีน และเล็งเห็นว่าเป็นตลาดขนาดใหญ่มีโอกาสดูธุรกิจสูง จำหน่ายสินค้าที่เป็น Product License แล้ว 5 items



เซนต์โอ อะโวกาโด ไบรท์เทนนิ่ง  
เชอร์เบต บอดี้สครับ



เซนต์โอ ราสเบอร์รี่ พอร์บีบีไบซิ่ง  
เชอร์เบต บอดี้สครับ



เซนต์โอ แอปเปิ้ลคอต ไบรท์เทนนิ่ง  
เชอร์เบต บอดี้สครับ



เซนต์โอ คาเฟอีน มาส์ค



เซนต์โอ มิลค์โอตมีลแอนติไ้ตมิล แอนติ-ไมท์ โซฟ



7. งานประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 โดย รศ.ดร.วิจิต อุ๋อัน รักษาการประธานกรรมการ นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ดร.พีระพงษ์ กิตติเวชโกศาวัฒน์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และคุณธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ กรรมการ พร้อมด้วยคณะกรรมการและผู้บริหาร บมจ.บิวตี้ คอมมูนิตี้ ณ ห้องประชุมคริสตัล บอลรูม 1,2 อาคาร E ชั้น 2 โครงการคริสตัลดีไซน์เซ็นเตอร์ (CDC) กรุงเทพฯ วันที่ 27 สิงหาคม 2563



8. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับรางวัล C CHANNEL BEAUTY AWARDS 2020 จาก C CHANNEL THAILAND



บิวตี้ คอทเทจ ลักชัวรี เพอร์เฟกต์ติ้ง  
พาวเดอร์ ฟาวนด์เดชั่น



จูน แม็กเกรย์ เดอะ โปรเฟสชันนอล  
เมคอัพ คัลเลอร์ ลิปสติก



บิวตี้ คอทเทจ ซีเครท การ์ด็น  
ลิป กันท์

9. งาน Grand Opening เปิดตัว Beauty Factory Outlet ณ สำนักงานใหญ่บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) วันที่ 26 พฤศจิกายน 2563





## เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทเชื่อมั่นในการเติบโตอย่างมีเสถียรภาพโดยไม่พึ่งพิงสินค้า ตรายี่ห้อ(แบรนด์) หรือช่องทางการจัดจำหน่ายประเภทใดประเภทหนึ่งแต่เพียงประเภทเดียว ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าบริษัทมุ่งเน้นการสร้างแนวคิดหรือการสร้างแบรนด์ใหม่ ควบคู่ไปกับการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับแนวคิด รวมไปถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง โดยหลักการดังกล่าวนำไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจที่สอดคล้องกัน ดังนี้

- มุ่งสู่ความเป็นผู้นำด้านตลาดเครื่องสำอาง โดยการพัฒนาธุรกิจให้ครอบคลุมความต้องการ (Demand) ของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามทั้งหมด ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ถูกออกแบบใหม่ภายใต้แบรนด์ใหม่ และผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางใหม่ (Multi products, Multi brands and Multi channels)
- สร้างสรรค์กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านความงามให้มีหลากหลายประเภทโดยไม่จำกัดเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว โดยให้ครอบคลุมและครบถ้วนทุกความต้องการของลูกค้า รักษามาตรฐานคุณภาพทัดเทียมกับต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาจากสารสกัดจากธรรมชาติ รวมทั้งรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าทั้งในและต่างประเทศ ด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย
- ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้กว้างขวางครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ รวมทั้งขยายสู่การจัดจำหน่ายในต่างประเทศ มุ่งไปสู่ “International Beauty & Health Business Company” เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

เป้าหมายทางธุรกิจของบริษัท มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้การขยายตัวของธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งคาดว่าจะส่งผลตอบแทนสูงสุดแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัท



# LIVE A

การประกอบธุรกิจ  
ของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

# BEAUTIFUL LIFE

## ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทดำเนินธุรกิจจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว ภายใต้แนวคิด บิวดี บิวเฟด, บิวดี คอทเทจ, เมด อิน เนเจอร์ ซึ่งแต่ละแนวคิดจะมีความแตกต่างกันในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย และตำแหน่งทางการตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน และเป็นการสร้างฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทุกระดับของการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามโดยมีรายละเอียดดังนี้







# BEAUTY BUFFET

The Most Delicious Beauty Shop In Town !

## ผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด บิวตี้ บุฟเฟต์

“บิวตี้ บุฟเฟต์” เป็นแนวคิดในการนำเสนอรูปแบบการผสมผสานระหว่างแนวคิดของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์เข้ากับธุรกิจค้าปลีกเครื่องสำอาง ทำให้เกิดความแตกต่างและโดดเด่น โดยการประยุกต์แนวคิดของการรับประทานอาหารประเภทบุฟเฟต์ ที่มีอาหารให้เลือกชิมและลองหลากหลายประเภท ตกแต่งอย่างสวยงามน่าสนใจ และหลังจากที่เลือกลองชิมอย่างเต็มที่แล้ว ผู้บริโภคจะสามารถเลือกสรรสิ่งที่ต้องการมากที่สุดได้อย่างมั่นใจ เช่นเดียวกันกับการวางรูปแบบร้าน บิวตี้ บุฟเฟต์ ที่มีสินค้าหลากหลายให้เลือกสรร มุ่งเน้นการตกแต่งที่มีสีสันโดดเด่นและการให้บริการที่เป็นกันเอง เพื่อให้ลูกค้าสามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่ ก่อนที่จะทำการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับตนเองโดยร้าน บิวตี้ บุฟเฟต์ จะมีหุ่นพ่อกว้างตั้งอยู่ที่หน้าร้านเป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดลูกค้า ซึ่งถูกออกแบบมาให้เข้ากับสไตล์ของร้านคือ “The Most Delicious Beauty Shop in Town” หรือ “สวยอร่อยหลากหลายสไตล์บุฟเฟต์” ทั้งนี้แนวคิดที่สำคัญของ บิวตี้ บุฟเฟต์ คือ

หยิบง่าย ชิมง่าย	Easy Access
มีหลากหลายให้เลือก	Variety
ครบทุกความต้องการ	All in One
คุ้มค่า คุ้มราคา	Reasonable Price
สนุกสนานและตื่นเต้น	Fun and Excitement



SHOP

และเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของบุฟเฟต์ ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้ร้าน บิวตี้ บุฟเฟต์ จะถูกนำเสนอด้วยแบรนด์ที่หลากหลาย (Multi Brands) โดยแต่ละแบรนด์ได้รับการคัดสรรกำหนดเอกลักษณ์ ระดับราคา และตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างกันเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งทำให้ บิวตี้ บุฟเฟต์ มีกลุ่มลูกค้าที่กว้างขวางและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน บิวตี้ บุฟเฟต์ แบ่งออกได้เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Make-up) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin Care) และอุปกรณ์เสริม (Accessories) โดยผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะถูกจัดจำหน่ายภายใต้ 4 แบรนด์อันเป็นลิขสิทธิ์ของบริษัท (Private Label) ดังนี้





# GINO McCRAY®

The Professional Make Up

“จีโอ แมคครีย์” เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและอุปกรณ์เสริมสำหรับการแต่งหน้า ได้รับการวางรูปแบบ สีส้น เอกลักษณ์ของบรรรูกภัณฑ์ และระดับราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าวัยทำงานไปจนถึงช่างแต่งหน้ามืออาชีพ โดยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายใต้แบรนด์ GINO McCRAY ได้รับการแบ่งย่อยออกเป็น 4 ซีรีส์ ได้แก่ Pro Make-Up, Pink Passion, Heritage และ The Artist ซึ่งแต่ละซีรีส์จะมีโทนของสีส้นที่แตกต่างกันรวมทั้งมีเอกลักษณ์และตำแหน่งสินค้าของแต่ละซีรีส์ให้ลูกค้าสามารถเลือกได้ตามต้องการ

# SCENTIO®

Inspired by nature

“เซนทิโอ” เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการบำรุงผิวทั่วไปในชีวิตประจำวัน (Personal care) ซึ่งผลิตจากสารสกัดจากธรรมชาติ ครอบคลุมการดูแลผิวพรรณทั่วร่างกาย เช่น ครีมอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม ครีมบำรุงผิวหน้าและผิวกาย ครีมขัดผิว ครีมบำรุงมือและเท้า เป็นต้น โดยนำเสนอสารที่สกัดจากธรรมชาติที่มีคุณสมบัติในการบำรุงที่ล้ำลึก



# THE BAKERY®

SWEET & DELICIOUS

“เดอะ เบเกอรี่” เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและอุปกรณ์เสริมสำหรับการแต่งหน้า เช่นเดียวกับ GINO McCray แต่ได้รับการวางรูปแบบและสีส้นของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นหรือผู้ที่เพิ่งเริ่มแต่งหน้า จึงมีสีส้นที่สดใสและทันสมัย รวมทั้งมีระดับราคาที่ต่ำกว่า GINO McCray

# LANSLEY®

BEAUTY AND WELL-BEING

“แลนซ์เลย์” เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการบำรุงผิวซึ่งมีคุณสมบัติเฉพาะ (Functional Skin Care) เสริมจุดเด่นลดจุดด้อย เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าขาวใส ผลิตภัณฑ์ลดกระชับสัดส่วน ผลิตภัณฑ์ลดจุดด่างดำ ลดริ้วรอยและอาหารเสริม เป็นต้น





## Beauty Idol

บิวตี้ ไอโดล : เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการบำรุงผิวหน้าโดยเฉพาะภายใต้โลโกแกน “Donkey Milk Reborn” ได้รับแรงบันดาลใจและแนวความคิดความงามจากจักรพรรดินีคลีโอพัตรา สาว 2,000 ปี ในตำนานสู่ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงสำหรับบำรุงผิวหน้ากระชับใส เนียนเรียบ นุ่มชุ่มชื้น แลดูอ่อนเยาว์จากสารสกัดน้ำมันมะลา , สารสกัดจาก Ginseng Berry สาร Anti-Oxidant จากพืชชั้นสูงในประเทศเกาหลีที่มีสาร Saponin มากกว่าในรากโสมถึง 15 เท่าและสารสกัดจากธรรมชาติ 9 ชนิด (Skin Baby)



มิราเคิล เพอร์เฟค : เป็นแบรนด์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการบำรุงผิวคุณภาพสูงได้รับการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Market Position) ในระดับที่พรีเมียม ดีไซน์หรูหรา เน้นบำรุงผิวจากนวัตกรรมอนุพันธ์วิตามินซีแท้บริสุทธิ์ 100% ,สารสกัดดอกมาดอนนามาลิลลี่, Licorice Extract, อาร์บูติน, Nano LPD's Multivitamin, สาร Multivitamin, สารสกัดจากมอสส์, แพลงก์ตอนทะเล (GP4G SP), Black Complex และ Black Caviar





# ผลิตภัณฑ์ขายดี และได้รับความนิยมสูงสุด ของ บิวตี้ บุฟเฟต์

BEAUTY IDOL DONKEY MILK REBORN DAY & NIGHT CREAM MASK/  
SCENTIO VITAMIN C AFTER BATH BODY ESSENCE/  
SCENTIO MILK PLUS WHITENING Q10 FACIAL FOAM/  
BEAUTY IDOL DONKEY MILK REBORN DROP ESSENCE





# ผลิตภัณฑ์ขายดี และได้รับความนิยมสูงสุด ของ บีวตี้ บุฟเฟต์



GINO MCCRAY THE PROFESSIONAL MAKE UP POWDER FOUNDATION SPF 15 PA++/

# ผลิตภัณฑ์แนะนำ ของ ปิ๊วตี้ บุฟเฟต์

GINO MCCRAY THE PROFESSIONAL MAKE UP SERIES/





# ผลิตภัณฑ์แนะนำ ของ บีวตี้ บุฟเฟต์



BEAUTY IDOL DONKEY MILK REBORN DEEP CLEANSING WHIP FOAM/  
BEAUTY IDOL DONKEY MILK REBORN DROP ESSENCE



# ผลิตภัณฑ์แนะนำ ของ บีวตี้ บุฟเฟต์

SCENTIO VITAMIN C AFTER BATH BODY ESSENCE/  
LANSLEY HAIR REMOVER MOUSSE SPRAY



# ผลิตภัณฑ์แนะนำ ของ บิวตี้ บุฟเฟต์



LANSLEY DIET COFFEE PLUS

ผลิตภัณฑ์ใหม่ บิวตี้ บุฟเฟต์  
ปี 2563

SCENTIO  
*Inspired by nature*



SCENTIO HAND SANITIZER SPRAY/  
SCENTIO HAND SANITIZER GEL



ผลิตภัณฑ์ใหม่ ปีวดี บุปผา  
ปี 2563



MIRACLE PERFECT ULTIMATE REJUVENATE COMPLEXION SKIN TREATMENT SET

ผลิตภัณฑ์ใหม่ บิวตี้ บุปเฟ่ต์

ปี 2563

GINO McCRAY

GINO MCCRAY THE PROFESSIONAL MAKE UP MOUSSE LIP







Natural Crafted Beauty

## ผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด บิวตี้ คอทเทจ

“บิวตี้ คอทเทจ” เป็นแนวคิดในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากวัตถุดิบธรรมชาติ ผนวกเข้ากับการตกแต่งร้านและออกแบบบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบย้อนยุค (Vintage) เน้นส่วนผสมที่ลงตัวระหว่างศิลปะและงานฝีมือ (Art & Craft) โดยที่การตกแต่งร้านค้า รวมทั้งผลิตภัณฑ์ในร้านค้า บิวตี้ คอทเทจ ได้ออกแบบตกแต่งในสไตล์ศิลปะจากธรรมชาติ ผสมผสานกับความอ่อนหวานของผู้หญิงตะวันตกในยุควิคตอเรียน ภายใต้สโลแกน “Natural Crafted Beauty” หรือ “ความงามที่รังสรรค์จากธรรมชาติ” ซึ่งก่อให้เกิดความเรียบหรูลงตัวอย่างมีระดับ

ผลิตภัณฑ์ในร้านค้าปลีกภายใต้แนวคิด บิวตี้ คอทเทจ ทั้งหมดจัดทำภายใต้แบรนด์ “Beauty Cottage” เพียงแบรนด์เดียว (Single Brand) โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และอุปกรณ์เสริม โดยจะให้ความสำคัญกับการคัดเลือกวัตถุดิบจากธรรมชาติหลากหลายชนิด อาทิ สารสกัดจากดอกไม้ ผลไม้ ผัก สมุนไพร และพืชพรรณต่างๆที่มีความโดดเด่นในคุณสมบัติ เช่น การบำรุงผิว กักเก็บความชุ่มชื้น กระชับผิว ลดริ้วรอย รวมทั้งเสริมสร้างความกระชับให้กับผิว

บิวตี้ คอทเทจ มีความโดดเด่นในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับบำรุงผิว โดยการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ตามคุณสมบัติเด่นของสารสกัดจากธรรมชาติที่เป็นส่วนประกอบสำคัญ ตัวอย่างเช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์สารสกัดจากโปรตีนนม และวอลนัต ประกอบไปด้วยครีมอาบน้ำ ครีมขัดผิว ครีมบำรุงผิว และสเปรย์บำรุงผิว มีคุณสมบัติช่วยให้ผิวกระชับ และขาวกระจ่าง กลุ่มผลิตภัณฑ์สารสกัดจากผลโอ๊ลิฟ ประกอบไปด้วยครีมบำรุงผิวหน้า เซรั่มสำหรับดวงตาและผิวหน้า และครีมทวนหน้า มีคุณสมบัติบำรุงผิว สร้างความชุ่มชื้น ลดเลือนริ้วรอย เป็นต้น ซึ่งการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ในลักษณะดังกล่าว จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสรรชุดผลิตภัณฑ์ตามคุณสมบัติที่ต้องการได้อย่างครบวงจร





# BEAUTY Cottage

สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางร้าน บิวตี้ คอทเทจ เน้นการจำหน่ายเครื่องสำอางที่มีสีสันอันสดจากธรรมชาติตามแนวคิดของความงามที่รังสรรค์จากธรรมชาติ เช่น อายแชโดว์ และบรัชออน ซึ่งมีส่วนผสมของสีสันทัดจากพืชตระกูลเบอรี่ เป็นต้น รวมทั้งมีคุณสมบัติในการบำรุงผิวด้วยส่วนผสมของวิตามินอี คอลลาเจน ว่านหางจระเข้ ฯลฯ อันเป็นส่วนประกอบเสริมในตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ บางสาขาของ บิวตี้ คอทเทจ มีการให้บริการนวดหน้าบำรุงผิวเพื่อเพิ่มความครบวงจรของการให้บริการอีกด้วย

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ของ บิวตี้ คอทเทจ ได้รับการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Market Position) ในระดับที่พรีเมียมกว่า บิวตี้ บุฟเฟต์ โดยมีระดับราคาที่สูงกว่า และมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอันเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการบำรุงผิวจากธรรมชาติ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ของ บิวตี้ บุฟเฟต์ จะมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชื่นชอบสีสันสดใส หลากหลาย



# ผลิตภัณฑ์ขายดี และได้รับความนิยมสูงสุด ของ บีวตี้ คอทเทจ



BEAUTY COTTAGE ELEGANT IMPRESSIONIST SEMI - MATTE LIPSTICK/  
BEAUTY COTTAGE NATURAL CURVE EYELASH CURLER/  
BEAUTY COTTAGE VICTORIAN ROMANCE MEMORIES OF LOVE EAU DE PARFUME/  
BEAUTY COTTAGE TOTAL EXCELLENCE SKIN POWER BOOST SERUM/  
BEAUTY COTTAGE FOREVER BEAUTY POWDER FOUNDATION SPF 25 PA+++



[illegible]

BEAUTY COTTAGE ELEGANT IMPRESSIONIST SEMI - MATTE LIPSTICK  
BEAUTY COTTAGE NATURAL CURVE EYELASH CURLER  
BEAUTY COTTAGE VICTORIAN ROMANCE MEMORIES OF LOVE EAU DE PARFUME  
BEAUTY COTTAGE TOTAL EXCELLENCE SKIN POWER BOOST SERUM  
BEAUTY COTTAGE FOREVER BEAUTY POWDER FOUNDATION SPF 25 PA+++  
BEAUTY COTTAGE TOTAL EXCELLENCE SKIN POWER BOOST EYE SERUM  
BEAUTY COTTAGE NATURAL BLOTTING PAPER  
BEAUTY COTTAGE LUXURY VELVET MATTE LIPSTICK



# Made In Nature

ผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด เมด อิน เนเจอร์

ผลิตภัณฑ์ “เมด อิน เนเจอร์” ซึ่งเป็นแนวคิดผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ภายใต้โลโก้ “Live a Natural Life” โดยใช้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ลักษณะสีส้มธรรมชาติ นำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้าง (Premium Mass) ผ่านช่องทางร้านค้าปลีกขนาดใหญ่หรือโมเดิร์นเทรด โดยวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต (Active Ingredient) นำเข้าจากประเทศเกาหลีเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมทั่วถึง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีผลิตภัณฑ์ เมด อิน เนเจอร์ ทั้งหมดจำนวน 3 กลุ่มสินค้า 12 SKUs

- GOAT MILK SERIES นำเสนอสารสกัดโปรตีนจากนมแพะเป็นอาหารชั้นยอดของผิว อุดมด้วย VITAMIN A, B6, B12 และ VITAMIN E อีกทั้งมีสาร BETA-CASEIN ที่มีคุณสมบัติเพิ่มความชุ่มชื้น สูงกว่านมวัวถึง 3 เท่า ช่วยบำรุงผิวให้มีสุขภาพดี เนียนนุ่ม ชะลอการเกิดริ้วรอยด้วย
- COLLAGEN & Q10 SERIES คอลลาเจนชั้นดีเข้มข้นพิเศษ บำรุงให้ผิวชุ่ม กระชับ กระจ่างใส NIACINAMIDE (VITAMIN B3) ช่วยทำให้ผิวกระจ่างใส และ COENZYME Q10 ปกป้องผิวจากริ้วรอยแห่งวัย และเป็นสารต่อต้านอนุมูลอิสระที่เกิดจากรังสี UV
- HOKKAIDO MILK SERIES สารสกัดจากโปรตีนนํ้านมวัวฮอกไกโด อุดมไปด้วยโปรตีนซึ่งเป็นอาหารผิว และเป็นสารต้านอนุมูลอิสระของเซลล์ ช่วยซ่อมแซมเซลล์ผิวที่สึกหรอ มีคุณสมบัติช่วยฟื้นฟูเซลล์ผิวที่แห้งกร้านขาดความชุ่มชื้น ปรับสภาพผิวให้กลับมีความนุ่ม ชุ่มชื้น บำรุง ฟันฟู ลดเลือนริ้วรอย และกระชับรูขุมขน ทำให้ผิวเรียบ เนียนนุ่ม กระชับ คงความสมดุลของน้ำหล่อเลี้ยงผิว



# ผลิตภัณฑ์ขายดี และได้รับความนิยมสูงสุด

ของ แมค อิน เนเจอร์

MADE IN NATURE HOKKAIDO MILK MOISTURE RICH SHOWER CREAM (700 ML)/  
MADE IN NATURE HOKKAIDO MILK MOISTURE RICH SHOWER CREAM (450 ML)/  
MADE IN NATURE HOKKAIDO MILK MOISTURE RICH WHIPPING FOAM





# ผลิตจากนมที่อร่อยดี และได้รับความนิยมสูงสุด ของ แมด อิน เนเจอร์



MADE IN NATURE HOKKAIDO MILK MOISTURE RICH BODY LOTION (700 ML)/  
MADE IN NATURE HOKKAIDO MILK MOISTURE RICH BODY LOTION (450 ML)



ผลิตภัณฑ์ขายดี  
และได้รับความนิยมสูงสุด  
ของ เมด อิน เนเจอร์



MADE IN NATURE GOAT MILK CREAM BATH/  
MADE IN NATURE GOAT MILK BODY LOTION/  
MADE IN NATURE GOAT MILK SLEEPING MASK/  
MADE IN NATURE GOAT MILK FOAM CLEANSER

ผลิตภัณฑ์ใหม่ เมด อิน เนเจอร์

ปี 2563



MADE IN NATURE BOTANICAL ESSENTIAL OIL/  
MADE IN NATURE BOTANICAL BODY ESSENCE

## นโยบายที่สำคัญในการดำเนินงาน

รายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทมาจากการจำหน่ายสินค้าผ่านสาขาร้านค้าปลีก ดังนั้นการกำหนดนโยบายหลักจึงมุ่งเน้นการบริหารจัดการสาขาอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีนโยบายสนับสนุนอื่นๆ ได้แก่ นโยบายการคัดเลือกทำเลที่ตั้งสาขา นโยบายการกำหนดราคา และนโยบายการบริหารจัดการสินค้า เป็นต้น เพื่อให้การขยายตัวของธุรกิจเป็นไปได้อย่างราบรื่นและตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

### 1. นโยบายการบริหารจัดการธุรกิจ

บริษัทมีการบริหารธุรกิจในรูปแบบของ Home Model ดังภาพ



นโยบายในการบริหารจัดการสาขาร้านค้าปลีกของบริษัท มีหลักการสำคัญคือองค์ประกอบในร้านค้าจะต้องประกอบกันอย่างลงตัวและส่งเสริมซึ่งกันและกัน เปรียบเสมือนบ้านซึ่งต้องมีฐานราก เสา คาน และหลังคา เชื่อมต่อเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน จึงจะเกิดความมั่นคงแข็งแรง สวยงาม และอยู่อาศัยได้อย่างสบายใจ

ร้านค้าปลีกก็เป็นเฉกเช่นเดียวกัน ทุกองค์ประกอบตั้งแต่รูปแบบการตกแต่ง ผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ รวมไปถึงการขาย จะต้องผสมผสานได้สัดส่วนที่ลงตัว จึงจะสามารถสร้างยอดขายและสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าได้

ทั้งนี้ ส่วนประกอบของ Home Model สื่อถึงความหมายและความสำคัญดังนี้

**หลังคา** ได้แก่ **ลูกค้า (Customer)** ซึ่งเปรียบเสมือนหลังคาบ้าน หรือจุดสูงสุดของการขายที่ครอบคลุมให้ทุกองค์ประกอบอยู่ได้ บริษัทมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ศึกษาสนิยมและความต้องการของลูกค้า นำเสนอสินค้าและกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย รวมทั้งปฏิบัติกับลูกค้าเป็นคนสำคัญและให้เกียรติ

**กาน** ได้แก่ **การสร้างยอดขาย (Sale Volume)** ซึ่งเปรียบเสมือนการต่อยอดขายให้สูงขึ้นเพื่อรองรับลูกค้าซึ่งเป็นฐานลูกค้า บริษัทมีการตั้งเป้าหมายยอดขายทั้งในภาพรวมและเป้าหมายสาขา โดยมีการติดตามเป้าเป็นระยะอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สามารถปรับกลยุทธ์ได้อย่างทันทั่วทั้ง มีการประเมินประสิทธิภาพในการขายโดยการวัดจำนวนคนที่เข้าร้าน จำนวนบิล ยอดขายต่อบิล และจำนวนสมาชิก เป็นต้น ซึ่งสามารถวัดผลการดำเนินงานของพนักงานและวัดผลของกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วย นอกจากนี้ บริษัทมีการฝึกอบรมพนักงานถึงเทคนิคในการสร้างยอดขาย เช่น วิธีการขายในช่วงที่ลูกค้าน้อยและลูกค้ามาก วิธีดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้าน เป็นต้น

**เสา 4 ต้น** ซึ่งเปรียบเสมือนส่วนที่ค้ำยันและสัมพันธ์กับลูกค้า ก่อให้เกิดยอดขาย ได้แก่

**ร้านค้า (Shop)** การตกแต่งร้านเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างบรรยากาศในการขาย การตกแต่งร้านค้าปลีก บิวตี้ บูฟเฟต์ และ บิวตี้ คอฟฟะจจะมีแนวทางเป็นของตนเอง และมีมาตรฐานเป็นไปในแนวเดียวกันทุกร้าน เพื่อสร้างให้ลูกค้าเกิดความคุ้นเคย สามารถเข้าซื้อได้ทุกสาขา

**ผลิตภัณฑ์ (Product)** นอกเหนือจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์แล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญต่อรายละเอียดในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ เช่น วิธีการเรียงสินค้า การจัดสินค้าโชว์ สินค้าตัวอย่างเพื่อการทดลองใช้ (Tester) ความเป็นระเบียบของป้ายราคา เป็นต้น ซึ่งมีส่วนช่วยในการดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่เข้าร้าน

**พลังการขาย (Sale Force)** หมายถึงประสิทธิภาพของพนักงานขาย ซึ่งบริษัทมีนโยบายการอบรมพนักงานเพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และการบริการเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีการจัดจำนวนพนักงานขายให้เหมาะสมกับขนาดของร้านค้าและความหนาแน่นของลูกค้าในพื้นที่ เพื่อให้การขายมีประสิทธิภาพสูงสุด

**เครื่องมือการตลาด (Marketing Tools)** หมายถึงการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ซึ่งบริษัทจัดให้มีขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ บริษัทมีนโยบายจัดสรรกิจกรรมทางการตลาดในรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่มีอยู่เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ด้วยการกำหนดรูปแบบกิจกรรมทางการตลาดสำหรับสมาชิกและลูกค้าทั่วไปที่มีใช้สมาชิก เพื่อให้มีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทมีโครงการรับประกันความพึงพอใจ โดยการรับคืนสินค้าภายใน 14 วัน นับจากวันที่ออกไปเสร็จรับเงิน ลูกค้าสามารถรับเงินคืนหรือขอเปลี่ยนสินค้า ณ สาขาที่ซื้อสินค้า ทั้งนี้ นโยบายดังกล่าวเป็นไปเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้าของบริษัท โดยที่ผ่านมามีลูกค้าจำนวนน้อยมากที่ต้องการขอคืนสินค้า

**ฐานสมาชิก** ได้แก่ **การบริหารจัดการของ Area Supervisor (Area Supervisor Management)** ซึ่งเป็นส่วนที่ช่วยรองรับและเสริมให้เสาแข็งแรงและคงอยู่ในสภาพดี Area Supervisor ทำหน้าที่ในการผลักดันการบริหารจัดการสินค้า บุคลากรด้านการขาย และกิจกรรมต่างๆ เพื่อช่วยสนับสนุนการสร้างยอดขายให้เป็นไปตามเป้า



## 2. นโยบายการคัดเลือกทำเลที่ตั้งสาขา

การเติบโตของธุรกิจบริษัทขึ้นอยู่กับการขายสาขาร้านค้าปลีก ซึ่งทำเลที่ตั้งของสาขาถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ร้านค้าปลีกประสบความสำเร็จในปัจจุบันบริษัทมีนโยบายการตั้งสาขาส่วนใหญ่ในศูนย์การค้า เนื่องจากเป็นศูนย์กลางการคมนาคมและมีความสะดวกในการบริหารจัดการ บริษัทขยายสาขาในหลากหลายห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัลพลาซ่า โรบินสัน เดอะมอลล์ เมเจอร์ รวมถึงซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ เช่น โลตัส บิ๊กซี เป็นต้นจากการที่ร้านค้าของบริษัทได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับของศูนย์การค้าต่างๆ ทำให้บริษัทได้รับการจัดอันดับให้เป็นลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ส่งผลให้ขอได้เปรียบในการเลือกทำเลที่ตั้ง กล่าวคือเมื่อศูนย์การค้าจะดำเนินการเปิดสาขาใหม่ จะทำการส่งแปลนพื้นที่มาให้บริษัทคัดเลือกทำเลเปิดร้านค้า โดยบริษัทมีข้อพิจารณาในการเลือกพื้นที่ดังนี้

พิจารณาภาพรวม เช่น ศูนย์การค้าดังกล่าวอยู่ในจังหวัดใด อยู่ใกล้แหล่งชุมชนหรือมหาวิทยาลัยหรือไม่ รายได้ต่อคนของประชากรในพื้นที่ เป็นต้น

พิจารณาพื้นที่ในห้าง เช่น อยู่ในจุดที่มีประชากรเดินผ่านหนาแน่นหรือไม่ เช่น อยู่ใกล้กับศูนย์อาหาร โรงภาพยนตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต หรืออยู่ในแนวการวางบันไดเลื่อน เป็นต้น

หลังจากพิจารณาทำเลที่มีความเหมาะสมในเบื้องต้นแล้ว บริษัทจะทำการวิเคราะห์ยอดขายล่วงหน้า โดยเปรียบเทียบกับยอดขายของสาขาในจังหวัดเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และคำนวณสัดส่วนค่าเช่าพื้นที่ต่อยอดขาย เนื่องจากค่าเช่าพื้นที่นับเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ที่มีนัยสำคัญที่สุดในการบริหารจัดการร้านค้า หากสัดส่วนที่คำนวณได้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้บริษัทจึงจะดำเนินการเช่าพื้นที่เพื่อเปิดสาขา อย่างไรก็ตามบริษัทอาจพิจารณาเปิดสาขาในสถานที่ที่มีอัตราค่าเช่าสูง ถ้าเห็นว่าการเปิดสาขาในทำเลนั้นๆมีส่วนในการส่งเสริมภาพลักษณ์หรือเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัท เช่น สาขาในสถานีรถไฟฟ้า BTS หรือห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพมหานครเป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทจะทำการวิเคราะห์ผลประกอบการของแต่ละสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยอาจพิจารณาปิดสาขาที่ผลประกอบการไม่เป็นที่น่าพอใจและไม่สามารถพัฒนายอดขายให้เพิ่มขึ้นได้ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและตกแต่งภายในของบริษัทได้วางแผนเพื่อหาสาขาทดแทนเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

## 3. นโยบายการลงทุนในต่างประเทศ

สินค้าของบริษัทได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าต่างประเทศ โดยมีนโยบายการขายการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ ในรูปแบบของ Shop License , Product Distributor และ Product License ผ่านผู้จัดจำหน่ายซึ่งมีความชำนาญในท้องถิ่น ในรูปแบบของการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายที่มีศักยภาพในภูมิภาคนั้นๆ เป็นไปในลักษณะการขายสินค้าขาด แล้วอนุญาตให้ตัวแทนจำหน่าย มีสิทธิในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท บริษัท จำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้จัดจำหน่ายในราคาขายปลีกพร้อมส่วนลดตามอัตราที่ตกลงกัน โดยตัวแทนจำหน่ายสามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้เอง โดยต้องได้รับอนุมัติจากบริษัทก่อน ตัวแทนจำหน่ายจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ค่าประกันภัย และดำเนินการ

## 4. นโยบายการกำหนดราคา

ฝ่ายบริหารให้ความสำคัญต่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อกระแสนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อพร้อมกับฝ่ายการตลาดและฝ่ายปฏิบัติการขายจะทำการการออกแบบแนวคิดและสูตรของผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้น ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยจะทำการกำหนดช่วงราคาที่เหมาะสมกับสภาพตลาดคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งสอดคล้องช่วงราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม จากนั้นจึงประสานงานกับโรงงานผู้ผลิตในการวางแผนการผลิต โดยการควบคุมวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายในการผลิตให้อยู่ในระดับราคาที่ได้ตั้งไว้

ทั้งนี้ นโยบายการกำหนดราคาดังกล่าว เป็นลักษณะการกำหนดราคา ก่อนแล้วจึงวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับราคาที่ตั้งไว้ ซึ่งมีข้อดีคือสามารถควบคุมช่วงราคาของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดให้สอดคล้องกันและอยู่ในระดับที่แข่งขันในตลาดได้ รวมทั้งสามารถควบคุมอัตรากำไรขั้นต้นให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

สำหรับนโยบายการกำหนดราคาในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทไม่ได้พัฒนาเองหรือสั่งผลิตเอง ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อพร้อมกับฝ่ายการตลาดและฝ่ายปฏิบัติการขายของแบรนด์ จะเป็นผู้คัดเลือกสินค้าจากซัพพลายเออร์ โดยศึกษาโอกาสทางการตลาด ศึกษาเงื่อนไขในการจัดซื้อต่างๆ เปรียบเทียบราคาขายของผู้แข่ง แล้วจึงกำหนดราคาที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงอัตรากำไรขั้นต้นที่สามารถทำได้เป็นสำคัญ

## 5. นโยบายการบริหารจัดการสินค้า

นอกเหนือจากการบริหารจัดการสาขาให้มีความน่าสนใจและมีประสิทธิภาพแล้ว ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการค้าปลีกของธุรกิจของบริษัทคือการบริหารจัดการสินค้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความหลากหลายและมีจำนวนชิ้นที่มาก อีกทั้งมีวันหมดอายุที่แน่นอนโดยที่ส่วนใหญ่จะหมดอายุภายในเวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 2.5 - 5 ปีนับจากวันที่ผลิต ดังนั้นบริษัทจึงต้องกำหนดนโยบายในการบริหารสินค้าคงคลังให้สอดคล้องกับระหว่างคลังใหญ่และคลังหน้าร้านสาขาทั้งหมด เพื่อลดความเสี่ยงของสินค้าเสื่อมสภาพ และความเสี่ยงในการขายสินค้าหมดอายุต่อลูกค้า ซึ่งอาจมีผลกระทบในทางลบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท รวมทั้งความเสี่ยงจากสินค้าสูญหาย ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อดัชนีของ บริษัทได้ โดยนโยบายที่สำคัญในการบริหารสินค้าคงคลังมีดังนี้

### 5.1 นโยบายการบริหารคลังสินค้า

บริษัทมีการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Microsoft Dynamics AX มาใช้ในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือของคลังใหญ่ และเชื่อมต่อเข้ากับระบบ POS (Point of Sales) ซึ่งใช้ในการบริหารการขายและสินค้าคงคลังหน้าร้านสาขา โดยยอดสรุปสินค้าของทุกร้านสาขาจะถูกเชื่อมต่อเพื่ออัปเดตข้อมูลกับคลังใหญ่ ทำให้คลังใหญ่สามารถตรวจสอบรายละเอียดสินค้าคงเหลือของทั้งระบบได้ โดยยอดคงเหลือของสินค้าคงคลังของสาขาจะได้รับการตรวจนับจริงทุกเดือน

ในส่วนของคลังสินค้าสำนักงานใหญ่ บริษัทมีนโยบายในการตรวจนับสินค้าคงเหลือทั้งในส่วนของวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปเป็นประจำทุกเดือน เพื่อเป็นการทวนสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงของปริมาณสต็อกสินค้าคงคลังสามารถนำข้อมูลสต็อกไปใช้ในการบริหารจัดการระบบสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการสั่งซื้อสินค้า

สินค้าที่บริษัทไม่ได้สั่งผลิตเอง แต่เป็นการสั่งซื้อสินค้าสำเร็จรูปมาขาย เพื่อประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลังที่ดี บริษัทจะมีการพิจารณาลงซื้อสินค้าในปริมาณที่น้อยที่สุดที่ยังคงรักษาเงื่อนไขการซื้อที่ดีได้และใช้วิธีบริหารอัตราการผลิตของสินค้าให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดโดยยังเพียงพอต่อปริมาณการขายและไม่ก่อให้เกิดการเสียโอกาสทางการขายเนื่องจากสินค้าขาด

ทั้งนี้ บริษัทใช้นโยบายการบริหารคลังสินค้าแบบเข้าก่อนออกก่อน (First in – First out) โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบจัดเรียงสินค้าหน้าร้านให้สอดคล้องกับ การบริหาร Inventory Day และการบริหาร Aging ของสินค้า ทำให้สินค้ามีการหมุนเวียนตามสมควร และนอกจากนี้คลังใหญ่จะเป็นผู้ตรวจสอบอายุคงเหลือของสินค้าทุกชั้นอย่างสม่ำเสมอและมีนโยบายในการจัดการสินค้าโดยแบ่งแยกตามอายุคงเหลือของสินค้า ดังนี้

- กรณีที่สินค้ามีอายุคงเหลือ 15 เดือน จะได้รับการจัดเข้ากลุ่มสินค้าเผื่อระวัง โดยบริษัทจะทำการคำนวณระยะเวลาในการขายหมด (Covered Day) ซึ่งดูจากจำนวนสินค้าที่เหลือ ต่อ อัตราการขายสินค้า ซึ่งหากคำนวณแล้วมีความเสี่ยงที่จะขายไม่หมด บริษัทจะส่งแจ้งพนักงานหน้าร้านทำการกระตุ้นยอดขายของสินค้าตัวนั้น โดยฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อ พร้อมทั้งฝ่ายปฏิบัติการขายจะติดตามปริมาณคงเหลือของสินค้าในกลุ่มนี้เพื่อวางแผนการจัดการและการสั่งซื้อต่อไป

- กรณีที่สินค้ามีอายุคงเหลือประมาณ 7 - 12 เดือน ฝ่ายสินค้าคงคลังจะแจ้งฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อ ฝ่ายปฏิบัติการขาย และฝ่ายการตลาดเพื่อประสานงานในการจัดโปรโมชั่นกระตุ้นยอดขายด้วยมาตรการต่างๆตามลำดับ เพื่อให้สามารถระบายสินค้าได้รวดเร็วและมีให้มีสินค้าคงค้าง

- กรณีที่สินค้ามีอายุคงเหลืออยู่ในช่วง 2 - 6 เดือน มีการจัดโปรโมชั่นในระดับที่มากขึ้น เช่น การจัด Clearance Sales เพื่อกระตุ้นการหมุนของสินค้า

- กรณีสินค้ามีอายุคงเหลือน้อยกว่า 2 เดือน จะไม่มีการส่งจากคลังใหญ่ไปจำหน่ายที่หน้าร้านสาขาโดยเด็ดขาด

สำหรับสินค้าที่เป็นการรับฝากขาย (Consignment) บริษัทได้ทำข้อตกลงกับทางผู้ฝากขาย ในการสับเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ ในกรณีที่พบสินค้าชำรุดหรือใกล้หมดอายุ หรือ สินค้าที่มียอดขายไม่ได้ตามเป้าที่คาดการณ์ไว้

ทั้งนี้ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Microsoft Dynamics AX และ POS นอกเหนือจากใช้ในการบริหารสินค้าคงคลังแล้ว ยังมีส่วนสำคัญในการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าและข้อมูลการขายสินค้า โดย ระบบจะมีการบันทึกข้อมูลทั่วไปของลูกค้า วันที่ซื้อ รวมทั้งข้อมูลสินค้าที่ซื้อทั้งหมด ซึ่งเป็นประโยชน์ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หรือ CRM (Customer Relationship Management)

## 5.2 นโยบายการตั้งค่าเพื่อสินค้าเสื่อมสภาพ

บริษัทมีนโยบายในการตั้งค่าเพื่อสินค้าเสื่อมสภาพโดยพิจารณาจากอายุของสินค้า โดยแบ่งประเภทสินค้าออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ สินค้าสำเร็จรูปและบรรจุภัณฑ์ ในส่วนของสินค้าสำเร็จรูป จะมีการแบ่งย่อยออกเป็นหลายชนิด เช่น เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผม กีฬา เป็นต้น ซึ่งจะมีการกำหนดนโยบายการตั้งสำรองแตกต่างกันเนื่องจากแต่ละประเภทมีอายุที่แตกต่างกัน โดยจะมีการตั้งสำรองสูงสุดที่ร้อยละ 100 เมื่อสินค้ามีอายุมากกว่า 3 ปี

ทั้งนี้ นโยบายสำหรับสินค้าที่ชำรุดเสียหาย หมดอายุ หรือบรรจุภัณฑ์ที่เล็กผลิตแล้วและไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ บริษัทจะทำการแยกไว้เป็นคลังสินค้าชำรุดซึ่งจะทำการตั้งสำรองสินค้าเสื่อมสภาพร้อยละ 100 และถูกแยกไว้ต่างหากเพื่อรอทำลายตามหลักเกณฑ์ของกรมสรรพากร อย่างไรก็ตามที่ผ่านมายังไม่เคยมีการโอนย้ายสินค้าไปยังคลังสินค้าชำรุดเนื่องจากสินค้าหมดอายุ

## 5.3 นโยบายการป้องกันการสูญหายของสินค้า

แม้ว่าบริษัทจะมีการตรวจนับสินค้าคงเหลือหน้าร้านสาขาอย่างสม่ำเสมอทุกเดือน แต่เนื่องจากลักษณะเฉพาะของสินค้าที่เป็นชิ้นขนาดเล็กจำนวนมาก จึงมีความเสี่ยงที่จะเกิดการสูญหายได้ง่าย ดังนั้นบริษัทจึงมีนโยบายการกำหนดงบประมาณรายเดือนจำนวนหนึ่งเพื่อเป็นค่าตอบแทนในการดูแลสินค้าให้กับพนักงานขายหน้าร้านทุกสาขา โดยหากสาขาใดไม่มีสินค้าสูญหาย พนักงานขายของสาขาดังกล่าวจะได้รับค่าตอบแทนดังกล่าวเต็มจำนวนทุกเดือน แต่ในกรณีที่สาขาใดมีสินค้าสูญหาย บริษัทมีนโยบายในการดำเนินการให้พนักงานชดเชยสินค้าสูญหายในระดับที่เหมาะสมโดยมุ่งเน้นให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบเป็นทีม โดยที่ผ่านมาสินค้าของบริษัทยังมีการสูญหายน้อยมากหรือคิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยน้อยกว่าร้อยละ 0.1 ของยอดขายโดยรวม



มุ่งเน้นการบริหารจัดการสาขา  
อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การ  
ขยายตัวของธุรกิจเป็นไปได้อย่าง  
ราบรื่นและตอบสนองความพึง  
พอใจสูงสุดของลูกค้า



## การตลาดและการแข่งขัน

### 1. ช่องทางการจัดจำหน่าย

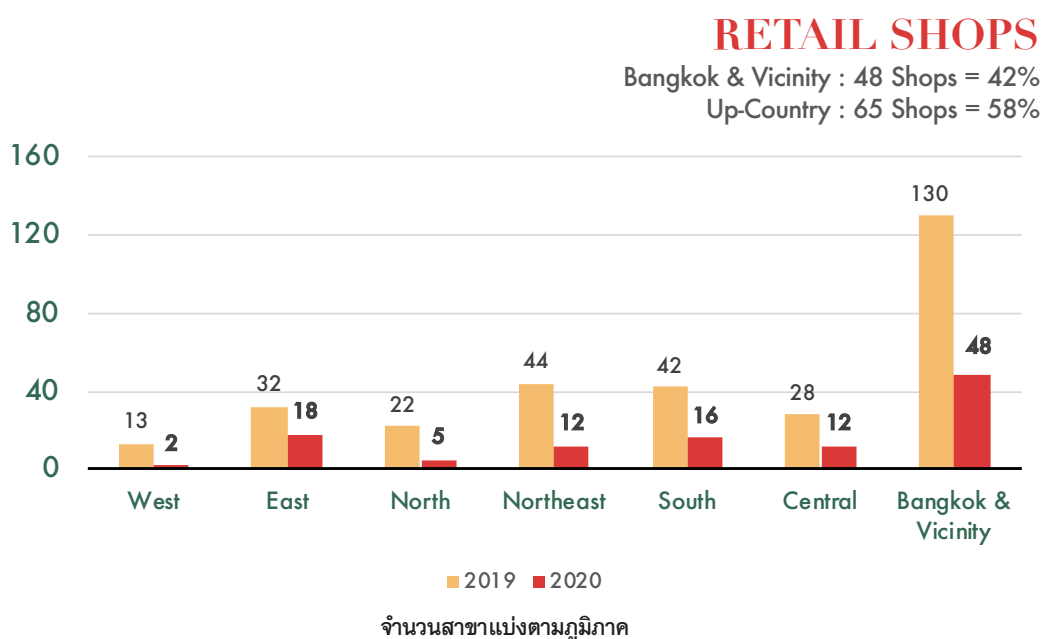
ช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ช่องทางหลัก ดังต่อไปนี้

#### (1) ช่องทางร้านค้าปลีก (Retail shop)

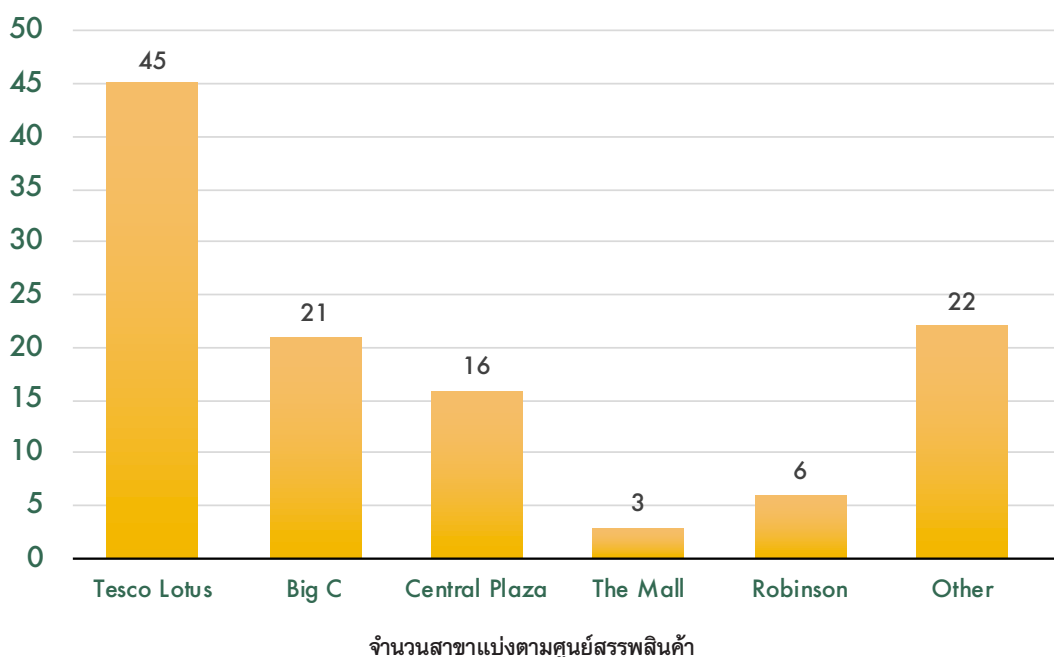
ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านสาขาในลักษณะของร้านค้าปลีก (Retail Shop) ซึ่งเป็นการจำหน่ายที่เน้นถึงผู้บริโภคโดยตรงผ่านสาขาของบริษัทเอง บริษัทมีสัดส่วนการจัดจำหน่ายผ่านสาขาโดยเฉลี่ยสำหรับปี 2563 และปี 2562 ต่อรายได้จากการขายโดยรวมร้อยละ 51.77 และ 55.49 ตามลำดับ

##### (1.1) จำหน่ายผ่านสาขาของบริษัท

ช่องทางการจำหน่ายภายใต้แนวคิดร้าน บิวตี้ บุปเฟ่ต์ ซึ่งเป็น Multi Brand กระจ่ายอยู่ทั่วประเทศ บริษัทได้ปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความคล่องตัวเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และลดภาระค่าใช้จ่ายในอนาคต โดยปิดสาขาที่ไม่มีความสามารถในการทำกำไร และเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์เข้ามาทดแทน อาทิเช่น 1. Retail Online เปลี่ยนพนักงานขายมาขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์, 2. Retail Delivery ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่าน Grab mart, Food panda เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในวงกว้าง และไม่ซื้อจำกัด นโยบายดังกล่าวจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในระยะยาว และเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในอนาคต โดยมีจำนวนสาขา ณ สิ้นปี 2563 และ 2562 ดังปรากฏในภาพด้านล่าง



#### Shop by Department store





## (1.2) แพรนไชส์

ในอดีตที่ผ่านมา บริษัทมีนโยบายการขายสาขาร้านค้าปลีก บิวตี้ บิวเพ็ต โดยการเปิดให้ผู้สนใจขอแฟรนไชส์เพื่อไปดำเนินการด้วยตนเองบ้าง แต่ในปัจจุบันบริษัทมีนโยบายการขายสาขาภายในประเทศด้วยตนเอง และขณะนี้ไม่มีนโยบายเปิดให้แฟรนไชส์ในประเทศอีกต่อไป โดย ณ สิ้นปี 2563 ไม่มีสาขาแฟรนไชส์เปิดดำเนินการแล้ว ทั้งนี้ บริษัทมีสัดส่วนการจัดจำหน่ายผ่านแฟรนไชส์โดยเฉลี่ยสำหรับปี 2563 และปี 2562 ประมาณร้อยละ 0.10 และ 0.12 ของรายได้จากการขายโดยรวม ตามลำดับ

## (1.3) จำหน่ายผ่านช่องทางอื่นๆ

จำหน่ายผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น การขายสินค้าให้แก่พนักงานของบริษัทในราคาสวัสดิการ รวมถึงการขาย Beauty Open House, Beauty Outlet ซึ่งจะนำสินค้าของบริษัทมาลดราคาเป็นพิเศษในช่วงเทศกาล เช่น ช่วงสิ้นปี เป็นต้น โดยในปี 2563 และ 2562 บริษัทมียอดขายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.13 และ 0.41 ของรายได้จากการขายรวมตามลำดับ

## (2) ช่องทางที่ไม่ใช่ค้าปลีก (Non - Retail Shop)

ช่องทางที่ไม่ใช่ช่องทางค้าปลีก จะเป็นช่องทางที่ช่วยในการกระจายผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศไทยและรวมถึงภูมิภาคต่าง ๆ ในโลกไม่ว่าจะเป็นจีน, เวียดนาม, พม่า, ลาว, กัมพูชา, ฟิลิปปินส์, อินโดนีเซีย, ฮองกง, ไต้หวัน, เอเชียตะวันออกเฉียงกลาง และในภูมิภาคอื่นๆ ในอนาคต โดยจะเป็นลักษณะการขายผ่านตัวแทนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ, สินค้าอุปโภค (Consumer Product) และอีคอมเมิร์ซ ที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพของการจำหน่ายบริษัทมีสัดส่วนการจัดจำหน่ายช่องทางที่ไม่ใช่ค้าปลีกโดยเฉลี่ยสำหรับปี 2563 และปี 2562 ต่อรายได้จากการขายโดยรวมร้อยละ 56.00 และ 43.84 ตามลำดับ

### (2.1) การจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

บริษัทมีการจัดจำหน่ายสินค้าในตลาดต่างประเทศ มีนโยบายสรรหาตัวแทนจำหน่ายที่มีความเชี่ยวชาญในท้องถิ่นเพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท เนื่องจากบริษัทยังขาดความชำนาญในพื้นที่ รวมทั้งขั้นตอนและกฎเกณฑ์การจัดตั้งสาขาในต่างประเทศ โดยปี 2563 และ 2562 มียอดขายต่างประเทศรวมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.89 และ 27.57 ของรายได้จากการขายรวมตามลำดับ ช่องทางการขายในต่างประเทศแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ China Market และ Other Countries Market มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### (2.1.1) China Market

มุ่งเน้นรุกตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยในส่วนของโมเดลตัวแทนจำหน่าย (Product Distributor) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีตัวแทนทั้งหมด 5 ราย มีจุดจำหน่ายทั้งหมด 34,484 จุด นอกจากนี้บริษัทพัฒนาโมเดลการขายใหม่ คือ “Product License” เป็นการร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีนพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีมาร์จิ้นสูง จำนวน 10 items เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการบริหารจัดการตลาดในประเทศจีน และเล็งเห็นว่าเป็นตลาดขนาดใหญ่มีโอกาทางธุรกิจสูง โดยในปี 2563 ได้วางจำหน่ายสินค้าที่เป็น Product License แล้ว 5 items เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดจากช่องทางจำหน่ายร้านค้าทั่วไป (General Trade) เช่น คอนวีเนียนสโตร์ โมเดิร์นเทรดต่างๆ และช่องทางออนไลน์ที่เป็นอีคอมเมิร์ซ เพิ่มประสิทธิภาพการขาย สำหรับช่องทาง Cross Border E-Commerce มีนโยบายขยายจำนวนสินค้าใหม่ๆ เข้าไปจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2563 บริษัทมีสินค้าวางจำหน่ายแล้วจำนวน 10 Platforms

#### (2.1.2) Other Countries

ในปี 2555 บริษัทได้เริ่มมีการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนในประเทศกัมพูชาเป็นแห่งแรก ในรูปแบบของร้านค้าปลีก บิวตี้ บิวเพ็ต ซึ่งบริษัทมีการควบคุมรูปแบบการตกแต่งและคุณภาพในการบริการของร้านค้าให้เป็นไปในมาตรฐานเดียวกับสาขาในประเทศไทย โดยปี 2563 มีตัวแทนจำหน่ายทั้งหมด 9 ประเทศ ได้แก่ ในประเทศอินเดียจำนวน 29 จุดจำหน่าย, ประเทศอินโดนีเซียจำนวน 18 จุดจำหน่าย, ประเทศพม่าจำนวน 29 จุดจำหน่าย, ประเทศมาเลเซียจำนวน 5 จุดจำหน่าย, ประเทศลาวจำนวน 5 จุดจำหน่าย, บรูไนจำนวน 1 จุดจำหน่าย และประเทศญี่ปุ่นจำนวน 1 จุดจำหน่าย สำหรับปี 2563 บริษัทมีจำนวนสาขาที่ขยายผ่านตัวแทนจำหน่ายจำนวนทั้งสิ้น 5 สาขาโดยประเทศเวียดนามมีบิวตี้ บิวเพ็ตจำนวน 2 สาขา และประเทศฟิลิปปินส์มีบิวตี้ บิวเพ็ตจำนวน 3 สาขา นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการตั้งตัวแทนจำหน่ายเพิ่ม ที่เป็นลักษณะ Shop in Shop และปัจจุบันได้ ร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีนพัฒนาสินค้าใหม่ซึ่งออกสู่ตลาดในไตรมาส 3 ปี 2563 นี้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

### (2.2) ช่องทางสินค้าอุปโภค (Consumer Product)

ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ หรือ Modern Trade เป็นช่องทางที่บริษัทเริ่มทำการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เมต อิน เนเจอร์ ในช่วงกลางปี 2555 โดยมุ่งเน้นการวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แม็คโคร, ท็อปส์, ฟู้ดแลนด์, กรูเมต์มาร์เก็ต (เดอะมอลล์), โกลเด้นเพลส, พูชิซูเปอร์มาเก็ต, 7-catalog, Boots เป็นต้น โดยการวางตำแหน่งสินค้าเป็น Premium Mass กล่าวคือ เป็นสินค้าคุณภาพสูงที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายกว้าง ในระดับราคาที่แข่งขันได้ในปี 2563 บริษัทได้มีช่องทางการขายที่เป็นคอนซูเมอร์โปรดักต์ โดย ณ สิ้นปี 2563 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### (2.2.1) ช่องทางโมเดิร์นเทรด

โดย ณ สิ้นปี 2562 มีผลิตภัณฑ์ของบริษัท วางจำหน่ายในโมเดิร์นเทรด, และซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำรวม 39 แห่ง จำนวน 1,025 จุดจำหน่าย เช่น Boots จำนวน 280 สาขา, บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำนวน 140 สาขา, เทสโก้ โลตัส จำนวน 172 สาขา, ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 180 และคิง พาวเวอร์ จำนวน 8 สาขา 24 จุดจำหน่าย โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 คิง พาวเวอร์จำหน่ายสินค้า บิวตี้ บัฟเฟต และบิวตี้ คอทเทจ จำนวน 34 SKUs และ 6 SKUs ตามลำดับ

### (2.2.2) ช่องทางคอนวีเนียนสโตร์ และเก็ตตาล็อก

บริษัทได้เซ็นสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจัดจำหน่ายกับ บริษัท ซีพี คอนซูเมอร์ โปรดักส์ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี โดย ณ สิ้นปี 2563 มีจุดจำหน่าย 582 ร้านค้า โดยส่งสินค้าทั้งหมด 90 SKUs

โดยในปี 2563 และ 2562 บริษัทมียอดขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.67 และ 14.99 ของรายได้จากการขายรวมตามลำดับ

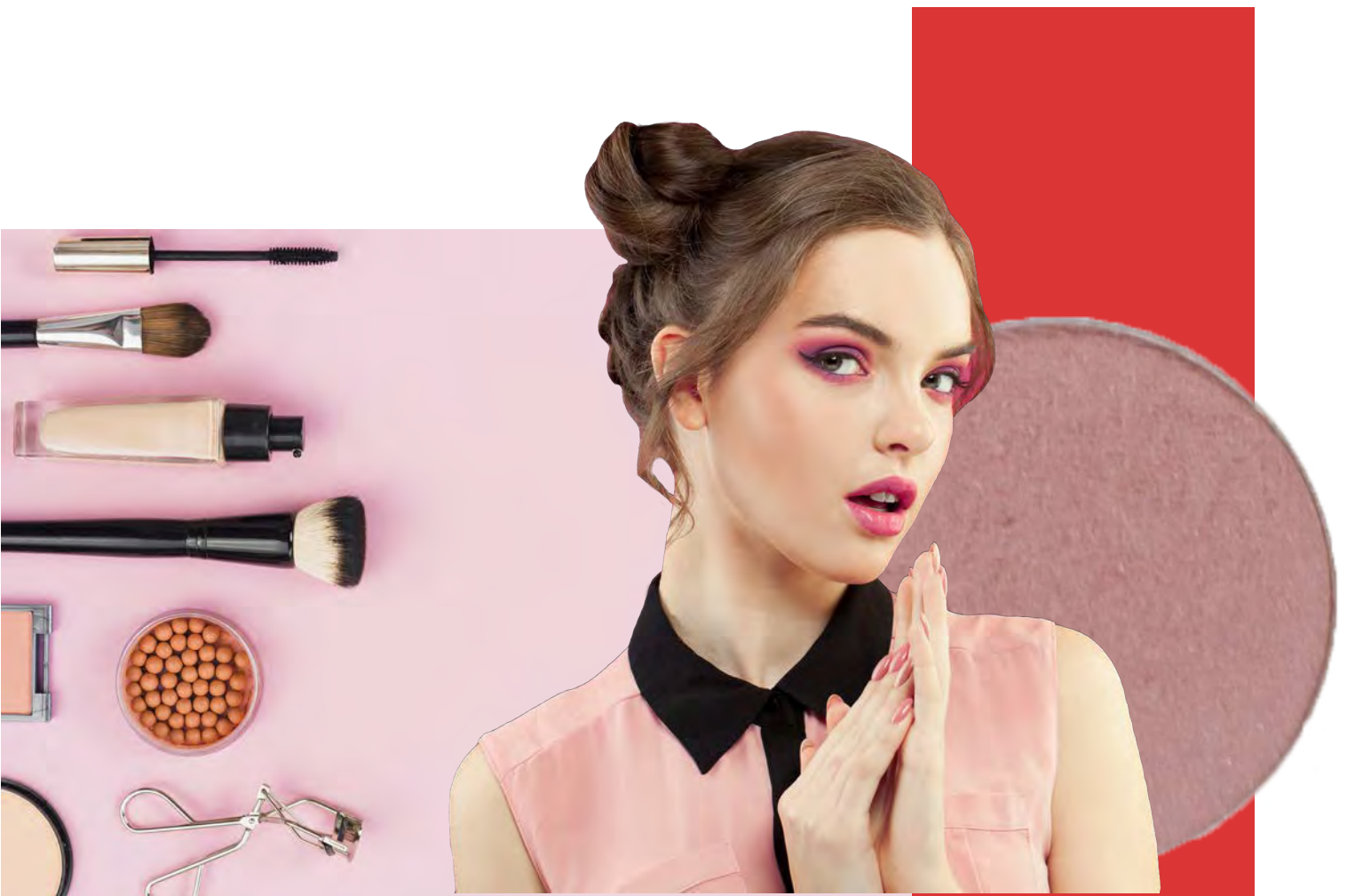
### (2.2.3) ช่องทาง Traditional Trade

บริษัทได้เซ็นสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจัดจำหน่ายกับ บริษัท ซีพี คอนซูเมอร์ โปรดักส์ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี โดย ณ สิ้นปี 2563 มีจุดจำหน่าย 582 ร้านค้า โดยส่งสินค้าทั้งหมด 90 SKUs

โดยในปี 2563 และ 2562 บริษัทมียอดขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.67 และ 14.99 ของรายได้จากการขายรวมตามลำดับ

## (2.3) อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)

บริษัทมีการจำหน่ายผ่านช่องทาง E-commerce ออกมา เพื่อตอบสนองกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่เริ่มเป็นช่องทางการจำหน่ายที่มีปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นเพราะช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าที่สามารถสั่งซื้อสินค้าที่ไหนก็ได้ สั่งซื้อสินค้าเวลาไหนก็ได้ โดยช่องทางหลักของทาง E-commerce คือ [www.beautybuffet.com](http://www.beautybuffet.com) และในรูปแบบของ S-Commerce ได้แก่ Facebook, Instagram และ Line@ ซึ่งจะมีสินค้าหลากหลายที่จัดจำหน่ายบนเว็บไซต์ โดยมีทั้งสินค้าของ บิวตี้ บัฟเฟต, บิวตี้ คอทเทจ และสินค้า Multi Brand ที่จำหน่ายตามสาขา โดยลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ทั้งหมด นอกจากนี้เว็บไซต์ภายนอก Third party ที่เป็นที่นิยมทั้งสิ้น 12 แห่ง เพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายที่เพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าอีกช่องทาง คือ Lazada, Shopee, Konvy, Shopat7, Zilingo, JD, Beauticoool, Line Gift Shop, Central Online, K-Plus, Buzzbees, Weloveshopping โดยในปี 2563 และ 2562 บริษัทมียอดขายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.44 และ 1.27 ของรายได้จากการขายรวมตามลำดับ



## กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัทวางแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเน้นด้านการเข้าถึงพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าเป็นหลัก เนื่องจากเทรนด์การดำเนินธุรกิจในอนาคตนั้น จะไม่ได้จำกัดอยู่ที่แค่ออฟไลน์ หรือโลกออนไลน์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องเป็นการผสมผสานจุดแข็งของทั้งสองรูปแบบเข้าด้วยกัน พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน นิยมเสพสื่อออนไลน์และรักความสะดวกสบายมากขึ้น (Lazy Economy) รวมทั้งภาวะการแข่งขันของตลาดเครื่องสำอางทั้งออฟไลน์และออนไลน์สูงขึ้น ผู้เล่นในตลาดผลิตสินค้าสร้างแบรนด์ของตัวเองเพื่อขายสินค้าออนไลน์โดยตรง รวมถึงจำนวนกระแสเม้าออนไลน์เกิดขึ้นมากมาย

### 1. กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ O2O

บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จึงมุ่งเน้นกลยุทธ์ทางการตลาดแบบ O2O (Online to offline) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้ตราสินค้าพร้อมกับดึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในออนไลน์ไปซื้อสินค้าที่ออฟไลน์ ส่วนออฟไลน์เป็นช่องทางการกระจายสินค้าสู่ลูกค้าโดยตรงและลดความกังวลของลูกค้าเพราะแบรนด์ที่มีที่ตั้งสามารถจับต้องได้ ในทางกลับกันทำการตลาดประชาสัมพันธ์และโปรโมชั่นกับกลุ่มลูกค้าออฟไลน์เพื่อดึงดูดให้กลับไปซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัทด้วยเช่นกัน

### 2. กลยุทธ์การสร้างแบรนด์

ในปัจจุบันบริษัทประสบความสำเร็จในการสร้างแนวคิดหรือแบรนด์ของ บิวตี้ บุปเฟ่ต์ และบิวตี้ คอทเทจ ให้เป็นที่รู้จักและจดจำของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และมีรายได้หลักจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านสาขาของร้านค้าปลีกดังกล่าว รวมทั้งยังมีผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด เมด อิน เนเจอร์ เพื่อนำเสนอสินค้าต่อผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้นโดยผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด ร้านคอนวีนีเอนส์โตร์ แล เทรตดิชั่นนอล เทรตโดยกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ของบริษัท มีแนวคิดดังนี้

#### 2.1 การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ปัจจัยหลักที่บริษัทมุ่งเน้นในการสร้างให้แบรนด์เป็นที่จดจำของผู้บริโภค คือการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับแบรนด์ (Brand Identity)

- บิวตี้ บุปเฟ่ต์ มีเอกลักษณ์ของความหลากหลายสไตล์อาหารบุฟเฟ่ต์
- บิวตี้ คอทเทจ มีเอกลักษณ์ของความเรียบหรูมีระดับ
- เมด อิน เนเจอร์ มีเอกลักษณ์ที่สื่อถึงธรรมชาติ

ซึ่งบริษัทได้ทำการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการตกแต่งหน้าร้านให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยเอกลักษณ์ดังกล่าวจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ระดับราคา และวิธีการทำการตลาดสำหรับแบรนด์ดังกล่าว ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการพัฒนาแนวคิดหรือแบรนด์ใหม่ๆที่มีแนวคิดแตกต่างจากเดิม เพื่อจับตลาดลูกค้าเป้าหมายที่ไม่ทับซ้อนกับกลุ่มลูกค้าเดิม ซึ่งจะเป็นการกระจายความเสี่ยงในการพึ่งพิงแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งและคาดว่าจะส่งผลให้บริษัทเติบโตอย่างมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

#### 2.2 การสร้างความแตกต่างในการให้บริการ

บิวตี้ บุปเฟ่ต์ และบิวตี้ คอทเทจ มิได้มุ่งเน้นเฉพาะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แต่เพียงอย่างเดียว แต่จะมีการนำเสนอแนวคิดด้านความงามครบวงจรควบคู่ไปด้วย (Beauty Solution) ซึ่งลูกค้าที่เข้ามาในร้านจะได้รับการให้บริการที่เป็นกันเอง พนักงานที่ผ่านการอบรมตามมาตรฐานของบริษัทสามารถแนะนำวิธีการแต่งหน้าให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของลูกค้าแต่ละรายรวมทั้งแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพผิว โดยมีวัตถุประสงค์ให้ลูกค้าเกิดความสบายใจที่จะเลือกซื้อสินค้า เกิดความเชื่อมั่นและเข้าถึงสินค้าของบริษัทได้มากขึ้น ซึ่งลักษณะการบริการที่ผู้บริโภคได้รับจะแตกต่างกันกับการให้บริการในร้านค้าปลีกเครื่องสำอางที่มีระดับราคาใกล้เคียงกัน

#### 2.3 การสร้างแบรนด์เพื่อจับตลาดในช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ

การสร้างแบรนด์ใหม่เพื่อสร้างตลาดในช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางใหม่ เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอีกรูปแบบหนึ่งของบริษัท โดยในปี 2555 บริษัทได้เริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์แบรนด์เมด อิน เนเจอร์ จนปัจจุบันมีจำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 12 SKUs เพื่อจำหน่ายในโมเดิร์นเทรด, ร้านคอนวีนีเอนส์โตร์ และเทรตดิชั่นนอลเทรดเพื่อเพิ่มฐานลูกค้า โดยในอนาคตบริษัทมีนโยบายการสร้างแบรนด์เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวกับความงามเพิ่มขึ้นเพื่อเข้าจับตลาดในช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆอย่างต่อเนื่อง

### 3. กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้า

นอกเหนือจากการพัฒนาแนวคิดหรือแบรนด์ใหม่เพื่อเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในระดับต่างๆแล้ว การรักษาฐานลูกค้าเดิมหรือสร้างการซื้อซ้ำต่อเนื่องถือเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งในการดำรงอยู่ของธุรกิจและการสร้างเสถียรภาพของรายได้ ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการรักษาฐานลูกค้า ดังนี้

#### 3.1 การเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงสินค้า

บริษัทมีนโยบายในการขยายช่องทางจำหน่ายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคให้มากที่สุด และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคนอกจากการเปิดสาขาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และกระจายออกสู่ภูมิภาคต่างๆ โดยปัจจุบัน บิวตี้ บุปเฟ่ต์ มีสาขากระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ ส่วนบิวตี้ คอทเทจ ได้ขยายตัวสู่หัวเมืองใหญ่ในภูมิภาคต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและซื้อซ้ำได้โดยสะดวก รวมทั้งเกิดการจดจำภาพลักษณ์ของสินค้าได้ ส่วนผลิตภัณฑ์แบรนด์เมด อิน เนเจอร์ เพื่อจำหน่ายในโมเดิร์นเทรด, ร้านคอนวีนีเอนส์โตร์ และเทรตดิชั่นนอลเทรด นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และการขายสินค้าผ่านทางช่องทางโซเชียลมีเดีย (S-Commerce) สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า รวมทั้งเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้า



### 3.2 รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง

คุณภาพของสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอัตราการซื้อซ้ำของลูกค้า หากสินค้ามีคุณภาพที่ดีและราคาที่เหมาะสม ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์ของบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงมุ่งเน้นการพัฒนาและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพผิวและสรีระของคนไทย โดยมีการทดสอบผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลิตรู้อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจถึงระดับคุณภาพและความเหมาะสมต่อผู้ใช้ที่กำหนดไว้ นอกจากนี้บริษัทให้ความสำคัญต่อการออกผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อกระแสนิยมของผู้บริโภค เนื่องจากตลาดเครื่องสำอางมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความนิยมอยู่ตลอดเวลา ประกอบกับมีเครื่องสำอางแบรนด์ใหม่ๆ จากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากเกาหลี และญี่ปุ่น ที่เข้ามาจับตลาดในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับของบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงมีกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการสำรวจความนิยมทั้งตลาดในประเทศไทยและตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาพัฒนาในรูปแบบให้ทันต่อกระแสนิยมของผู้บริโภค โดยบริษัทมีนโยบายเปิดกว้างสำหรับการสรรหาผู้ผลิต ทั้งผู้ผลิตในประเทศซึ่งเป็นบริษัทของไทยที่มีศักยภาพหรือผู้ผลิตสัญชาติต่างประเทศ เช่น บริษัทญี่ปุ่นที่มาตั้งโรงงานในประเทศไทย รวมถึงการสั่งผลิตจากโรงงานที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ เช่น ประเทศเกาหลี เป็นต้น เพื่อให้สามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าให้เหมาะสมกับการแข่งขัน และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้รวดเร็วและครบถ้วนยิ่งขึ้น

### 3.3 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

บริษัทพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หรือ CRM (Customer Relationship Management) ซึ่งมีส่วนทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเฉพาะเจาะจง โดยระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จะเริ่มต้นจากการส่งเสริมให้ลูกค้าสมัครสมาชิกใจโดยการให้ส่วนลดสำหรับสมาชิก และมีโปรโมชั่นการสมัครสมาชิกโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในช่วงเปิดสาขา หรือเมื่อซื้อสินค้าครบตามมูลค่าที่กำหนดไว้ซึ่งมีมูลค่าไม่สูงนัก เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใช้สิทธิในการสมัคร ซึ่งเมื่อลูกค้าเข้าเป็นสมาชิกแล้วบริษัทจะทำการเก็บฐานข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป อาทิ ที่อยู่ อายุ เพศ การศึกษา ฯลฯ รวมทั้งเก็บข้อมูลการซื้อสินค้าของลูกค้าแต่ละราย เช่น รูปแบบการซื้อ ความถี่ ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อย ความเห็นต่อผลิตภัณฑ์ ความต้องการเฉพาะเจาะจงต่างๆ เป็นต้น

ในปี 2563 บริษัทสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายได้สอดคล้องกับลักษณะความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น

- โครงการสะสมแต้มของแบรนด์บิวตี้ บิวเฟต์ และบิวตี้ คอทเทจ ให้กับลูกค้าสมาชิก เพื่อลูกค้าสามารถนำแต้มที่สะสมอยู่มารับเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าและแลกสินค้าที่ลูกค้าชื่นชอบ
- Birthday ซอปลงทุนในเดือนเกิด รับโปรโมชั่นพิเศษสุด และ Birthday Gift
- Special for new product เฉพาะสมาชิก สินค้าใหม่ได้ใช้ก่อนใครลดพิเศษ
- Beauty day โปรโมชั่นส่วนลดพิเศษทุกวันพุธที่ 2 ของเดือน สำหรับสมาชิกเท่านั้น
- โปรโมชั่นสำหรับลูกค้าสมาชิกแบบเฉพาะกลุ่ม เช่น ลูกค้าประจำ ลูกค้าซื้อต่อเนื่องสามารถรับส่วนลดพิเศษ ลูกค้าสามารถเช็คสิทธิ์พิเศษของตนเองที่หน้าร้านได้ทันที
- Value added member privileges บริษัทมีการเพิ่มมูลค่าบัตรให้กับผู้ถือบัตรสมาชิกแบรนด์บิวตี้ บิวเฟต์ และบิวตี้คอทเทจได้รับสินค้า ส่วนลดสินค้า และการบริการในสถานที่ต่างๆ ที่เป็นจัดทำ co-promotion ร่วมกับแบรนด์ อาทิ โรงแรม สปา ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานเสริมความงาม สถานบริการต่างๆ ฯลฯ
- กิจกรรมรีวีวได้แต้ม โดยรีวีวสินค้าที่ชื่นชอบได้โพสกิจกรรมของแบรนด์ ได้รับแต้มที่กำหนด และ Comment รีวีวสินค้าได้มีผู้กด Like เยอะที่สุดจะได้รับชุดผลิตภัณฑ์ฟรี 1 เซ็ต และ สำหรับผู้ที่ร่วมรีวีว รับ 300 แต้ม
- สมาชิกนำแต้มสะสมแลก Gift Card ที่ร่วมรายการ
- สมาชิกไม่รับถุง ทุกรูปแบบ รับเพิ่ม 2 แต้ม
- สมาชิก Beauty Cottage ซื้อสินค้า Beauty Cottage ที่ร้าน Beauty Buffet รับส่วนลด 40%
- สมาชิก Beauty Cottage และ Beauty Market สามารถนำแต้มมาใช้ ที่ร้าน Beauty Buffet ได้
- ลูกค้าสมัครสมาชิกใหม่รับสิทธิ์พิเศษแลกซื้ออะไรก็ได้ในร้าน 50% (1ชิ้น) ยกเว้น Accessories และ M-project
- จัดทำโปรโมชั่นพิเศษร่วมกับ E-Commerce Platform (Shopee) ซื้อคูปองส่วนลด และนำมาใช้ที่หน้าร้าน เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าใหม่
- ส่ง EDM ประชาสัมพันธ์โปรโมชั่น และ กิจกรรมต่างๆ ผ่านทาง Email ของลูกค้าสมาชิก
- กิจกรรม O2O: เพื่อเพิ่ม Traffic จากช่องทาง Online ไป Offline หรือ จากช่องทาง Offline ไป Online
- Online to Offline เป็นการทำการกิจกรรมทางออนไลน์เพื่อดึงลูกค้าจากช่องทางออนไลน์ไปยังสาขา เช่น การทำ E- Coupon และให้ลูกค้าไปใช้สิทธิ์ที่หน้าร้าน
- Offline to Online: เป็นกิจกรรมจากหน้าร้าน เพื่อดึงให้ลูกค้าเข้าไปติดตามแบรนด์ในช่องทางของออนไลน์ เช่น การให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าที่สาขา Check In หรือ add Line@
- การบริการหลังการขาย การให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สิทธิพิเศษต่างๆ รวมถึงแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ทันทั่วทั้งผ่านช่องทางต่างๆ โดยฝ่ายสมาชิกสัมพันธ์ 02-079-5111 และ Facebook ของแต่ละแบรนด์

# Customer Relationship Management (CRM)



## 3.4 การสร้าง “ Beauty Community ”

ปัจจุบันสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทมากขึ้นตามลำดับในการสื่อสารระหว่างกัน บริษัทเล็งเห็นโอกาสทางการตลาดในการเข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตรูปแบบต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดการสื่อสารได้ตอบกับลูกค้าได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถรับทราบความต้องการของแต่ละบุคคล ตลอดจนรับทราบถึงปัญหาของลูกค้าหรือบริการ อีกทั้งบริษัทออกแบบ Content Marketing ให้น่าสนใจและนำติดตามรวมถึงการประชาสัมพันธ์ Platform ที่เป็นกระแสในออนไลน์อีกด้วย โดยบริษัทได้สร้างสรรค์สื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

### สำหรับ Beauty Buffet

Website : [www.beautybuffet.co.th](http://www.beautybuffet.co.th)  
Facebook : Beauty Buffet Shop  
Line : @beautybuffetshop  
Instagram : beautybuffetshop  
Twitter : BeautyBuffetTH  
Youtube : Beauty Buffet Shop

### สำหรับ Beauty Cottage

Website : [www.beautycottageshop.com](http://www.beautycottageshop.com)  
Facebook : Beauty Cottage Shop  
Line@ : @beautycottage  
Instagram : beautycottageclub  
Twitter : BeautyCottageTH  
Youtube : Beautybuffetcottageshop

### สำหรับ Made in Nature

Website : [www.made-in-nature.com](http://www.made-in-nature.com)  
Facebook : [www.facebook.com/madeinnaturefanpage](https://www.facebook.com/madeinnaturefanpage)  
Instagram : Madeinnature\_official





การสร้างสื่อออนไลน์ดังกล่าว มิได้มีจุดมุ่งหมายในการส่งสารเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและส่งเสริมการขายเพียงอย่างเดียว แต่เป็นนำเสนอรูปแบบแนวคิดต่างๆ ในชีวิตประจำวัน (Life style) ซึ่งเข้ากันได้กับแนวคิดของแบรนด์ เพื่อสร้างความน่าสนใจ รวมทั้งให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ เช่นวิถีการแต่งหน้ารูปแบบใหม่ตามเทรนด์ตามกระแส การแต่งตัวที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพทันสมัย บอกเล่าข่าวสารที่เป็นกระแส ร้านอาหารที่เป็นที่นิยมและสถานที่ที่เกี่ยวกับเป้าหมายขึ้นชอบเป็นต้น รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การประกวดถ่ายรูปแต่งหน้า การตอบภาพสินค้า ประกวดบรรยายความรู้สึกที่มีต่อสินค้า เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าติดตามเป็นชุมชนความงามออนไลน์ หรือ “Beauty Community” ซึ่งบริษัทจะเป็นเสมือนหนึ่งเจ้าของบ้านในขณะที่ลูกค้าเปรียบเสมือนเพื่อนที่มาเยี่ยมเยียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการสื่อสารแบบสองทางและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว

บริษัทมีการออกบูทและจัดกิจกรรม workshop กับองค์กรภายนอกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์แบรนด์ทุกแบรนด์ของบริษัท พร้อมกันให้ความรู้ในเรื่องของการบำรุงผิวและการแต่งหน้าในรูปแบบต่างๆ ให้บุคลากรขององค์กรนั้นๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้และให้กลุ่มเป้าหมายได้มีประสบการณ์การใช้สินค้าของแบรนด์เพื่อมีโอกาสเพิ่มฐานสมาชิกและยอดขายให้กับทางแบรนด์และ ถือว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้าง “Beauty Community” ที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

## Promotion



**BEAUTY  
BUFFET**



Natural Crafted Beauty



## Traditional PR & Tie In



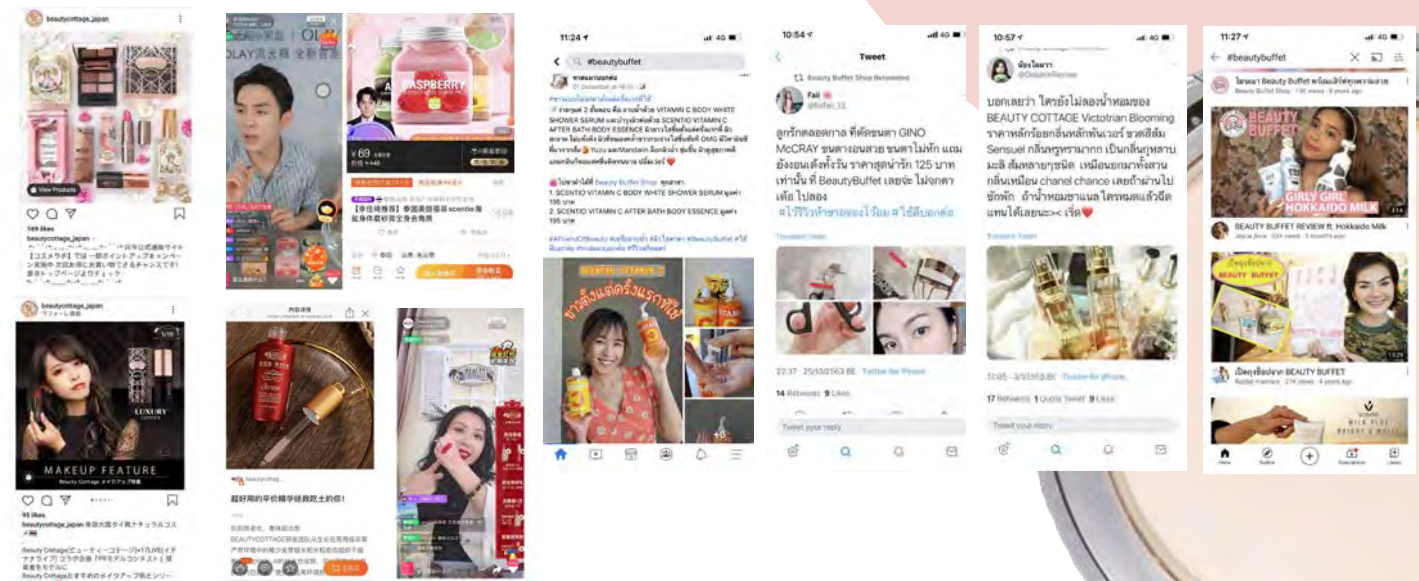




## Event



## Online Communication Contents



### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีลักษณะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products) และด้วยแนวทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายโดยการขายปลีก ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทคือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End-user) โดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงซึ่งมีแนวโน้มและลักษณะนิสัยในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวมากกว่าผู้ชาย ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายผ่าน บิวตี้ บุปเฟ่ต์, บิวตี้คอตเทจ, โมเดิร์นเทรด, ร้านคอนวีเนียนสโตร์ และ เทตติชั่นนอลเทรด ได้รับการวางตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันด้วย ดังนี้

#### ● กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ บิวตี้ บุปเฟ่ต์

ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านบิวตี้ บุปเฟ่ต์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย สีสันสดใส ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับเครื่องสำอางที่จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกในตลาดโดยรวม ดังนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงได้แก่กลุ่มวัยรุ่นในช่วงตั้งแต่มัธยมต้นจนถึงวัยทำงาน ที่ต้องการใช้เครื่องสำอางในการดูแลตนเองและเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ทันสมัย

#### ● กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ บิวตี้ คอตเทจ

ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน บิวตี้คอตเทจ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นการบำรุงผิวด้วยสารสกัดจากธรรมชาติจากธรรมชาติ นำเสนอด้วยรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามน่าสนใจ ดังนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงได้แก่กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย และวัยทำงานขึ้นไป ที่ต้องการการบำรุงผิวในระดับที่มากขึ้น ผนวกกับการสร้างบุคลิกภาพที่เรียบหรู

#### ● กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ เมต อิน เนเจอร์

เมต อิน เนเจอร์ ซึ่งจัดจำหน่ายผ่านทางโมเดิร์นเทรด เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป สร้างความแตกต่างโดยการใช้วัตถุดิบคุณภาพดีและผลิตจากธรรมชาติ ลูกค้าเป้าหมายจึงได้แก่กลุ่มบุคคลทั้งหญิงและชายที่ให้ความสำคัญกับการดูแลตนเอง และเป็นลูกค้าทั่วไปของซูเปอร์มาร์เก็ต

## ภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน

### • ภาวะอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและความงาม

ในปี 2563 มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจทั้งภายในและต่างประเทศสำหรับธุรกิจเครื่องสำอางและความงามก็ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน เช่นร้านเสริมสวย ธุรกิจสปาและเวลเนสต่างๆ ร้านเครื่องสำอางที่เปิดในห้างสรรพสินค้าถูกสั่งปิดชั่วคราวทำให้ยอดขายของแบรนด์ความงามต่างๆ ลดลง จากข้อมูลของ McKinsey Consulting มีการคาดการณ์ว่ารายได้ทั่วโลกในตลาดความงามนั้นจะลดลงถึง 30% ในช่วงปี 2563 เป็นผลให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมความงามต้องปรับกลยุทธ์เพื่อเอาตัวรอด

ในขณะที่ผู้บริโภคก็ปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันเพื่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดเช่นกัน ลดการจับจ่ายซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น สกินแคร์ หรือเครื่องสำอางสำหรับแต่งเติมความสวยถูกจัดลำดับความสำคัญลดลง แต่งหน้าน้อยลงด้วย การสวมใส่หน้ากากอนามัยนั้นกลายเป็นไลฟ์สไตล์ใหม่และเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันทำให้ผู้หญิงกังวลเรื่องการแต่งหน้าน้อยลงแทนที่จะซื้อเครื่องสำอางก็หันมาใส่ใจเรื่องความงามจากภายในสู่ภายนอกมากกว่าซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและอาหารเสริมต่างๆ เพื่อป้องกันและเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรงมากกว่า ซึ่งดูเหมือนว่าไลฟ์สไตล์นี้จะเหมือนกันทั่วโลก

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จะยังไม่คลี่คลายแต่คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมเครื่องสำอางจะค่อยๆปรับตัวกลับมามีสัญญาณที่ดีตามลำดับ เพราะคนในยุคปัจจุบันทั้งเพศชาย เพศหญิง และทุกช่วงวัย ต่างหันมาให้ความสนใจใส่ใจเกี่ยวกับสุขภาพ ความงาม และผิวพรรณ รวมทั้งการดูแลตัวเองมากขึ้น มีความต้องการอยากให้ตัวเองดูดีขึ้น โดยเฉพาะสภาพสตรีที่ต้องการเสริมสร้างบุคลิกภาพ และต้องการถนอมรักษาผิวพรรณให้ดูดีอยู่เสมอ ซึ่งกลุ่มลูกค้าสุขภาพสตรีที่นิยมใช้เครื่องสำอางครอบคลุมตั้งแต่กลุ่มผู้ที่เข้าสู่วัยรุ่นจนถึงวัยสูงอายุ รวมถึงจะเห็นได้จากสินค้านำเข้าจากต่างประเทศที่เข้ามาติดตลาดระดับกลางและล่างมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ปัจจุบันช่องทางการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้ง่ายมากขึ้นอีกทั้งมีผู้ผลิตรายย่อยเกิดขึ้นในธุรกิจนี้อย่างมากเช่นกันดังจะเห็นได้จากการลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อันเนื่องมาจากอัตราผลตอบแทนที่สูงและต้นทุนในการผลิตไม่มากนักด้วยเหตุนี้จึงทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวจะกลับมาเติบโตตามความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น

ในส่วนของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อกระแสและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และต้องติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างใกล้ชิดและต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันต่อสถานการณ์ ดังนี้

- ควรมีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรมที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้กว้างขึ้น
- สร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้มีความโดดเด่นและแตกต่างเพื่อที่จะสามารถทำตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า
- ต้องปรับกลยุทธ์การตลาดในด้านต่างๆ เพื่อเตรียมรับมือกับปัจจัยเสี่ยงในเรื่องของสภาวะเศรษฐกิจและสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในปัจจุบัน มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ รวมถึงต้องสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ
- ถ้าเป็นการจัดจำหน่ายเครื่องสำอางผ่านร้านค้าปลีกและขยายตัวโดยการเพิ่มสาขาจะต้องมีระบบการบริหารการขายที่ดีเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจ
- ต้องมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่กว้างขวางและครอบคลุมเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้างด้วยแนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและปัจจัยที่จำเป็นต่อความสำเร็จในธุรกิจนี้ดังกล่าวข้างต้นบริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถเติบโตและขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับอุตสาหกรรม
- พัฒนาลิขสิทธิ์ให้ทันกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุค New normal

### • สภาพการแข่งขัน

สำหรับแนวโน้มการแข่งขันของตลาดเครื่องสำอางภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ยังมีค่อนข้างสูงทั้งตลาดออฟไลน์และออนไลน์ ผู้เล่นในตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแบรนด์ของตัวเองเพื่อขายสินค้าออนไลน์โดยตรง รวมถึงจำนวนแม่ค้าออนไลน์ก็เพิ่มขึ้นมากมายผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ง่าย ใช้เงินลงทุนและเงินทุนหมุนเวียนในเบื้องต้นจำนวนไม่มากนัก ส่งผลให้มีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาแข่งขันในธุรกิจเป็นจำนวนมาก และถือว่าผู้เล่นรายใหม่เข้ามาได้ง่ายผ่านทางช่องทาง E-Commerce เพราะเป็นช่องทางที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและรวดเร็วอีกทั้งการลงทุนไม่สูง

อย่างไรก็ตามการดำรงอยู่ในธุรกิจในระยะยาวถือเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการรายใหม่ เนื่องจากศักยภาพในการแข่งขันเป็นสิ่งสำคัญได้แก่ 1. ความได้เปรียบของช่องทางการจัดจำหน่าย 2. ฐานลูกค้าที่มีความภักดีในตราสินค้า และการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และแบรนด์ให้เป็นจุดจำของผู้บริโภค ซึ่งการเข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้างจะต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนที่ค่อนข้างมาก รวมทั้งการสร้างความสำเร็จให้กับผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญในธุรกิจ นอกจากนี้ความท้าทายที่สำคัญของผู้เล่นในตลาดที่ต้องเผชิญ คือต้องเข้าใจและเข้าถึงผู้บริโภค เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก การตัดสินใจซื้อมาจากสื่อแบรนด์ที่รู้จัก เชื่อมั่น มีความปลอดภัย มากกว่าเรื่องราคา เน้นไปที่ผลิตภัณฑ์บำรุงสุขภาพและผิวพรรณมากกว่าเมคอัพและผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมเบา ๆ เพื่อให้รู้สึกสบายตอนสวมหน้ากากอนามัย ต่างจากก่อนเกิดโควิด-19 ซึ่งเป็นหนึ่งในพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุค new normal

อย่างไรก็ตามบริษัทมีการวางแผนรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยมีการออกสินค้าสินค้าใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและบำรุงผิวพรรณ เจลแอลกอฮอล์ เป็นต้น พร้อมทั้งขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มบริโภคมมากขึ้น เช่น เน้นการขายผ่านช่องทาง General Trade และช่องทางอีคอมเมิร์ซ อีกทั้งปรับแผนการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ O2O ให้เข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด โดยทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้ตราสินค้าพร้อมกับดึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในออนไลน์ไปซื้อสินค้าที่ออฟไลน์และดึงลูกค้าออฟไลน์ให้กลับไปซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัทด้วยเช่นกัน โดยในปี 2563 บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มบริโภคมมากขึ้น



## 1. ช่องทางการขายในต่างประเทศ

# Overseas Channels



## 2. ช่องทางการขาย E- Commerce

# E- Commerce Channels

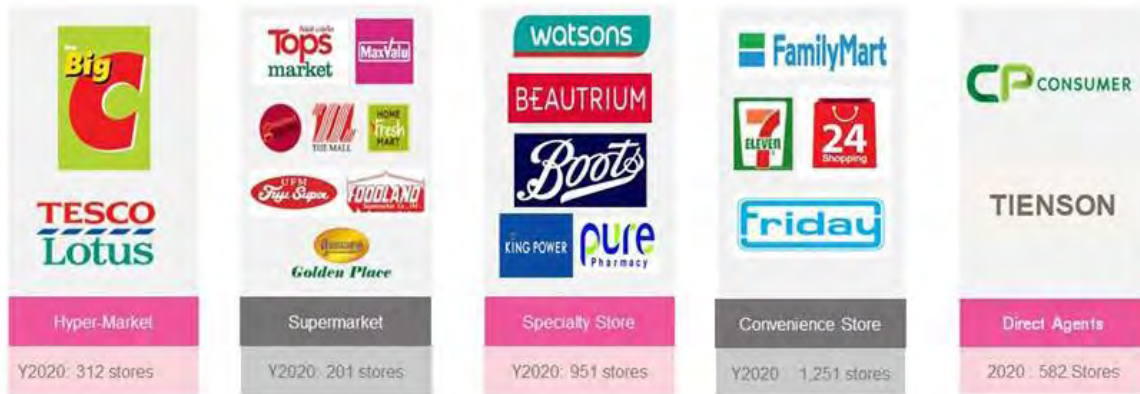




### 3. ช่องทางการขาย Modern Trade

## Modern Trade Channels

Y2020 : 3,297 Stores



### 4. ช่องทางการขาย ร้านค้าปลีก

ช่องทางการขายร้านค้าปลีกทั่วไป ซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งทางตรงของบริษัทที่มีทั้งผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติและผู้ประกอบการสัญชาติไทย โดยคู่แข่งที่บริษัทให้ความสำคัญคือกลุ่มผู้ประกอบการที่จัดจำหน่ายสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกับสินค้าของบริษัท มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นถึงวัยทำงาน นำเสนอราคาขายในระดับที่ใกล้เคียงกัน และที่สำคัญคือมีแบรนด์ซึ่งเป็นที่จดจำของลูกค้า รวมทั้งมีการกระจายสินค้าที่เข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง ซึ่งได้แก่

ตราสินค้า	BEAUTY	Oriental Princess	Karmarts	Cute Press	Yves Rocher	Skin Food	The Body Shop	Etude House
ผู้จัดจำหน่าย	บมจ. บิวตี้ คอสมูนิตี้	บจ. เอสเอสยูพี (ประเทศไทย)	บ ม จ . คาร์ มาร์ท	บจ.เอสเอสยูพีกรุงเทพ 1991	บจ.อีฟโรเช (ประเทศไทย)	บจ.มาลาดี	บจ.เอิร์ธแคร์	บจ.อมอร์แปซิฟิก (ไทยแลนด์)
ปีที่ ก่อ ตั้ง บริษัท	2543	2528	2537 <sup>(1)</sup>	2519	2535	2548	2536	2547
จ ำ น ว น ปี ดำเนินงาน	20 ปี	35 ปี	26 ปี	44 ปี	28 ปี	15 ปี	27 ปี	16 ปี
ทุนชำระแล้ว <sup>(2)</sup>	300.69	78	528	70	12.5	165	55	660.40
รายได้รวม <sup>(2)</sup>	2,020.77	3,791.99	1,608.04	213.09	710.17	230.99	329.04	1,366.97

หมายเหตุ

(1) บมจ.คาร์มาร์ท ก่อตั้งในปี 2537 แต่เริ่มดำเนินการจัดจำหน่ายเครื่องสำอางในปี 2554

(2) หน่วยล้านบาท อ้างอิงจากการเงินสิ้นสุด ณ 31 ธันวาคม 2562

บริษัทมีการขยายตัวของรายได้อย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริหารมองว่าศักยภาพในการแข่งขันและความได้เปรียบในธุรกิจที่สำคัญของบริษัท เกิดขึ้นจาก

- บริษัทมีแบรนด์ที่หลากหลาย ได้แก่ บิวตี้ บูฟเฟต์ (Beauty Buffet), “บิวตี้ คอทเทจ (Beauty Cottage)” รวมทั้งจำหน่ายโปรดักส์แบรนด์ ด้วยแบรนด์ “เมด อิน เนเจอร์ (Made in Nature)” ซึ่งแต่ละแนวคิดจะมีความแตกต่างกันในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย และตำแหน่งทางการตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน และเป็นการสร้างฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทุกระดับของการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามดังกล่าว ซึ่งสร้างความน่าสนใจให้กับภาพลักษณ์และผลิตภัณฑ์ของบริษัท
- บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้แก่ ช่องทางร้านค้าปลีก ช่องทางโมเดิร์นเทรด ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านคอนวีเนียนสโตร์, แค็ตตาล็อก, ช่องทางGeneral Trade เช่นร้านค้าปลีกค้าส่งต่างๆ (Traditional trade) ช่องทางอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ซึ่งเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วมากทำให้การแข่งขันสูงตามมาด้วยเช่นกัน สืบเนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลง คือมีการใช้ช่องทางออนไลน์ในการเลือกซื้อสินค้าทุกประเภทมากขึ้น และช่องทางการขายในต่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์
- การติดตามกระแสนิยมของตลาดทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
- คุณภาพของผลิตภัณฑ์เทียบเคียงได้กับเครื่องสำอางจากต่างประเทศ แต่ได้รับการปรับปรุงให้เหมาะสมสำหรับลักษณะผิวและสีผิวที่เป็นเอกลักษณ์ของคนไทย
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ซึ่งสร้างความน่าสนใจให้กับผู้บริโภค

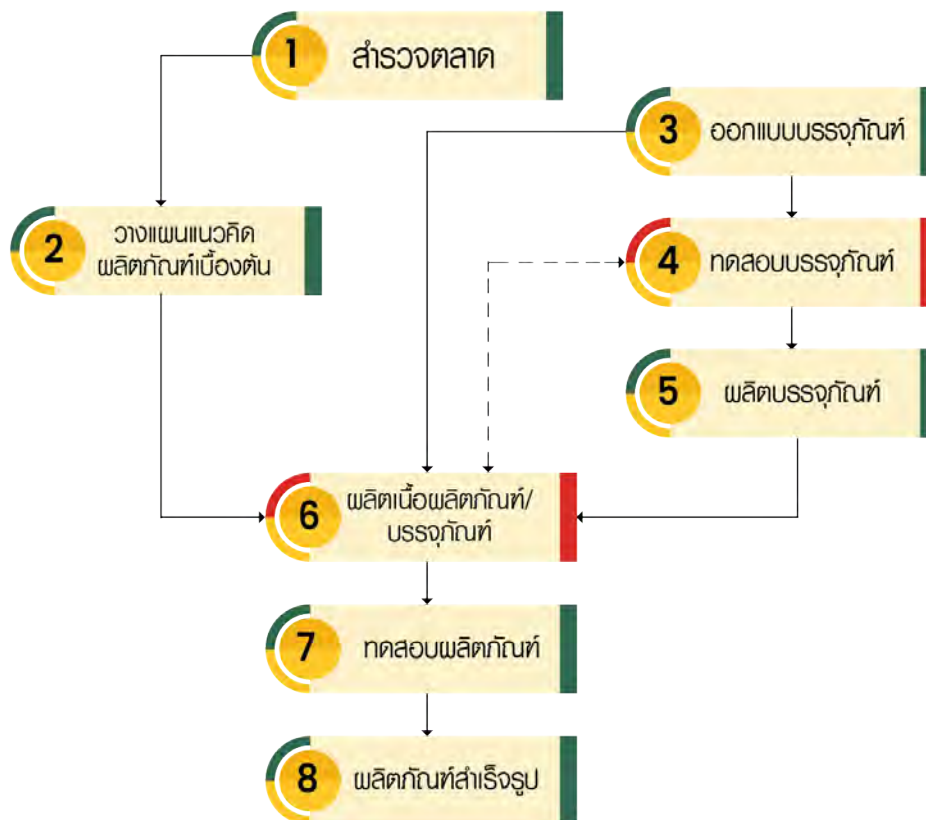
- การสั่งซื้อสินค้าจากโรงงานผลิตหลายแห่งที่มีความเชี่ยวชาญการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความยืดหยุ่นในการผลิตรวมทั้งการออกผลิตภัณฑ์ใหม่
- การวางระบบการบริหารจัดการโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการควบคุมการขายและการบริหารคลังสินค้า รวมทั้งมีระบบการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า เพื่อการพัฒนากระบวนการลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อการเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น

โดยสรุปแล้ว แม้ว่าตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวจะมีอัตราการแข่งขันที่สูง ทั้งจากคู่แข่งในประเทศและผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ แต่บริษัทเชื่อมั่นว่าด้วยศักยภาพในการแข่งขัน ประกอบกับประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ จะส่งผลให้บริษัทสามารถปรับตัวเพื่อสร้างความได้เปรียบในอุตสาหกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต

## การจัดหาผลิตภัณฑ์

### 1. ขั้นตอนการจัดหาผลิตภัณฑ์

บริษัทไม่มีนโยบายการผลิตสินค้าด้วยตนเอง ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะได้รับการผลิตจากบริษัทผู้ผลิตหลายรายที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆโดยขั้นตอนการจัดหาผลิตภัณฑ์ดังแสดงในแผนภาพ



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จะดำเนินการโดยฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อร่วมกับฝ่ายการตลาดและฝ่ายปฏิบัติการขายเริ่มจาก (1) การสำรวจกระแสนิยมและแนวโน้มของตลาดทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และ (2) ทำการวางแผนแนวคิดผลิตภัณฑ์เบื้องต้น ซึ่งหมายถึงการกำหนดลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เบื้องต้นให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งในส่วนของคุณสมบัติทั่วไป เช่น สี กลิ่น ความชื้น และคุณสมบัติเฉพาะ เช่น การต้านอนุมูลอิสระ การลดเลือนริ้วรอย เป็นต้น รวมทั้งกำหนดส่วนผสมหลัก (Active Ingredient) ที่ให้คุณสมบัติเฉพาะที่ต้องการพร้อมทั้ง (3) ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

ในส่วนของการผลิตนั้น ส่วนใหญ่บริษัทจะจัดหาโรงงานผลิตเนื้อผลิตภัณฑ์ และโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แยกออกจากกัน โดย (4) บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบโดยบริษัท จะถูกส่งไปที่โรงงานผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจะถูกส่งไปทดสอบที่โรงงานผู้ผลิตเนื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มั่นใจว่าวัสดุบรรจุภัณฑ์และตัวเนื้อผลิตภัณฑ์เข้ากันได้ดี ไม่มีการรั่วซึม รวมทั้งไม่มีข้อบกพร่องอื่นใด (5) จากนั้นจึงทำการผลิตบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดและจัดส่งต่อไปกับโรงงานผู้ผลิตเนื้อผลิตภัณฑ์

สำหรับตัวเนื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการวางแผนเบื้องต้นได้แล้ว (6) ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จะทำการส่งผลิตกับโรงงานผู้ผลิตทั้งในและต่างประเทศที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตเนื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยผู้ผลิตจะเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบทั้งหมดในการผลิต ทั้งนี้ โรงงานผู้ผลิตเนื้อผลิตภัณฑ์บางแห่งจะรับหน้าที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ด้วย ขึ้นอยู่กับความชำนาญของโรงงาน (7) เนื้อผลิตภัณฑ์จะได้รับการทดสอบคุณสมบัติในทางเคมีและทางกายภาพจากโรงงานผู้ผลิตรวมทั้งบางผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติทางเคมีเฉพาะจะถูกส่งไปทดสอบกับผู้เชี่ยวชาญภายนอกเพื่อตรวจสอบยืนยัน นอกจากนี้บริษัทจะทำการทดสอบผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองทุกครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่ต้องการ ก่อนที่จะจัดจำหน่าย (8) ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปสู่ผู้บริโภค ตามปกติแล้ว ราคาผลิตมีความผันผวนค่อนข้างน้อยแต่หากผู้ผลิตมีความจำเป็นในการปรับราคาขึ้นจะมีการเจรจาล่วงหน้าเป็นระยะหนึ่ง นอกจากนี้บริษัทจะวางแผนการผลิตและการออกผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นรายปี ทำให้บริษัทมีความยืดหยุ่นในการปรับแผนการกำหนดราคาขาย

## 2. ขั้นตอนการจัดซื้อวัตถุดิบ

บริษัทโครงการ Multi Brand Project ( M Project ) คือ นำสินค้าที่เป็นแบรนด์ทางเลือกหรือสินค้าแบรนด์อื่นที่ไม่ใช่ของบริษัทเข้ามาจำหน่ายในร้านค้าปลีกของบริษัท เพื่อเพิ่มความหลากหลายและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุม ดังนั้นขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าจึงมีความสำคัญกับการดำเนินงานของบริษัทโดยมีขั้นตอนการสั่งซื้อดังนี้



การจัดซื้อวัตถุดิบที่จะถูกดำเนินการโดยฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อร่วมกับฝ่ายการตลาดและฝ่ายปฏิบัติการขายเริ่มจาก (1) การสำรวจกระแสและแนวโน้มของตลาดทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และ (2) คัดเลือกสินค้าที่จะทำการสั่งซื้อ ซึ่งหมายถึงการกำหนดลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าที่ต้องการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด (3) ทำการคัดเลือกแหล่งสั่งซื้อโดยต้องเป็นแหล่งที่เป็นเจ้าของตราสินค้าหรือสั่งซื้อจากตัวแทนจำหน่ายของเจ้าของตราสินค้าหรือแหล่งการสั่งซื้อที่มีมาตรฐานและหลังจากที่ได้คัดเลือกทั้งตัวสินค้าและแหล่งสั่งซื้อแล้วจะต้อง (4) วางแผนเรื่องของการสั่งซื้อ เพื่อรักษาปริมาณสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพสูงสุด บริษัทจะมีการพิจารณาสั่งซื้อสินค้าในปริมาณที่น้อยที่สุดที่ยังคงรักษาเงื่อนไขการซื้อที่ดีและใช้การบริหารจัดการหมุนเวียนของสินค้าให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดโดยยังเพียงพอต่อปริมาณการขายและไม่ก่อให้เกิดการเสียโอกาสทางการขายเนื่องจากสินค้าขาดเนื่องจากนโยบายการสั่งซื้อสินค้าของ บิวตี้ มาร์เก็ต เน้นที่สั่งซื้อปริมาณไม่มากสินค้าเปลี่ยนเร็วเพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (5) การเจรจาต่อรองราคาและเงื่อนไขการสั่งซื้อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อการบริหารจัดการต้นทุนตามที่บริษัทกำหนดไว้ (6) การออกไปสั่งซื้อให้ถูกต้องตรงกับราคาและเงื่อนไขการสั่งซื้อที่ตกลง (7) เรื่องของการส่งมอบสินค้าโดยผู้ขายจะดำเนินการส่งสินค้าที่คลังสินค้าของบริษัทโดยบริษัทให้ความสำคัญกับวันที่ในการส่งมอบเนื่องจากปริมาณการสต็อกสินค้าคงคลังไม่มากทำให้การส่งมอบต้องตรงเวลาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการบริหารสินค้าคงคลัง

## โครงการรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Guarantee)

ตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา โดยหากลูกค้าไม่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่สามารถคืนสินค้าได้ภายใน 14 วันเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจถึงคุณภาพและความปลอดภัย รวมทั้งเพื่อให้บริษัทสามารถรวบรวมข้อเสนอแนะของลูกค้าในการคืนสินค้าและนำมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ซึ่งที่ผ่านมามีมูลค่าในการคืนสินค้าน้อย ร้อยละ 0.01ของยอดขายโดยรวม และนอกเหนือจากข้อเสนอแนะของลูกค้าจากการคืนสินค้าดังกล่าว บริษัทไม่เคยได้รับการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทั้งจากลูกค้าและหน่วยงานของรัฐบาลรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว (ไม่รวมถึงอุปกรณ์เสริมความงาม) เป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องมีการขออนุญาตการผลิตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (“สำนักงาน อ.ย.”) ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- เครื่องสำอางควบคุม โดยกระทรวงสาธารณสุขกำหนดให้เครื่องสำอางทุกประเภทเป็นเครื่องสำอางควบคุม มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 26 กันยายน 2551 ซึ่งจะต้องมีการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องสำอางและแสดงเลขที่ใบรับแจ้งที่ได้รับการขึ้นทะเบียนไว้ในฉลากของผลิตภัณฑ์ทุกรายการ เครื่องสำอางส่วนใหญ่ของบริษัทจัดอยู่ภายใต้ประเภทนี้
- ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเครื่องสำอาง เป็นผู้ที่มีหน้าที่ยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องสำอางกับสำนักงาน อ.ย. โดยบริษัทจะมีส่วนร่วมในการตรวจสอบฉลากสินค้าให้มีข้อความที่ถูกต้องตามกฎหมายซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับอนุญาตจากสำนักงาน อ.ย.แล้วทั้งหมด

## หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ผลิต

บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของผู้ผลิตและผู้ขายสินค้า โดยผู้ผลิตทั้งหมดจะต้องได้รับการรับรองจากสำนักงาน อ.ย.ตามกฎหมาย รวมทั้งมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการประเมินผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าโดยให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นอันดับแรก ซึ่งหลักเกณฑ์การประเมินผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าแบ่งออกเป็น

ด้านคุณภาพสินค้า	ระดับความสำคัญ/คะแนน	ร้อยละ 50
ด้านราคา	ระดับความสำคัญ/คะแนน	ร้อยละ 20
ด้านความตรงต่อเวลาในการส่งมอบสินค้า	ระดับความสำคัญ/คะแนน	ร้อยละ 10
ด้านการบริการ	ระดับความสำคัญ/คะแนน	ร้อยละ 10
ระยะเวลาในการให้เครดิต	ระดับความสำคัญ/คะแนน	ร้อยละ 10

ผู้ผลิตรายใหญ่ของบริษัทเป็นผู้ที่ได้รับมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) เกือบทั้งหมด (บางรายอยู่ในระหว่างการดำเนินการ) โดยบริษัทมีการประเมินผลผู้ผลิตและผู้ขายอย่างต่อเนื่องทุกปีเพื่อให้มั่นใจว่าแต่ละรายดำรงคุณภาพและมาตรฐานในระดับที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในปัจจุบันบริษัทสั่งผลิตจากผู้ผลิตเพื่อผลิตสินค้าจำนวนประมาณ 36 ราย ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไปตามความชำนาญของแต่ละราย โดยมีได้ทั้งผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม บริษัทจะทำการจัดหาผู้ผลิต 2 รายควบคู่กันไป

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ---ไม่มี---



## สัญญาที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีสัญญาสำคัญในการดำเนินธุรกิจโดยสาระสำคัญสรุปดังนี้

### ● สัญญาการจัดจำหน่ายสินค้า “บิวตี้ บุฟเฟต์” และ “บิวตี้ คอตเทจ” (Beauty Buffet & Beauty Cottage Distribution Agreement)

ในปี 2555 บริษัทเริ่มมีการขยายการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ โดยมีนโยบายการกระจายสินค้าผ่านผู้จัดจำหน่ายซึ่งมีความชำนาญในท้องถิ่น เริ่มต้นที่ประเทศกัมพูชา เนื่องจากเล็งเห็นถึงศักยภาพของตลาดและของผู้จัดจำหน่าย โดยจัดทำสัญญาการจัดจำหน่ายสินค้า ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีสัญญาการจัดจำหน่ายทั้งสิ้น 13 ประเทศ คือ เวียดนาม, เมียนมา, อินโดนีเซีย, ฮ่องกง, ไต้หวัน, ฟิลิปปินส์, ลาว, สิงคโปร์, อินเดีย, สาธารณรัฐประชาชนจีน, มาเลเซีย, ญี่ปุ่น, บรูไน มีสาระสำคัญโดยสรุปดังนี้

ความสัมพันธ์	ผู้จัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับบริษัท
อายุสัญญา	สัญญาเมื่ออายุ 3 ปี การต่ออายุสัญญาจะพิจารณาจากผลการดำเนินงานของตัวแทนจำหน่าย การต่อสัญญาจะต่ออายุสัญญาครั้งละ 3 ปี
สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้จัดจำหน่าย มีสิทธินำสินค้า “บิวตี้ บุฟเฟต์” หรือ “บิวตี้ คอตเทจ” ตามที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทเพื่อนำสินค้าเข้าไปขายภายในประเทศที่ได้รับอนุญาต</li> <li>- ผู้จัดจำหน่ายจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการขาย และการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ</li> <li>- การซื้อสินค้าของผู้จัดจำหน่ายจากบริษัท ต้องมีการชำระเงินครบถ้วนก่อน บริษัทจึงจะทำการส่งสินค้า</li> </ul>

### ● สัญญาอนุญาตให้จัดจำหน่ายสินค้าช่องทางออนไลน์

ในปี 2561 บริษัทเริ่มมีการขยายการจัดจำหน่ายสินค้าไปในช่องทางออนไลน์ในสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีนโยบายให้แต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้า “บิวตี้ บุฟเฟต์” หรือ “บิวตี้ คอตเทจ” เพื่อให้จำหน่ายสินค้าช่องทางออนไลน์ในสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยในปี 2563 บริษัทได้แต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้า “บิวตี้ บุฟเฟต์” จำนวน 6 แพลตฟอร์ม และ บิวตี้ คอตเทจ จำนวน 6 แพลตฟอร์ม มีสาระสำคัญโดยสรุปดังนี้

ความสัมพันธ์	ผู้จัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับบริษัท
ต่อ อายุสัญญา	สัญญาเมื่ออายุ 1 ปี การต่ออายุสัญญาจะพิจารณาจากผลการดำเนินงานของตัวแทนจำหน่าย การต่อสัญญาจะต่ออายุสัญญาครั้งละ 1 ปี
สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้จัดจำหน่าย มีสิทธินำสินค้า “บิวตี้ บุฟเฟต์” หรือ “บิวตี้ คอตเทจ” ตามที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทเพื่อขอเปิดร้านแบบ Flagship store ในแพลตฟอร์มที่ได้รับอนุญาต</li> <li>- ราคาสินค้าที่จัดจำหน่ายจะมีการควบคุมราคาขั้นต่ำจากบริษัท เพื่อไม่ให้กระทบราคาขายของสินค้าในตลาด</li> <li>- ผู้จัดจำหน่ายจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการขาย และการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ</li> <li>- การซื้อสินค้าของผู้จัดจำหน่ายจากบริษัท ต้องมีการชำระเงินสดครบถ้วนก่อน บริษัทจึงจะทำการส่งสินค้า</li> </ul>

### ● สัญญาซื้อขายสินค้าเพื่อจัดจำหน่าย

ในปี 2558 บริษัทเริ่มมีการขยายการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังภูมิภาคมากขึ้นผ่านช่องทางค้าปลีก โดยมีนโยบายการกระจายสินค้าผ่านผู้จัดจำหน่ายซึ่งมีความชำนาญในท้องถิ่น เนื่องจากเล็งเห็นถึงศักยภาพของตลาดและของผู้จัดจำหน่าย โดยจัดทำสัญญาการจัดจำหน่ายสินค้า มีสาระสำคัญโดยสรุปดังนี้

ความสัมพันธ์	ผู้จัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับบริษัท
อายุสัญญา	สัญญาเมื่ออายุ 3 ปี เมื่อครบอายุแล้ว หากคู่สัญญาไม่ได้ทำการแจ้งบอกเลิกสัญญาเป็นหนังสือก่อนสัญญาสิ้นสุดล่วงหน้า 90 วัน จะถือว่าสัญญามีผลต่อเนื่องไปอีกครั้งละ 1 ปี จนกว่าจะมีการแจ้งบอกเลิกสัญญา
สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้จัดจำหน่าย มีสิทธิในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท ในร้านขายสินค้ากลุ่มความงามในแต่ละภูมิภาค โดยยกเว้นการจัดจำหน่ายในร้านค้าที่เป็นช่องทางบริษัทอยู่ก่อนแล้ว และผู้จัดจำหน่ายจะไม่จำหน่ายหรือเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอื่นใดอันเป็น สินค้าประเภทเดียวกันกับสินค้าของบริษัท</li> <li>- บริษัท จำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้จัดจำหน่ายในราคาขายปลีกพร้อมส่วนลดตามอัตราที่ตกลง กัน โดยผู้จัดจำหน่ายต้องกำหนดราคาขายสินค้าตามที่ตกลงกัน โดยหากมีการเปลี่ยนแปลงต้องได้รับอนุมัติจากบริษัทก่อน</li> <li>- ผู้จัดจำหน่ายจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ค่าประกันภัย และดำเนินการขนส่งสินค้าไปยังเขตการขายของผู้จัดจำหน่าย</li> <li>- ผู้จัดจำหน่ายชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินบาทไทย โดยชำระจำนวนเต็มของมูลค่าเมื่อครบกำหนด 60 วัน หลังจากวันส่งมอบสินค้า หลังจากหักค่าใช้จ่ายที่ผู้จัดจำหน่ายได้กระทำการแทนบริษัทไปก่อน โดย ผู้จัดจำหน่ายจะต้องจัดทำรายงานสรุปค่าใช้จ่ายกิจกรรมการโฆษณาและส่งเสริมการขายให้แก่บริษัททุกเดือน</li> <li>- การเรียกร้องค่าเสียหาย ผู้จัดจำหน่ายจะเรียกร้องได้ไม่เกินกว่าราคาที่ตกลงซื้อขายกัน และต้องเรียกร้องภายในระยะเวลา 30 วัน นับจากวันปรากฏเหตุความเสียหายนั้น</li> </ul>

• สัญญาสั่งผลิตเครื่องสำอาง (สัญญารักษาความลับในสูตรการผลิต)

โดยปกติแล้วบริษัทจะสั่งซื้อสินค้าจากโรงงานที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆของบริษัท โดยจะมีการจัดทำสัญญากับผู้ผลิตทุกรายที่มีส่วนในการควบคุมสูตรการผลิต โดยมีสาระสำคัญคือผู้ผลิตจะไม่เปิดเผยหรือเผยแพร่สูตรหรือส่วนผสมของสินค้าและขั้นตอนการผลิตให้บุคคลอื่นได้รับทราบ รวมถึงจะไม่ผลิตสินค้าดังกล่าวออกมาจำหน่ายเอง ทั้งนี้ ให้เงื่อนไขดังกล่าวมีผลทั้งในกรณีที่ผู้ผลิตยังทำการผลิตให้กับบริษัท และมีผลต่อเนื่องไปอีกเป็นระยะเวลา 1 - 3 ปี (ผู้ผลิตแต่ละรายจะมีการต่อระยะเวลาของผลต่อเนื่องแตกต่างกัน แต่โดยรวมอยู่ในช่วง 1 - 3 ปี) หลังจากที่บริษัทยกเลิกการผลิตดังกล่าวแล้ว

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

เนื่องจากธุรกิจของบริษัทมิได้เป็นการผลิตตามคำสั่งจากลูกค้า ดังนั้นจึงไม่มีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ



## ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)

บริษัท บีวตี้คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งบริษัทเมื่อปี 2543 และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อเดือนธันวาคม 2555 ด้วยทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 300,000,000 บาท ดำเนินธุรกิจจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว โดยยึดถือหลักการดำเนินธุรกิจบนแนวทางดังนี้

## ปรัชญาองค์กร (Corporate Philosophy)

“ สร้างสรรค์ เปลี่ยนแปลง ยั่งยืน ”

“ Creative Dynamic Sustainable ”

## วิสัยทัศน์ของบริษัท (Vision)

“International Beauty & Health Business”

## พันธกิจ (Mission) ค่านิยมองค์กร (B E A U T Y Core Values)

1. สร้างสรรค์กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านความงามที่มีคุณภาพดีและทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของวิถีชีวิตสมัยใหม่
2. นำผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายครอบคลุมทั่วประเทศ และขยายสู่ระดับภูมิภาค
3. พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ให้พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน
4. ดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล โดยคำนึงถึงผลตอบแทนและผลกระทบที่ผู้ถือหุ้น พนักงานและสังคมจะได้รับ

## ค่านิยมองค์กร (B E A U T Y Core Values)

B Beyond customer's Expectation

ให้บริการเหนือความคาดหวังของลูกค้า

E Endless Creativity

ความคิดสร้างสรรค์ไม่มีที่สิ้นสุด

A Accountability

มีความรับผิดชอบต่องานที่ทำ ต่อตนเองและต่อผู้อื่น

U Undertake 100 % result

ยืนยันรับประกันผลงาน 100 % มุ่งทำงานทำให้สำเร็จ

T Trustworthy Teamwork

ไว้วางใจได้ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี

Y Young lifestyle

ทันสมัย ไม่ตกยุค

## ความหมายตามสีของตราสัญลักษณ์ของบริษัท



บริษัท บีวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

**BEAUTY** COMMUNITY  
PUBLIC COMPANY LIMITED



**สีชมพู** เราเชื่อว่าความสวยคือความสุข เราขอเป็นสื่อการสร้างความสุข จากความสวยทั้งภายนอกและภายใน เพื่อสุขภาพที่ดี

BEAUTY

**สีส้ม**

ชุมชนแห่งความสุข ลูกค้าเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญ เรามีความใส่ใจและเคล็ดลับความงามที่แบ่งปันกัน มีกิจกรรมร่วมกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

COMMUNITY



**สีฟ้า** เราจะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตและการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย

LIFE STYLE

**สีน้ำตาล**

เลือกใช้วัสดุและส่วนประกอบธรรมชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ECO FRIENDLY





จากปรัชญาองค์กร, วิสัยทัศน์, พันธกิจ, ค่านิยมองค์กรและ ความหมายตามสีของตราสัญลักษณ์ จะเห็นได้ว่าบริษัทตระหนักถึงบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น คู่ค้า พนักงาน ลูกค้า ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังมีความมุ่งมั่นที่จะแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาเป็นนโยบายในการบริหารงานของบริษัทให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ นอกจากนี้บริษัทยังนำแนวทางปฏิบัติตามหลักการ 8 ข้อมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาและเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืนคือ

1. การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม
2. การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
3. การเคารพสิทธิมนุษยชน
4. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
5. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
7. การร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม
8. การมีนวัตกรรมและเผยแพร่นวัตกรรมซึ่งได้มาจากการดำเนินธุรกิจ

## 1. การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม

ให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และมีนโยบายในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มที่สำคัญดังนี้

- ผู้ถือหุ้น : บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรู้และทักษะการบริหารจัดการอย่างสุดความสามารถในทุกกรณีด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่และรายย่อยเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นโดยรวม รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและครบถ้วนตามความเป็นจริง
- พนักงาน : บริษัทจะให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่พนักงานดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินให้มีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพนักงานอย่างเคร่งครัดรวมทั้งหลีกเลี่ยงการกระทำใดๆ ที่ไม่เป็นธรรมซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความมั่นคงในหน้าที่การงานของพนักงานตลอดจนปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความสุภาพ รับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงานทุกระดับอย่างเท่าเทียมและเสมอภาคกัน
- ลูกค้า : บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้า เอาใจใส่และรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยลูกค้าจะต้องได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัย การบริการที่ดี ในระดับราคาที่เหมาะสม และเป็นไปตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ รวมทั้งปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงที่มีต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด มีการพัฒนาระดับมาตรฐานสินค้าและบริการให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- คู่ค้าและเจ้าหนี้ : บริษัทจะไม่ดำเนินการที่ทุจริตในการค้ากับคู่ค้าและเจ้าหนี้และมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่มีต่อเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องวัตถุประสงค์ของการใช้เงิน การชำระคืนการดูแลคุณภาพหลักทรัพ์ค้าประกัน และเรื่องอื่นใดที่ได้ทำข้อตกลงไว้กับเจ้าหนี้เพื่อบรรลุผลประโยชน์ร่วมกัน
- คู่แข่งทางการค้า : บริษัทจะประพฤติปฏิบัติภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันที่ดีไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสมและไม่พยายามทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้ายโดยไม่มูลความจริง
- สังคมส่วนรวม : บริษัทจะไม่กระทำการใดๆ ที่จะส่งผลเสียหายต่อสังคมทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม อีกทั้งยังต้องแสวงหาโอกาสสนับสนุนกิจกรรมสร้างสรรค์สังคมปลูกฝังจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่องและจริงจังรวมทั้งปฏิบัติหรือควบคุมให้มีการปฏิบัติอย่างเคร่งครัดตามเจตนารมณ์ของกฎหมายและกฎระเบียบที่ออกโดยหน่วยงานที่กำกับดูแล

## 2. การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทได้กำหนดไว้ในจรรยาบรรณธุรกิจที่ทำให้เกิดการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ถูกต้องตามกฎหมาย การเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน และการดูแลรักษาทรัพยากรทั้งภายในบริษัทและสิ่งแวดล้อมภายนอก ซึ่งการให้ความสำคัญกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจจะทำให้มีการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต การควบคุมภายในทำได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้นส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นกับตลาดทุนและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักลงทุนและบริษัทยังได้กำหนดเป็นนโยบายเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ครอบคลุม 2 เรื่อง คือ (1) เรื่องรายการที่เกี่ยวข้องกัน โดยบริษัทจะพิจารณาความเหมาะสมก่อนที่จะทำการที่เกี่ยวข้องกันอย่างรอบคอบทุกรายการรวมทั้งกำหนดราคาและเงื่อนไขของรายการที่เกี่ยวข้องกัน เสมือนทำรายการกับบุคคลภายนอก (Arm's Length Basis) และมีคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้พิจารณาความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของรายการ (2) สถานการณ์อื่นๆ ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ คือ ไม่เรียกไม่รับหรือจ่ายผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตจากผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจ และในปี 2558 บริษัทได้แสดงเจตนารมณ์เข้าร่วม โครงการ แนวร่วมปฏิบัติ (Collective Action Coalition) ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต

### 3. การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทให้ความสำคัญและตระหนักในการเคารพสิทธิมนุษยชนและสนับสนุนความเท่าเทียมกันในสังคมอยู่เสมอ โดยในบริษัทได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทซึ่งมาจากการเลือกตั้งของพนักงานโดยตรงเพื่อเป็นตัวแทนของพนักงานในการเรียกร้องและพูดคุยกับผู้บริหารของบริษัทในเรื่องต่างๆทั้งในเรื่องสวัสดิการและสิทธิของพนักงานในแง่มุมต่างๆ

คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการนี้มีจำนวน 5 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นตัวแทนในการร่วมปรึกษารื้อหรือ ควบคุมดูแล ตรวจตรา และเสนอความคิดเห็นในเรื่องสวัสดิการต่างๆ เพื่อจัดสวัสดิการให้กับพนักงาน โดยคณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ดังนี้

1. ร่วมหารือกับนายจ้างเพื่อจัดสวัสดิการแก่ลูกจ้าง
2. ให้คำปรึกษาหารือ และเสนอแนะความเห็นแก่นายจ้างในการจัดสวัสดิการสำหรับลูกจ้าง
3. ตรวจตรา ควบคุม ดูแลสวัสดิการที่นายจ้างจัดให้แก่ลูกจ้าง
4. เสนอข้อคิดเห็นและแนวทางในการจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์ สำหรับลูกจ้างต่อคณะกรรมการสวัสดิการแรงงาน

### 4. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯได้กำหนดไว้ในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีหมวดที่ 3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย เรื่องของ พนักงาน โดยบริษัทจะให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่พนักงานดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินให้มีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างเคร่งครัดรวมทั้งหลีกเลี่ยงการกระทำใดๆ ที่ไม่เป็นธรรมซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความมั่นคงในหน้าที่การงานของพนักงานตลอดจนปฏิบัติตามกฎหมายด้วยความสุภาพ รับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงานทุกระดับอย่างเท่าเทียมและเสมอภาคกัน

บริษัทให้ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินแก่พนักงานอย่างเป็นธรรมโดยพิจารณาจากคุณวุฒิและประสบการณ์มีการปรับขึ้นค่าจ้างทุกปี พิจารณาจ่ายโบนัสโดยดูจากผลประกอบการของบริษัทเป็นสำคัญ และพิจารณาจ่ายค่าอื่นๆ เช่น ค่าล่วงเวลา เบี้ยเลี้ยง ค่าคอมมิชชั่น ค่าบริหารสาขา ค่าดูแลรักษาลินค้า เป็นต้น และยังมีมีการให้รางวัลพิเศษต่างๆแก่พนักงานตามความสามารถอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งบริษัทยึดถือปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานเป็นข้อกำหนดขั้นต่ำที่พนักงานทุกคนจะได้รับเพื่อแสดงถึงการเคารพสิทธิมนุษยชนและเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่พนักงาน

บริษัทได้จัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ชื่อ “กองทุนสำรองเลี้ยงชีพสินสลาพรซึ่งจดทะเบียนแล้ว” บริหารโดย บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวงจำกัด ซึ่งบริษัทและพนักงานจะจ่ายเงินเข้ากองทุนเป็นรายเดือนในอัตราร้อยละ 3 – 5 ของเงินเดือน การจัดตั้งกองทุนดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน และเพื่อจูงใจให้พนักงานทำงานกับบริษัทในระยะยาว

บริษัทฯ ยังคงมีนโยบายพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ พัฒนาและเสริมสร้างทรัพยากรบุคคลให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติหน้าที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการพัฒนาให้บุคลากรมีความก้าวหน้าในสายงานขึ้นไปเรื่อยๆ (Career Path) และมุ่งเน้นการส่งเสริมให้องค์กรสามารถแข่งขันอย่างมีความได้เปรียบในธุรกิจได้

บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อวางแผนงานด้านความปลอดภัยในการทำงาน รวมทั้งความปลอดภัยนอกงานเพื่อป้องกันและลดการเกิดอุบัติเหตุ การประสบอันตราย การเจ็บป่วย หรือการเกิดเหตุเดือดร้อนรำคาญอันเนื่องมาจากการทำงาน หรือความไม่ปลอดภัยในการทำงานเสนอต่อนายจ้าง และหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมายส่งเสริม สนับสนุน กิจกรรมด้านความปลอดภัยในการทำงานของสถานประกอบกิจการ

### 5. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทดำเนินธุรกิจจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึงบริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้า เอาใจใส่และรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยลูกค้าจะต้องได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัย การบริการที่ดี ในระดับราคาที่เหมาะสม และเป็นไปตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ รวมทั้งปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงที่มีต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด มีการพัฒนายกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว (ไม่รวมถึงอุปกรณ์เสริมความงาม) เป็นผลิตภัณฑ์ได้รับการขออนุญาตการผลิตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (“สำนักงาน อ.ย.”) ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือเครื่องสำอางควบคุม ซึ่งจะต้องมีการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องสำอางและแสดงเลขที่ใบรับแจ้งที่ได้รับการขึ้นทะเบียนไว้ในฉลากของผลิตภัณฑ์ทุกรายการ และเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ เป็นเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารควบคุมพิเศษ ซึ่งในฉลากของผลิตภัณฑ์จะต้องแสดง เลขที่ใบรับแจ้ง รวมถึงต้องมีเลขที่ อ.ย.
- ผลิตภัณฑ์ที่มีข้อความแสดงถึงวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างละเอียดเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภค
- ผลิตภัณฑ์ที่มีการกำหนดนโยบายการรับคืนสินค้าหรือเรียกคืนสินค้าในกรณีสินค้ามีปัญหาไว้เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ คือ หากลูกค้าไม่พึงพอใจในสินค้าที่ซื้อไปก็สามารถคืนสินค้าได้ภายใน 14 วัน โครงการรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า(Customer Satisfaction Guarantee) ซึ่งเริ่มโครงการตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา) โดยที่ผ่านมามีมูลค่าในการคืนสินค้าน้อยมากหรือประมาณร้อยละ 0.01ของยอดขายโดยรวม
- มีการรับความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์จากพนักงานขายและลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์เช่นทาง Website, Web board, Call Center, Social Media อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น

- มีช่องทางเพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคในหลายช่องทางเช่นทาง Website, Web board, Call Center, Social Media
- บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของผู้ผลิตและผู้ขายสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด โดยบริษัทมีการกำหนดหลักเกณฑ์ใช้ในการประเมินผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าโดยให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านราคา,ด้านความตรงต่อเวลาในการส่งมอบสินค้า ,ด้านการบริการและด้านระยะเวลาในการให้เครดิต ตามลำดับ
- บริษัทไม่มีนโยบายการผลิตสินค้าด้วยตนเอง ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผู้ผลิต โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะได้รับการผลิตจากบริษัทผู้ผลิตหลายรายที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงสุดจากผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญและมีมาตรฐาน
- บริษัทให้ความสำคัญกับลูกค้าและลูกค้าสมาชิก โดยบริษัทจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอให้กับลูกค้า เช่น
  - โครงการสะสมแต้มของแบรนด์ บิวตี้บุฟเฟต์ บิวตี้คอตเทจ ให้กับลูกค้าสมาชิก เพื่อลูกค้าสามารถนำแต้มที่สะสมอยู่มาเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าและแลกสินค้าที่ลูกค้าชื่นชอบ
  - Special for Privilege Member เฉพาะสมาชิก สินค้าใหม่ได้ใช้ก่อนใครลดพิเศษ
  - Privilege for Member ประสานงานกับองค์กรอื่นๆทำ Value Added ให้กับผู้ถือบัตรสมาชิกแบรนด์บิวตี้บุฟเฟต์ และ บิวตี้คอตเทจได้รับสินค้า ส่วนลด และการบริการในสถานที่ต่างๆ อาทิ โรงแรม สปา ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานเสริมความงาม สถานบันเทิง ฯลฯ นอกจากนี้พนักงานขายหน้าร้านสามารถเรียกดูบันทึกประวัติการซื้อของลูกค้าที่เป็นสมาชิกได้ทันที ส่งผลให้สามารถกระตุ้นการเพิ่มยอดขายจากรายการสินค้าที่สมาชิกเคยซื้ออยู่เป็นประจำหรือสามารถแนะนำเชิญชวนให้สมาชิกทดลองซื้อสินค้ากลุ่มใกล้เคียงเพื่อเพิ่มประสบการณ์การใช้สินค้า
  - กิจกรรมส่งต่อความสวยถึงลูกค้าที่หน้าร้านเพื่อให้สมาชิกและกลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมกับกิจกรรมหน้าร้านและมีประสบการณ์กับสินค้าเพื่อให้เกิดความผูกพันกับแบรนด์และการได้ทดลองสินค้าทำให้ง่ายต่อการซื้อ
  - นำเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการ หรือแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ทันทีทั้งที่ผ่านช่องทางต่างๆ Customer Service 02 960 700 และใน Facebook ของแต่ละแบรนด์

## 6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมในการทำงานจึงจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อป้องกันอันตราย อุบัติเหตุ และโรคจากการทำงาน ส่งผลให้การประสบอันตรายลดลง เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานอย่างจริงจังและยั่งยืน

## 7. การร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ควบคู่การดูแลเอาใจใส่ชุมชน สังคม และให้ความช่วยเหลือสังคมด้วยความตั้งใจ ปี 2563 บริษัทมีกิจกรรมเพื่อสังคมได้แก่ บริจาคเครื่องสำอางเพื่อแต่งหน้าศพให้กับโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ, บริจาคเงินให้กับมูลนิธิศูนย์มะเร็งเต้านมเฉลิมพระเกียรติ และ โครงการ Save The World Together จัดทำสินค้าพรีเมียม เพื่อรณรงค์การใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก และช่วยลดปัญหามลภาวะโลกร้อน





## 8. การมีนวัตกรรมและเผยแพร่นวัตกรรมซึ่งได้มาจากการดำเนินงาน

บริษัทได้จัดให้มีการเผยแพร่องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจให้บุคคลภายนอกได้ทราบ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องสำอาง หลักการแต่งหน้าที่ถูกต้องตามสถานที่และโอกาส ฯลฯ โดยผ่านช่องทาง Website, Call Center, Social Media อย่างสม่ำเสมอเช่น



# Research

BEAUTY COMMUNITY PUBLIC COMPANY LIMITED

# & Development

## การวิจัยและพัฒนา

ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อจัดจ้างฝ่ายการตลาดและฝ่ายปฏิบัติการขาย เป็นผู้ทำหน้าที่นำเสนอแนวคิดในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่โดยจะศึกษาและสำรวจเทรนด์ของแฟชั่นและทิศทางของตลาด ศึกษาความคิดเห็นของพนักงานขายพร้อมทั้งมีการประชุมร่วมกับลูกค้าเพื่อเป็นการนำเอาความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมและวัตถุดิบ (Active Ingredient) ใหม่มาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อจะทำการรวบรวมข้อมูลยอดขายของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ความนิยมของลูกค้าที่มีต่อสินค้าในร้าน และเป็นแนวทางในการกำหนดผลิตภัณฑ์ที่ควรต้องพัฒนาต่อยอด จากนั้นจึงทำการสำรวจแนวโน้มทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศเพื่อติดตามกระแสนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาติดตามผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความงาม รวมทั้งวัตถุดิบ (Active Ingredient) ที่ออกใหม่และได้รับความนิยม นำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลและนำเสนอแผนงานในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยแบ่งออกเป็น

- การเพิ่มผลิตภัณฑ์จากกลุ่มเดิมที่มีอยู่ เป็นกรณีที่สินค้ากลุ่มเดิมมียอดขายที่ดี แนวทางการพัฒนาจะเป็นการเพิ่มสินค้าที่เป็นประเภทเดียวกัน หรือเปลี่ยนแปลงสีสันทันให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ตามความต้องการของตลาด เพื่อให้ทันต่อกระแสนิยม และไม่เสียโอกาสในการดึงดูดลูกค้า
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์เดิม ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์เดิมมียอดขายลดลง หรือไม่เป็นไปตามกระแสนิยมก็จะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มาทดแทนเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้า รวมทั้งสร้างโอกาสในการดึงดูดลูกค้าใหม่
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความสอดคล้องและสนับสนุนกับช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ของบริษัท



## ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### ทรัพย์สินถาวรหลัก

ทรัพย์สินที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ประกอบด้วย

#### • ที่ดิน

บริษัทเป็นเจ้าของที่ดินจำนวน 1 แปลง โฉนดที่ดินเลขที่ 1699 เนื้อที่ 1 ไร่ 1 งาน 20 ตารางวา ตั้งอยู่ที่แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ซึ่งปัจจุบันที่ดินดังกล่าวเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของบริษัท มีมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2563 เป็นจำนวน 19.24 ล้านบาท และปลอดจากภาระผูกพัน

#### • สิทธิการเช่า

สิทธิการเช่าพื้นที่อื่นๆ ซึ่งอยู่ใกล้กับสำนักงานใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเช่าเพื่อเป็นพื้นที่จอดรถ และเก็บอุปกรณ์สำนักงานทั่วไป รายละเอียดดังนี้

พื้นที่เช่า	ที่ตั้ง	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	เริ่มต้น-สิ้นสุด
ที่ดิน	50/1 ,50/2 ,50/3 ซอยนวลจันทร์ 34 ถนน นวลจันทร์ แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร	นางธัญญาภรณ์ ไกรฤเบศ	30 ปี	1 มกราคม 2557 - 31 ธันวาคม 2586
คลังสินค้า	289/1 ถนนเลียบคลองลำกอไผ่ แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	บริษัท เวอร์จิน ทรานสปอร์ต จำกัด	2ปี	1 พฤศจิกายน 2563 – 30 เมษายน 2565





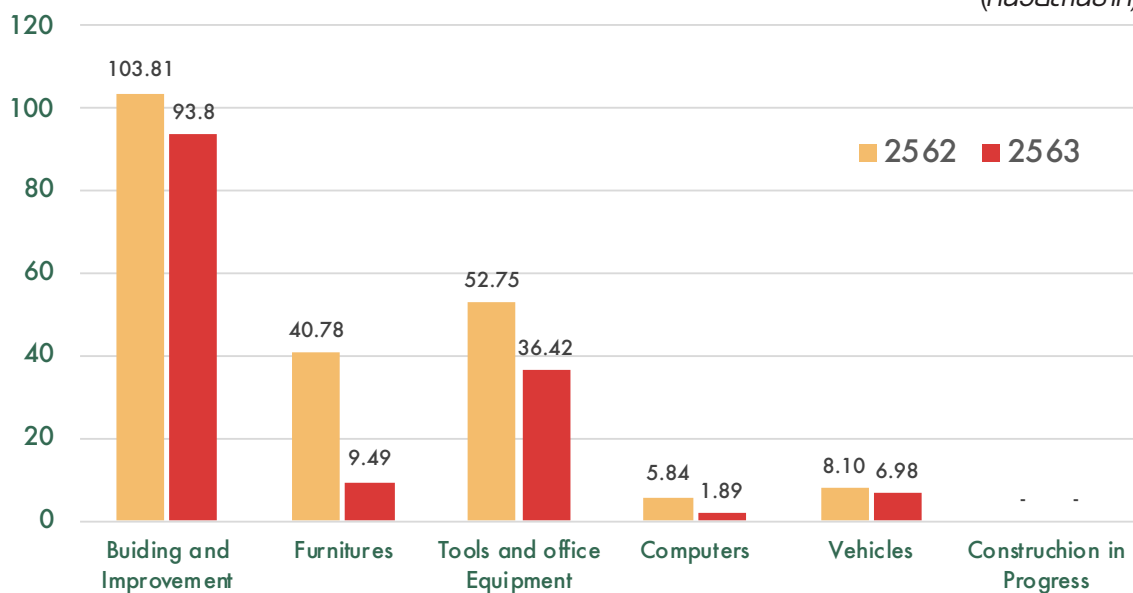
### ● สัญญาเช่าดำเนินงาน

บริษัททำสัญญาเช่าดำเนินงานระยะสั้น 1 – 3 ปี เพื่อดำเนินงานในธุรกิจค้าปลีก โดยเปิดเป็นสาขาของบริษัท เพื่อลดภาระการลงทุนซื้อสินทรัพย์ และเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการขยายและเปลี่ยนแปลงพื้นที่ของร้านค้าปลีก ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีสัญญาเช่าพื้นที่ระยะสั้น ซึ่งจัดทำกับบุคคลที่ไม่มี ความเกี่ยวข้องกันดังต่อไปนี้



### ● สินทรัพย์ถาวร

(หน่วยล้านบาท)



ทั้งนี้ สินทรัพย์ถาวรอื่นดังกราฟ เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทและไม่มีภาระผูกพันใดๆ

### ● สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

บริษัทมีการลงทุนในโปรแกรม Dynamic AX, Point of Sales (POS) และได้ลงทุนพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ระบบใหม่ ได้แก่ Microsoft Dynamic AX 2012 เพื่อการบริหารจัดการภายในที่ดี โดยได้เริ่มใช้งานในเดือน เมษายน 2561 แล้ว สินทรัพย์ไม่มีตัวตนทั้งสิ้นมีราคาทุนจำนวน 42.48 ล้านบาท และมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 เป็นจำนวน 22.74 และ 26.14 ล้านบาท ตามลำดับ

## เครื่องหมายการค้า

บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำหรับเครื่องหมายการค้าของบริษัท รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิ โดยเครื่องหมายการค้าจะมีอายุ 10 ปี ซึ่งเครื่องหมายการค้าอันเป็นเครื่องหมายของแบรนด์ที่บริษัทจัดจำหน่ายในปัจจุบัน สรุปได้ดังนี้ เครื่องหมายการค้าที่เป็นแบรนด์หลัก จำนวน 8 แบรนด์ ได้แก่ BEAUTY BUFFET, BEAUTY COTTAGE, MADE IN NATURE, GINO MCCRAY, SCENTIO, LANSLEY และ THE BAKERY โดยได้รับการจดทะเบียนเสร็จสิ้นทั้งหมดแล้ว

ทั้งนี้ นอกเหนือจากเครื่องหมายการค้าที่บริษัทใช้กับแบรนด์ที่จำหน่ายในปัจจุบัน บริษัทยังเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าอื่นที่จดทะเบียนไว้แล้วอีกเป็นจำนวน 75 เครื่องหมาย ซึ่งมีทั้งเครื่องหมายการค้าที่เคยใช้เป็นแบรนด์ในอดีตที่ยกเลิกการจำหน่ายแล้วในปัจจุบัน รวมทั้งเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้สำหรับเป็นแบรนด์ในอนาคตของบริษัทอีกจำนวนหนึ่ง บริษัทได้ดำเนินการส่งตัวแทนยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศสำหรับเครื่องหมายการค้าของบริษัท รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของบริษัท ดังนี้ เครื่องหมายการค้าที่เป็นแบรนด์หลัก จำนวน 7 แบรนด์ ได้แก่ BEAUTY BUFFET, BEAUTY COTTAGE, MADE IN NATURE, GINO MCCRAY, SCENTIO, LANSLEY และ THE BAKERY เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิ โดยดำเนินการส่งตัวแทนยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าใน 21 ประเทศ

คือ เวียดนาม, กัมพูชา, ลาว, พม่า, สาธารณรัฐประชาชนจีน, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย, ยองกง สิงคโปร์, ไต้หวัน, เกาหลี, นอร์เวย์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์, โอมาน, บาห์เรน, คูเวต, ฟิลิปปินส์, อินเดีย, ญี่ปุ่น, รัสเซียและบรูไน ได้รับการจดทะเบียนเสร็จสิ้นแล้วทั้งหมด 7 แบรนด์ และบริษัท มีแผนที่จะจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศที่กลุ่มเป้าหมายเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิทั้งนี้ นอกเหนือจากเครื่องหมายการค้าที่บริษัทใช้กับแบรนด์ที่จำหน่ายในปัจจุบัน ดังที่ได้สรุปไว้ในข้างต้น บริษัทยังเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าอื่นที่จดทะเบียนไว้แล้วอีกเป็นจำนวน 71 เครื่องหมาย ซึ่งมีทั้งเครื่องหมายการค้าที่เคยใช้เป็นแบรนด์ในอดีตที่ยกเลิกการจำหน่ายแล้วในปัจจุบัน รวมทั้งเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้สำหรับเป็นแบรนด์ในอนาคตของบริษัทอีกจำนวนหนึ่ง

บริษัทได้ดำเนินการจดลิขสิทธิ์ กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใด ๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ริเริ่ม โดยการใช้สติปัญญาความรู้ ความสามารถ และความวิริยะอุตสาหะของตนเองในการสร้างสรรค์ โดยไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น โดยงานที่สร้างสรรค์ต้องเป็นงานตามประเภทที่กฎหมายลิขสิทธิ์ให้คุ้มครอง โดยผู้สร้างสรรค์จะได้รับความคุ้มครองทันทีที่สร้างสรรค์ โดยไม่ต้องจดทะเบียน ได้รับความคุ้มครองในประเทศ จำนวน 10 ผลงาน ในต่างประเทศได้รับความคุ้มครอง จำนวน 2 ผลงาน และอยู่ในขั้นตอนการพิจารณา จำนวน 26 ผลงาน



## นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมที่มีวัตถุประสงค์ในการประกอบกิจการที่เป็นส่วนสนับสนุนกิจการของบริษัทอื่นจะทำให้บริษัทมีผลประโยชน์หรือผลกำไรเพิ่มมากขึ้น หรือธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับบริษัท โดยสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทให้มีความครบวงจรมากยิ่งขึ้นทั้งนี้การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมจะอยู่ภายใต้การควบคุมและตรวจสอบของคณะกรรมการตรวจสอบและในการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วมบริษัทจะส่งกรรมการของบริษัทหรือคัดเลือกผู้บริหารที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นตัวแทนในการบริหารงานเพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญและควบคุมการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วม



## โครงการในอนาคต

เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการนำเสนอแนวคิดใหม่ ควบคู่ไปกับการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับแนวคิด รวมไปถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง บริษัทมีโครงการในการขยายธุรกิจในช่วง 1 – 3 ปี ดังต่อไปนี้

### (1) การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่

บริษัทมีโครงการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับความงาม สุขภาพ และไลฟ์สไตล์ ซึ่งเป็นสายธุรกิจที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค และจับตลาดในส่วนที่แตกต่างจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในปัจจุบันของบริษัท

### (2) การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทมีนโยบายในการขยายการจัดจำหน่ายในช่องทางอื่นๆที่นอกเหนือจากช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

- บริษัทมีแผนพัฒนาระบบการจัดจำหน่ายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของบริษัทเองเพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่ที่สาขาของบริษัทยังครอบคลุมไม่ถึง รวมทั้งขยายจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรด คอนวีเนียน สโตร์และร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ให้มากขึ้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น

- บริษัทมีแผนขยายตลาดต่างประเทศ เน้นการทำตลาดร่วมกันและเพิ่มจำนวน SKUs สินค้า และเพิ่มจำนวนจุดจำหน่ายในรูปแบบของตัวแทนจำหน่าย Product Distributor, Product License, Shop License, Shop in Shop หรือ Counter sales กลุ่มประเทศเป้าหมายในเอเชีย เช่น ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน (Mainland China) มีแผนศึกษาการสร้างฐานธุรกิจในประเทศจีน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขยายตลาด เพื่อความสะดวกในการพัฒนาสินค้าใหม่และการบริหารจัดการตลาดในประเทศจีน จากช่องทางการจำหน่ายร้านค้าทั่วไป (General Trade) เช่น คอนวีเนียนสโตร์ โมเดิร์นเทรด และช่องทางออนไลน์จำหน่ายผ่าน Cross Border E-Commerce

การลงทุนเพื่อปรับปรุงระบบการดำเนินงานให้รองรับการขยายตัวทางธุรกิจ การลงทุนเพื่อปรับปรุงระบบการดำเนินงานให้รองรับการขยายตัวทางธุรกิจที่รวดเร็ว และต่อเนื่อง โดยในปี 2563 มีการลงทุนเพื่อปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศระบบการบริหารการขายหน้าร้าน (POS), ระบบบริหารทรัพยากรองค์กรโดยรวม (โปรแกรมบัญชี) (ERP :Enterprise Resource Planning), ระบบบริหารจัดการคลังสินค้า WMS (Warehouse Management System)

## ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อบริษัทสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ





# โครงสร้างเงินทุน

## หลักทรัพย์ของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 302,261,000.00 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 3,022,610,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท โดยเป็นหุ้นสามัญที่ออกและเรียกชำระแล้วจำนวน 300,686,853.50 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 3,006,868,535 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท

### • ผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่ 10 รายแรก ณ วันที่ 16 กรกฎาคม 2563 สรุปได้ดังนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้น	ณ วันที่ 16 กรกฎาคม 2563	
	จำนวน (หุ้น)	ร้อยละ
1. กลุ่มนายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ประกอบด้วย นาง ธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ นาย สุวิน ไกรภูเบศ น.ส. มณสูธาทิพ มลาอัครนันท์ นาง ทูเรียน ศรียงค์	352,336,000 285,736,000 10,000,000 13,400	11.72 9.50 0.33 0.00
รวมกลุ่มนายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ	648,085,400	21.55
2. บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	109,441,599	3.64
3. นาย พรพงษ์ พรประภา	84,388,000	2.81
4. STATE STREET EUROPE LIMITED	56,126,406	1.87
5. นาย สงกรานต์ ชุนวัฒนา	49,654,200	1.65
6. นาย นคร หาญไกรวิไลย์	33,950,000	1.13
7. บริษัท สยามอะไหล่ จำกัด	25,800,000	0.86
8. SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITED	22,005,534	0.73
9. บริษัท สยามอินเตอร์เนชั่นแนลคอร์ปอเรชั่น จำกัด	15,100,000	0.50
10. นาย นุรักษ์ มหัทธนะอานนท์	14,050,600	0.47

ที่มา : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ณ วันที่ 16 กรกฎาคม 2563

### • นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทมีนโยบายจ่ายปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล และสำรองตามกฎหมายทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลให้มาปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้มาพิจารณาประกอบ อาทิ ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัท สภาพคล่องของบริษัท การขยายธุรกิจ และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทอาจกำหนดให้การจ่ายเงินปันผลมีอัตราน้อยกว่าอัตราที่กำหนดข้างต้นได้หากบริษัทมีความจำเป็นที่จะต้องนำเงินกำไรสุทธิจำนวนดังกล่าวมาใช้เพื่อขยายการดำเนินงานของบริษัท



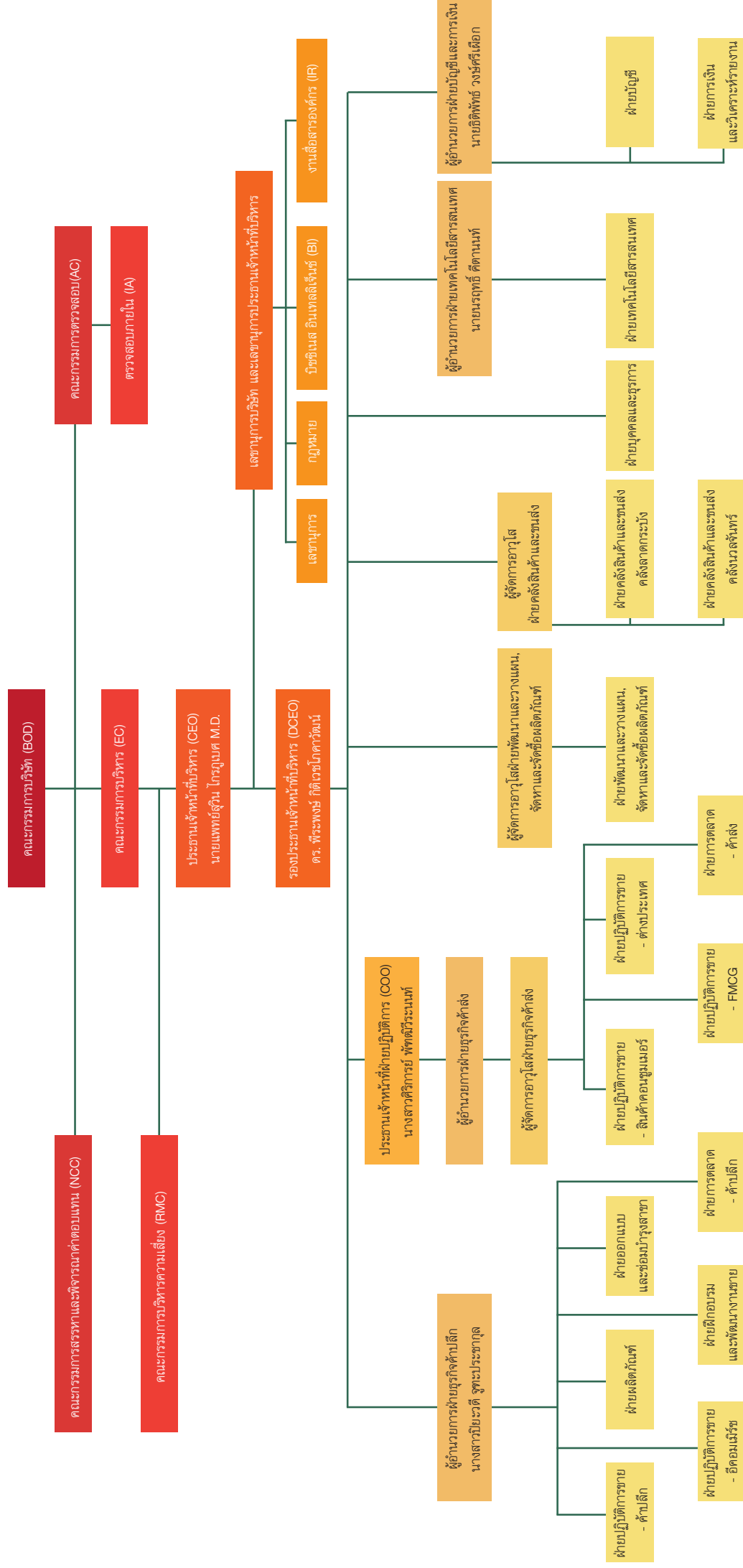
## การจัดการ



## บริษัท บีวดี คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

แพ่งโครงสร้างองค์กร

ประกาศใช้ 1 กันยายน 2563



## โครงสร้างการจัดการ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 โครงสร้างกรรมการมี 5 ชุด คือ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาตำแหน่งแทน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### 1. คณะกรรมการบริษัท

บริษัทมีคณะกรรมการจำนวน 7 ท่าน ประกอบด้วย

1. รศ.ดร.วิจิต	อู่อัน	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ และรักษาการ ประธานกรรมการบริษัท
2. พันเอกอรุณพล	ศรีสังวาลย์	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ
3. นายวิบูลย์	พจนาลัย	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ
4. นายแพทย์สุวิน	ไกรภูเบศ	กรรมการ
5. นางธัญญาภรณ์	ไกรภูเบศ	กรรมการ
6. น.ส.มณฑุสชาติพ	มลาอัครนันท์	กรรมการ
7. ดร. พีระพงษ์	กิติเวชโกศาวัฒน์	กรรมการ

ทั้งนี้ นางดารณี ปะเตงต์ ทำหน้าที่เป็นเลขานุการบริษัท

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท ได้แก่ “นางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายสุวิน ไกรภูเบศ และประทับตราสำคัญของบริษัท หรือ นางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ หรือ นายสุวิน ไกรภูเบศ ลงลายมือชื่อร่วมกับ น.ส.มณฑุสชาติพ มลาอัครนันท์ หรือ ดร. พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์ รวมเป็นสองคนและประทับตราสำคัญของบริษัท หรือ ในการยื่นเอกสารใดๆ ต่อกรมสรรพากร กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กรมศุลกากร กรมที่ดิน สำนักงานที่ดินพื้นที่ และการยื่นคำขอจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ต่อกรมที่ดิน หรือสำนักงานที่ดินพื้นที่ และการยื่นคำขอจดทะเบียนงบการเงิน บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ให้นางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ หรือ นายสุวิน ไกรภูเบศ หรือ น.ส.มณฑุสชาติพ มลาอัครนันท์ หรือ ดร. พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์ สองในสี่คนลงลายมือชื่อร่วมกัน และประทับตราสำคัญของบริษัท”

### • วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการบริษัท

ในการประชุมสามัญประจำปีทุกครั้ง กรรมการจะต้องออกจากตำแหน่งอย่างน้อยจำนวนหนึ่งในสามโดยอัตรา ถ้าจำนวนกรรมการจะแบ่งออกให้เป็นสามส่วนไม่ได้ ก็ให้ออกโดยจำนวนใกล้เคียงที่สุดกับส่วนหนึ่งในสาม กรรมการที่จะต้องออกจากตำแหน่งในปีแรกและปีที่สองภายหลังจดทะเบียนบริษัทนั้น ให้จับสลากว่าผู้ใดจะออก ส่วนปีหลังๆต่อไปให้กรรมการที่อยู่ในตำแหน่งนานที่สุดเป็นผู้ออกจากตำแหน่ง ซึ่งกรรมการที่ออกจากตำแหน่งไปนั้นอาจจะเลือกเข้ารับตำแหน่งอีกก็ได้

### • ขอบเขต หน้าที่ ความรับผิดชอบ ของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการจัดการบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนเจตนารมณ์ของที่ประชุมผู้ถือหุ้นที่ชอบด้วยกฎหมาย ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและระมัดระวังรักษาผลประโยชน์ของบริษัท โดยสรุปขอบเขต หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทได้ดังนี้

1. ดูแลและจัดการบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนเจตนารมณ์ของที่ประชุมผู้ถือหุ้นที่ชอบด้วยกฎหมาย
2. จัดให้มีการประชุมผู้ถือหุ้น เป็นการประชุมสามัญประจำปีภายใน 4 เดือน นับแต่วันสิ้นสุดรอบระยะเวลาบัญชีของบริษัท
3. จัดให้มีการประชุมคณะกรรมการอย่างน้อย 3 เดือนต่อครั้ง
4. จัดให้มีการทำงานแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จของบริษัท ณ วันสิ้นสุดรอบระยะเวลาบัญชีของบริษัท ซึ่งผู้สอบบัญชีตรวจสอบแล้วและนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาและอนุมัติ
5. คณะกรรมการอาจมอบอำนาจให้กรรมการคนหนึ่งหรือหลายคน หรือบุคคลอื่นใดปฏิบัติกรอย่างหนึ่งอย่างใดแทนคณะกรรมการได้โดยอยู่ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ หรืออาจมอบอำนาจเพื่อให้บุคคลดังกล่าวมีอำนาจตามที่คณะกรรมการเห็นสมควร และภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการเห็นควร ซึ่งคณะกรรมการอาจยกเลิกเพิกถอนเปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขบุคคลที่ได้รับมอบอำนาจ หรืออำนาจนั้นๆ ได้เมื่อเห็นสมควร นอกจากนี้ คณะกรรมการอาจมอบอำนาจให้คณะกรรมการบริหารมีอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงานต่างๆ โดยมีรายละเอียดการมอบอำนาจตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร ทั้งนี้ การมอบอำนาจนั้นต้องไม่มีลักษณะเป็นการมอบอำนาจที่ทำให้คณะกรรมการบริหารหรือผู้รับมอบอำนาจสามารถพิจารณาและอนุมัติรายการที่คณะกรรมการบริหาร หรือผู้รับมอบอำนาจ เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้เสีย หรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดกับบริษัทหรือบริษัทย่อย ยกเว้นเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามนโยบาย และหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการพิจารณาและอนุมัติไว้แล้ว ทั้งนี้ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด
6. กำหนดเป้าหมาย แนวทาง นโยบาย แผนงานและงบประมาณของบริษัท ควบคุม กำกับดูแลการบริหารและการจัดการของคณะกรรมการบริหารให้เป็นไปตามนโยบายที่ได้รับมอบหมาย เว้นแต่ในเรื่องดังต่อไปนี้ คณะกรรมการต้องได้รับมติอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นก่อนการดำเนินการ อันได้แก่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับกำหนดให้ต้องได้รับมติอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เช่น การเพิ่มทุน การลดทุน การออกหุ้นกู้ การขายหรือโอนกิจการของบริษัททั้งหมดหรือบางส่วนที่สำคัญให้แก่บุคคลอื่น หรือการซื้อหรือรับโอนกิจการของบริษัทอื่นมาเป็นของบริษัท การแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิหรือข้อบังคับ เป็นต้น นอกจากนี้ คณะกรรมการยังมีขอบเขตหน้าที่ในการกำกับดูแลให้บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ อาทิเช่น การทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน และการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ที่สำคัญตามกฎหมายเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท



7. พิจารณาโครงสร้างการบริหารงาน แต่งตั้งคณะกรรมการบริหาร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และคณะกรรมการอื่นตามความเหมาะสม
8. ติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนงานและงบประมาณอย่างต่อเนื่อง
9. กรรมการจะต้องไม่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท หรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือเป็นหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดชอบในห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นกรรมการของบริษัทเอกชน หรือบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัทไม่ว่าจะทำการเพื่อประโยชน์ตนหรือเพื่อประโยชน์ผู้อื่น เว้นแต่จะได้แจ้งให้ประชุมผู้ถือหุ้นทราบก่อนที่จะมีมติแต่งตั้ง
10. กรรมการต้องแจ้งให้บริษัททราบโดยไม่ชักช้า หากมีส่วนได้เสียไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมในสัญญาที่บริษัททำขึ้น หรือถือหุ้น หรือหลักทรัพย์อื่นเพิ่มขึ้นหรือลดลงในบริษัท หรือบริษัทในเครือ

## 2. คณะกรรมการตรวจสอบ

บริษัทมีคณะกรรมการตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

- |                             |                                     |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| 1. รศ.ดร.วิชิต อยู่อัน      | กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 2. พันเอกอรุณพล ศรีสังวาลย์ | กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ       |
| 3. นายวิบูลย์ พจนาลัย       | กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ       |

ซึ่งเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์เพียงพอที่จะทำหน้าที่สอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงิน โดยมี นางสาวญาณิศา เมฆะประยูร ทำหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ

### • วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการตรวจสอบ

กรรมการตรวจสอบมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี เว้นแต่เป็นกรณีที่ออกตามวาระตามข้อบังคับของบริษัท ซึ่งอาจจะได้รับเลือกเข้ามาดำรงตำแหน่งใหม่ได้อีก

### • ขอบเขตหน้าที่ ความรับผิดชอบ ของคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบ มีขอบเขต หน้าที่ และความรับผิดชอบโดยสรุปดังต่อไปนี้

1. สอบทานให้บริษัทมีการรายงานทางการเงินอย่างถูกต้องและพอเพียง
2. สอบทานให้บริษัทมีการควบคุมภายใน (Internal Control) และระบบการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ที่เหมาะสมและมีประสิทธิผล และพิจารณาความเป็นอิสระของหน่วยงานตรวจสอบภายใน ตลอดจนให้ความเห็นชอบในการพิจารณาแต่งตั้ง โยกย้าย เลิกจ้างหัวหน้างานตรวจสอบภายใน หรือหน่วยงานอื่นใดที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสอบภายใน
3. สอบทานให้บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
4. พิจารณาคัดเลือกเสนอแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระเพื่อทำหน้าที่ผู้สอบบัญชีของบริษัท และเสนอคำตอบแทนของบุคคลดังกล่าว รวมทั้งเข้าร่วมประชุมกับผู้สอบบัญชี โดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
5. พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่ารายการดังกล่าวสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท
6. จัดทำรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท ซึ่งรายงานดังกล่าวต้องลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบและต้องประกอบด้วยข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้
  - 6.1 ความเห็นเกี่ยวกับความถูกต้องครบถ้วน เป็นที่เชื่อถือได้ของรายงานทางการเงินของบริษัท
  - 6.2 ความเห็นเกี่ยวกับความพอเพียงของระบบควบคุมภายในของบริษัท
  - 6.3 ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ
  - 6.4 ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
  - 6.5 ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี
  - 6.6 ความเห็นเกี่ยวกับรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
  - 6.7 จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ และการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบแต่ละท่าน
  - 6.8 ความเห็นหรือข้อสังเกตโดยรวมที่คณะกรรมการตรวจสอบได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย
  - 6.9 รายการอื่นที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบ ภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท
  - 6.10 ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมายด้วยความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ

### 3. คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

บริษัทมีคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

- |                  |             |                                      |
|------------------|-------------|--------------------------------------|
| 1. รศ.ดร.วิจิต   | ผู้อำนวยการ | ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน |
| 2. นายวิบูลย์    | พจนาลัย     | กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน       |
| 3. นายแพทย์สุวิน | ไกรฤเบศ     | กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน       |

#### ● ขอบเขต หน้าที่ ความรับผิดชอบ ของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

1. เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท เกี่ยวกับอัตราค่าตอบแทนของประธานกรรมการ กรรมการบริษัท ประธานกรรมการตรวจสอบ กรรมการตรวจสอบ และคณะอนุกรรมการต่างๆ (ถ้ามี) (โดยขอรับความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นในภายหลัง)
2. ดำเนินการสรรหาและนำเสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการเป็นครั้งแรก และพิจารณาผลงานคุณสมบัติและความเหมาะสมของกรรมการที่พ้นตำแหน่งตามวาระและสมควรได้รับเลือกตั้งใหม่ เสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบและเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัทต่อไป
3. พิจารณาและให้ความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัทและติดตามดูแลการดำเนินการเกี่ยวกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ทางด้านทรัพยากรบุคคลของบริษัท รวมทั้งแผนงานพัฒนาผู้บริหารของบริษัท
4. ประเมินผลประกอบการของบริษัทเพื่อกำหนดการให้โบนัสและการขึ้นเงินเดือนประจำปีของทั้งบริษัท โดยให้เกณฑ์มาตรฐานในอุตสาหกรรมที่เหมาะสมในการพิจารณาประกอบ
5. เสนอแนะโครงสร้างเงินเดือนของบริษัท รวมถึงผลประโยชน์ตอบแทนอื่นๆ

### 4. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนจำนวน 7 ท่าน ประกอบด้วย

- |                  |                   |                               |
|------------------|-------------------|-------------------------------|
| 1. พันเอกอรุณพล  | ศรีสังวาลย์       | ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 2. นายวิบูลย์    | พจนาลัย           | กรรมการบริหารความเสี่ยง       |
| 3. นายแพทย์สุวิน | ไกรฤเบศ           | กรรมการบริหารความเสี่ยง       |
| 4. ดร.พีระพงษ์   | กิติเวช โสภณวัฒน์ | กรรมการบริหารความเสี่ยง       |
| 5. น.ส.ศิริการย์ | พัทวิระนันท์      | กรรมการบริหารความเสี่ยง       |
| 6. นายณรฤทธิ     | คีตานนท์          | กรรมการบริหารความเสี่ยง       |
| 7. นายธิตีพัทธ์  | วงศ์ศรีเผือก      | กรรมการบริหารความเสี่ยง       |

#### ● วาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

1. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีวาระดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี
2. กรรมการบริหารความเสี่ยงที่พ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัทเข้ามาดำรงตำแหน่งกรรมการบริหารความเสี่ยงอีกได้
3. ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการบริหารความเสี่ยงว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากถึงคราวออกตามวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีจำนวนครบถ้วนตามที่ได้กำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับนี้ โดยบุคคลที่เข้าเป็นกรรมการบริหารความเสี่ยงจะอยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการบริหารความเสี่ยงที่ตนเข้ามาแทน
4. กรรมการบริหารความเสี่ยงที่ประสงค์จะลาออกจากตำแหน่งก่อนครบวาระจะต้องแจ้งและยื่นหนังสือลาออกต่อประธานกรรมการบริษัทล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน
5. กรรมการบริหารความเสี่ยงพ้นจากตำแหน่งเมื่อ
  - ครบกำหนดตามวาระ
  - เสียชีวิต
  - ลาออก
  - คณะกรรมการบริษัทมีมติให้พ้นจากตำแหน่ง
  - ต้องโทษจำคุกตามคำพิพากษาถึงที่สุด หรือคำสั่งที่ชอด้วยกฎหมายให้จำคุก เว้นแต่ในความผิดที่กระทำความผิดด้วยความประมาท หรือความผิดลหุโทษ
  - เป็นคนไร้ความสามารถหรือเสมือนไร้ความสามารถ
  - เป็นบุคคลล้มละลาย

## ● ขอบเขตอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

1. กำหนด ทบทวน และให้ความเห็นชอบนโยบายการบริหารความเสี่ยง แผนแม่บทบริหารความเสี่ยง ตลอดจนอำนาจการและดำเนินการจัดการวางระบบบริหารความเสี่ยงของบริษัท รวมทั้งพิจารณา ทบทวนแผนบริหารความเสี่ยงให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้อง เหมาะสมกับสถานการณ์
2. ประเมิน ติดตาม และดูแลระดับความเสี่ยงของบริษัทให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม
3. กำกับ ดูแล ตลอดจนติดตามให้ทุกหน่วยงานภายในบริษัทปฏิบัติตามนโยบายบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง
4. พิจารณา และอนุมัติงบประมาณและค่าใช้จ่ายต่างๆในการดำเนินงานด้านบริหารความเสี่ยง รวมถึงดูแลความเพียงพอของทรัพยากรที่ใช้ในการบริหารความเสี่ยง
5. ติดตามและรายงานสถานะความเสี่ยงของบริษัท ต่อคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการตรวจสอบ
6. แต่งตั้งคณะทำงานได้ตามที่เห็นสมควร
7. ปฏิบัติการอื่นใดที่เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

## 5. คณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริหารจำนวน 4 ท่าน ประกอบด้วย

- |                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| 1. นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ         | กรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร          |
| 2. ดร. พิระพงษ์ กิตติเวชโกศาวัฒน์ | กรรมการบริหารและรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร       |
| 3. น.ส.ศิริกรัย พัทธวีระนนท์      | กรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ  |
| 4. นายณรฤทธิ ศีตานนท์             | กรรมการบริหารและผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ |

## ● ขอบเขต หน้าที่ ความรับผิดชอบ ของคณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริหารมีอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบในการบริหารงานในเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินงานตามปกติและงานบริหารของบริษัท กำหนดนโยบาย แผนธุรกิจ งบประมาณ โครงสร้างการบริหารงาน และอำนาจการบริหารต่างๆ ของบริษัท หลักเกณฑ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ เพื่อเสนอให้ประชุมคณะกรรมการของบริษัทพิจารณาและอนุมัติและ/หรือให้ความเห็นชอบ รวมตลอดถึงการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทตามนโยบายที่กำหนด โดยสรุปอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบที่สำคัญได้ดังนี้

1. ดำเนินกิจการและบริหารกิจการของบริษัทตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ นโยบาย ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง และมติของที่ประชุมคณะกรรมการ และ/หรือมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัททุกประการ
2. พิจารณากำหนดนโยบาย ทิศทาง และกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจของบริษัท กำหนดแผนการเงินงบประมาณ การบริหารทรัพยากรบุคคล การลงทุน การขยายงาน การประชาสัมพันธ์ ให้เป็นไปตามกรอบที่คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ และควบคุมกำกับดูแลให้การดำเนินงานของคณะทำงานที่แต่งตั้งบรรลุตามเป้าหมาย
3. พิจารณาเรื่องการจัดสรรงบประมาณประจำปีตามที่ฝ่ายจัดการเสนอแนะก่อนที่จะนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาและอนุมัติ ทั้งนี้ให้รวมถึงการพิจารณาและอนุมัติการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มเติมงบประมาณรายจ่ายประจำปีในระหว่างที่ไม่มีการประชุมคณะกรรมการบริษัท และให้นำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่ออนุมัติหรือให้สัตยาบันในที่ประชุมคราวต่อไป
4. กำหนดโครงสร้างองค์กร อำนาจการบริหารองค์กร รวมถึงการแต่งตั้ง การว่าจ้าง การโยกย้าย การกำหนดเงินเดือน ค่าตอบแทน โบนัส พักงานระดับผู้บริหาร และการเลิกจ้าง
5. ให้มีอำนาจในการมอบอำนาจให้กรรมการคนหนึ่ง หรือหลายคน หรือบุคคลอื่นใดปฏิบัติกรอย่างหนึ่งอย่างใด โดยอยู่ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการบริหาร หรืออาจมอบอำนาจเพื่อให้บุคคลดังกล่าว มีอำนาจตามที่คณะกรรมการบริหารเห็นสมควร และภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการบริหารเห็นสมควร ซึ่งคณะกรรมการบริหารอาจยกเลิก เพิกถอน เปลี่ยนแปลง หรือแก้ไข บุคคลที่ได้รับมอบอำนาจ หรืออำนาจนั้นๆ ได้ตามที่เห็นสมควรทั้งนี้ จะไม่มีการมอบอำนาจให้แก่บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการดำเนินการ
6. ให้มีอำนาจอนุมัติการดำเนินการทางการเงินเป็นไปตามอำนาจดำเนินการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติไว้

ทั้งนี้คณะกรรมการบริหารจะพิจารณาและอนุมัติรายการที่คณะกรรมการบริหารมีส่วนได้เสีย หรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดกับบริษัท หรือบริษัทย่อยไม่ได้ ยกเว้นเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการบริษัทหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาและอนุมัติไว้แล้ว และเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด โดยคณะกรรมการบริษัทอาจยกเลิก เพิกถอน เปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขอำนาจคณะกรรมการบริหารได้โดยมติคณะกรรมการบริษัท

## 6. ผู้บริหาร

บริษัทมีผู้บริหารจำนวน 4 ท่าน ดังต่อไปนี้

- |                                   |                                  |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| 1. นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ         | ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร          |
| 2. ดร. พิระพงษ์ กิตติเวชโกศาวัฒน์ | รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร       |
| 3. น.ส.ศิริกรัย พัทธวีระนนท์      | ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ  |
| 4. นายณรฤทธิ ศีตานนท์             | ผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ |



### ● ขอบเขตอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

1. มีอำนาจดำเนินการเป็นผู้บริหารงาน จัดการและควบคุมดูแลการดำเนินธุรกิจตามปกติของบริษัท
2. มีอำนาจดำเนินการตามที่คณะกรรมการบริษัท และ/หรือคณะกรรมการบริหารได้มอบหมาย ตลอดจนให้มีอำนาจในการมอบหมายให้บุคคลอื่นๆ ที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเห็นสมควรทำหน้าที่จัดการและดำเนินการแทนทั้งนี้ จะไม่มีการมอบอำนาจช่วงให้แก่บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการดำเนินการ
3. มีอำนาจออกคำสั่ง ระเบียบ ประกาศ บันทึกลง เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามนโยบายและผลประโยชน์ของบริษัท และเพื่อรักษาระเบียบวินัยการทำงานภายในองค์กร
4. มีอำนาจกระทำการแทน และแสดงตนเป็นตัวแทนบริษัทต่อบุคคลภายนอกในกิจการที่เกี่ยวข้องกับบริษัท และเป็นประโยชน์ต่อบริษัท
5. พิจารณากลับการกองการลงหุ้นต่างๆ เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และ/หรือคณะกรรมการบริหาร
6. พิจารณาแต่งตั้งที่ปรึกษาต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจการของบริษัท เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และ/หรือคณะกรรมการบริหาร
7. ให้มีอำนาจอนุมัติการดำเนินการทางการเงินเป็นไปตามอำนาจดำเนินการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติไว้
8. ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท และ/หรือคณะกรรมการบริหารเป็นคราวๆไป

ทั้งนี้ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะพิจารณาและอนุมัติรายการที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารมีส่วนได้เสีย หรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดกับบริษัทหรือบริษัทย่อยไม่ได้ ยกเว้นเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการบริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาและอนุมัติไว้แล้ว และเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด โดยคณะกรรมการบริษัทอาจยกเลิก เพิกถอน เปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขอำนาจประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้โดยมติคณะกรรมการบริษัท

### 7. เลขานุการบริษัท

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2555 เมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2555 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้แต่งตั้งนางดารณี ปะเถตัง ดำรงตำแหน่งเลขานุการบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามมาตรา 89/15 ของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535 แก้ไขโดยพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2551 โดยหน้าที่และความรับผิดชอบของเลขานุการบริษัท มีดังนี้

1. ดูแลและให้คำแนะนำแก่กรรมการและผู้บริหารของบริษัท เกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนด กฎระเบียบ และข้อบังคับของบริษัท รวมถึงกฎหมายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และติดตามดูแลให้มีการปฏิบัติอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ
2. ดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลและรายงานสารสนเทศตามระเบียบและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
3. จัดทำและเก็บรักษาเอกสารดังต่อไปนี้
  - 3.1 ทะเบียนกรรมการ
  - 3.2 หนังสือนัดประชุมคณะกรรมการ และรายงานการประชุม คณะกรรมการ
  - 3.3 หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้น และรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น
  - 3.4 รายงานประจำปีของบริษัท
  - 3.5 รายงานการมีส่วนได้เสียของกรรมการและผู้บริหาร
  - 3.6 ดำเนินการอื่นใดตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์



L I F E S T Y L E

B E A U T Y



## การสรรหากรรมการและผู้บริหาร

### 1. หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกและแต่งตั้งคณะกรรมการและผู้บริหาร

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน จะทำหน้าที่คัดเลือกบุคคลที่จะได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท โดยจะพิจารณาให้ความสำคัญต่อผู้มีทักษะ และประสบการณ์ที่มีความจำเป็นต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาโดยสรุปดังนี้

1. มีคุณสมบัติสอดคล้องตามพระราชบัญญัติมหาชนจำกัด พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ กฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมไปถึงหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท
2. มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ในสาขาวิชาชีพต่างๆ ที่เหมาะสมกับสายงาน อันจะเป็นประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัท
3. มีคุณลักษณะที่สนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่บริษัท ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ความระมัดระวัง และความซื่อสัตย์ (Accountability, Care and Loyalty) และสามารถอุทิศเวลาได้อย่างเต็มที่

ในการคัดเลือกและแต่งตั้งกรรมการบริษัท จะเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ระบุไว้ข้างต้น นอกจากนี้กรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดต้องมีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร ทั้งนี้ ที่ประชุมผู้ถือหุ้นจะเป็นผู้แต่งตั้งกรรมการโดยใช้เสียงข้างมากตามหลักเกณฑ์และวิธีการต่อไปนี้

1. ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับ 1 หุ้นต่อ 1 เสียงตามจำนวนหุ้นที่ตนถือ
2. ในการเลือกตั้งกรรมการบริษัท วิธีการออกเสียงลงคะแนน อาจใช้การลงคะแนนเสียงให้แก่ผู้ได้รับการเสนอชื่อเป็นรายบุคคล หรือหลายคนในคราวเดียวกันแล้วแต่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นจะเห็นสมควร แต่ในการออกเสียงลงคะแนนหรือมีมติใดๆ ผู้ถือหุ้นแต่ละคนจะใช้สิทธิตามคะแนนเสียงที่มีอยู่ทั้งหมดตามข้อ 1 แต่จะแบ่งคะแนนเสียงให้แก่ผู้ใดมากน้อยเพียงใดไม่ได้
3. การออกเสียงลงคะแนนเพื่อการเลือกตั้งกรรมการ จะต้องเป็นไปตามคะแนนเสียงส่วนใหญ่ หากมีคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ผู้ที่ประธานในที่ประชุมมีเสียงชี้ขาดเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งเสียง

ในการประชุมสามัญประจำปีทุกครั้ง ให้กรรมการลาออกจากตำแหน่งเป็นสัดส่วนหนึ่งในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมด ถ้าจำนวนกรรมการที่จะออกแบ่งให้ตรงเป็นสามส่วนไม่ได้ ให้ออกโดยจำนวนใกล้เคียงที่สุดกับสัดส่วนหนึ่งในสาม กรรมการที่จะออกจากตำแหน่งในปีแรกและปีที่สองภายหลังจดทะเบียนบริษัทนั้น ให้จับสลากกันว่าผู้ใดจะออก ส่วนปีหลังๆ ต่อไปให้กรรมการคนที่อยู่ในตำแหน่งนานที่สุดนั้นเป็นผู้ออกจากตำแหน่ง กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งแล้วอาจได้รับเลือกตั้งใหม่ได้

### 2. หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกและแต่งตั้งกรรมการอิสระ

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนจะเป็นผู้พิจารณาเบื้องต้นถึงคุณสมบัติของบุคคลที่จะเข้ามาดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการอิสระ และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท โดยพิจารณาจากคุณสมบัติตามพระราชบัญญัติมหาชนจำกัด กฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ประกาศของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ประกาศคณะกรรมการตลาดทุน รวมถึงประกาศ ข้อบังคับ และ/หรือกฎระเบียบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการพิจารณาถึงคุณสมบัติอื่นๆ เช่น ประสบการณ์ทำงาน ความรู้ความสามารถ และนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดังกล่าวเข้าเป็นกรรมการของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายแต่งตั้งกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมดและต้องไม่น้อยกว่า 3 ท่าน

#### ● คุณสมบัติของกรรมการอิสระ

1. ถือหุ้นไม่เกิน 1% ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทบริษัทใหญ่บริษัทย่อยบริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท โดยนับรวมการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย
2. ไม่เป็นหรือเคยเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมในการบริหารงานลูกจ้าง พนักงานที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทบริษัทใหญ่บริษัทย่อยบริษัทร่วมบริษัทย่อยลำดับเดียวกันผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนเข้ารับตำแหน่ง ทั้งนี้ ลักษณะต้องห้ามดังกล่าวไม่รวมถึงกรณีที่กรรมการอิสระเคยเป็นข้าราชการ หรือที่ปรึกษาของหน่วยงานราชการซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท
3. ไม่เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิต หรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมายในลักษณะที่เป็นบิดามารดาคู่สมรสพี่น้องและบุตรรวมทั้งคู่สมรสของบุตรของผู้บริหารผู้ถือหุ้นรายใหญ่ผู้มีอำนาจควบคุมหรือบุคคลที่จะได้รับการเสนอชื่อเป็นผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทหรือบริษัทย่อย
4. ไม่มีหรือเคยมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทบริษัทใหญ่บริษัทย่อยบริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทในลักษณะที่อาจเป็นการขัดขวางการใช้วิจารณญาณอย่างอิสระของตนรวมทั้งไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย หรือผู้มีอำนาจควบคุมของผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่บริษัทย่อยบริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนเข้ารับตำแหน่ง

ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ทางธุรกิจข้างต้น รวมถึงการทำรายการทางการเงินที่กระทำเป็นปกติเพื่อประกอบกิจการ การเช่าหรือการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ รายการเกี่ยวกับสินทรัพย์หรือบริการ หรือการให้หรือรับความช่วยเหลือทางการเงินด้วยการรับหรือให้กู้ยืม ค่าประกัน การให้สินทรัพย์เป็นหลักประกันหนี้สิน รวมถึงพฤติกรรมอื่นทำนองเดียวกัน ซึ่งเป็นผลให้บริษัทหรือคู่สัญญามีภาระหนี้ที่ต้องชำระต่ออีกฝ่ายหนึ่งตั้งแต่วินิจฉัย 3 ของสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัทหรือตั้งแต่ 20 ล้านบาทขึ้นไป แล้วแต่จำนวนใดจะต่ำกว่า โดยการคำนวณหนี้สินดังกล่าวให้เป็นไปตามวิธีการคำนวณมูลค่าของรายการที่เกี่ยวข้องกันตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน โดยอนุโลม แต่ในการพิจารณาภาระหนี้ดังกล่าว ให้นับรวมภาระหนี้ที่เกิดขึ้นในระหว่างหนึ่งปีก่อนวันที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบุคคลเดียวกัน

5. ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทบริษัทใหญ่บริษัทย่อยบริษัทร่วมผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทและไม่ใช่ผู้ถือหุ้นที่มีนัยผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่บริษัทย่อยบริษัทร่วมผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทสังกัดอยู่ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนเข้ารับตำแหน่ง
6. ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใดๆซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษากฎหมายหรือที่ปรึกษาทางการเงินซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่าสองล้านบาทต่อปีจากบริษัทใหญ่บริษัทย่อยบริษัทร่วมผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทและไม่ใช่ผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วยเว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนเข้ารับตำแหน่ง
7. ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรรมการของบริษัทผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เช่น การมีข้อตกลงใน Shareholders agreement เกี่ยวกับการแต่งตั้งกรรมการเพื่อเป็นตัวแทนและดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง
8. ไม่ประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัท หรือบริษัทย่อย หรือไม่เป็นหุ้นส่วนที่มีนัยในหุ้นส่วนหรือเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกค้า พนักงาน ที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำ หรือถือหุ้นเกินร้อยละ 1 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทอื่นซึ่งประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัทหรือบริษัทย่อย
9. ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ทั้งนี้ โดยทั่วไปการแสดงความเห็นอย่างอิสระหมายความว่า การแสดงความเห็นหรือรายงานตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายโดยไม่ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ใดๆ ที่เกี่ยวกับทรัพย์สินหรือตำแหน่งหน้าที่ และไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด รวมถึงไม่อยู่ภายใต้สถานการณ์ใดๆ ที่อาจบีบบังคับให้ไม่สามารถแสดงความเห็นได้อย่างตรงไปตรงมา

### 3. หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกและแต่งตั้งกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาแต่งตั้งจะเป็นผู้พิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 3 ท่าน และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท โดยกรรมการตรวจสอบจะถูกคัดเลือกจากกรรมการอิสระของบริษัท โดยกรรมการอิสระที่ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบต้องมีคุณสมบัติเพิ่มเติมดังนี้

1. ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทให้ตัดสินใจในการดำเนินกิจการของบริษัทบริษัทใหญ่บริษัทย่อยบริษัทร่วมบริษัทย่อยลำดับเดียวกันผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท
2. ไม่เป็นกรรมการของบริษัทใหญ่บริษัทย่อยบริษัทร่วมหรือบริษัทย่อยลำดับเดียวกัน เฉพาะที่เป็นบริษัทจดทะเบียน
3. มีความรู้และประสบการณ์ที่เพียงพอที่จะสามารถทำหน้าที่ในฐานะกรรมการตรวจสอบตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย โดยกรรมการตรวจสอบต้องสามารถอุทิศเวลาอย่างเพียงพอในการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบ
4. กรรมการตรวจสอบไม่ควรเป็นกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นเกินกว่า 5 บริษัท เนื่องจากอาจมีผลให้การบริหารหน้าที่ในบริษัทใดบริษัทหนึ่งทำได้ไม่เต็มที่เว้นแต่กรรมการตรวจสอบดังกล่าวเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการให้คำแนะนำแก่บริษัทและสามารถจัดสรรเวลาให้แกบริษัทได้อย่างเหมาะสม
5. กรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 รายต้องมีความรู้และประสบการณ์ด้านบัญชีหรือการเงินอย่างเพียงพอที่จะสามารถทำหน้าที่ในการสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงิน

### 4. หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกและแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้นเพื่อกำหนดนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมทั้งองค์กร รวมทั้งกำกับดูแลให้มีระบบหรือกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบต่อกิจการของบริษัทอย่างเหมาะสม โดยกำหนดองค์ประกอบ ขอบเขตอำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบ เพื่อให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพตามที่คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมาย โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาโดยสรุปดังนี้

1. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงประกอบด้วยกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัทและต้องประกอบด้วยกรรมการบริษัทอย่างน้อย 2 คน
2. คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้เลือกประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
3. ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงต้องเป็นกรรมการอิสระ
4. มีความรู้ ความชำนาญ และความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยงของกิจการ
5. สามารถอุทิศเวลาในการปฏิบัติหน้าที่และความคิดเห็นอย่างเพียงพอในการปฏิบัติงานในฐานะคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
6. มีความรู้ ความชำนาญ และความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยงของกิจการ
7. สามารถอุทิศเวลาในการปฏิบัติหน้าที่และความคิดเห็นอย่างเพียงพอในการปฏิบัติงานในฐานะคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง



คำตอบแผนกรรมการและผู้บริหาร

(1) คำตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

● คำตอบแทนรวมของกรรมการ

กรรมการบริษัท กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนจะได้รับคำตอบแทนในลักษณะของเบี้ยประชุม โดยบริษัทเริ่มมีการจ่ายเบี้ยประชุมเมื่อมีการแต่งตั้งกรรมการตรวจสอบเข้าดำรงตำแหน่ง ตามมติของที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 วันที่ 27 สิงหาคม 2563 คำตอบแทนที่เป็นเบี้ยประชุมของกรรมการและกรรมการตรวจสอบ มีรายละเอียดดังนี้

ตำแหน่ง	ค่าเบี้ยประชุม(บาทต่อครั้ง)
<u>การประชุมคณะกรรมการ</u>	
ประธานกรรมการ	19,325
กรรมการ	14,494
<u>การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ</u>	
ประธานกรรมการตรวจสอบ	19,325
กรรมการ	14,494
<u>การประชุมคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน</u>	
ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน	19,325
กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน	14,494
<u>การประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง</u>	
ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง	19,325
กรรมการบริหารความเสี่ยง	14,494

ทั้งนี้ กรรมการที่เป็นผู้บริหารจะไม่ได้รับเบี้ยประชุมเนื่องจากได้รับคำตอบแทนในฐานะผู้บริหารอยู่แล้ว โดยปัจจุบันกรรมการที่ไม่ได้รับเบี้ยประชุม คือ นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ และดร.พีระพงษ์ กิติเวชโกศลวัฒน์ ดังนั้นกรรมการผู้ที่ได้รับเบี้ยประชุมมีจำนวนทั้ง 5 ท่าน

บริษัทจ่ายคำตอบแทนสำหรับคณะกรรมการ โดยคำตอบแทนของคณะกรรมการสำหรับปี 2563 (จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563) สรุปได้ดังตาราง

ชื่อ – สกุล	สถิติการเข้าร่วมประชุม(ครั้ง)*	คำตอบแทนรวม(บาท)
พลโทเผด็จ จารุจินดา	2/6	55,241
รศ.ดร.วิจิต อุ๋อัน	6/6	155,979
นายวิบูลย์ พจนาลัย	6/6	132,513
พันเอกอรรถพล ศรีสังวาลย์	6/6	132,513
นางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ	5/6	118,019
นางสาวมณฑุสชาติพ มลาอัครนันท์	6/6	132,513

\*พลโทเผด็จ จารุจินดา กรรมการอิสระ และประธานกรรมการบริษัท ได้ถึงแก่กรรมเมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2563 และแต่งตั้ง รศ.ดร. วิจิต อุ๋อัน กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ ให้ทำหน้าที่รักษาการ ประธานกรรมการบริษัท โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2563 เป็นต้นไป จนกว่าคณะกรรมการบริษัทจะแต่งตั้งผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสม เพื่อดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริษัทคนใหม่ต่อไป

บริษัทจ่ายคำตอบแทนสำหรับคณะกรรมการตรวจสอบ โดยคำตอบแทนของคณะกรรมการสำหรับปี 2562 และปี2563 (จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563) สรุปได้ดังตาราง

ชื่อ – สกุล	ปี 2562		ปี 2563	
	สถิติการเข้าร่วมประชุม(ครั้ง)	คำตอบแทนรวม(บาท)	สถิติการเข้าร่วมประชุม(ครั้ง)	คำตอบแทนรวม(บาท)
รศ.ดร.วิจิต อุ๋อัน	5/5	136,427	4/4	121,471
นายวิบูลย์ พจนาลัย	5/5	102,319	4/4	91,103
พันเอกอรรถพล ศรีสังวาลย์	5/5	102,319	4/4	91,103

บริษัทจ่ายค่าตอบแทนสำหรับคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนโดยค่าตอบแทนของคณะกรรมการสำหรับปี 2562 และปี 2563 (จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563) สรุปได้ดังตาราง

ชื่อ - สกุล	ปี 2562		ปี 2563	
	สถิติการเข้าร่วมประชุม (ครั้ง)	ค่าตอบแทน รวม(บาท)	สถิติการเข้าร่วมประชุม (ครั้ง)	ค่าตอบแทนรวม (บาท)
รศ.ดร.วิจิต อุ๋อัน	2/2	53,606	2/2	55,214
นายวิบูลย์ พจนาลัย	2/2	40,204	2/2	41,410
นายแพทย์สุวิน โกรภูเบศ	2/2	-	2/2	-

● ค่าตอบแทนผู้บริหาร

บริษัทจ่ายค่าตอบแทนแก่ผู้บริหารในรูปของเงินเดือน โบนัส เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพและอื่นๆ สำหรับปี 2562 และปี 2563 (จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563) ดังสรุปในตาราง

(1) ค่าตอบแทนผู้บริหาร

รายละเอียด	ปี 2563	ปี 2562
จำนวนผู้บริหาร	6	4
ค่าตอบแทนรวมของผู้บริหาร (ล้านบาท)	17.81	14.75

(2) ค่าตอบแทนอื่น

บริษัทได้ให้ค่าตอบแทนอื่นในรูปของรถยนต์ประจำตำแหน่งสำหรับผู้บริหารบางตำแหน่ง

การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการปฏิบัติตามหลักบรรทัดฐานในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นคณะกรรมการบริษัทจึงได้มีนโยบายปฏิบัติตามหลักการและข้อพึงปฏิบัติที่ดีสำหรับกรรมการบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับข้อพึงปฏิบัติที่ดีสำหรับกรรมการบริษัทจดทะเบียน (Code of Best Practices for Directors of Listed Company) ตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้การกำหนดบทบัญญัติต่างๆ จะยึดให้เป็นแนวทางให้ปฏิบัติได้จริง นอกจากนี้บริษัทได้นำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายที่ครอบคลุมถึงสิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย โครงสร้าง บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบและความเป็นอิสระของคณะกรรมการ การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส การควบคุมและบริหารความเสี่ยง ตลอดจนจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อให้การบริหารงาน และการดำเนินธุรกิจของบริษัท เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และโปร่งใส โดยหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีครอบคลุมหลักการ 5 หมวด ดังนี้

หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญถึงสิทธิของผู้ถือหุ้น โดยจะไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการละเมิดหรือลดทอนสิทธิของผู้ถือหุ้น รวมทั้งจะส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตน โดยสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ถือหุ้น ได้แก่ การซื้อขายหรือการโอนหุ้น การมีส่วนแบ่งในกำไรของบริษัท การได้รับข่าวสารข้อมูลบริษัทอย่างเพียงพอ การเข้าร่วมประชุมเพื่อใช้สิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อถอดถอนกรรมการ แต่งตั้งผู้สอบบัญชี และเรื่องที่มีผลกระทบต่อบริษัท เช่น การจัดสรรเงินปันผล การกำหนดหรือแก้ไขข้อบังคับและหนังสือบริคณห์สนธิ การลดทุนหรือเพิ่มทุน และการอนุมัติรายการพิเศษ เป็นต้น

นอกเหนือจากสิทธิพื้นฐานต่างๆแล้ว บริษัทจะดำเนินการในเรื่องต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้น ดังนี้

- บริษัทสนับสนุนให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้สอบบัญชี เข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นอย่างพร้อมเพรียงกัน
- บริษัทกำหนดให้คณะกรรมการจัดทำหนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้น โดยให้มีสารสนเทศที่เพียงพอให้ผู้ถือหุ้นรับทราบล่วงหน้าก่อนวันประชุม 7 วัน หรือให้เป็นไปตามที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด
- ในการประชุมผู้ถือหุ้นแต่ละครั้ง ประธานที่ประชุมจะชี้แจงเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการประชุม รวมถึงขั้นตอนการออกเสียงลงมติและจัดสรรเวลาในการประชุมอย่างเพียงพอ
- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ซักถาม แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ได้อย่างเต็มที่ โดยมีกรรมการและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อตอบคำถามในที่ประชุมและเมื่อการประชุมแล้วเสร็จ บริษัทจะจัดทำรายงานการประชุมโดยแสดงข้อมูลอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นตรวจสอบได้

- บริษัทจัดให้มีการลงคะแนนเสียง และบันทึกมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้นไว้อย่างชัดเจนในรายงานการประชุม โดยมีการบันทึกจำนวนคะแนนเสียงที่ได้รับในแต่ละวาระว่าเห็นชอบ ไม่เห็นชอบ และงดออกเสียงเป็นจำนวนเท่าใด ในแต่ละวาระของการประชุมที่ต้องมีการลงมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้น
- ในกรณีที่ผู้ถือหุ้นไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถมอบฉันทะให้กรรมการอิสระหรือบุคคลใดๆ เข้าร่วมประชุมแทนได้

## หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทจะปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม ทั้งผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นที่ไม่เป็นผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นต่างชาติ และผู้ถือหุ้นส่วนน้อย โดยมีหลักการดังนี้

- คณะกรรมการจะไม่เพิ่มวาระการประชุมโดยไม่แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าโดยไม่จำเป็น โดยเฉพาะวาระสำคัญที่ผู้ถือหุ้นต้องใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ
- บริษัทกำหนดให้มีการป้องกันการนำข้อมูลของบริษัทไปใช้ โดยห้ามหน่วยงานที่ทราบข้อมูลไปเปิดเผยต่อหน่วยงานหรือบุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่พนักงานหรือผู้บริหารนำข้อมูลไปเปิดเผยหรือนำไปใช้เพื่อหาประโยชน์ให้แก่ตนเองหรือผู้เกี่ยวข้อง จะถือเป็นความผิดร้ายแรงและถูกลงโทษทางวินัย
- ในการประชุมผู้ถือหุ้น กรรมการและผู้บริหารบริษัทจะเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับส่วนได้ส่วนเสียของตนในแต่ละวาระ เพื่อให้คณะกรรมการสามารถพิจารณาธุรกรรมที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และสามารถตัดสินใจเพื่อประโยชน์ของบริษัทโดยรวม โดยกรรมการและผู้บริหารที่มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในวาระการประชุมนั้นๆ

## หมวดที่ 3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และมีนโยบายในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มที่สำคัญดังนี้

ผู้ถือหุ้น :	บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรู้และทักษะการบริหารจัดการอย่างสูงสุดความสามารถในทุกกรณีด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่และรายย่อยเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นโดยรวม รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและครบถ้วนตามความเป็นจริง
พนักงาน :	บริษัทจะให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่พนักงานดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างเคร่งครัดรวมทั้งหลีกเลี่ยงการกระทำใดๆ ที่ไม่เป็นธรรมซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความมั่นคงในหน้าที่การทำงานของพนักงานตลอดจนปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความสุภาพ รับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงานทุกระดับอย่างเท่าเทียมและเสมอภาคกัน
ลูกค้า :	บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้า เอาใจใส่และรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยลูกค้าจะต้องได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัย การบริการที่ดี ในระดับราคาที่เหมาะสม และเป็นไปตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ รวมทั้งปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงที่มีต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด มีการพัฒนากระบวนมาตรฐานสินค้าและบริการให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง
คู่ค้าและเจ้าหนี้ :	บริษัทจะไม่ดำเนินการที่ทุจริตในการค้ากับคู่ค้าและเจ้าหนี้และมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่มีต่อเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องวัตถุประสงค์ของการใช้เงิน การชำระคืนการดูแลคุณภาพหลักทรัพย์ค้ำประกัน และเรื่องอื่นใดที่ได้ทำข้อตกลงไว้กับเจ้าหนี้เพื่อบรรลุผลประโยชน์ร่วมกัน
คู่แข่งทางการค้า :	บริษัทจะประพฤติปฏิบัติภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันที่ดีไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสมและไม่พยายามทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้ายโดยไม่มูลความจริง
สังคมส่วนรวม :	บริษัทจะไม่กระทำการใดๆ ที่จะส่งผลเสียหายต่อสังคมทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมอีกทั้งยังต้องแสวงหาโอกาสสนับสนุนกิจกรรมสร้างสรรค์สังคมปลูกฝังจิตสำนึกของความรักรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่องและจริงจังรวมทั้งปฏิบัติหรือควบคุมให้มีการปฏิบัติอย่างเคร่งครัดตามเจตนารมณ์ของกฎหมายและกฎระเบียบที่ออกโดยหน่วยงานที่กำกับดูแล

## หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

บริษัทให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูลที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส ตรงเวลา และได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กำหนดทั้งรายงานทางการเงินและข้อมูลทั่วไป ตลอดจนข้อมูลอื่นๆ ที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์และมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัททั้งหมดได้รับทราบข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน โดยบริษัทได้เผยแพร่ข้อมูลผ่านทางตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและผ่านทางเว็บไซต์ [www.beautycommunity.co.th](http://www.beautycommunity.co.th)



คณะกรรมการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อรายงานทางการเงินที่มีข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน เป็นจริงและสมเหตุสมผล งบการรวมของบริษัทจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป โดยเลือกใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสม การบันทึกข้อมูลทางบัญชีมีความถูกต้องครบถ้วน เพียงพอที่จะดำรงรักษาไว้ซึ่งทรัพย์สิน และเพื่อให้ทราบจุดอ่อนเพื่อป้องกันการทุจริตหรือการดำเนินการที่ผิดปกติดังมีสาระสำคัญ โดยถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างเพียงพอในหมายเหตุประกอบงบการเงิน นอกจากนี้ คณะกรรมการได้แต่งตั้งกรรมการตรวจสอบ เพื่อตรวจสอบรายงานทางการเงิน รายการระหว่างกัน และระบบควบคุมภายใน โดยคณะกรรมการตรวจสอบจะรายงานผลต่อคณะกรรมการในการประชุมคณะกรรมการทุกครั้งทั้งนี้รายงานของคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ และรายงานของผู้สอบบัญชี มีรายละเอียดปรากฏในรายงานประจำปี ในส่วนของงานด้านนักลงทุนสัมพันธ์นั้น บริษัทจัดตั้งหน่วยงานด้านนักลงทุนสัมพันธ์ โดยปัจจุบันมอบหมายให้นายแพทย์สุรินทร์ ไกรฤเบศ ตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, ดร.พิระพงษ์ กิตติเวชโกศลวัฒน์ ตำแหน่งรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และนางดารณี ปะเถต ตำแหน่งเลขานุการบริษัท ทำหน้าที่ในการติดต่อกับผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์ และผู้ที่เกี่ยวข้อง

## หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ

### (1) โครงสร้างคณะกรรมการ

คณะกรรมการของบริษัทประกอบด้วยกรรมการที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์กับบริษัท โดยคณะกรรมการของบริษัทมาจากการแต่งตั้งจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น ประกอบด้วยคณะกรรมการจำนวน 8 ท่าน โดยเป็นกรรมการอิสระ 4 ท่าน ทำหน้าที่ประธานกรรมการบริษัท 1 ท่าน ประธานกรรมการตรวจสอบ 1 ท่าน และกรรมการตรวจสอบ 2 ท่าน ซึ่งกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 ท่าน เป็นผู้มีความรู้ทางด้านบัญชีเพียงพอที่จะสามารถทำหน้าที่ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้ ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้อย่างน้อย 1 ใน 3 ของกรรมการทั้งคณะ แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน เป็นกรรมการอิสระ ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย โดยปฏิบัติหน้าที่ตรวจสอบและถ่วงดุลการบริหารกิจการต่างๆ ของบริษัท เพื่อให้ดำเนินไปอย่างถูกต้อง เป็นธรรม และเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น

ประธานกรรมการบริษัท เป็นกรรมการอิสระ และไม่เป็นบุคคลเดียวกันกับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อให้เกิดการถ่วงดุลและการสอบทานการบริหารงาน ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดขอบเขต อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการ กรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหารอย่างชัดเจนเพื่อมิให้กรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหารมีอำนาจบริหารและอนุมัติวงเงินไม่จำกัด

### (2) คณะอนุกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อช่วยในการกำกับดูแลกิจการคือ

- คณะกรรมการบริหาร มีทั้งหมด 7 ท่าน ซึ่งช่วยให้การปฏิบัติงานเป็นไปโดยคล่องตัวโดยมีขอบเขตอำนาจหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท
- คณะกรรมการตรวจสอบมีอย่างน้อย 3 ท่าน ทำหน้าที่ตรวจสอบและช่วยในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัท มีขอบเขตอำนาจหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท โดยสมาชิกทุกคนมีคุณสมบัติเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์หรือโดยกฎเกณฑ์ ประกาศ ข้อบังคับหรือระเบียบของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์หรือของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์หรือของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาตอบแทน มีทั้งหมด 3 ท่าน ทำหน้าที่เสนอความเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าตอบแทนของกรรมการบริษัท และกรรมการชุดย่อยต่างๆ ดำเนินการสรรหาและเสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าเป็นกรรมการบริษัท รวมทั้งติดตามดูแลการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคล การประเมินโบนัสและปรับขึ้นเงินเดือน และอื่นๆ

อย่างไรก็ตามในอนาคตบริษัทอาจสรรหาคณะอนุกรรมการอื่นๆ ขึ้นมาปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อแบ่งเบาภาระการบริหารงานของคณะกรรมการบริษัท

### (3) บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบต่อกรรมการ

คณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ เป้าหมาย ภารกิจ แผนธุรกิจและงบประมาณของบริษัท ตลอดจนกำกับดูแลให้ฝ่ายจัดการบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายใต้กรอบของกฎหมาย วัตถุประสงค์ข้อบังคับของบริษัท และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยปฏิบัติหน้าที่เต็มความสามารถเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจในระยะยาว และบริหารงานด้วยความรอบคอบระมัดระวัง มิให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดให้มีการดำเนินงานตามหลักการดังต่อไปนี้

#### 3.1 จรรยาบรรณธุรกิจ

บริษัทจัดทำข้อพึงปฏิบัติที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจเพื่อให้คณะกรรมการบริษัท กรรมการตรวจสอบ และผู้ปฏิบัติงานในฝ่ายต่างๆ ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติ โดยมีประเด็นหลักในการรักษาความลับของบริษัท การปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ถูกต้องตามกฎหมาย การเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน และการดูแลรักษาทรัพยากรทั้งภายในบริษัทและสิ่งแวดล้อมภายนอก ซึ่งการให้ความสำคัญกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจจะทำให้การปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต การควบคุมภายในทำได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้นส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นกับตลาดทุนและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักลงทุน

#### 3.2 นโยบายเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์บนหลักการที่ว่าพนักงานทุกคนจะต้องปฏิบัติหน้าที่เพื่อผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทเท่านั้นการกระทำและการตัดสินใจใดๆ จะต้องปราศจากอิทธิพลของความต้องการของส่วนตัวของครอบครัว ของญาติพี่น้อง หรือของบุคคลอื่นที่รู้จักส่วนตัวเป็นการเฉพาะโดยกำหนดนโยบายที่ครอบคลุม 2 เรื่อง คือ

- รายการที่เกี่ยวข้องกัน :

บริษัทจะพิจารณาความเหมาะสมก่อนที่จะทำรายการที่เกี่ยวข้องกันอย่างรอบคอบทุกรายการรวมทั้งกำหนดราคาและเงื่อนไขของรายการที่เกี่ยวข้องกัน เสมือนทำรายการกับบุคคลภายนอก (Arm's Length Basis) และมีคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้พิจารณาความจำเป็นและ

ความสมดุลผลประโยชน์ของรายการ และเมื่อบริษัทได้ทำรายการที่เกี่ยวข้องกันแล้วบริษัทจะดำเนินการตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการของประกาศของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและประกาศของคณะกรรมการตลาดทุนรวมทั้งเปิดเผยรายการดังกล่าวไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันและจัดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์และสถานการณ์อื่นๆ ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์

- สถานการณ์อื่นๆ ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ :
  1. การลงทุนทั่วไป บริษัทจะไม่ให้บุคลากรของบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นหรือได้รับผลประโยชน์จากบริษัทคู่แข่ง หรือผู้ค้า/ผู้ขายที่บริษัทติดต่อกิจการด้วยเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับกิจการดังกล่าวเว้นแต่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท
  2. การรับของขวัญ บุคลากรทุกระดับไม่ควรรับของขวัญ ตัวโดยสาร บัตรชมกีฬาข้อเสนอเพื่อการพักผ่อน ที่พักรับรอง หรือข้อเสนอที่เป็นการส่วนตัวต่าง ฯลฯ หากการกระทำดังกล่าวจะนำไปสู่การสร้างข้อผูกมัดให้กับบริษัทหรือทำให้บริษัทสูญเสียผลประโยชน์
  3. การรับงานทางวิชาการ งานบริการสาธารณะ เป็นวิทยากรหรือการรับตำแหน่งใดๆ บุคลากรทุกระดับของบริษัทสามารถขออนุมัติจากผู้อำนวยการฝ่ายตามสายงาน เพื่อรับงานในสถาบันวิชาการงานบริการสาธารณะ เป็นวิทยากร หรือการรับตำแหน่งใดๆ เช่น กรรมการบริษัท ที่ปรึกษาซึ่งจะช่วยขยายวิสัยทัศน์ และประสบการณ์ให้แก่บุคลากรผู้นั้นแต่จะต้องไม่นำเอาบริษัท หรือตำแหน่งของตนในบริษัท ไปพัวพันกับกิจกรรมที่ทำภายนอกเว้นแต่ได้รับอนุมัติให้ทำเช่นนั้นได้ด้วย

### 3.3 การควบคุมภายใน

บริษัทจัดให้มีระบบควบคุมภายในเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนว่าบริษัทจะมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับงบการเงิน บริษัทได้จ้างบริษัท ไอเอ ซิกเนเจอร์ จำกัด ซึ่งเชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบภายในโดยมีประสบการณ์ในการตรวจสอบภายในให้กับบริษัทจดทะเบียนหลายบริษัท เป็นผู้ตรวจสอบภายในของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทได้แต่งตั้งให้ นายสุธี ตามวานิชกุล บริษัท ไอเอซิกเนเจอร์ จำกัดนำเสนอผลการตรวจสอบภายในต่อคณะกรรมการตรวจสอบอย่างน้อยทุกๆ 3 เดือน

### (4) การประชุมคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทมีกำหนดประชุมอย่างน้อย 3 เดือนต่อครั้ง และอาจมีการประชุมพิเศษเพิ่มเติมตามความจำเป็น โดยมีการจัดทำรายงานผลงานเสนอให้คณะกรรมการทราบทุกเดือน เพื่อให้คณะกรรมการสามารถกำกับ ควบคุมและดูแลการปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการได้อย่างต่อเนื่องและทันการ โดยจะส่งหนังสือเชิญประชุมให้แก่กรรมการเพื่อพิจารณาก่อนการประชุมล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วัน ก่อนวันประชุม เว้นแต่ในกรณีจำเป็นรีบด่วนเพื่อรักษาสิทธิหรือประโยชน์ของบริษัท โดยกรรมการสามารถร้องขอสารสนเทศที่จำเป็นเพิ่มเติมได้จากเลขานุการบริษัท

ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะร่วมกับพิจารณากำหนดวาระการประชุม โดยเปิดโอกาสให้กรรมการแต่ละคนสามารถเสนอเรื่องเข้าสู่วาระการประชุมได้ โดยในบางวาระอาจมีผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมประชุมด้วยเพื่อให้สารสนเทศในรายละเอียดเพิ่มเติม

### (5) คำตอบแทน

บริษัทมีนโยบายกำหนดคำตอบแทนของกรรมการและกรรมการตรวจสอบให้อยู่ในระดับที่สามารถตั้งใจให้สามารถรักษากรมการที่มีคุณภาพตามที่ต้องการได้คำตอบแทนจะอยู่ในระดับที่เทียบเคียงได้กับกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันและเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานของบริษัท โดยขออนุมัติคำตอบแทนของกรรมการในที่ประชุมผู้ถือหุ้น

คำตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง กำหนดให้มีความเหมาะสมกับอำนาจหน้าที่ตามหลักเกณฑ์และนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนดและเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท ระดับคำตอบแทนเป็นเงินเดือน โบนัส และผลตอบแทนสูงในระยะยาวสอดคล้องกับผลงานของบริษัทและการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละราย

### (6) การพัฒนากรรมการและผู้บริหารของบริษัท

คณะกรรมการบริษัทส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้มีการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องในระบบการกำกับดูแลกิจการของบริษัท เช่น กรรมการบริษัท กรรมการตรวจสอบ ผู้บริหาร เป็นต้น เพื่อให้มีการปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการฝึกอบรมและให้ความรู้อาจกระทำเป็นการภายในบริษัทหรือใช้บริการของสถาบันภายนอก

ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงกรรมการใหม่ เลขานุการบริษัทจะจัดให้มีเอกสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการใหม่ รวมถึงจัดให้มีการแนะนำลักษณะธุรกิจและแนวทางการดำเนินธุรกิจให้แก่กรรมการใหม่

## การกำกับดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทมีนโยบายและวิธีการตรวจสอบกรรมการและผู้บริหารในการนำข้อมูลภายในของบริษัทซึ่งยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนไปใช้แสวงหาประโยชน์ส่วนตนในการซื้อขายหลักทรัพย์ดังนี้

1. ให้ความรู้แก่กรรมการรวมทั้งผู้บริหารฝ่ายต่างๆ เกี่ยวกับหน้าที่ต้องรายงานการถือครองหลักทรัพย์ของตน คู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามมาตรา 59 และตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. ที่สจ. 12/2552 เรื่องการจัดทำและเปิดเผยรายงานการถือหลักทรัพย์ของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้สอบบัญชีและบทกำหนดโทษ ตามมาตรา 275 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535

2. บริษัทกำหนดให้ผู้บริหารรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตาม มาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535 และตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. ที่สจ. 12/2552 เรื่องการ จัดทำและเปิดเผยรายงานการถือหลักทรัพย์ของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้สอบบัญชี เพื่อให้บริษัทสามารถตรวจสอบการซื้อขายหุ้นของผู้บริหารทุกราย
3. ผู้บริหารที่ได้รับทราบข้อมูลภายในที่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ จะต้องระงับการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทใน ช่วง 1 เดือน ก่อนทั้งการเงินหรือข้อมูลภายในนั้นจะเปิดเผยต่อสาธารณชน และห้ามไม่ให้เปิดเผยข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญนั้นต่อบุคคลอื่น ทั้งนี้หาก พบว่ามีการใช้ข้อมูลภายในในความประพฤติที่ส่อไปในทางที่จะทำให้บริษัทหรือผู้ถือหุ้นได้รับความเสื่อมเสียและเสียหายโดยผู้กระทำการเป็นบุคลากร ระดับคณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการบริษัทจะเป็นผู้พิจารณาบทลงโทษตามความเหมาะสม และหากผู้กระทำความผิดเป็นผู้บริหารระดับรองลงไป คณะกรรมการบริหารจะเป็นผู้พิจารณาบทลงโทษสำหรับผู้กระทำผิดนั้นๆ

คำตอบแทนผู้สอบบัญชี

(1) ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี (Audit Fee)

ในปี 2563 บริษัทจ่ายค่าตอบแทนการสอบบัญชี ให้แก่ผู้สอบบัญชีของบริษัท คือ บริษัท สอบบัญชี ดี โอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นจำนวน เงิน รวม 1,460,000 บาท โดยมีรายชื่อผู้สอบบัญชี ดังนี้

1. นางสาววิมล	กฤตยาเกียรติ์	ใบอนุญาตเลขที่	2928
2. นายนพคุณ	พิษณุวงศ์	ใบอนุญาตเลขที่	7764
3. นางสาวสุภาภรณ์	มั่งจิตร	ใบอนุญาตเลขที่	8152

(2) ค่าบริการอื่น (Non-audit Service)

ในปี 2563 ไม่มีค่าบริการอื่นจากบริษัท สอบบัญชี ดี โอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด แต่อย่างใด

บุคลากร

1. จำนวนพนักงานและผลตอบแทน

บริษัทมีจำนวนพนักงานของบริษัท (ไม่รวมผู้บริหาร) แบ่งตามสายงานหลักดังนี้

ลำดับ	สายงานหลัก	จำนวนพนักงาน (คน)	
		ณ 31 ธ.ค.2563	ณ 31 ธ.ค.2562
1	ฝ่ายธุรกิจค้าปลีก	292	735
2	ฝ่ายธุรกิจค้าส่ง	20	27
3	ฝ่ายคลังสินค้าและขนส่ง	68	118
4	ฝ่ายบัญชีและการเงิน	28	45
5	ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	9	15
6	ฝ่ายสำนักงานเลขานุการ	7	13
7	ฝ่ายบุคคลและธุรการ	13	29
8	ฝ่ายวางแผน,จัดหาและจัดซื้อผลิตภัณฑ์	15	9
	รวม ( คน )	452	991

หมายเหตุ : บริษัทฯ ได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรใหม่ซึ่งมีผลในวันที่ 1 กันยายน 2563 เป็นต้นไป

บริษัทได้ให้ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินแก่พนักงาน (ไม่รวมผู้บริหาร) ในรูปแบบของเงินเดือน โบนัส ESOP และอื่นๆ เช่น ค่าล่วงเวลา เบี้ยเลี้ยง ค่าคอมมิชชั่น ค่าบริหารสาขา ค่าดูแลรักษาลินค้า เป็นต้น ซึ่งในปี 2563 และ 2562 มีจำนวนพนักงาน 452คน และ 991คน โดยจ่ายค่าตอบแทนเป็นจำนวนเงิน 184.76 ล้านบาท และ 328.78 ล้านบาท ตามลำดับ

2. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทฯ ได้จัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ชื่อ “กองทุนสำรองเลี้ยงชีพลินสตาพรซึ่งจดทะเบียนแล้ว” บริหารโดย บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัว หลวงจำกัด ซึ่งบริษัทฯและพนักงานจะจ่ายเงินเข้ากองทุนเป็นรายเดือนในอัตราร้อยละ 3-5 ของเงินเดือน การจัดตั้งกองทุนดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างขวัญ และกำลังใจให้แก่พนักงาน และเพื่อจูงใจให้พนักงานทำงานกับบริษัทฯในระยะยาวทั้งนี้ ในปี 2563 ทางกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ได้ผ่อนผันเพื่อแบ่งเบาค่าใช้จ่าย บริษัทฯเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 โดยให้สามารถขอยุคนำส่งเงินเข้ากองทุนชั่วคราว ซึ่งบริษัทได้ขอยุคการนำส่งตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน – วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นระยะเวลา 7 เดือน



### 3. นโยบายในการอบรมและพัฒนาพนักงาน

บริษัทฯ ยังคงมีนโยบายพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ พัฒนาและเสริมสร้างทรัพยากรบุคคลให้มีความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติหน้าที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการพัฒนาให้บุคลากรมีความก้าวหน้ามั่นคงในสายงานขึ้นไปเรื่อย ๆ (Career Path) และมุ่งเน้นการส่งเสริมให้องค์กรสามารถแข่งขันอย่างมีความได้เปรียบในธุรกิจได้ นอกจากนี้ บริษัทฯยังมีนโยบายส่งเสริมให้พนักงานเกิดวัฒนธรรมในการทำงานที่ดีในองค์กร โดยให้ปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน และมุ่งเน้นให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมในองค์กร

พนักงานขายหน้าร้านทุกคนจะได้รับการอบรมรายละเอียดและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ทุกรายการ ตลอดจนวิธีการแต่งหน้าการพัฒนาบุคลิกภาพ การให้บริการ เทคนิคการขาย การสื่อสารกับลูกค้า การแนะนำลูกค้า การจัดการส่งเสริมการขาย การบริหารคลังสินค้าหน้าร้าน รวมไปถึงการใช้ระบบปฏิบัติงาน POS ที่เชื่อมต่อกับโปรแกรมของบริษัท รวมระยะเวลาในการอบรมทั้งสิ้น 14 วัน เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่สำคัญได้อย่างครบถ้วน รวมทั้งมีการทดสอบก่อนการออกปฏิบัติงานจริงเพื่อให้มั่นใจว่าสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา

ทั้งนี้ สำหรับพนักงานในฝ่ายอื่นๆ บริษัทมีนโยบายการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เหมาะสมกับความรู้ตามสายงาน เพื่อเสริมทักษะงานตามความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละระดับ

### 4. ความปลอดภัย ชีวิตอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายไว้ดังนี้ จะพัฒนาระบบการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ถือความปลอดภัยในการทำงานเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบต่อในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนและให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในโครงการ ให้มีสิทธิเสนอความคิดเห็นในการปรับปรุงสภาพการทำงานรวมถึงวิธีการทำงานให้ปลอดภัยมากขึ้น จะพัฒนา ส่งเสริมพนักงานให้มีความรู้ และสร้างจิตสำนึกให้พนักงานทุกระดับตระหนักถึงความสำคัญ และจะให้การสนับสนุนทรัพยากร งบประมาณ เวลา บุคลากร และทรัพยากรที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสมในการดำเนินการตามระบบการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

## การควบคุมภายใน

บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการจัดการให้ระบบการควบคุมภายในที่ดีและมีประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นให้มีการควบคุมภายในที่ครอบคลุมในทุกกิจกรรมเพื่อให้มีความเพียงพอและเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานการใช้ทรัพยากรและการดูแลทรัพย์สิน รวมทั้งมีระบบบัญชีและการรายงานทางการเงินที่มีความถูกต้องเชื่อถือได้ ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท และมีระบบการตรวจสอบภายในที่มีความเป็นอิสระในการประเมินประสิทธิภาพและความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน ในด้านต่างๆ ทั้งนี้คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่ในการสอบทานผลการประเมินการควบคุมภายในของบริษัทและพิจารณาให้คำปรึกษา เสนอแนะและพัฒนาระบบการควบคุมภายในอย่างสม่ำเสมอ

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2563 เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563 โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบเข้าร่วมประชุมด้วยโดยคณะกรรมการได้ประเมินระบบควบคุมภายในโดยการซักถามข้อมูลจากฝ่ายบริหารเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัท ทั้ง 5 ส่วน คือ

- (1) องค์กรและสภาพแวดล้อม
- (2) การบริหารความเสี่ยง
- (3) การควบคุมการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหาร
- (4) ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล
- (5) ระบบการติดตาม

ภายหลังจากการประเมินแล้วคณะกรรมการมีความเห็นว่า บริษัท มีระบบควบคุมภายใน ในเรื่องการทำธุรกรรมกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าวอย่างเพียงพอแล้ว และมีระบบควบคุมภายใน ในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ส่วน ที่มีความเหมาะสมและเพียงพอในการป้องกันทรัพย์สินอันเกิดจากการที่ผู้บริหารนำไปใช้ โดยมีข้อหรือโดยไม่มีอำนาจ รวมถึงมีระบบการตรวจสอบภายในที่มีความเป็นอิสระในการติดตามและประเมินผลการควบคุมภายใน นอกจากนี้ บริษัท ยังมีระบบการจัดเก็บเอกสารสำคัญที่ทันท่วงทีให้กรรมการ ผู้สอบบัญชี และผู้มีอำนาจตามกฎหมายสามารถตรวจสอบ ได้ภายในระยะเวลาอันควร

### ข้อสังเกตของผู้สอบบัญชีสำหรับระบบการควบคุมภายในของบริษัท

--ไม่มี--

### นโยบายการดำเนินการตรวจสอบภายใน

บริษัทให้ความสำคัญกับระบบการควบคุมภายในที่ดีและเพียงพอ โดยให้สามารถควบคุมความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจ ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยบริษัทได้มีการจัดทำนโยบาย ระเบียบ และคู่มือการปฏิบัติงานที่ครอบคลุมทุกกระบวนการทำงาน ที่สำคัญอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร รวมทั้งมีการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ การดำเนินงานตามหลักการการตรวจสอบและถ่วงดุล (check and balance) อย่างไรก็ดี เพื่อให้ระบบการควบคุมภายในของบริษัทมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งเพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ในปี 2562 บริษัทได้แต่งตั้งผู้มีความรู้ความสามารถ ซึ่งได้แก่ บริษัท โอเอ ซิกเนเจอร์ จำกัด ซึ่งมีประสบการณ์ในการเป็นผู้ตรวจสอบภายในให้กับบริษัทจดทะเบียนหลายแห่ง ให้เป็นผู้ตรวจสอบภายใน ของบริษัท และนำเสนอผลการตรวจสอบภายในต่อคณะกรรมการตรวจสอบอย่างน้อยทุก 3 เดือน

## ข้อสังเกตของผู้ตรวจสอบภายใน

ในปี 2562 บริษัท โอเอ ซิกเนเจอร์ จำกัด ได้ทำการประเมินความเสี่ยงของระบบการดำเนินงานของบริษัทและนำเสนอ ต่อคณะกรรมการตรวจสอบ รวมถึงวางแผนการตรวจสอบภายใน ซึ่งครอบคลุมถึงปี 2563 โดยพิจารณาเข้าตรวจสอบตามลำดับ ผลกระทบที่มีต่อการดำเนินกิจการ โดยทำการเข้าตรวจสอบกระบวนการหลักที่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินกิจการ ก่อน ซึ่งแผนการตรวจสอบดังกล่าวได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบแล้ว ทั้งนี้ในปี 2563 ผู้ตรวจสอบภายในได้ ปฏิบัติงานประเมินความเสี่ยงพหุของระบบการควบคุมภายในของบริษัทและการตรวจสอบระบบการควบคุมภายใน 3 กระบวนการหลัก ได้แก่

- (1) การบริหารจัดการเกี่ยวกับธุรกรรมที่เป็นเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) เดือนมีนาคม 2563
- (2) การบริหารจัดการคลังสินค้า และการจัดส่งสินค้า (การรับ-จัดเก็บ-เบิกจ่าย-รับคืนและการจัดส่งสินค้าให้สาขา) เดือนกรกฎาคม 2563
- (3) การควบคุมทั่วไปในระบบสารสนเทศ (IT General Control) เดือนตุลาคม 2563

โดยผู้ตรวจสอบภายในมีความเห็นว่าบริษัทได้มีการกำหนดแนวทางควบคุมภายในซึ่งสามารถช่วยให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลอย่างไรก็ตามผู้ตรวจสอบภายในได้ทำการประเมินจุดที่ยังไม่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขต่อบริษัท ซึ่งบริษัทได้ให้ความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะดังกล่าว โดยผู้ตรวจ สอบภายในได้ทำการรายงานผลการตรวจสอบภายในรวมทั้งความคืบหน้าในการปรับปรุงแก้ไขของบริษัทต่อคณะกรรมการตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1. การบริหารจัดการเกี่ยวกับธุรกรรมที่เป็นเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract)

#### 1.1 การปฏิบัติตามข้อกำหนดการทำสัญญาจะซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า – Medium Risk

- กำหนดให้ทำการส่งจองอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า เมื่อเกิดการซื้อขายที่แน่นอนแล้วซึ่งต้องแนบเอกสารประกอบต่างๆ และให้ผู้มีอำนาจลงนาม

**การปฏิบัติ** ฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้จัดทำคู่มือและขั้นตอนการปฏิบัติงาน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

#### 1.2 ความเหมาะสมของการเลือกใช้เงินตราต่างประเทศล่วงหน้า – Medium Risk

- กำหนดให้ต้องระบุหรือบันทึกรายละเอียดพร้อมสาเหตุ ณ วันที่เลือกใช้อัตราแลกเปลี่ยน (Forward or Spot Rate) และส่งให้ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงินลงนามทุกครั้ง และจัดทำรายงานสรุปยอดการเลือกใช้อัตรา แลกเปลี่ยนเป็นประจำทุกเดือน

**การปฏิบัติ** ฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้จัดทำคู่มือและขั้นตอนการปฏิบัติงาน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

### 2. การบริหารจัดการคลังสินค้า และการจัดส่งสินค้า

#### 2.1 การบริหารจัดการคลังสินค้า – Low Risk

- การตรวจรับสินค้า

การรับสินค้า/ผลิตภัณฑ์ใหม่ ต้องให้ฝ่าย PD เป็นผู้ตรวจสอบและอนุมัติรับสินค้าก่อน แต่หากเป็นสินค้า Repeat Order ให้ฝ่ายคลังสินค้าเป็นผู้ตรวจสอบและอนุมัติรับสินค้าได้ทันที

**การปฏิบัติ** ฝ่ายคลังสินค้าและฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้จัดทำนโยบายและคู่มือการปฏิบัติงานใหม่ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

#### 2.2 การจัดเตรียมและการขนส่งสินค้า – Low Risk

- การจัดเตรียมสินค้าเพื่อกระจายสินค้าไปยังสาขา

กำหนดให้พิจารณาทบทวนวิธีการปฏิบัติงานการจัดเตรียมสินค้าเพื่อกระจายสินค้าไปยังสาขา และจัดทำรายงานประเมินคุณภาพการจัดส่งสินค้าส่งผู้บังคับบัญชาทราบทุกเดือน

**การปฏิบัติ** ปัจจุบันได้ทำการปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

### 3. การควบคุมทั่วไปในระบบสารสนเทศ

- ความพร้อมใช้การทำงานของระบบป้องกันเครือข่าย ทั้งการเข้าถึงข้อมูลจากบุคคลภายนอก – Medium Risk

กำหนดให้ทำการตั้งค่าในระบบ Firewall 1 User สามารถใช้งานได้ไม่เกิน 3 อุปกรณ์ และให้ฝ่าย IT ทำการ Monitor การใช้งานอย่างสม่ำเสมอ

**การปฏิบัติ** ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศได้ทำการตรวจสอบและตั้งค่าในระบบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว



รายงานระหว่างกันสำหรับปี 2563  
 บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

บุคคล/นิติบุคคล ที่อาจมีความ ขัดแย้ง	ความสัมพันธ์	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (บาท)		ยอดคงเหลือ (บาท)		ความจำเป็นและความสมเหตุสมผล	ความเห็นคณะกรรมการ ตรวจสอบ
			ปี 2563	ปี 2562	ณ 31 ธ.ค. 63	ณ 31 ธ.ค. 62		
นางธัญญาภรณ์ ไกรฤเบศ	ผู้ถือหุ้นและ กรรมการ บริษัท	เช่าที่ดินพร้อมสิ่ง ปลูกสร้าง	-	365,400.00	-	-	บริษัทเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างขนาด 203 ตารางวา จากคณะบุคคลสามัญ ซึ่ง เป็นของนางธัญญาภรณ์ ไกรฤเบศ ใน ราคาเช่า 30,450 บาทต่อเดือน เพื่อ ใช้เป็นคลังเก็บสินค้าของบริษัท ลัญญา เช่ามีระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. 62 - 31 ธ.ค.64 และเงินค่าประกัน 3 เดือนโดยราคาเช่าเป็นไปตามราคาที่ ประเมินโดยผู้ประเมินอิสระ	การเช่าที่ดินดังกล่าวมี ความสมเหตุสมผลและ จำเป็นต่อการประกอบ ธุรกิจ โดยราคาเช่าเป็น ราคายุติธรรมที่ประเมิน โดยผู้ประเมินอิสระทั้งนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการ ตรวจสอบครั้งที่ 5/2555 เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2555 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัท ดำเนินการเปลี่ยนคู่สัญญา เช่าที่ดินดังกล่าวจากคณะ บุคคล ธนภูมิ เป็น นางธัญญา ภรณ์ ไกรฤเบศ มีผล บังคับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2555 โดย เงื่อนไขต่างๆยังคงเป็นไป ตามสัญญาเช่าฉบับเดิม
		เงินมัดจำค่าเช่า	-	-	-	87,000.00		



รายงานระหว่างกันสำหรับปี 2563  
บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

บุคคล/นิติบุคคล ที่อาจมีความ ขัดแย้ง	ความสัมพันธ์	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (บาท)		ยอดคงเหลือ (บาท)		ความจำเป็นและความสมเหตุผล	ความเห็นคณะกรรมการ ตรวจสอบ
			ปี 2563	ปี 2562	ณ 31 ธ.ค. 63	ณ 31 ธ.ค. 62		
		ค่าเช่าที่ดิน	-	1,276,293.00	-	3,638,538.00	บริษัทฯ มีการผูกพันตามสัญญาเช่าที่ดินเพื่อก่อสร้างคลังสินค้า ตามสัญญาลงวันที่ 11 มิถุนายน 2556 และบันทึกต่อท้ายสัญญาเช่า มีระยะเวลาเช่า 30 ปี กำหนดค่าเช่าเท่ากับผู้ประเมินอิสระโดยเริ่มเช่าตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 โดยมูลค่าต่ออายุสัญญาเช่า 38.28 ล้านบาท	
		ดอกเบี้ยจ่าย	832,660.78	-	-	-	บริษัทฯ มีการคำนวณตามมาตรฐานบัญชีใหม่ ฉบับที่ 16 สัญญาเช่า จึงทำให้เกิดรายการนี้	
		ค่าเสื่อมราคาลิขธิสัญญาเช่า	540,407.92	-	-	-		
		สินทรัพย์ลิขสิทธิ์การใช้	-	-	10,171,433.23	-		
		หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	-	15,765,457.72	-		

## มาตรการหรือขั้นตอนการอนุมัติการ ทำรายการระหว่างกัน

บริษัทมีนโยบายในการทำรายการระหว่างกันด้วยความโปร่งใส โดยคำนึงถึงความเป็นธรรมและเป็นผลประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท ในการเข้าทำรายการกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ จะต้องมีการนำเสนอเรื่องดังกล่าวให้กับคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อทำการพิจารณาและอนุมัติการทำรายการระหว่างกันดังกล่าวให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อกิจการ และเพื่อเป็นการคุ้มครองผู้ลงทุนรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท โดยรายการระหว่างกันดังกล่าวจะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามระเบียบ และข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดของคณะกรรมการ กสศ. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้ที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือมีส่วนได้ส่วนเสียในการทำรายการระหว่างกันจะไม่มีสิทธิ์เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุมัติรายการดังกล่าวได้

สำหรับรายการระหว่างกันที่เป็นกรณีการค้าปกติ เช่น การซื้อสินค้าการจำหน่ายสินค้า เป็นต้น บริษัทมีนโยบายที่จะกำหนดเงื่อนไขต่างๆ ให้เป็นไปตามลักษณะการค้าเป็นการค้าปกติและเป็นราคาตลาดซึ่งสามารถเปรียบเทียบได้กับราคาที่เกิดขึ้นกับบุคคลภายนอก

## แนวโน้มนการทำรายการระหว่างกันในอนาคต

ในการทำรายการระหว่างกันที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เงื่อนไขต่างๆ ให้เป็นไปตามลักษณะการค้าโดยทั่วไปโดยอ้างอิงกับราคาและเงื่อนไขตลาดที่เหมาะสม ทั้งนี้บริษัท และ/หรือ กลุ่มบริษัทจะให้คณะกรรมการตรวจสอบ และ/หรือ กรรมการอิสระเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับราคาอัตราค่าตอบแทน รวมทั้งความจำเป็นและความเหมาะสมของรายการนั้นด้วย หากมีรายการใดที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต บริษัทจะปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎ ประกาศ และ/หรือข้อบังคับของสำนักงานคณะกรรมการหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



โดยให้คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทเป็นผู้พิจารณาและให้ความเห็นต่อรายการดังกล่าว และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัททุกไตรมาส โดยความสมเหตุสมผลของรายการจะพิจารณาจากราคาตลาด รวมถึงเงื่อนไขและความจำเป็นที่กระทบต่อการประกอบ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทเป็นสำคัญ


โดยบริษัทอาจให้ผู้เชี่ยวชาญอิสระหรือผู้สอบบัญชีของบริษัทเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรายการระหว่างกันดังกล่าว เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจของคณะกรรมการหรือผู้ถือหุ้นตามแต่กรณี ทั้งนี้บริษัทจะเปิดเผยรายการระหว่างกันไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชี รวมทั้งในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีของบริษัท

## รายงานความรับผิดชอบของ คณะกรรมการบริษัทต่อรายงานทางการเงิน

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบต้องบแสดงฐานะทางการเงินของบริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) รวมถึงข้อมูลสารสนเทศทางการเงินที่ปรากฏในรายงานประจำปี ซึ่งจัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่มีการรับรองทั่วไปของประเทศไทย รวมทั้งให้มีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างเพียงพอ เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นและนักทุนทั่วไปอย่างโปร่งใส

ในการนี้คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อทำหน้าที่สอบทานและรายงานผลการปฏิบัติงานในงบแสดงฐานะทางการเงินต่อคณะกรรมการบริษัท และความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบเกี่ยวกับเรื่องนี้ปรากฏในรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งแสดงไว้ในรายงานประจำปีแล้ว

คณะกรรมการบริษัทมีความเห็นว่าระบบควบคุมภายในของบริษัทมีความโปร่งใส และสามารถสร้างความเชื่อมั่นได้ว่างบแสดงฐานะทางการเงินของบริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีความเชื่อถือได้โดยถือปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป



(รศ.ดร.วิจิต อุ๋อัน)  
ประธานกรรมการบริษัท (รักษาการ)



(นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ )  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



## รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2564 ประกอบด้วยคณะกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

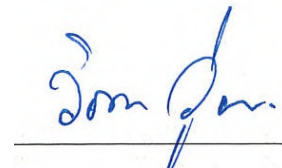
- |                             |                      |
|-----------------------------|----------------------|
| 1. รศ.ดร. วิจิต ภู่อ้น      | ประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 2. พันเอกอรุณพล ศรีสังวาลย์ | กรรมการตรวจสอบ       |
| 3. นายวิบูลย์ พจนาลัย       | กรรมการตรวจสอบ       |

โดยกรรมการตรวจสอบทั้ง 3 ท่าน มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ประกาศตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเรื่องคุณสมบัติและขอบเขตการดำเนินของคณะกรรมการตรวจสอบ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2552

ทั้งนี้ในปี 2563 คณะกรรมการตรวจสอบได้จัดให้มีการประชุมทั้งสิ้น 4 ครั้งและคณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่ด้วย ความรอบคอบ และใช้ความรู้ ความสามารถตามขอบเขต หน้าที่ และความรับผิดชอบตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเป็นอิสระ ร่วมเป็นฝ่ายบริหาร ผู้ตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชี เพื่อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน สรุปสาระสำคัญ

1. สอบทานความถูกต้องของงบการเงินรายไตรมาส และประจำปี 2563 ของบริษัท ความเพียงพอของการเปิดเผยข้อมูล เพื่อให้มั่นใจว่าระบบบัญชีและรายงานทางการเงินจัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ ครบถ้วน และเชื่อมั่น
2. สอบทานระบบควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายในเพื่อความมั่นใจว่าบริษัทมีระบบควบคุมภายในและการตรวจสอบภายในที่มีความเหมาะสม เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ
3. สอบทานการปฏิบัติการของบริษัทให้เป็นไปตามแนวทางที่กำหนดไว้ของกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทที่ได้กำหนดไว้
4. สอบทานความเพียงพอและประสิทธิผลของระบบการบริหารความเสี่ยง
5. กำกับดูแลให้บริษัทดำเนินการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างโปร่งใส รวมถึงการเปิดเผยรายการที่เกี่ยวข้องกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
6. พิจารณาเสนอแต่งตั้ง และเสนอคำตอบแทนผู้สอบบัญชีของบริษัท เพื่อนำเสนอขออนุมัติต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น

จากการตรวจสอบระบบควบคุมภายใน คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า บริษัทมีระบบการควบคุมภายในโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีการรายงานข้อมูลทางการเงินเป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป มีการเปิดเผยข้อมูลที่เพียงพอ การบริหารความเสี่ยงที่เพียงพอเหมาะสม มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีโปร่งใสและเชื่อถือได้ รวมทั้งมีการปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง



(รศ.ดร. วิจิต ภู่อ้น)  
ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ

LIFESTYLE

## REALITY

## ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

## สรุปรายงานการสอบบัญชี

งบการเงินสำหรับปี สิ้นสุด ณ วันที่

31 ธันวาคม 2563

ตรวจสอบโดย นางสาววิมล กฤตยาเกียรติ์ ผู้สอบบัญชี  
รับอนุญาตเลขที่ 2982 จาก บริษัท สอบบัญชี ดี โอ เอ อินเตอร์  
เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งได้แสดงความเห็นว่างบการเงินแสดงฐานะ  
ทางการเงินของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ผลการดำเนินงาน  
และกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน โดยถูกต้อง  
ตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

งบการเงินสำหรับปี สิ้นสุด ณ วันที่

31 ธันวาคม 2562

ตรวจสอบโดย นางสาววิมล กฤตยาเกียรติ์ ผู้สอบบัญชี  
รับอนุญาตเลขที่ 2982 จาก บริษัท สอบบัญชี ดี โอ เอ อินเตอร์  
เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งได้แสดงความเห็นว่างบการเงินแสดงฐานะ  
ทางการเงินของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ผลการดำเนินงาน  
และกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน โดยถูกต้อง  
ตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน



## ตารางสรุปงบการเงินรวม บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

### งบแสดงฐานะการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563, 2562 และ 2561

(หน่วย: ล้านบาท)

งบแสดงฐานะการเงิน	31 ธันวาคม 2563	%	31 ธันวาคม 2562	%	31 ธันวาคม 2561	%
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	175.94	16.26%	154.66	11.75%	232.82	13.11%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	58.64	5.42%	91.59	6.96%	82.96	4.67%
สินค้าคงเหลือ	209.02	19.31%	354.87	26.97%	592.84	33.38%
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น/เงินลงทุนชั่วคราว	250.43	23.14%	300.00	22.80%	460.00	25.90%
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>694.03</b>	<b>64.13%</b>	<b>901.12</b>	<b>68.48%</b>	<b>1,368.62</b>	<b>77.06%</b>
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>						
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น/เงินลงทุนระยะยาวอื่น	-	0.00%	50.00	3.80%	-	0.00%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	165.82	15.32%	230.52	17.52%	269.55	15.18%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	100.09	9.25%	-	0.00%	-	0.00%
สิทธิการเช่า	-	0.00%	3.75	0.28%	4.93	0.28%
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	22.74	2.10%	26.14	1.99%	22.17	1.25%
สินทรัพย์ภายใต้การควบคุม	43.63	4.03%	12.54	0.95%	11.41	0.64%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	55.94	5.17%	91.85	6.98%	99.46	5.60%
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>388.23</b>	<b>35.87%</b>	<b>414.80</b>	<b>31.52%</b>	<b>407.52</b>	<b>22.94%</b>
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>1,082.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,315.92</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,776.14</b>	<b>100.00%</b>
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	88.01	8.13%	177.24	13.47%	279.23	15.72%
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	73.45	6.79%	-	0.00%	-	0.00%
ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย	-	0.00%	28.69	2.18%	113.38	6.38%
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>161.46</b>	<b>14.92%</b>	<b>205.93</b>	<b>15.65%</b>	<b>392.61</b>	<b>22.10%</b>
<b>หนี้สินไม่หมุนเวียน</b>						
หนี้สินตามสัญญาเช่า	48.62	4.49%	-	0.00%	-	0.00%
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน	16.41	1.52%	23.04	1.75%	16.43	0.92%
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	5.82	0.54%	6.89	0.52%	6.75	0.38%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	2.04	0.19%	3.57	0.27%	4.14	0.23%
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>	<b>72.89</b>	<b>6.73%</b>	<b>33.51</b>	<b>2.55%</b>	<b>27.32</b>	<b>1.54%</b>
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>234.35</b>	<b>21.65%</b>	<b>239.44</b>	<b>18.20%</b>	<b>419.92</b>	<b>23.64%</b>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
ทุนเรือนหุ้น						
ทุนจดทะเบียน						
หุ้นสามัญ 3,022,610,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท	302.26		302.26		302.26	
ทุนที่ชำระแล้ว						
หุ้นสามัญ 3,006,868,535 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท	300.69		300.69		-	
หุ้นสามัญ 3,006,214,955 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท	-		-		300.62	
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	592.71	54.77%	592.71	45.04%	588.96	33.16%
ส่วนทุนจากการจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์	16.30	1.51%	16.30	1.24%	14.44	0.81%
หุ้นสามัญซื้อคืน	(99.69 )	(9.21%)	(99.69 )	(7.58%)	(99.69 )	(5.61%)
กำไร(ขาดทุน)สะสม						
จัดสรรแล้ว						
ทุนสำรองตามกฎหมาย	30.23	2.79%	30.23	2.30%	30.23	1.70%
สำรองสำหรับหุ้นที่บริษัทฯ ซื้อคืน	99.69	9.21%	99.69	7.58%	99.69	5.61%
ยังไม่ได้จัดสรร	(92.02 )	(8.50%)	136.55	10.38%	421.97	23.76%
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>847.90</b>	<b>78.35%</b>	<b>1,076.48</b>	<b>81.80%</b>	<b>1,356.22</b>	<b>76.36%</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,082.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,315.92</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,776.14</b>	<b>100.00%</b>



### งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2563, 2562 และ 2561

(หน่วย: ล้านบาท)

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	2563	%	2562	%	2561	%
รายได้จากการขาย	769.30	97.77%	2,007.21	99.33%	3,466.61	99.01%
ต้นทุนขาย	(353.28)	(44.90%)	(794.14)	(39.30%)	(1,201.65)	(34.32%)
กำไรขั้นต้น	416.02	54.08%	1,213.07	60.44%	2,264.96	65.34%
รายได้อื่น						
รายได้ทางการเงิน	4.59	0.58%	7.13	0.35%	13.12	0.37%
รายได้อื่น ๆ	12.95	1.65%	6.43	0.32%	21.51	0.61%
รวมรายได้อื่น	17.54	2.23%	13.56	0.67%	34.63	0.99%
รวมรายได้	786.83	100.00%	2,020.77	100.00%	3,501.24	100.00%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(351.49)	(44.67%)	(701.75)	(34.73%)	(800.83)	(22.87%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(160.23)	(20.36%)	(234.11)	(11.59%)	(265.95)	(7.60%)
ขาดทุนจากการด้อยค่าทรัพย์สิน	(41.78)	(5.31%)	-	-	-	-
ต้นทุนทางการเงิน	(10.91)	(1.39%)	-	-	-	-
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(130.84)	(16.63%)	290.77	14.39%	1,232.80	35.21%
รายได้(ค่าใช้จ่าย)ภาษีเงินได้	25.96	3.30%	(58.19)	(2.88%)	(241.21)	(6.89%)
กำไรสำหรับปี	(104.88)	(13.33%)	232.58	11.51%	991.59	28.32%
กำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จอื่น:						
รายการที่จะไม่ถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง						
ผลขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย	4.33	0.55%	-	-	(4.19)	(0.12%)
หัก : ผลกระทบของภาษีเงินได้	(0.87)	(0.11%)	-	-	0.84	0.02%
กำไรเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	3.46	0.44%	-	-	(3.36)	(0.10%)
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	(101.42)	(12.89%)	232.58	11.51%	988.24	28.23%

\* อัตราร้อยละของกำไรขั้นต้น คำนวณจากมูลค่ากำไรขั้นต้น หาดด้วยรายได้หลักจากการขายผลิตภัณฑ์ (ไม่รวมรายได้อื่นๆ) ซึ่งสอดคล้องกับอัตรากำไรขั้นต้นที่เปิดเผยในอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

## งบกระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2563, 2562 และ 2561

(หน่วย: ล้านบาท)

งบกระแสเงินสด	2563	2562	2561
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>			
กำไร (ขาดทุน) สำหรับปี	(104.88)	232.58	991.59
รายการปรับปรุงกระทบกำไรก่อนภาษีเงินได้เป็น			
เงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมดำเนินงาน			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจ่าย	120.58	53.68	61.21
ขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น			
(2561-2562: หนี้สงสัยจะสูญของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น)	(0.64)	0.28	(0.15)
ขาดทุนจากการลดมูลค่าของสินค้า	12.43	12.01	(0.06)
ขาดทุนจากการทำลายสินค้า	4.61	2.53	3.35
(กำไร)ขาดทุนจากการขายทรัพย์สิน	(0.11)	(0.21)	(0.78)
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	23.63	5.70	2.01
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้	47.06	-	-
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายเงินมัดจำ	9.74	-	-
ขาดทุน(กำไร)จากตราสารอนุพันธ์	(0.43)	0.14	-
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	-	-	1.13
ขาดทุนจากการด้อยค่าที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1.99	-	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินมัดจำ	6.42	-	-
(โอนกลับ)ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	-	-	(15.28)
(โอนกลับ)ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-	(0.82)	-
(รายได้)รับรู้ - คະแนนสะสม	(4.48)	(13.50)	(4.38)
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน	4.23	6.61	2.90
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	1.65
ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการจ่ายโดยให้หุ้นเป็นเกณฑ์	-	2.41	5.31
รายได้ทางการเงิน	(4.59)	(7.13)	(13.12)
ต้นทุนทางการเงิน	10.91	-	-
ค่าใช้จ่าย(รายได้)ภาษีเงินได้	(25.96)	58.19	241.21
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงใน			
สินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	100.48	352.48	1,276.59
<b>สินทรัพย์จากการดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง</b>			
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	32.68	(8.94)	62.85
สินค้าคงเหลือ	128.82	223.42	(186.39)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	19.75	7.61	(1.57)
สินทรัพย์จากการดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง	181.26	222.09	(125.11)
<b>หนี้สินจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)</b>			
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	(74.16)	(94.02)	(140.00)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	(1.54)	(0.56)	(0.00)
หนี้สินจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)	(75.70)	(94.58)	(140.01)
เงินสดได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมดำเนินงาน	206.04	479.99	1,011.47
จ่ายผลประโยชน์พนักงาน	(6.53)	-	-
จ่ายต้นทุนทางการเงิน	(10.91)	-	-
จ่ายภาษีเงินได้	(28.97)	(143.19)	(305.52)
<b>เงินสดสุทธิได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b>159.64</b>	<b>336.80</b>	<b>705.95</b>

งบกระแสเงินสด (ต่อ)

สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2563, 2562 และ 2561

(หน่วย: ล้านบาท)

งบกระแสเงินสด	2563	2562	2561
<strong>กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน</strong>			
เงินรับจากรายได้ทางการเงิน	5.78	7.16	13.12
เงินลงทุนชั่วคราว/สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น(เพิ่มขึ้น)ลดลง	50.00	160.00	340.00
เงินลงทุนระยะยาวอื่น/สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น(เพิ่มขึ้น)ลดลง	50.00	(50.00)	50.00
ซื้ออาคาร และอุปกรณ์	(5.69)	(15.11)	(37.03)
เงินรับจากการขายอุปกรณ์	0.19	0.27	1.60
ซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	(4.80)	(2.70)	(4.34)
<strong>เงินสดสุทธิได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมลงทุน</strong>	<strong>95.48</strong>	<strong>99.62</strong>	<strong>363.35</strong>
<strong>กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน</strong>			
เงินสดจ่ายซื้อหุ้นคืน	-	-	(99.69)
เงินปันผลจ่าย	(107.51)	(517.86)	(1,260.04)
เงินสดรับจากการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิซื้อหุ้นสามัญ	-	3.27	17.40
ชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า	(126.32)	-	-
<strong>เงินสดสุทธิได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมจัดหาเงิน</strong>	<strong>(233.83)</strong>	<strong>(514.59)</strong>	<strong>(1,342.33)</strong>
<strong>เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ</strong>	<strong>21.29</strong>	<strong>(78.17)</strong>	<strong>(273.03)</strong>
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี	154.66	232.82	505.86
<strong>เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นปี</strong>	<strong>175.94</strong>	<strong>154.66</strong>	<strong>232.82</strong>

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2563, 2562 และ 2561

อัตราส่วนทางการเงิน	2563	2562	2561
<strong>อัตราส่วนสภาพคล่อง</strong>			
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	4.30	4.38	3.49
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	3.00	2.65	1.98
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด (เท่า)	0.87	1.15	1.43
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	13.19	29.36	45.01
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	27	12	8
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	1.25	1.68	2.40
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	287	215	150
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูป (เท่า)	1.66	2.15	3.11
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย (วัน)	217	168	116
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ (เท่า)	6.39	7.24	7.31
ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)	56	50	49
วงจรเงินสด (วัน)	258	177	109



## อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (ต่อ)

สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2563, 2562 และ 2561

อัตราส่วนทางการเงิน		2563	2562	2561
<b>อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร</b>				
อัตรากำไรขั้นต้น	(%)	54.08%	60.44%	65.34%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	(%)	(15.83%)	14.39%	35.21%
อัตราส่วนเงินสดต่อการหากำไร	(%)	(128.21%)	118.29%	58.30%
อัตราส่วนกำไรสุทธิ	(%)	(13.33%)	11.51%	28.32%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(%)	(10.90%)	19.12%	64.78%
<b>อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน</b>				
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	(%)	(8.75%)	15.04%	48.23%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร	(%)	(34.28%)	112.75%	375.92%
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.66	1.31	1.70
<b>อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายการเงิน</b>				
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.28	0.22	0.31
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย	(เท่า)	18.29	-	-
อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน	(เท่า)	0.48	0.56	0.79
อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล	(%)	-	91.41%	90.58%
อัตรากำไรสุทธิต่อหุ้น*	(บาท)	(0.03)	0.08	0.33

หมายเหตุ \* อัตรากำไรสุทธิต่อหุ้น ปี 2563 และปี 2562 จำนวนที่ฐานทุนจดทะเบียน 3,006.87 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท และปี 2561 จำนวนที่ฐานทุนจดทะเบียน 3,006.21 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท

## คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

### • ภาพรวมการดำเนินงานที่ผ่านมา

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2543 (เดิมชื่อ บริษัท โมนาโพลีแดนที จำกัด) ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์เพื่อความงามได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Make-up) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin care) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement) และอุปกรณ์เสริมความงาม (Accessories) ปัจจุบันจัดจำหน่ายภายใต้ร้านค้าปลีก “บิวตี้ บัฟเฟต์ (Beauty Buffet)” รวมทั้งจำหน่ายผ่านช่องทางจำหน่ายต่างประเทศ, ช่องทางคอนซูเมอร์ โปรดักส์ และช่องทางอีคอมเมิร์ซ (E-commerce)

สำหรับช่องทางร้านค้าปลีก (Retail) “ร้านบิวตี้ บัฟเฟต์ (Beauty Buffet)” ได้มีการปรับโมเดลการขายสินค้าใหม่โดยนำสินค้าที่เป็น Multi Brand เข้ามาจำหน่ายในร้าน Beauty Buffet มากขึ้น และพัฒนาโมเดลการขายใหม่ที่เรียกว่า “บิวตี้ออนไลน์ช้อปปิ้ง” เพื่อให้ลูกค้าที่เคยใช้บริการที่สาขาให้สามารถสั่งซื้อผ่านออนไลน์ได้ทันที (ทุกสาขาจะมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้าทั้งหน้าร้านสาขา (Offline Store) และผ่านระบบออนไลน์ได้ทั้ง 2 รูปแบบ)

สำหรับตลาดต่างประเทศได้เพิ่มช่องทางใหม่ในตลาดจีน รวมทั้งการขยายไปยังตลาด International ประเทศอื่นๆอีกสัปดาห์กว่าประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงจากตลาดเดียว ซึ่งได้มีการเซ็นสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายครบทุกประเทศเป็นที่เรียบร้อยแล้วในไตรมาส 3 ปี 2562 และมีการพัฒนาโมเดลการขายในต่างประเทศใหม่ “Product License” เพื่อความสะดวกในการพัฒนาสินค้าใหม่และการบริหารจัดการตลาดในประเทศจีน โดยในปี 2563 ได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้วจำนวน 5 items และในปี 2564 อีกจำนวน 3 items

ช่องทางคอนซูเมอร์ โปรดักส์ เป็นช่องทางที่บริษัทเริ่มทำการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เมด อิน เนเจอร์ ในช่วงกลางปี 2555 โดยมุ่งเน้นการวางจำหน่ายในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) และผ่านช่องทางร้านค้าปลีกค้าส่งทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด (Traditional Trade) รวมถึงการขายผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ผ่านร้านคอนวีเนียนสโตร์และเค็ตตาลีอ็อก รวมถึงการจำหน่ายผ่านร้านดีฟรี่ อย่างเช่น King Power เป็นต้น

ช่องทางอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) บริษัทมีการพัฒนาระบบการจัดจำหน่ายช่องทาง E-commerce เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น และเพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ อีกทั้งเพื่อรองรับกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในอนาคตที่จะสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น ปัจจุบันช่องทางนี้เป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางเว็บไซต์ บิวตี้ บัฟเฟต์ (www.beautybuffet.com) ที่เป็นเว็บไซต์ของบริษัทเองและจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ภายนอก เช่น Lazada, Shopee, Konvy เป็นต้น นอกจากนี้ยังจำหน่ายผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook และ Line@ อีกด้วย

ในปี 2563 บริษัทมีรายได้รวม 786.83 ล้านบาท จากปี 2562 ที่มีรายได้รวม 2,020.77 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 61.06 และมีกำไร (ขาดทุน) สุทธิในปี 2563 และปี 2562 เป็นจำนวน -104.88 ล้านบาท และ 232.58 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิร้อยละ -13.33 และ ร้อยละ 11.51 ตามลำดับ ทั้งนี้ ผลประกอบการของบริษัทมีการเติบโตที่ลดลงในปี 2563 เนื่องจากผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อยอดขายทั้งในและต่างประเทศอย่างมีนัยยะ ประกอบกับกำลังซื้อผู้บริโภคที่อ่อนตัวลง และจากการชะลอตัวเศรษฐกิจ การจับจ่ายชะลอตัวรวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

● **การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับปี 2563 และปี 2562**

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัทสำหรับปี 2563 และปี 2562 เป็นดังนี้

**รายได้**

โครงสร้างรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

(หน่วย : ล้านบาท)

โครงสร้างรายได้แยกตาม ช่องทางการจัดจำหน่าย	2563			2562			2561		
	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)
จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก (Retail shop)	407.37	51.77%	52.64%	1,121.37	55.49%	55.87%	1,971.77	56.32%	56.88%
จำหน่ายผ่าน Oversea	286.92	36.47%	37.08%	557.21	27.57%	27.76%	1,004.18	28.68%	28.97%
จำหน่ายผ่าน Consumer Product	44.65	5.67%	5.77%	303.00	14.99%	15.10%	480.58	13.73%	13.86%
จำหน่ายผ่าน Ecommerce	34.92	4.44%	4.51%	25.61	1.27%	1.28%	10.08	0.29%	0.29%
รวมรายได้จากการขาย	773.86	98.35%	100.00%	2,007.21	99.33%	100.00%	3,466.61	99.01%	100.00%
รายได้อื่น	12.98	1.65%		13.56	0.67%		34.63	0.99%	
รวมรายได้ทั้งสิ้น	786.83	100.00%		2,020.77	100.00%		3,501.24	100.00%	

รายได้รวมของบริษัทในปี 2563 และ 2562 มีจำนวนเท่ากับ 786.83 ล้านบาท และ 2,020.77 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 61.06 รายได้จากการขายหลักๆ ของบริษัท มาจากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางร้านค้าปลีก มีจำนวนเท่ากับ 407.37 บาท หรือร้อยละ 51.77 ส่วนการจำหน่ายผ่านช่องทางต่างประเทศ มีจำนวนเท่ากับ 286.92 ล้านบาท หรือร้อยละ 36.47 จำหน่ายผ่านคอนซูเมอร์โปรดักส์ 44.65 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.77 จำหน่ายผ่านอีคอมเมิร์ซ 34.92 ล้านบาทหรือร้อยละ 4.44 และรายได้อื่น 12.98 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.65

ทั้งนี้ ผลประกอบการของบริษัทมีการเติบโตลดลงในปี 2563 หลักๆ เป็นผลกระทบมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลกในช่วงครึ่งปีแรก ทำให้หลายๆประเทศออกมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ด้วยการประกาศปิดประเทศ (Lockdown) รวมถึงประเทศไทยด้วย และทางศูนย์การค้าต่างๆ จึงต้องปิดตัวตามประกาศของรัฐบาลเป็นผลทำให้บริษัทต้องปิดร้านค้าปลีกชั่วคราวเกือบ 300 สาขาทั่วประเทศ คิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 95% ของจำนวนสาขาทั้งหมด และจากมาตรการปิดประเทศดังกล่าวส่งผลทำให้อัตราผู้เดินทางเข้า – ออกในสนามบินหลักของไทยลดลงจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ช่วงครึ่งปีแรกยอดขายของบริษัททั้งในและต่างประเทศลดลงอย่างมีนัยยะ

สำหรับครึ่งปีหลัง หลังจากที่รัฐบาลประกาศคลายล็อกดาวน์ บริษัทก็สามารถเปิดสาขาร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้าได้ตามปกติ รายได้เริ่มมีสัญญาณที่กลับมาดีขึ้น แต่จากสภาพเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัวอยู่ และจากสภาพการแข่งขันที่รุนแรงของกลุ่มธุรกิจเครื่องสำอางในเรื่องของการจัดโปรโมชั่นต่างๆ ที่ออกมาเพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากทั้งคู่แข่งรายเดิม และคู่แข่งรายใหม่ ทำให้ผู้บริโภคมีรอยัลตี้ในแบรนด์น้อยลง และเปลี่ยนใจไปทดลองสินค้าแบรนด์อื่นๆ มากขึ้น รวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ยังมีการแพร่ระบาดอยู่ แม้ว่าทางหน่วยงานภาครัฐจะสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ และบริษัทสามารถเปิดสาขาร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้าได้ตามปกติ แต่พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเปลี่ยนแปลงไป การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคลดลง ทำให้ในช่วงครึ่งปีหลังยอดขายยังไม่เป็นไปตามเป้าที่วางไว้เท่าที่ควร

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ปรับกลยุทธ์ Business Re-engineering ปรับแนวทางการบริหารจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจทั้งระบบเพื่อให้สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจเครื่องสำอางหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยได้ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการครั้งใหญ่ ลดต้นทุนการผลิต การขาย และค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการลงอย่างมีนัยยะสำคัญ รวมทั้งลดขนาดองค์กรให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจและสถานการณ์เศรษฐกิจ และจากการปรับกลยุทธ์ดังกล่าวได้เริ่มเห็นผลแล้วในไตรมาส 3 ปี 2563 ที่รายได้ของบริษัทเริ่มทยอยกลับมาดีขึ้นทั้งในและต่างประเทศ แม้จะไม่สูงมากพอเมื่อเทียบกับรายได้ที่หายไปในช่วงครึ่งปีแรก แต่นับว่าเป็นสัญญาณที่ดีหลังจากที่รัฐบาลมีการผ่อนปรนมาตรการล็อกดาวน์ในบางส่วน

โครงสร้างรายได้แยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

(หน่วย : ล้านบาท)

โครงสร้างรายได้แยกตาม กลุ่มผลิตภัณฑ์	2563			2562			2561			เปลี่ยนแปลง	
	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)	มูลค่า	ร้อยละ
รายได้จากร้านค้าปลีก (Retail shop)											
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว	212.91	27.06%	52.26%	631.91	31.27%	56.35%	1,468.40	41.94%	74.47%	(419.00)	(66.31%)
เครื่องสำอาง	158.71	20.17%	38.96%	413.91	20.48%	36.91%	461.45	13.18%	23.40%	(255.20)	(61.66%)
อุปกรณ์เสริมความงาม	20.56	2.61%	5.05%	48.67	2.41%	4.34%	38.27	1.09%	1.94%	(28.12)	(57.77%)
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	15.19	1.93%	3.73%	26.87	1.33%	2.40%	3.64	0.10%	0.18%	(11.68)	(43.47%)
รวมรายได้จากร้านค้าปลีก (Retail shop)	407.37	51.77%	100.00%	1,121.37	55.49%	100.00%	1,971.77	56.32%	100.00%	(714.01)	(63.67%)
จำหน่ายผ่าน Oversea	286.92	36.47%	100.00%	557.21	27.57%	100.00%	1,004.18	28.68%	100.00%	(270.30)	(48.51%)
จำหน่ายผ่าน Consumer Product	44.65	5.67%	100.00%	303.00	14.99%	100.00%	480.58	13.73%	100.00%	(258.36)	(85.27%)
จำหน่ายผ่าน Ecommerce	34.92	4.44%	100.00%	25.61	1.27%	100.00%	10.08	0.29%	100.00%	9.31	36.34%
รายได้อื่น ๆ	12.98	1.65%	100.00%	13.56	0.67%	100.00%	34.63	0.99%	100.00%	(0.58)	(4.30%)
รวมรายได้ทั้งสิ้น	786.83	100.00%		2,020.77	100.00%		3,501.24	100.00%		(1,233.93)	(61.06%)

โครงสร้างรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่ายและตราผลิตภัณฑ์

(หน่วย : ล้านบาท)

ช่องทาง	ตราสินค้า		ปี 2563									
			ตราสินค้าบิวตี้ บุปเฟ่ต์		ตราสินค้าบิวตี้ คอทเพจ		ตราสินค้าผู้อื่น		ตราสินค้าเนคตินเนเจอร์		ตราสินค้าอื่น	
ช่องทาง			รายได้		ส่วนแบ่ง		รายได้		ส่วนแบ่ง		รายได้	
			บาท	%	บาท	%	บาท	%	บาท	%	บาท	%
ร้านค้าปลีก			284.32	46.80%	57.71	77.84%	23.53	98.93%	8.34	35.77%	33.47	82.47%
			69.79%		14.17%		5.78%		2.05%		8.22%	
ผ่านช่องทางต่างประเทศ			266.55	43.88%	8.52	11.50%	-	0.00%	4.63	19.87%	2.65	6.53%
			92.90%		2.97%		0.00%		1.61%		0.92%	
จำหน่ายผ่านทาง Consumer Product			32.17	5.30%	0.88	1.19%	0.16	0.66%	8.61	36.95%	2.82	6.95%
			72.06%		1.98%		0.35%		19.29%		6.32%	
จำหน่ายผ่านทาง Ecommerce			24.44	4.02%	7.02	9.47%	0.10	0.41%	1.73	7.41%	1.64	4.05%
			69.98%		20.10%		0.28%		4.94%		4.70%	
รวมรายได้จากการขาย			607.49	100.00%	74.13	100.00%	23.79	100.00%	23.30	100.00%	40.59	100.00%
			78.50%		9.58%		3.07%		3.01%		5.24%	
รายได้อื่น			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมรายได้ทั้งหมด			607.49	100.00%	74.13	100.00%	23.79	100.00%	23.30	100.00%	40.59	100.00%
			77.21%		9.42%		3.02%		2.96%		5.16%	

รายได้ของบริษัทหลักๆ มาจากร้านค้าปลีก, จากช่องทางจำหน่ายต่างประเทศ, จากการจำหน่ายผ่านช่องทางคอนซูเมอร์ โปรดักส์ และการจำหน่ายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) โดยมีรายละเอียดดังนี้

### (1) รายได้จากร้านค้าปลีก

รายได้จากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าปลีก ในปี 2563 และปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 407.37 ล้านบาท และ 1,121.37 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.77 และร้อยละ 55.49 ของรายได้รวม ตามลำดับ และคิดเป็นอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 63.67 โดยสาขา ณ สิ้นปี 2563 มีจำนวนรวมสาขาในประเทศ 113 สาขา ลดลง 198 สาขาจาก ณ สิ้นปี 2562 ที่มีจำนวน 311 สาขา ส่วนสาขาต่างประเทศที่จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายมี 5 สาขาในปี 2563 ลดลง 2 สาขาจาก ณ สิ้นปี 2562 ที่มีจำนวน 7 สาขา สำหรับสัดส่วนการจำหน่ายโดยแยกตามกลุ่มของผลิตภัณฑ์ในร้านค้าปลีก มีผลิตภัณฑ์บำรุงผิว, ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง, อุปกรณ์เสริมความงาม และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ซึ่งมีสัดส่วนการจำหน่ายโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 52.26 ร้อยละ 38.96 ร้อยละ 5.05 และร้อยละ 3.73 ตามลำดับ

### (2) การจำหน่ายผ่านช่องทางต่างประเทศ

ปี 2563 และ 2562 รายได้รวมเป็นจำนวน 286.92 ล้านบาท และ 557.21 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 48.51 เป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางค้าส่งต่างประเทศเป็นการขายส่งให้กับลูกค้าชาวต่างชาติ เนื่องจากบริษัทมีนโยบายขายไปต่างประเทศโดยผ่านตัวแทนในลักษณะขายส่ง รวมถึงการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศนั้นๆ เพื่อทำการจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท ทั้งในลักษณะ แปรนดของร้าน และแปรนดของสินค้า

### (3) การจำหน่ายผ่านช่องทางคอนซูเมอร์ โปรดักส์

ปี 2563 และ 2562 มีรายได้รวมเป็นจำนวน 44.65 ล้านบาท และ 303.00 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 85.27 ช่องทางนี้เป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) และผ่านช่องทางร้านค้าปลีกค้าส่งทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด (Traditional Trade) รวมถึงการขายผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ผ่านร้านคอนวีเนียนสโตร์และเค็ตตาลีอ็อก รวมถึงการจำหน่ายผ่านร้านดีวตี้พีรียอย่างเช่น King Power เป็นต้น

### (4) การจำหน่ายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ (E-commerce)

ปี 2563 และ 2562 มีรายได้รวมเป็นจำนวน 34.92 ล้านบาท และ 25.61 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 36.34 ช่องทางนี้เป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางเว็บไซต์ บิวตี้ บุปเฟ่ต์ (www.beautybuffet.co.th) ที่เป็นเว็บไซต์ของบริษัทเองและจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ภายนอก เช่น Lazada, Shopee, Konvy นอกจากนี้ยังจำหน่ายผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook และ Line@

### (5) รายได้อื่น

รายได้อื่นในปี 2563 และ 2562 มีจำนวนรวม 12.98 ล้านบาท และ 13.56 ล้านบาท ตามลำดับ โดยรายได้อื่นของบริษัทหลักๆ ได้แก่ รายได้จากดอกเบี้ยรับ

## ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายของบริษัทในปี 2563 และปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 353.28 ล้านบาท และ 794.14 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 54.08 และร้อยละ 60.44 ตามลำดับ อัตรากำไรขั้นต้นในปี 2563 ต่ำกว่าปี 2562 เนื่องจากในปี 2563 มีการทำโปรโมชั่นที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆในกลุ่มธุรกิจเครื่องสำอางที่มีสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง รวมถึงทำ Promotion clearance sales ด้วย

เนื่องจากบริษัทไม่มีนโยบายการผลิตสินค้าด้วยตนเอง ดังนั้นองค์ประกอบหลักของต้นทุนขายจึงได้แก่ต้นทุนการสั่งผลิตสินค้า คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 99 ของต้นทุนรวม สัดส่วนดังกล่าวค่อนข้างคงที่ในแต่ละปีเนื่องจากราคาสั่งผลิตมีความผันผวนค่อนข้างน้อย โดยบริษัทจะวางแผนการสั่งผลิตและการออกผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นรายปี ทำให้บริษัทมีความยืดหยุ่นในการปรับแผนการกำหนดราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนการสั่งผลิต ส่วนต้นทุนขายอื่นๆประกอบด้วยค่าขนส่งสินค้า ค่าภาษีและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการนำเข้า คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยรวมประมาณร้อยละ 0.92 ของต้นทุนขายรวม

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ เมค อิน เนเจอร์ จะมีโครงสร้างต้นทุนแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ เนื่องจากบริษัทจัดจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) และผ่านช่องทางร้านค้าปลีกค้าส่ง (Traditional Trade) การจำหน่ายลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการขายขาด (Sales) ซึ่งทางห้างจะคิดค่าใช้จ่ายเป็น 2 ส่วนคือ ค่าแรกเข้าประมาณ 5,000 – 1,500,000 บาท ต่อรายการ (บันทึกบัญชีเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย) และส่วนแบ่งกำไรจากการขาย ประมาณร้อยละ 25 – 50 (บันทึกบัญชีเป็นยอดหักจากยอดขาย) ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะแตกต่างกันไปตามเงื่อนไขของแต่ละห้าง



ทั้งนี้ เงื่อนไขการจัดจำหน่ายสินค้าในลักษณะของการขายดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนขายของผลิตภัณฑ์ เมต อิน เนเจอร์ อยู่ในระดับที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ บิวตี้ บุปเพต์ และบิวตี้คอตเทจ อย่างไรก็ตาม การจัดจำหน่ายในลักษณะนี้จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของบริษัท เช่น ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย ค่าเช่า ค่าฝึกอบรม ค่าคอมมิชชั่น เป็นต้น ซึ่งทำให้อัตรากำไรสุทธิของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เมต อิน เนเจอร์ อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์อื่นๆของบริษัท

นอกจากนี้ในช่วงปี 2563 และ 2562 บริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในลักษณะของการฝากขาย (Consignment) กับตัวแทนจำหน่ายหลายราย เช่น King Power, 7-Catalog, Friday Catalog, Watsons, Eveandboy, Konvy ฯลฯ โดยราคาขายผลิตภัณฑ์จะมีระดับส่วนลดที่ใกล้เคียงกับส่วนแบ่งกำไรจากการขายในกรณีขายผ่านคอนซูเมอร์โปรดักส์ โดยมียอดขายที่เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 3.60 เมื่อเทียบกับรายได้รวม (ยอดขายได้หักรวมอยู่ในช่องทางทางการจำหน่ายผ่าน Consumer Product และ E-commerce)

### ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายในปี 2563 และ ปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 351.49 ล้านบาท และ 701.75 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.67 และ ร้อยละ 34.73 ของรายได้รวม ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายในการขายหลักของบริษัทได้แก่ค่าเช่าและค่าบริการสำหรับการดำเนินงานสาขาร้านค้าปลีก คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยร้อยละ 14.67 และร้อยละ 13.18 ของรายได้รวม ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการขายที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานรวมทั้งค่าคอมมิชชั่นพนักงานขาย ซึ่งในปี 2563 และ ปี 2562 คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยร้อยละ 16.33 และร้อยละ 11.29 ของรายได้รวม ตามลำดับ และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโฆษณาและส่งเสริมการขาย ซึ่งในปี 2563 และ ปี 2562 คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยร้อยละ 6.78 และร้อยละ 5.63 ของรายได้รวม ตามลำดับ ทั้งนี้ สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมในปี 2563 เพิ่มขึ้นจากปี 2562 เนื่องจากมีส่วนของค่าใช้จ่ายที่เป็นลักษณะค่าใช้จ่ายคงที่ ซึ่งเมื่อยอดรายได้ลดลงจะทำให้สัดส่วนของค่าใช้จ่ายต่อยอดขายเพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร สำหรับปี 2563 และปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 106.23 ล้านบาท และ 234.11 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.36 และ ร้อยละ 11.59 ของรายได้รวม ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สำคัญได้แก่ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานซึ่งในปี 2563 และ ปี 2562 คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยร้อยละ 11.64 และร้อยละ 7.12 ของรายได้รวม ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ ได้แก่ ค่าเดินทาง ค่าฝึกอบรม ค่าธรรมเนียมต่างๆ ค่าใช้จ่ายสำนักงาน และอื่นๆ ทั้งนี้ ในปี 2563 สัดส่วนดังกล่าวเพิ่มขึ้นเนื่องจากรายได้รวมมีการเติบโตลดลงในขณะที่ค่าใช้จ่ายบริหารลดลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว

ขาดทุนจากการด้อยค่าทรัพย์สิน สำหรับปี 2563 มีจำนวนเท่ากับ 41.78 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.78 ของรายได้รวม ขาดทุนจากการด้อยค่าทรัพย์สินเป็นการรับรู้ค่าเสียหายจากการตัดจำหน่ายและด้อยค่าสินทรัพย์ของสาขาร้านค้าปลีก ตามแนวทางการปรับกลยุทธ์และแผนธุรกิจตามสถานการณ์ที่เศรษฐกิจของบริษัท ด้วยการปิดสาขาที่ไม่มีศักยภาพในการทำกำไร และได้รับผลกระทบจากนโยบายปิดศูนย์การค้าต่างๆ ตามประกาศของรัฐบาลจากสถานการณ์โควิด-19

ทั้งนี้ ในปี 2563 บริษัทได้มีการปรับกลยุทธ์และแผนธุรกิจตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยได้รับโครงสร้างการบริหารจัดการครั้งใหญ่ ลดต้นทุนการผลิต การขาย ลดภาระค่าใช้จ่ายที่มีลักษณะคงที่ต่างๆ ด้วยการปิดสาขาที่ไม่มีศักยภาพในการทำกำไร เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการลงอย่างมีนัยยะสำคัญ รวมทั้งลดขนาดองค์กรให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจและสถานการณ์เศรษฐกิจ

### กำไร (ขาดทุน) สุทธิ

บริษัทมีกำไร (ขาดทุน) สุทธิสำหรับงวดในปี 2563 และปี 2562 เป็นจำนวน -104.88 ล้านบาท และ 232.58 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ -13.33 และร้อยละ 11.51 ตามลำดับ ทั้งนี้ กำไรสุทธิของบริษัทลดลง มาจากยอดขายได้และกำไรขั้นต้นที่ลดลง แต่บริษัทยังคงมีความสามารถในการควบคุมค่าใช้จ่ายได้ดี

จากสถานการณ์ดังกล่าวบริษัทเล็งเห็นผลกระทบในระยะยาวจึงมีมาตรการลดความเสี่ยงในอนาคต บริษัทได้ดำเนินกลยุทธ์เพื่อปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความคล่องตัว เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และลดภาระค่าใช้จ่ายในอนาคต ซึ่งส่งผลให้ปี 2563 บริษัทเกิดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการปรับโครงสร้างธุรกิจ ซึ่งเป็นการจ่ายครั้งเดียวที่ไม่เกิดขึ้นเป็นประจำ (Non-routine expenses) จำนวน 80.9 ล้านบาท อาทิ ค่าใช้จ่ายจากการตัดจำหน่ายและด้อยค่าสินทรัพย์ของสาขา ตามแนวทางการปิดสาขาที่ไม่มีศักยภาพในการทำกำไร และได้รับผลกระทบจากนโยบายปิดศูนย์การค้าต่างๆ ตามประกาศของรัฐบาลจากสถานการณ์โควิด-19 (COVID-19) ค่าชดเชยจากปรับฐานกำไรคนและลดค่าใช้จ่ายของบุคคลากรที่เกิดจากโครงการสมัครใจลาออก ค่าใช้จ่ายอื่นที่เกิดขึ้นตามสถานการณ์ และมีการรับรู้ผลประโยชน์ทางภาษีจากผลขาดทุนตามแนวทางปฏิบัติสำหรับภาษีเงินได้มาตราฐานบัญชีฉบับที่ 12 จำนวน 24.7 ล้านบาทซึ่งทำให้บริษัทมีผลประกอบการขาดทุนจากผลการดำเนินงานจริงมูลค่า 48.8 ล้านบาท

## **● การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับปี 2563 และปี 2562**

### สินทรัพย์

สินทรัพย์รวมของบริษัท ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 1,082.26 ล้านบาท และ 1,315.92 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิตัวลดลงร้อยละ 17.76 สาเหตุที่ลดลงหลักๆ มาจากการขายสินค้าคงเหลือ, เงินลงทุนชั่วคราว, เงินลงทุนระยะยาว และสินทรัพย์ถาวร

สินทรัพย์หมุนเวียน ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 694.03 ล้านบาท และ 901.12 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.13 และร้อยละ 68.48 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ สินทรัพย์หมุนเวียนของบริษัทประกอบด้วยสินทรัพย์ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

(1) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 175.94 ล้านบาท และ 154.66 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 16.26 และร้อยละ 11.75 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ

(2) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 58.64 ล้านบาท และ 91.59 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.42 และร้อยละ 6.96 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ บริษัทมีลูกหนี้การค้าในสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับสินทรัพย์รวมเนื่องจากขายสินค้าด้วยเงินสดเกือบทั้งหมด โดยมีระยะเวลาในการเก็บหนี้เฉลี่ยเท่ากับ 27 วัน บริษัทมีการให้เครดิตทางการค้ากับลูกค้าคอนซูเมอร์โปรดักส์ ลูกหนี้ค้าส่งต่างประเทศและพนักงานบริษัท และการติดตามเก็บชำระหนี้ที่มีประสิทธิภาพชำระหนี้ได้ตรงตามเวลาโดยบริษัทยังคงรักษาระยะเวลาในการเก็บหนี้เฉลี่ยให้อยู่ในระดับ 27 วัน

(หน่วย: ล้านบาท)

ลูกหนี้การค้า	31/12/2563		31/12/2562	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%
ลูกหนี้การค้าที่ไม่เกินกำหนดชำระ	41.00	97.45%	69.99	166.36%
ลูกหนี้การค้าเกินกำหนดชำระ				
- ไม่เกิน 3 เดือน	1.06	2.51%	4.49	10.67%
- มากกว่า 3 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี	0.00	0.00%	0.11	0.26%
- มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	0.02	0.04%	0.02	0.04%
<b>รวมลูกหนี้การค้า</b>	<b>42.07</b>		<b>74.60</b>	

(3) สินค้าคงเหลือ ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 209.02 ล้านบาท และ 354.87 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 19.31 และร้อยละ 26.97 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ สินค้าคงเหลือของบริษัทจะแบ่งออกได้เป็นสินค้าสำเร็จรูป บรรจุภัณฑ์ และวัสดุสิ้นเปลืองดังตาราง

(หน่วย: ล้านบาท)

สินค้านคงเหลือ	2563		< 1 ปี 5 เดือน		1 ปี 5 เดือน - 3 ปี		> 3 ปี	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สินค้าสำเร็จรูป	152.65	63.53%	99.25	65.02%	44.94	29.44%	8.46	5.54%
บรรจุภัณฑ์	79.45	33.07%	19.49	24.53%	43.54	54.79%	16.43	20.68%
งานระหว่างทำ	4.21	1.75%	4.21	100.00%	-	0.00%	-	0.00%
วัสดุสิ้นเปลือง	3.98	1.66%	1.61	40.55%	1.44	36.25%	0.92	23.20%
<b>รวม</b>	<b>240.29</b>	<b>100.00%</b>	<b>124.56</b>	<b>51.84%</b>	<b>89.92</b>	<b>37.42%</b>	<b>25.81</b>	<b>10.74%</b>
หัก ค่าเพื่อการลดมูลค่าของสินค้า	(31.28 )	-	(3.98 )	-	(16.76 )	-	(10.54 )	-
<b>สุทธิ</b>	<b>209.02</b>	<b>-</b>	<b>120.58</b>	<b>-</b>	<b>73.16</b>	<b>-</b>	<b>15.28</b>	<b>-</b>

บริษัทไม่มีนโยบายการผลิตสินค้าด้วยตนเอง แต่ใช้วิธีการสั่งผลิตโดยให้ผู้ผลิตเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด ดังนั้นสินค้าคงเหลือเกือบทั้งหมดของบริษัทจึงอยู่ในรูปของสินค้าสำเร็จรูปและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีมูลค่าโดยเฉลี่ยร้อยละ 98.34 ของสินค้าคงเหลือโดยรวม ทั้งนี้ สินค้าสำเร็จรูปจะมีนโยบายการตั้งค่าเพื่อการลดมูลค่าสินค้าและสินค้าเสื่อมคุณภาพโดยพิจารณาจากอายุของสินค้า เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว จะถูกตั้งค่าเผื่อในอัตราที่ต่ำกว่าเครื่องสำอางและอุปกรณ์เสริมความงาม เนื่องจากมีอายุการขายที่สั้นกว่า และหากพบว่าสินค้าได้มีการชำรุดเสียหาย หหมดอายุ หรือยกเลิกการขาย จะถูกตั้งสำรองค่าเผื่อร้อยละ 100 สำหรับบรรจุภัณฑ์จะมีนโยบายการตั้งค่าเผื่อในอัตราที่ต่ำกว่าสินค้าสำเร็จรูป เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่สามารถใช้ได้กับสินค้าหลายประเภท รวมทั้งบางส่วนสามารถนำมาพิมพ์ฉลากใหม่ได้ในกรณีที่สินค้ายกเลิกการผลิต ในส่วนของวัสดุสิ้นเปลืองนั้น ส่วนใหญ่ได้แก่เครื่องแบบพนักงาน และอุปกรณ์อื่นๆ ได้มีการตั้งค่าเพื่อการลดมูลค่าและเสื่อมคุณภาพไว้ด้วยแล้ว

สินค้าคงเหลือที่ได้รับการตั้งสำรองค่าเพื่อการลดมูลค่าสินค้าและสินค้าเสื่อมคุณภาพส่วนใหญ่ได้แก่บรรจุภัณฑ์ เช่น ขวด กล่อง สติกเกอร์ สำหรับสินค้าที่เลิกผลิตแล้วและไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ รวมทั้งสินค้าสำเร็จรูปที่ชำรุด ซึ่งบริษัทจะแยกไว้เป็นคลังสินค้าชำรุด โดยสำหรับปี 2563 และ 2562 บริษัทมีการตั้งสำรองค่าเผื่อในส่วนของคลังสินค้าชำรุดเป็นจำนวน 31.28 ล้านบาท และ 18.85 ล้านบาท ตามลำดับ บริษัทมีการบริหารสต็อกและมีแผนการทำลายสินค้าชำรุดในทุกๆ สิ้นปี โดยการทำลายสินค้าดังกล่าว ได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของกรมสรรพากรทุกประการ

ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 บริษัทมีระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยเท่ากับ 287 วัน และ 215 วัน ตามลำดับ ซึ่งคำนวณรวมสินค้าคงเหลือประเภทบรรจุภัณฑ์ด้วย อย่างไรก็ตาม หากคำนวณเฉพาะระยะเวลาในการขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย ณ สิ้นปี 2563 และ 2562 มีระยะเวลาเท่ากับ 217 วัน และ 168 วัน ตามลำดับ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ทั้งนี้ บริษัทมีการตรวจสอบอายุของสินค้าคงเหลืออย่างสม่ำเสมอและบริหารจัดการสินค้าตามอายุคงเหลือของสินค้าแต่ละประเภท ส่งผลให้สินค้าคงเหลือที่อยู่ในคลังปกติของบริษัทร้อยละ 65.02 เป็นสินค้าที่มีอายุไม่เกิน 1.5 ปี ซึ่งถือว่ามีความเสี่ยงเรื่องสินค้าเสื่อมสภาพต่ำ

(4) สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 250.43 ล้านบาท และ 300.00 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 23.14 และร้อยละ 22.80 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ ซึ่งเป็นเงินฝากระยะสั้นกับสถาบันการเงินหลายแห่งในประเทศ ครอบคลุมภายในระยะเวลาที่เกิน 3 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี และไม่มีข้อจำกัดในการเบิกใช้

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 388.23 ล้านบาท และ 414.80 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.87 และร้อยละ 31.52 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนหลักของบริษัท ได้แก่ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์โดย ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 มีจำนวน 165.82 ล้านบาท และ 230.52 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราราคาเฉลี่ยลดลงร้อยละ 28.07 โดยส่วนใหญ่ที่ลดลงเนื่องจากในปีปัจจุบันจะไม่ได้มีการจัดซื้อทรัพย์สินเข้ามาและบางส่วนสินทรัพย์บางรายการก็คิดค่าเสื่อมราคาจนเต็มมูลค่าของทรัพย์สินแล้ว และมีการตัดจำหน่ายทรัพย์สิน รวมถึงสำรองด้อยค่าทรัพย์สินของสาขาร้านค้าปลีกที่ปิดสาขาจึงทำให้ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิมีมูลค่าลดลงจากปีที่แล้ว

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ สินทรัพย์สิทธิการใช้ (ปรับปรุงตามมาตรฐาน TFRS16 เรื่อง สัญญาเช่า), กลุ่มสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นหลักๆเป็นเงินมัดจำค่าเช่าและบริการ และกลุ่มสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการดำเนินงานของบริษัท

### แหล่งที่มาของเงินทุน

หนี้สินรวมของบริษัท ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 มีจำนวน 234.35 ล้านบาท และ 239.44 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีหนี้สินหมุนเวียนที่สำคัญของบริษัทประกอบด้วย

(1) เจ้าหนี้การค้า ณ สิ้นปี 2562 และสิ้นปี 2561 มีจำนวนรวมเท่ากับ 28.72 ล้านบาท และ 81.81 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.65 และร้อยละ 6.22 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาชำระหนี้เท่ากับ 56 วัน และ 50 วัน ตามลำดับ เจ้าหนี้การค้าลดลงในปี 2563 ส่วนหนึ่งเนื่องจากการวางแผนในการสั่งผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าในช่วงไตรมาส 4 ปี 2562

(2) เจ้าหนี้อื่น ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายค้างจ่าย เจ้าหนี้กรมสรรพากร เจ้าหนี้ค่าทรัพย์สิน ฯลฯ ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 59.29 ล้านบาท และ 95.43 ล้านบาท ตามลำดับคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.48 และร้อยละ 7.25 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ

(3) ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ สิ้นปี 2563 และสิ้นปี 2562 มีจำนวน 847.90 ล้านบาท และ 1,076.48 ล้านบาท ตามลำดับ ปี 2563 ส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงจากปี 2562 เนื่องจากการจ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการปี 2562 และการปรับปรุงทางบัญชีตามมาตราฐาน TFRS16 เรื่อง สัญญาเช่า

ในปี 2563 ที่ประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลรวมทั้งสิ้นสำหรับปี 2562 ในอัตราหุ้นละ 0.071 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 212.59 ล้านบาท หรือเท่ากับ 91.41% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย (นโยบายจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่า 50% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย) โดยจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลไปแล้วเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2562 ในอัตราหุ้นละ 0.035 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 104.80 ล้านบาท ทั้งนี้ เป็นไปตามมติที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2562 เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2562 และให้จ่ายเงินปันผลเพิ่มอีกในอัตราหุ้นละ 0.036 บาท คิดเป็นเงินปันผลทั้งสิ้น 107.79 ล้านบาท ให้กับผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิรับเงินปันผลในวันที่ 13 เมษายน 2563 และจ่ายเงินปันผลในวันที่ 29 เมษายน 2563 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

(4) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ สิ้นปี 2563 และ สิ้นปี 2562 เท่ากับ 0.28 เท่า และ 0.22 เท่า ตามลำดับ ซึ่งยังถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เนื่องจากบริษัทใช้แหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่จากส่วนของผู้ถือหุ้น ทำให้มีความเสี่ยงด้านการเงินต่ำและมีความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ

### ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี

งบการเงินของบริษัทได้รับการตรวจสอบโดย นางสาววิมล กฤตยาเกียรติ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 2982 บริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีค่าใช้จ่ายสำหรับปี 2563 และปี 2562 เป็นจำนวน 1.46 ล้านบาท และ 1.46 ล้านบาท ตามลำดับ

### ● ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือฐานะการเงินของบริษัทในอนาคต

#### ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากบริษัทได้มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แนวคิดเมด อิน เนเจอร์ โดยจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ โมเดิร์นเทรด(Modern Trade) และผ่านช่องทางร้านค้าปลีกค้าส่งทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด(Traditional Trade) ซึ่งช่องทางการขายดังกล่าวจะมีต้นทุนขายที่มากกว่าการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกซึ่งเป็นช่องทางหลักของบริษัทในปัจจุบันซึ่งหากบริษัทมีสัดส่วนการขายผ่านช่องทางนี้จำนวนมากขึ้นอาจส่งผลให้แนวโน้มอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทลดลง อย่างไรก็ตาม การจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในลักษณะของการขายขาดและฝากขาย จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของบริษัท เช่น ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย ค่าเช่า ค่าฝึกอบรม ค่าคอมมิชชั่น เป็นต้น ซึ่งทำให้อัตรากำไรสุทธิของการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางดังกล่าวอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์อื่นๆของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทคาดว่าหากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางนี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้รายได้รวมและกำไรสุทธิของบริษัทโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้น

# LIVE

Live a  
**beautiful**  
Life





# รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอ ผู้ถือหุ้นบริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

## ความเห็น

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินของบริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ซึ่งประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น และงบกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันและหมายเหตุประกอบงบการเงินรวมถึงหมายเหตุสรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

ข้าพเจ้าเห็นว่า งบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงินของบริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

## เกณฑ์ในการแสดงความเห็น

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าได้กล่าวไว้ในวรรคความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินในรายงานของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความเป็นอิสระจากบริษัทตามข้อกำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชี ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงินและข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามความรับผิดชอบด้านจรรยาบรรณอื่นๆ ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดเหล่านี้ ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

## เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบคือเรื่องต่าง ๆ ที่มีนัยสำคัญที่สุดตามดุลยพินิจของผู้ประกอบวิชาชีพของข้าพเจ้าในการตรวจสอบงบการเงินสำหรับงวดปัจจุบัน ข้าพเจ้าได้นำเรื่องเหล่านี้มาพิจารณาในบริบทของการตรวจสอบงบการเงินโดยรวมและในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ทั้งนี้ข้าพเจ้าไม่ได้แสดงความเห็นแยกต่างหากสำหรับเรื่องเหล่านี้

## การแสดงผลค่าของสินค้าคงเหลือ

ตามที่กล่าวไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 5.4 และข้อ 8 บริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 จำนวน 209.02 ล้านบาท ซึ่งเป็นจำนวนที่มีนัยสำคัญในงบการเงินได้แสดงผลค่าตามวิธีราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่มูลค่าใดจะต่ำกว่า ซึ่งประเภทสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าแฟชั่นที่มีจะมีการเปลี่ยนแปลงความนิยมในตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ อย่างรวดเร็ว และสภาวะการแข่งขันสูง ส่งผลให้การแสดงผลค่าสินค้าคงเหลือตามวิธีราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่มูลค่าใดจะต่ำกว่าต้องใช้ดุลยพินิจและประมาณการที่สำคัญของฝ่ายบริหารในการวัดมูลค่า ซึ่งดุลยพินิจที่สำคัญของฝ่ายบริหารประกอบด้วย การพิจารณาจากรายงานวิเคราะห์อายุสินค้า การตั้งราคาขาย การประมาณในการให้ส่วนลดหรือวิธีการส่งเสริมการขายที่จะเกิดขึ้นเพื่อผลักดันให้เกิดการขายในอนาคต ซึ่งข้อสมมุติฐานที่ฝ่ายบริหารใช้ในเรื่องดังกล่าวจะส่งผลต่อการแสดงผลค่าของสินค้าและค่าใช้จ่ายอันเกิดจากประมาณค่าเพื่อการลดมูลค่าสินค้าคงเหลือ ในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

ข้าพเจ้าได้รับความเชื่อมั่นเกี่ยวกับการแสดงผลค่าของสินค้าคงเหลือ โดย

- ทำความเข้าใจเกี่ยวกับแผนการขายและนโยบายการตั้งราคาขายของฝ่ายบริหาร และนโยบายส่งเสริมการขายที่จะผลักดันการขายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ฝ่ายบริหารได้คาดการณ์ไว้
- ประเมินดุลยพินิจที่สำคัญของฝ่ายบริหารเกี่ยวกับราคาที่จะขายในอนาคต
- สุ่มทดสอบการจัดทำรายงานวิเคราะห์อายุสินค้าคงเหลือ ว่ามีการจัดทำตามนโยบาย และสอดคล้องกับอายุของสินค้าหรือไม่ โดยมีการคำนวณอย่างถูกต้อง และนำมาตั้งค่าเพื่อการลดมูลค่าอย่างเหมาะสม
- สุ่มทดสอบการคำนวณราคาทุนของสินค้า เพื่อให้มั่นใจว่าต้นทุนที่บันทึกในบัญชีตรงกับเอกสาร อย่างถูกต้อง
- เข้าลุ่มสังเกตการตรวจนับสินค้าที่สาขา และคลังสำนักงานใหญ่ โดยการสังเกตสภาพสินค้าว่ามีการเสื่อมสภาพหรือไม่ พร้อมทั้งตรวจสินค้าดังกล่าวกับรายงานสินค้ารอทำลาย และการนำมาพิจารณาการตั้งค่าเพื่อการลดมูลค่าอย่างเหมาะสม
- เปรียบเทียบต้นทุนสินค้ากับมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับสุทธิ ซึ่งคำนวณจากราคาขายสินค้าภายหลังสิ้นปีหักต้นทุนที่จำเป็นต้องจ่ายไปเพื่อให้ขายสินค้านั้นได้ เพื่อดูว่ามีสินค้าราคาทุนต่ำกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับหรือไม่

## ข้อมูลและเหตุการณ์ที่เน้น

ทั้งนี้ความเห็นของข้าพเจ้าไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากเรื่องดังต่อไปนี้ ข้าพเจ้าขอให้สังเกตหมายเหตุประกอบงบการเงินดังต่อไปนี้

1. หมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 1.2 เนื่องด้วยผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้บริษัทไม่สามารถขายสินค้าผ่านสาขาในห้างสรรพสินค้าให้กับลูกค้าได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดยังมีอยู่ และในปี 2563 บริษัทได้ดำเนินการปิดสาขาเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อต้องการเงินของบริษัท

2. หมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 3 บริษัทได้จัดทำงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 โดยเลือกนำแนวปฏิบัติทางการบัญชี เรื่อง มาตรการผ่อนปรนชั่วคราวสำหรับทางเลือกเพิ่มเติมทางบัญชีเพื่อรองรับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ประกาศโดยสภาวิชาชีพบัญชี มาถือปฏิบัติ

### ข้อมูลอื่น

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ข้อมูลอื่นประกอบด้วยข้อมูลซึ่งรวมอยู่ในรายงานประจำปี (แต่ไม่รวมถึงงบการเงินและรายงานของผู้สอบบัญชีที่อยู่ในรายงานนั้น) ข้าพเจ้าคาดว่าข้าพเจ้าจะได้รับรายงานประจำปีภายหลังวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีนี้

ความเห็นของข้าพเจ้าต่อการเงินไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลอื่น

ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงินคือ การอ่านและพิจารณาว่าข้อมูลอื่นมีความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับงบการเงินหรือกับความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้า หรือปรากฏว่ามีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

เมื่อข้าพเจ้าได้อ่านรายงานประจำปีของบริษัท หากข้าพเจ้าสรุปได้ว่ามีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญข้าพเจ้าต้องสื่อสารเรื่องดังกล่าวกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล เพื่อให้มีการดำเนินการแก้ไขข้อมูลที่แสดงขัดต่อข้อเท็จจริงอย่างเหมาะสม

### ความรับผิดชอบของผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลต่อการเงิน

ผู้บริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและการนำเสนองบการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ในการจัดทำงบการเงิน ผู้บริหารรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่อง เปิดเผยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่อเนื่องตามความเหมาะสม และการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องเว้นแต่ผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะเลิกบริษัทหรือหยุดดำเนินงานหรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องต่อไปได้

ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลมีหน้าที่ในการสอดส่องดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัท

### ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงิน

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และเสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วยความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลคือความเชื่อมั่นในระดับสูงแต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีจะสามารถตรวจพบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดและถือว่ามีความสำคัญเมื่อคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผลว่ารายการที่ขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการหรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินเหล่านี้

- ในการตรวจสอบของข้าพเจ้าตามมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าได้ใช้ดุลยพินิจและการสังเกตและสงสัยเยี่ยง
- ผู้ประกอบวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ การปฏิบัติงานของข้าพเจ้ารวมถึง
- ระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงิน ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติงานตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีที่เพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงที่ไม่พบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงที่เกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิด การปลอมแปลงเอกสารหลักฐาน การตั้งใจละเว้นการบันทึกรายการหรือแสดงข้อมูล การแสดงข้อมูลที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริงหรือการแทรกแซงการควบคุมภายใน
  - ทำความเข้าใจในระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบที่เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของบริษัท
  - ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชี และการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งจัดทำขึ้นโดยผู้บริหาร
  - สรุปเกี่ยวกับความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องของผู้บริหารจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับ สรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์ หรือสถานการณ์ที่อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ ถ้าข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องกล่าวไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้าโดยให้ข้อสังเกตถึงการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินที่เกี่ยวข้อง หรือถ้าการเปิดเผยดังกล่าวไม่เพียงพอ ความเห็นของข้าพเจ้าจะเปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้บริษัทต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่อง
  - ประเมินการนำเสนอ โครงสร้างและเนื้อหาของงบการเงินโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลว่างบการเงินแสดงรายการและเหตุการณ์ที่ทำให้มีการนำเสนอข้อมูลโดยถูกต้องตามที่ควรหรือไม่

ข้าพเจ้าได้สื่อสารกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำกับดูแลในเรื่องต่างๆที่สำคัญ ซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามที่ได้วางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญที่พบจากการตรวจสอบ รวมถึงข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายในหากข้าพเจ้าได้พบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้ให้คำรับรองแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำกับดูแลว่าข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอิสระและได้สื่อสารกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำกับดูแลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทั้งหมดตลอดจนเรื่องอื่น ซึ่งข้าพเจ้าเชื่อว่ามีเหตุผลที่บุคคลภายนอกอาจพิจารณาว่ากระทบต่อความเป็นอิสระของข้าพเจ้าและมาตรการที่ข้าพเจ้าใช้เพื่อป้องกันไม่ให้ข้าพเจ้าขาดความเป็นอิสระ

จากเรื่องที่สื่อสารกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำกับดูแล ข้าพเจ้าได้พิจารณาเรื่องต่าง ๆ ที่มีนัยสำคัญมากที่สุดในการตรวจสอบงบการเงินในงวดปัจจุบันและกำหนดเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ข้าพเจ้าได้อธิบายเรื่องเหล่านี้ไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชี เว้นแต่กฎหมายหรือข้อบังคับไม่ให้เปิดเผยต่อสาธารณะเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว หรือในสถานการณ์ที่ยากที่จะเกิดขึ้น ข้าพเจ้าพิจารณาว่าไม่ควรสื่อสารเรื่องดังกล่าวในรายงานของข้าพเจ้า เพราะการกระทำดังกล่าวสามารถคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผลว่าจะมีผลกระทบในทางลบมากกว่าผลประโยชน์ต่อส่วนได้เสียสาธารณะจากการสื่อสารดังกล่าว

บริษัท สออบบิยูซี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

(นางสุวิมล กฤตยาเกียรติ)  
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 2982  
วันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564



## เอกสารแนบ 1

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริหารและ  
ผู้มีอำนาจควบคุมบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

เอกสารแนบ 1

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีส่วนควบคุม และเลขานุการบริษัท บริษัท บิวทีคอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

ชื่อ-นามสกุล รศ.ดร. วิจิต อุอิน	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	ความสัมพันธ์ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	สัดส่วนการถือหุ้น ในบริษัท	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ย้อนหลัง			
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน / บริษัท	ประเภทธุรกิจ
นางแพทย์สุรินทร์ ไกรฤกษ์	53	- ปริญญาตรี วท. (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ - ปริญญาโท วท. (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ - ปริญญาเอก DBA. (Marketing) The University of Sarasota, USA - ปริญญาเอก D.I.B.A.-Nova Southeastern University, Florida, USA. - Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย	-	-	2563 - ปัจจุบัน 2560 - ปัจจุบัน 2556 - ปัจจุบัน 2552 - 2555 2552 - 2555	- ประธานกรรมการบริษัท (รักษาการ) - ประธานกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ - ประธานกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ - คณะที่ปรึกษาคณะที่ปรึกษาด้านการจัดการ (Graduate College of Management) - คณะกรรมการบริหารนโยบายและคณะทำงาน - อดีตผู้อำนวยการศูนย์วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค คณะบริหารธุรกิจ	บมจ. บิวทีคอมมูนิตี้ บมจ. บิวที คอมมูนิตี้ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปัญญาสัมพันธ์เพื่อการวิจัยความเห็น สาธารณะแห่งประเทศไทย มหาวิทยาลัยศรีปทุม	จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว การศึกษา สำรวจความคิดเห็นของประชาชนไทยในเรื่องสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา
	52	- ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ - Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย - หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง สถาบันวิทยการตลาด รุ่นที่ 18 - หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง Global Business Leaders Program (GBL) จาก LEAD BUSINESS INSTITUTE - หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง Chief Transformation Officer (CTO) จาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	-	9.50%	2561 - ปัจจุบัน 2560 - 2561 2543 - 2559	- กรรมการ - ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กรรมการ - ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - รักษาการผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อ - กรรมการ - ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - รักษาการผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด - รักษาการผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดซื้อ	บมจ. บิวที คอมมูนิตี้ บมจ. บิวที คอมมูนิตี้ บมจ. บิวที คอมมูนิตี้	จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว
	51	- ประกาศนียบัตรพยาบาล ระดับต้น วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนี พะเยา - ผ่านการอบรม Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย - Academy of Business Creativity (ABC) จากสถาบันพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เชิงธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม	-	11.70%	2557 - ปัจจุบัน 2543 - 2557	- กรรมการ - กรรมการและรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ. บิวที คอมมูนิตี้ บมจ. บิวที คอมมูนิตี้	จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว

ชื่อ-นามสกุล	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	สัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท	ประสบการณ์ทำงานในระยะเวลา 5 ปี ย้อนหลัง		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อนายงาน / บริษัท
น.ส.มณีนุชทิพย์ มลาอัครนันท์	43	-ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์ (เทคโนโลยีการแพทย์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ - ผ่านการอบรม Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย - The Madanes Enneagram Coaching Methodology จาก NLP Life Mastery - Certificate of practitioner at Fundamental Level จาก ISTRONG Mental Health - Professional certified life coach จาก Thailand coaching academy - Master certified life coach จาก Thailand coaching academy	นางสาวของ นางธิษฏ์อนุภรณ์ ไกรฤเบนด	0.03%	2556 - ปัจจุบัน 2555 - 2556	- กรรมการ - กรรมการบริหาร และผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนากิจและสื่อสารองค์กร	บมจ. บิวดี้ คอมมูนิตี้ บมจ. บิวดี้ คอมมูนิตี้
					2553 - 2554 2548 - 2552	- รองผู้จัดการฝ่ายผลิตภัณฑ์ - หัวหน้าแผนกปฏิบัติการขาย	บมจ. บิวดี้ คอมมูนิตี้ บมจ. บิวดี้ คอมมูนิตี้
ดร.พีระพงษ์ กิติธวัชโคตรวัฒน์	58	-ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ -ปริญญาโท การตลาดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ Gothenberg University, Sweden -ปริญญาโทการบริหารธุรกิจจากลิ้ง, University of sterling United Kingdom -ปริญญาเอก การจัดการทุนวิจัยบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม - Mini MBA in Franchise Nova Southeastern University, USA - CFE (Certified Franchise Executive) International Franchise Association (IFA) - Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย	-	0.035%	2563 - ปัจจุบัน 2561 - 2562	- กรรมการ - รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กรรมการ - รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ. บิวดี้ คอมมูนิตี้ บมจ. บิวดี้ คอมมูนิตี้
					2560 - 2561	- กรรมการ - รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ. บิวดี้ คอมมูนิตี้
					2554 - 2560 2550 - 2560 2538 - 2560	- ประธานกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ - กรรมการ - กรรมการ	บมจ. บิวดี้ คอมมูนิตี้ บจ. บิลิแนส โซลู แอนด์ คอมมูนิคัล บจ. บี.ที.ซี. พาร์ท เนชั่น
พันเอกอรพทล ศรีสังวาลย์	53	-ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง -นักกฎหมายภาครัฐ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา 2552 -วิทยาสัยการพิทักษ์ ชุดที่ 58 -ผ่านการอบรม Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย	-	-	2560 - ปัจจุบัน 2560 - 2561 2559 - 2562	- นายทหารปฏิบัติการพิเศษ - หัวหน้าแผนกกฎหมาย - ผู้ช่วยดำเนินงานของสมาชิกสมาคมนิติบัญญัติแห่งชาติ	กรมการสารวัตรทหารบก อาร์มยูไนเต็ด สมาคมนิติบัญญัติแห่งชาติ
					2557 - 2560 2554 - ปัจจุบัน	- คณะกรรมการอำนวยการ การคดี - กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ	กองทัพบก บจ. บิวดี้ คอมมูนิตี้



ชื่อ-นามสกุล	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	สัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ย้อนหลัง			
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน / บริษัท	ประเภทธุรกิจ
นายบุญชัย พงษ์นิตย์	44	- บริญญติร์ บัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - บริญญไท วิทยาศาสตร์ สาขาการจัดการความเสี่ยงและ อนุพันธ์ทางการเงิน Georgia State University - ผ่านการอบรม Director Accreditation Program (DAP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย - ผู้ตรวจสอบบัญชีรับอนุญาต Certified Public Accountant (CPA)	-	-	2561 - ปัจจุบัน	- กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ	บมจ. แอลซีเอ็ม เทคโนโลยี	ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์และชิ้นส่วนโลหะ
					2559 - ปัจจุบัน	- กรรมการ	บมจ. ไทย อิงเกอร์ โฮลดิ้ง	รับเหมาก่อสร้าง
					2558 - ปัจจุบัน	- กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ	บมจ. เดปท์คัลเลอร์ปอเรชั่น	กิจการบริการด้านนัดกรรม
					2554 - ปัจจุบัน	- กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ	บมจ. บิวตี้ คอสเมติกส์	จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว
					2551 - ปัจจุบัน	- กรรมการ	บจ. เอเซียเฟื่องเมืองแปงอุตสาหกรรม	ผลิตและจำหน่ายแร่ฟอสเฟต
นางสาวศิริกัญย์ พัตติวิริยะนันท์	54	- บริญญติร์ บัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ( เกียรตินิยมอันดับ 2 ) - Kasat mini Financial Business Management มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ - DIGITAL MARKETING CERTIFICATE PROGRAM - DMP มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - Strategies and Innovation Creation มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	-	0.003%	2561 - ปัจจุบัน	- กรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ	บมจ. บิวตี้คอสเมติกส์	จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว
					2560 - 2561	- กรรมการบริหารและผู้อำนวยการฝ่ายการขายและ รักษาการผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด	บมจ. บิวตี้คอสเมติกส์	จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว
					2560 - ปัจจุบัน	- กรรมการกรรมการบริหาร และผู้อำนวยการฝ่าย เทคโนโลยีสารสนเทศ บมจ. บิวตี้คอสเมติกส์	บมจ. บิวตี้ คอสเมติกส์	จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว
นายบุญฤทธิ์ ศีดานนท์	49	- Master of MBA, OKLAHOMA CITY University Major: Management Information System - Professional Certification Program NORTHWESTERN University Major: E-Commerce - Bachelor of Engineering (B.E.), ASSUMPTION University Major: Electronics	-	0.002%	2560 - ปัจจุบัน	- กรรมการกรรมการบริหาร และผู้อำนวยการฝ่าย เทคโนโลยีสารสนเทศ บมจ. บิวตี้คอสเมติกส์	บมจ. บิวตี้ คอสเมติกส์	จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว
					2554 - 2559	- คณะผู้บริหาร, ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และคณะกรรมการบริหารการวางแผนต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) บริษัท รีด เทคเน็ท จำกัด	บริษัท รีด เทคเน็ท จำกัด	การจ้างงานแสดงสินค้า
					2545 - 2559	- ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทแนเชอร์ล พาร์ค จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันเชื่อบริษัท ยูริตี้ จำกัด (มหาชน)	บริษัท ยูริตี้ จำกัด (มหาชน)	อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง
นางดารณี ปะเล้ง	41	- บริญญติร์ วิทยาศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ - Company Secretary Program (csp) จากสมาคมส่งเสริม สถาบันกรรมการบริษัทไทย	-	0.002%	2555 - ปัจจุบัน	- กรรมการบริษัทและเลขานุการประธานเจ้าหน้าที่ บริหาร	บมจ. บิวตี้ คอสเมติกส์	จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว
					2545 - ปัจจุบัน	- เลขานุการประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ. บิวตี้ คอสเมติกส์	จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว



### เอกสารแนบ 3

งบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ  
บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

วันที่ 31 ธันวาคม 2563



บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

(หน่วย: บาท)			
สินทรัพย์	หมายเหตุ	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
<strong>สินทรัพย์หมุนเวียน</strong>			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	6	175,942,839.82	154,656,264.42
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	7	58,637,717.45	91,589,398.55
สินค้าคงเหลือ	8	209,016,057.24	354,874,656.32
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น/เงินลงทุนชั่วคราว	9	250,432,214.58	300,000,000.00
<strong>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</strong>		<strong>694,028,829.09</strong>	<strong>901,120,319.29</strong>
<strong>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</strong>			
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น/เงินลงทุนระยะยาวอื่น	10	-	50,000,000.00
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	11	165,821,307.64	230,516,554.63
สินทรัพย์สิทธิการใช้	12	100,091,561.11	-
สิทธิการเช่า	4	-	3,748,033.91
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	13	22,742,739.87	26,140,584.34
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	14	43,633,326.52	12,543,168.14
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	15	55,937,561.81	91,850,298.12
<strong>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</strong>		<strong>388,226,496.95</strong>	<strong>414,798,639.14</strong>
<strong>รวมสินทรัพย์</strong>		<strong>1,082,255,326.04</strong>	<strong>1,315,918,958.43</strong>

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบการเงินนี้ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ ..... เมื่อวันที่ .....

ขอรับรองว่ารายการข้างต้นเป็นความจริงและถูกต้องทุกประการ

(ลงชื่อ).....กรรมการตามอำนาจ  
( )

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

(หน่วย: บาท)

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	หมายเหตุ	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>			
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	16	88,011,611.46	177,238,227.73
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	12	73,451,452.26	-
ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย		-	28,691,913.99
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>		<b>161,463,063.72</b>	<b>205,930,141.72</b>
<b>หนี้สินไม่หมุนเวียน</b>			
หนี้สินตามสัญญาเช่า	12	48,624,312.13	-
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน	17	16,407,376.00	23,041,416.00
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น		5,820,645.00	6,892,177.00
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น		2,036,750.00	3,574,900.00
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>		<b>72,889,083.13</b>	<b>33,508,493.00</b>
<b>รวมหนี้สิน</b>		<b>234,352,146.85</b>	<b>239,438,634.72</b>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>			
ทุนเรือนหุ้น			
ทุนจดทะเบียน			
หุ้นสามัญ 3,022,610,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท		302,261,000.00	302,261,000.00
ทุนที่ออกและชำระแล้ว			
หุ้นสามัญ 3,006,868,535 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท	19	300,686,853.50	300,686,853.50
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	19	592,711,215.04	592,711,215.04
ส่วนทุนจากการจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์		16,302,071.90	16,302,071.90
หุ้นสามัญซื้อคืน	22	(99,690,176.42)	(99,690,176.42)
กำไร(ขาดทุน)สะสม			
จัดสรรแล้ว			
ทุนสำรองตามกฎหมาย	20	30,226,100.00	30,226,100.00
สำรองสำหรับหุ้นที่บริษัทฯ ซื้อคืน		99,690,176.42	99,690,176.42
ยังไม่ได้จัดสรร		(92,023,061.25)	136,554,083.27
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>		<b>847,903,179.19</b>	<b>1,076,480,323.71</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>		<b>1,082,255,326.04</b>	<b>1,315,918,958.43</b>

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

(ลงชื่อ).....กรรมการตามอำนาจ

( )

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563

(หน่วย: บาท)			
	หมายเหตุ	2563	2562
รายได้จากการขาย		769,297,049.48	2,007,207,525.49
ต้นทุนขาย		(353,276,270.48)	(794,138,254.12)
กำไรขั้นต้น		416,020,779.00	1,213,069,271.37
รายได้อื่น		12,948,544.69	6,429,267.94
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย		(351,485,421.93)	(701,750,900.95)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		(160,225,784.48)	(234,107,427.35)
ขาดทุนจากการด้อยค่าทรัพย์สิน		(41,777,733.55)	-
กำไร (ขาดทุน) จากกิจกรรมดำเนินงาน		(124,519,616.27)	283,640,211.01
รายได้ทางการเงิน		4,588,004.39	7,130,235.46
ต้นทุนทางการเงิน	12.2.3	(10,907,235.38)	-
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษีเงินได้		(130,838,847.26)	290,770,446.47
รายได้ (ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	14	25,956,989.88	(58,193,545.51)
กำไร (ขาดทุน) สำหรับปี		(104,881,857.38)	232,576,900.96
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น:			
รายการที่จะไม่ถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง			
ผลขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย		4,331,153.80	-
หัก : ผลกระทบของภาษีเงินได้		(866,230.76)	-
กำไรเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี		3,464,923.04	-
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี		(101,416,934.34)	232,576,900.96
กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้น			
กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	27	(0.04)	0.08
กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้นปรับลด	27	(0.04)	0.08

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

(ลงชื่อ).....กรรมการตามอำนาจ

( )



บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น

สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563

(หน่วย: บาท)									
หมายเหตุ	ทุนที่ออกและชำระแล้ว	ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	ส่วนทุนจากการขายโดยผู้ถือหุ้นสามัญ	ส่วนทุนจากกำไรสุทธิ	ส่วนทุนจากกำไรสุทธิ	ส่วนทุนจากกำไรสุทธิ	ส่วนทุนจากกำไรสุทธิ	ส่วนทุนจากกำไรสุทธิ	ส่วนทุนจากกำไรสุทธิ
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2562	300,621,495.50	588,958,813.50	14,438,846.44	(99,690,176.42)	30,226,100.00	99,690,176.42	421,972,668.50	1,356,217,923.94	
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	-	-	-	232,576,900.96	232,576,900.96	
การจ่ายโดยผู้ถือหุ้นเป็นเกณฑ์	-	-	2,413,085.00	-	-	-	-	2,413,085.00	
การใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิซื้อหุ้นสามัญ	65,358.00	3,752,401.54	(549,859.54)	-	-	-	-	3,267,900.00	
เงินปันผลจ่าย	-	-	-	-	-	-	(413,198,708.42)	(413,198,708.42)	
เงินปันผลจ่ายระหว่างกาล	-	-	-	-	-	-	(104,796,777.77)	(104,796,777.77)	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562	300,686,853.50	592,711,215.04	16,302,071.90	(99,690,176.42)	30,226,100.00	99,690,176.42	136,554,083.27	1,076,480,323.71	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2563	300,686,853.50	592,711,215.04	16,302,071.90	(99,690,176.42)	30,226,100.00	99,690,176.42	136,554,083.27	1,076,480,323.71	
ผลสะสมจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายบัญชี	-	-	-	-	-	-	(19,369,242.02)	(19,369,242.02)	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2563 (หลังปรับปรุง)	300,686,853.50	592,711,215.04	16,302,071.90	(99,690,176.42)	30,226,100.00	99,690,176.42	117,184,841.25	1,057,111,081.69	
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	-	-	-	(101,416,934.34)	(101,416,934.34)	
เงินปันผลจ่าย	-	-	-	-	-	-	(107,790,968.16)	(107,790,968.16)	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	300,686,853.50	592,711,215.04	16,302,071.90	(99,690,176.42)	30,226,100.00	99,690,176.42	(92,023,061.25)	847,903,179.19	

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

(ลงชื่อ).....กรรมการตามอำนาจ  
( )

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

งบกระแสเงินสด

สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563

	(หน่วย: บาท)	
	2563	2562
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน		
กำไร (ขาดทุน) สำหรับปี	(104,881,857.38)	232,576,900.96
รายการปรับกระทบกำไรเป็นเงินสดสุทธิได้มาจาก(ใช้ไปใน)		
กิจกรรมดำเนินงาน		
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจ่าย	120,578,459.83	53,680,982.51
ขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น		
(2562: หนี้สงสัยจะสูญของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น)	(639,650.47)	280,513.79
ขาดทุนจากการลดมูลค่าของสินค้า	12,426,491.18	12,012,663.18
ขาดทุนจากการทำลายสินค้า	4,607,301.68	2,532,338.02
(กำไร)จากการขายทรัพย์สิน	(114,001.37)	(206,938.12)
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	23,630,385.38	5,696,460.58
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้	47,056,527.11	-
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายเงินมัดจำ	9,743,241.65	-
ขาดทุน(กำไร)จากตราสารอนุพันธ์	(432,214.58)	140,693.37
ขาดทุนจากการด้อยค่าที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,988,381.31	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินมัดจำ	6,415,715.21	-
(โอนกลับ)ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-	(824,512.70)
(รายได้)/รายจ่ายรับรู้ - คะแนนสะสม	(4,483,191.74)	(13,495,681.60)
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน	4,225,887.00	6,612,973.51
ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์	-	2,413,085.00
รายได้ทางการเงิน	(4,588,004.39)	(7,130,235.46)
ต้นทุนทางการเงิน	10,907,235.38	-
ค่าใช้จ่าย(รายได้)ภาษีเงินได้	(25,956,989.88)	58,193,545.51
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงใน		
สินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	100,483,715.92	352,482,788.55
สินทรัพย์จากการดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง		
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	32,677,561.41	(8,938,110.66)
สินค้าคงเหลือ	128,824,806.22	223,415,634.77
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	19,753,779.45	7,611,633.89
สินทรัพย์จากการดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง	181,256,147.08	222,089,158.00
หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้		

(ลงชื่อ).....กรรมการตามอำนาจ

( )

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)  
งบกระแสเงินสด (ต่อ)  
สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563

	(หน่วย: บาท)	
	2563	2562
หนี้สินจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)		
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	(74,158,865.88)	(94,020,762.00)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	(1,538,150.00)	(560,700.00)
หนี้สินจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)	(75,697,015.88)	(94,581,462.00)
เงินสดได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมดำเนินงาน	206,042,847.12	479,990,484.55
จ่ายผลประโยชน์พนักงาน	(6,528,773.20)	-
จ่ายต้นทุนทางการเงิน	(10,907,235.38)	-
จ่ายภาษีเงินได้	(28,966,157.21)	(143,186,371.43)
<b>เงินสดสุทธิได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b>159,640,681.33</b>	<b>336,804,113.12</b>
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน</b>		
เงินรับจากรายได้ทางการเงิน	5,776,017.77	7,156,045.86
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น/เงินลงทุนชั่วคราว(เพิ่มขึ้น)ลดลง	50,000,000.00	160,000,000.00
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น/เงินลงทุนระยะยาวอื่น(เพิ่มขึ้น)ลดลง	50,000,000.00	(50,000,000.00)
ซื้ออาคาร และอุปกรณ์	(5,685,961.25)	(15,106,628.94)
เงินรับจากการขายอุปกรณ์	187,492.69	267,149.59
ซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	(4,798,732.99)	(2,697,807.01)
<b>เงินสดสุทธิได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมลงทุน</b>	<b>95,478,816.22</b>	<b>99,618,759.50</b>
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>		
จ่ายเงินปันผล	(107,513,358.21)	(517,858,877.88)
เงินสดรับจากการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิซื้อหุ้นสามัญ	-	3,267,900.00
ชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า	(126,319,563.94)	-
<b>เงินสดสุทธิได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>	<b>(233,832,922.15)</b>	<b>(514,590,977.88)</b>
<b>เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ</b>	<b>21,286,575.40</b>	<b>(78,168,105.26)</b>
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี	154,656,264.42	232,824,369.68
<b>เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นปี</b>	<b>175,942,839.82</b>	<b>154,656,264.42</b>

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

(ลงชื่อ).....กรรมการตามอำนาจ

( )

**บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)**  
**หมายเหตุประกอบงบการเงิน**  
**สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563**

**1. ข้อมูลทั่วไป**

**1.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ**

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2555 โดยมีที่อยู่ตามที่ตั้งทะเบียนเลขที่ 10/915 ซอยนวลจันทร์ 34 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

ประกอบธุรกิจหลัก คือ การค้าปลีกเครื่องสำอาง

รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ณ วันที่ 16 กรกฎาคม 2563 ซึ่งเป็นวันปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้นครั้งสุดท้าย มีดังนี้

**สัดส่วนการถือหุ้น**

(ร้อยละของทุนชำระแล้ว)

นางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ	11.72
นายสุวิน ไกรภูเบศ	9.50
บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	3.64
นายพรพงษ์ พรประภา	2.81

**1.2 การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019**

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ปัจจุบันได้ขยายวงกว้างขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการชะลอตัวของเศรษฐกิจ และมีผลกระทบต่อธุรกิจและอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ เช่น ระบบห่วงโซ่อุปทาน การใช้จ่ายของผู้บริโภค การจำกัดหรือหยุดชะงักการผลิต การดำเนินงานที่ล่าช้าขึ้น เป็นต้น

สถานการณ์ดังกล่าวมีผลกระทบทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถขายสินค้าผ่านสาขาในห้างสรรพสินค้าให้กับลูกค้าได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และบริษัทฯ มีการปิดสาขาเป็นการชั่วคราวและได้ดำเนินการปิดสาขาเป็นการถาวรในกรุงเทพและต่างจังหวัดเป็นจำนวนมากแต่ยังสามารถให้ลูกค้าซื้อสินค้าผ่านทางสำนักงานใหญ่ในช่องทางออนไลน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดในปัจจุบันและในอนาคตของบริษัทฯ อย่างไรก็ดี ตาม ผลกระทบดังกล่าวยังไม่สามารถประมาณได้อย่างสมเหตุสมผลในขณะนี้ ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ ติดตามความคืบหน้าของสถานการณ์ดังกล่าวและประเมินผลกระทบทางการเงินเกี่ยวกับมูลค่าของสินทรัพย์ ประมาณการหนี้สินและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและจะพิจารณำบันทึกผลกระทบดังกล่าวเมื่อสามารถทำได้



## 2. เกณฑ์ในการจัดทำงานการเงิน

งบการเงินนี้จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน รวมถึงการตีความและแนวปฏิบัติทางการบัญชีที่ประกาศใช้โดยสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ (“สภาวิชาชีพบัญชี”) และข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลงวันที่ 2 ตุลาคม 2560 เรื่องการจัดทำและส่งงบการเงินและรายการเกี่ยวกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน พ.ศ. 2560 โดยรูปแบบการนำเสนองบการเงินไม่แตกต่างอย่างมีสาระสำคัญจากประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ลงวันที่ 26 ธันวาคม 2562 เรื่องกำหนดรายการย่อที่ต้องมีในงบการเงิน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562

งบการเงินของบริษัท จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิมในการวัดมูลค่าขององค์ประกอบของรายการในงบการเงิน ยกเว้นรายการที่เปิดเผยไว้ในนโยบายการบัญชีที่เกี่ยวข้อง

งบการเงินฉบับภาษาไทยเป็นงบการเงินฉบับที่บริษัทฯ ใช้เป็นทางการตามกฎหมาย งบการเงินฉบับภาษาอังกฤษแปลมาจากงบการเงินฉบับภาษาไทยนี้

## 3. มาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่

### 3.1 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เริ่มมีผลบังคับใช้ในปัจจุบัน

ในระหว่างปี บริษัทฯ ได้นำมาตรฐานการรายงานทางการเงินและการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุง (ปรับปรุง 2562) และฉบับใหม่ จำนวนหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2563 มาถือปฏิบัติ มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐาน การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัตินี้ไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับใหม่ซึ่งได้มีการเปลี่ยนแปลงหลักการสำคัญ สามารถสรุปได้ดังนี้

#### มาตรฐานการรายงานทางการเงิน กลุ่มเครื่องมือทางการเงิน

มาตรฐานการรายงานทางการเงิน กลุ่มเครื่องมือทางการเงิน ประกอบด้วยมาตรฐานและการตีความมาตรฐาน จำนวน 5 ฉบับ ได้แก่

#### มาตรฐานการรายงานทางการเงิน

ฉบับที่ 7	การเปิดเผยข้อมูลเครื่องมือทางการเงิน
ฉบับที่ 9	เครื่องมือทางการเงิน

#### มาตรฐานการบัญชี

ฉบับที่ 32	การแสดงรายการเครื่องมือทางการเงิน
------------	-----------------------------------

#### การตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

ฉบับที่ 16	การป้องกันความเสี่ยงของเงินลงทุนสุทธิในหน่วยงานต่างประเทศ
ฉบับที่ 19	การชำระหนี้สินทางการเงินด้วยตราสารทุน

มาตรฐานการรายงานทางการเงินกลุ่มดังกล่าวข้างต้น กำหนดหลักการเกี่ยวกับการจัดประเภทและการวัดมูลค่าเครื่องมือทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรมหรือราคาทุนตัดจำหน่ายโดยพิจารณาจากประเภทของตราสารทางการเงิน ลักษณะของกระแสเงินสดตามสัญญาและแผนธุรกิจของกิจการ (Business Model) หลักการเกี่ยวกับการวัดมูลค่า การด้อยค่าของเครื่องมือทางการเงินโดยใช้แนวคิดของผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และหลักการเกี่ยวกับการบัญชีป้องกันความเสี่ยง รวมถึงการแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูลเครื่องมือทางการเงิน และเมื่อมาตรฐานการรายงานทางการเงินกลุ่มนี้มีผลบังคับใช้จะทำให้มาตรฐานการบัญชี การตีความมาตรฐานการบัญชี และแนวปฏิบัติทางการบัญชีบางฉบับที่มีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบันถูกยกเลิกไป

มาตรฐานกลุ่มนี้ไม่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญต่องบการเงินของบริษัทฯ

#### มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่อง สัญญาเช่า

มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 ใช้แทนมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 17 เรื่อง สัญญาเช่า และการตีความมาตรฐานบัญชีที่เกี่ยวข้อง มาตรฐานฉบับนี้ได้กำหนดหลักการของการรับรู้รายการ การวัดมูลค่า การแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูลของสัญญาเช่า และกำหนดให้ผู้เช่ารับรู้สินทรัพย์และหนี้สินสำหรับสัญญาเช่าทุกรายการที่มีระยะเวลาในการเช่ามากกว่า 12 เดือน เว้นแต่สินทรัพย์อ้างอิงนั้นมีมูลค่าต่ำ

การบัญชีสำหรับผู้ให้เช่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีสาระสำคัญจากมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 17 ผู้ให้เช่ายังคงต้องจัดประเภทสัญญาเช่าเป็นสัญญาเช่าดำเนินงานหรือสัญญาเช่าเงินทุน

บริษัทฯ รับรู้ผลกระทบสะสมของการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับนี้มาถือปฏิบัติครั้งแรกโดยปรับปรุงกับกำไรสะสม ณ วันที่ 1 มกราคม 2563 และไม่ปรับย้อนหลังงบการเงินปีก่อนที่แสดงเปรียบเทียบ

ผลกระทบสะสมของการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่มาถือปฏิบัติแสดงรายละเอียดในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4

## **แนวปฏิบัติทางการบัญชี เรื่อง มาตรการผ่อนปรนชั่วคราวสำหรับทางเลือกเพิ่มเติมทางบัญชีเพื่อรองรับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)**

สภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้แนวปฏิบัติทางการบัญชี เรื่อง มาตรการผ่อนปรนชั่วคราวสำหรับทางเลือกเพิ่มเติมทางบัญชีเพื่อรองรับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบในบางเรื่องจากการปฏิบัติตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินบางฉบับ และเพื่อให้เกิดความชัดเจนในวิธีปฏิบัติทางบัญชีในช่วงเวลาที่ยังมีความไม่แน่นอนเกี่ยวกับสถานการณ์ดังกล่าว

แนวปฏิบัติทางการบัญชีดังกล่าวได้ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2563 และมีผลบังคับใช้สำหรับการจัดทำงบการเงินของบริษัทฯ ที่มีรอบระยะเวลารายงานสิ้นสุดภายในช่วงเวลาระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563

บริษัทฯ เลือกใช้มาตรการผ่อนปรนชั่วคราวสำหรับทางเลือกเพิ่มเติมทางบัญชีดังต่อไปนี้

- เลือกที่จะไม่นำการลดค่าเช่าตามสัญญาจากผู้ให้เช่าเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 มาถือเป็นการเปลี่ยนแปลงสัญญาเช่าโดยทยอยปรับลดหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ครบกำหนดแต่ละงวดตามสัดส่วนที่ได้ส่วนลด พร้อมทั้งกลับรายการค่าเสื่อมราคาจากสินทรัพย์สิทธิการใช้และดอกเบี้ยจากหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ยังคงรับรู้ในแต่ละงวดตามสัดส่วนของค่าเช่าที่ลดลง และบันทึกผลต่างที่เกิดขึ้นในกำไรหรือขาดทุน
- เลือกที่จะไม่นำสถานการณ์ COVID-19 มาถือเป็นข้อบ่งชี้ของการด้อยค่า ตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 36 เรื่อง การด้อยค่าของสินทรัพย์
- เลือกที่จะไม่ต้องนำข้อมูลที่มีการคาดการณ์ไปในอนาคต (Forward-looking information) มาใช้วัดมูลค่าของผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ในกรณีที่บริษัทฯ ใช้วิธีการอย่างง่ายในการวัดมูลค่าของผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
- เลือกที่จะไม่นำข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ COVID-19 ที่มีความไม่แน่นอนซึ่งอาจกระทบต่อการประมาณการกำไรทางภาษีที่จะเกิดขึ้นในอนาคตมาเป็นข้อมูลในการประมาณการความเพียงพอของกำไรภาษีที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อที่จะใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

### **3.2 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่จะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2564**

สภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินและการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุง ซึ่งจะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2564 มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุง หรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางบัญชีกับผู้ใช้งานมาตรฐาน

ปัจจุบันฝ่ายบริหารของบริษัทฯ อยู่ระหว่างการประเมินผลกระทบที่อาจมีต่องบการเงินในปีที่เริ่มนำมาตรฐานกลุ่มดังกล่าวมาถือปฏิบัติ

## **4. ผลสะสมจากการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่มาถือปฏิบัติ**

### **มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่อง สัญญาเช่า**

ตามที่กล่าวในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 3.1 บริษัทฯ ได้นำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่อง สัญญาเช่า มาถือปฏิบัติในระหว่างปีปัจจุบัน โดยบริษัทฯ ได้เลือกปรับผลสะสมจากการเปลี่ยนแปลงโดยปรับปรุงกับกำไรสะสม ณ วันที่ 1 มกราคม 2563 และไม่ปรับย้อนหลังงบการเงินงวดก่อนที่แสดงเปรียบเทียบ ทั้งนี้ บริษัทฯ เลือกปฏิบัติตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับนี้กับสัญญาเช่าที่ก่อนหน้าจัดประเภทเป็นสัญญาเช่าดำเนินงานและสิทธิการเช่า โดยการรับรู้สินทรัพย์สิทธิการใช้เป็นรายสัญญา โดยมีมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์เสมือนว่ามาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับนี้ได้ถือปฏิบัติมาตั้งแต่วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผลคิดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มของผู้เช่า ณ วันที่ 1 มกราคม 2563



ผลกระทบต่อกำไรสะสมต้นปี 2563 จากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีเนื่องจากการนำมาตรฐานนี้มาถือปฏิบัติ  
แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: บาท)				
	31 ธันวาคม 2562	มาตรฐาน การรายงาน ทางการเงิน ฉบับที่ 9	ผลกระทบจาก มาตรฐาน การรายงานทาง การเงินฉบับที่ 16	1 มกราคม 2563
<b>งบแสดงฐานะการเงิน</b>				
<b>สินทรัพย์</b>				
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>				
เงินลงทุนชั่วคราว	300,000,000.00	(300,000,000.00)	-	-
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	-	300,000,000.00	-	300,000,000.00
เงินลงทุนระยะยาวอื่น	50,000,000.00	(50,000,000.00)	-	-
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	-	50,000,000.00	-	50,000,000.00
สินทรัพย์สิทธิการใช้	-	-	206,630,226.63	206,630,226.63
สิทธิการเช่า	3,748,033.91	-	(3,748,033.91)	-
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	12,543,168.14	-	5,999,399.26	18,542,567.40
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>				
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>				
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึง กำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-	-	161,899,477.26	161,899,477.26
<b>หนี้สินไม่หมุนเวียน</b>				
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	-	70,979,711.79	70,979,711.79
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียน อื่น	177,238,227.73	-	(4,628,355.05)	172,609,872.68
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>				
กำไรสะสม - ยังไม่ได้จัดสรร	136,554,083.27	-	(19,369,242.02)	117,184,841.25

สัญญาเช่า

การกระทยอดระหว่างหนึ่ลนตามสัญญาเช่า ณ วันที่ 1 มกราคม 2563 และภาระผูกพันเกี่ยวกับสัญญาเช่า  
ดำเนินงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ซึ่งเปิดเผยตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 17 สรุปได้ดังนี้

	(หน่วย: บาท)
ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าที่เปิดเผย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562	219,540,357.61
หัก: สัญญาเช่าระยะสั้นและสัญญาเช่าที่สินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ	(13,268,509.33)
บวก: กลับรายการปรับปรุงตัดเส้นตรงตลอดอายุสัญญา	4,628,355.05
หัก: ดอกเบี้ยจ่ายรอตัดบัญชี	(37,910,054.62)
บวก: หนึ่ลนตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้นจากการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 มาถือปฏิบัติครั้งแรก	59,889,040.34
หนึ่ลนตามสัญญาเช่า ณ วันที่ 1 มกราคม 2563	232,879,189.05
ประกอบด้วย	
หนึ่ลนสัญญาเช่าหมุนเวียน	161,899,477.26
หนึ่ลนสัญญาเช่าไม่หมุนเวียน	70,979,711.79
	232,879,189.05

รายการปรับปรุงสินทรัพย์สิทธิการใช้ จากการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 มาถือปฏิบัติ ครั้งแรก ณ  
วันที่ 1 มกราคม 2563 สรุปได้ดังนี้

	(หน่วย: บาท)
ที่ดิน	11,262,359.70
พื้นที่เช่าในศูนย์การค้าและคลังสินค้า	191,393,891.26
ยานพาหนะ	3,973,975.67
รวมสินทรัพย์สิทธิการใช้	206,630,226.63

## 5. สรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

### 5.1 การรับรู้รายได้และค่าใช้จ่าย

#### รายได้จากการขาย

รายได้จากการขาย บริษัทฯ พิจารณาว่าโดยส่วนใหญ่มีภาระที่ต้องปฏิบัติตามภาระ บริษัทฯ รับรู้รายได้จากการขายเมื่อได้โอนอำนาจควบคุมในสินค้าให้แก่ลูกค้าแล้ว กล่าวคือ เมื่อมีการส่งมอบสินค้า รายได้จากการขายแสดงตามมูลค่าที่ได้รับหรือคาดว่าจะได้รับสำหรับสินค้าที่ได้ส่งมอบหลังจากหักประมาณการรับคืนและส่วนลดพิเศษและส่วนลดต่าง ๆ โดยไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

#### รายได้จากการฝากขาย

รายได้จากการขายสินค้าให้กับผู้จัดจำหน่าย (ผู้รับฝากขาย) โดยมีเงื่อนไขการรับชำระค่าสินค้าจากผู้จัดจำหน่าย เมื่อขายสินค้าให้กับบุคคลที่สาม บริษัทฯ จะรับรู้รายได้เมื่อผู้จัดจำหน่ายโอนการควบคุมในสินค้าให้กับบุคคลที่สาม เมื่อมีการส่งมอบสินค้าแล้ว

#### รายได้จากการขายสินค้า - โปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า

บริษัทฯ ได้จัดให้มีโปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า โดยจะให้คะแนนสะสมแก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากกิจการ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นส่วนลดพิเศษซื้อสินค้าในอนาคต โดยปันส่วนมูลค่าจากรายการขายให้กับคะแนนสะสม ด้วยมูลค่ายุติธรรมของคะแนนสะสมดังกล่าว และทยอยรับรู้เป็นรายได้เมื่อลูกค้ามาใช้สิทธิและกิจการได้ปฏิบัติตามสัญญาภาระผูกพันที่จะจัดหารางวัลนั้น

#### รายได้อื่นและค่าใช้จ่าย

รายได้อื่นและค่าใช้จ่ายรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

### 5.2 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด หมายถึง เงินสดและเงินฝากธนาคาร ตัวแลกเงิน ซึ่งถึงกำหนดรับคืนภายในระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือนและไม่มีข้อจำกัดในการเบิกใช้

### 5.3 ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นแสดงตามมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ บริษัทฯ บันทึกค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับ ผลขาดทุนโดยประมาณที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บเงินลูกหนี้ไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปพิจารณาจากประสบการณ์การเก็บเงินและการวิเคราะห์อายุลูกหนี้

#### 5.4 สินค้ำคงเหลือ

สินค้ำคงเหลือแสดงมูลค่าตามราคาทุน โดยวิธีถัวเฉลี่ยหรือมูลค่าสุทธิที่ได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า

#### 5.5 สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น

สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น หมายถึง เงินฝากระยะสั้นกับสถาบันการเงินครบกำหนดภายในระยะเวลาที่เกิน 3 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี และไม่มีข้อจำกัดในการเบิกใช้

#### 5.6 สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น

สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น หมายถึง เงินฝากระยะยาว กับสถาบันการเงินครบกำหนดเกิน 1 ปี และไม่มีข้อจำกัดในการเบิกใช้

#### 5.7 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

ที่ดิน แสดงมูลค่าตามราคาทุน อาคารและอุปกรณ์ แสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี)

ค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์คำนวณจากราคาทุนของสินทรัพย์โดยวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้งานโดยประมาณ ดังนี้: -

	จำนวนปี
อาคารและส่วนปรับปรุง	30, 20, 5
เครื่องตกแต่ง	5
เครื่องมือและอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	5
คอมพิวเตอร์	3
ยานพาหนะ	5

บริษัทฯ ไม่คิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดินและสินทรัพย์ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง

ต้นทุนที่ประมาณในเบื้องต้นสำหรับการรื้อถอนการขนย้ายและการบูรณะสถานที่ตั้งของสินทรัพย์ ซึ่งเป็นภาระผูกพันของบริษัทฯ จะรวมเป็นส่วนหนึ่งของราคาทุนของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับส่วนประกอบของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์แต่ละส่วนแยกต่างหากหากต่างกัน เมื่อส่วนประกอบแต่ละส่วนนั้นมีต้นทุนที่มีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับต้นทุนทั้งหมดของทรัพย์สินนั้น นอกจากนี้บริษัทฯ จะทบทวนอายุการให้ประโยชน์ มูลค่าคงเหลือ และวิธีการคิดค่าเสื่อมราคาอย่างน้อยที่สุดทุกสิ้นรอบบัญชี

บริษัทฯ ตัดรายการที่ดิน อาคารอุปกรณ์ออกจากบัญชี เมื่อจำหน่ายสินทรัพย์หรือคาดว่าจะไม่ได้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตจากการใช้หรือการจำหน่ายสินทรัพย์ รายการผลกำไรหรือขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์จะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุนเมื่อบริษัทฯ ตัดรายการสินทรัพย์นั้นออกจากบัญชี



## 5.8 การด้อยค่าของสินทรัพย์ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงิน

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน บริษัทฯ จะทำการประเมินการด้อยค่าของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์หรือสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนอื่นของบริษัทฯ หากมีข้อบ่งชี้ว่าสินทรัพย์ดังกล่าวอาจด้อยค่า บริษัทฯ รับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าเมื่อมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์มีมูลค่าต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ทั้งนี้มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนหมายถึงมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขายของสินทรัพย์หรือมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์แล้วแต่ราคาใดจะสูงกว่า ในการประเมินมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์ บริษัทฯ ประเมินการกระแสเงินสดในอนาคตที่กิจการคาดว่าจะได้รับจากสินทรัพย์และคำนวณคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันโดยใช้อัตราคิดลดก่อนภาษีที่สะท้อนถึงการประเมินความเสี่ยงในสภาพตลาดปัจจุบันของเงินสดตามระยะเวลาและความเสี่ยงซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของสินทรัพย์ที่กำลังพิจารณาอยู่ ในการประเมินมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขาย บริษัทฯ ใช้แบบจำลองการประเมินมูลค่าที่ดีที่สุดซึ่งเหมาะสมกับสินทรัพย์ ซึ่งสะท้อนถึงจำนวนเงินที่กิจการสามารถจะได้มาจากการจำหน่ายสินทรัพย์หักด้วยต้นทุนในการจำหน่าย โดยการจำหน่ายนั้น ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้และเต็มใจในการแลกเปลี่ยนและสามารถต่อรองราคากันได้อย่างเป็นอิสระในลักษณะของผู้ที่ไม่มี ความเกี่ยวข้องกัน

รายการขาดทุนจากการด้อยค่าจะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

หากในการประเมินการด้อยค่าของสินทรัพย์ มีข้อบ่งชี้ที่แสดงให้เห็นว่าผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ที่รับรู้ในปีก่อนได้หมดไปหรือลดลง บริษัทฯ จะประมาณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์นั้น และจะกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าที่รับรู้ในปีก่อนก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงประมาณการที่ใช้กำหนดมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนภายหลังจากการรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าครั้งล่าสุด โดยมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นจากการกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าต้องไม่สูงกว่ามูลค่าตามบัญชีที่ควรจะเป็นหากกิจการไม่เคยรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ในปีก่อนๆ บริษัทฯ จะบันทึกกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์โดยรับรู้ไปยังส่วนของกำไรหรือขาดทุนทันที

## 5.9 สัญญาเช่า

ณ วันเริ่มต้นของสัญญาเช่า บริษัทฯ จะประเมินว่าสัญญาเป็นสัญญาเช่าหรือประกอบด้วยสัญญาเช่าหรือไม่ โดยสัญญาจะเป็นสัญญาเช่าหรือประกอบด้วยสัญญาเช่า ถ้าสัญญานั้นมีการให้สิทธิในการควบคุมการใช้สินทรัพย์ที่ระบุได้สำหรับช่วงเวลาหนึ่งเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนกับสิ่งตอบแทน

### บริษัทในฐานะผู้เช่า

#### นโยบายการบัญชีที่ถือปฏิบัติตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563

บริษัทฯ ใช้วิธีการบัญชีเดียวสำหรับการรับรู้รายการและการวัดมูลค่าสัญญาเช่าทุกสัญญา เว้นแต่สัญญาเช่าระยะสั้นและสัญญาเช่าที่สินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล (วันที่สินทรัพย์อ้างอิงพร้อมใช้งาน) บริษัทฯ บันทึกสินทรัพย์สิทธิการใช้ซึ่งแสดงสิทธิในการใช้สินทรัพย์อ้างอิงและหนี้สินตามสัญญาเช่าตามการจ่ายชำระตามสัญญาเช่า

#### ก) สินทรัพย์สิทธิการใช้

สินทรัพย์สิทธิการใช้วัดมูลค่าด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม ผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม และปรับปรุงด้วยการวัดมูลค่าของหนี้สินตามสัญญาเช่าใหม่ ราคาทุนของสินทรัพย์สิทธิการใช้ประกอบด้วยจำนวนเงินของหนี้สินตามสัญญาเช่าจากการรับรู้เริ่มแรก ต้นทุนทางตรงเริ่มแรกที่เกิดขึ้น จำนวนเงินที่จ่ายชำระตามสัญญาเช่า ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผลหรือก่อนวันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล และหักด้วยสิ่งจูงใจตามสัญญาเช่าที่ได้รับ

ราคาทุนของสินทรัพย์สิทธิการใช้รวมถึงประมาณการต้นทุนที่จะเกิดขึ้นสำหรับผู้เช่าในการรื้อและขนย้ายสินทรัพย์อ้างอิง การบูรณะสถานที่ตั้งของสินทรัพย์อ้างอิงหรือการบูรณะสินทรัพย์อ้างอิงให้อยู่ในสภาพตามที่กำหนดไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขของสัญญาเช่า

ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้คำนวณจากราคาทุนของสินทรัพย์โดยวิธีเส้นตรงตามอายุของสัญญาเช่าหรืออายุการให้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์สิทธิการใช้แต่ละประเภทแล้วแต่ระยะเวลาใดจะสั้นกว่า ดังนี้

ที่ดิน	30 ปี
พื้นที่เช่าในศูนย์การค้าและคลังสินค้า	2-10 ปี
ยานพาหนะ	2-5 ปี

ข) หนี้สินตามสัญญาเช่า

หนี้สินตามสัญญาเช่าวัดมูลค่าด้วยมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าตลอดอายุสัญญาเช่า จำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าประกอบด้วยค่าเช่าคงที่หักด้วยสิ่งจูงใจตามสัญญาเช่า ค่าเช่าผันแปรที่ขึ้นอยู่กับดัชนีหรืออัตรา จำนวนเงินที่คาดว่าจะจ่ายภายใต้การรับประกันมูลค่าคงเหลือ รวมถึงราคาใช้สิทธิของสิทธิเลือกซื้อซึ่งมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลที่บริษัทฯ จะใช้สิทธินั้น และการจ่ายค่าปรับเพื่อการยกเลิกสัญญาเช่า หากข้อกำหนดของสัญญาเช่าแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ จะใช้สิทธิในการยกเลิกสัญญาเช่า บริษัทฯ บันทึกค่าเช่าผันแปรที่ไม่ขึ้นอยู่กับดัชนีหรืออัตราเป็นค่าใช้จ่ายในงวดที่เหตุการณ์หรือเงื่อนไขซึ่งเกี่ยวข้องกับการจ่ายชำระหนี้ได้เกิดขึ้น

บริษัทฯ คัดลดมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าด้วยอัตราดอกเบี้ยตามนัยของสัญญาเช่าหรืออัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มของบริษัทฯ หลังจากวันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล มูลค่าตามบัญชีของหนี้สินตามสัญญาเช่าจะเพิ่มขึ้นจากดอกเบี้ยของหนี้สินตามสัญญาเช่าและลดลงจากการจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า นอกจากนี้ มูลค่าตามบัญชีของหนี้สินตามสัญญาเช่าจะถูกวัดมูลค่าใหม่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอายุสัญญาเช่า การเปลี่ยนแปลงการจ่ายชำระตามสัญญาเช่า หรือการเปลี่ยนแปลงในการประเมินสิทธิเลือกซื้อสินทรัพย์อ้างอิง

ค) สัญญาเช่าระยะสั้นและสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ

สัญญาเช่าที่มีอายุสัญญาเช่า 12 เดือนหรือน้อยกว่านับตั้งแต่วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล หรือสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ จะถูกรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายตามวิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า

นโยบายการบัญชีที่ถือปฏิบัติก่อนวันที่ 1 มกราคม 2563

สัญญาเช่าซึ่งความเสี่ยงและผลประโยชน์ส่วนใหญ่จากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ยังคงอยู่กับผู้ให้เช่า บันทึกเป็นสัญญาเช่าดำเนินงาน ค่าเช่าที่เกิดขึ้นจากสัญญาเช่าดังกล่าว รับรู้เป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จตลอดอายุของสัญญาเช่า

สัญญาเช่าระยะยาวที่ความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของส่วนใหญ่ได้โอนไปให้กับผู้เช่าถือเป็นสัญญาเช่าการเงิน สัญญาเช่าการเงินจะบันทึกเป็นรายจ่ายฝ่ายทุนด้วยมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ที่เช่าหรือมูลค่าปัจจุบันสุทธิของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าแล้วแต่มูลค่าใดจะต่ำกว่า ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าหักค่าใช้จ่ายทางการเงินจะบันทึกเป็นหนี้สินระยะยาว ส่วนดอกเบี้ยจ่ายจะบันทึกในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จตลอดอายุสัญญาเช่า สินทรัพย์ที่ได้มาตามสัญญาเช่าการเงินจะคิดค่าเสื่อมราคาตลอดอายุการใช้งานของสินทรัพย์ที่เช่าหรืออายุของสัญญาเช่าแล้วแต่ระยะเวลาใดจะต่ำกว่า

สิทธิการเช่า สิทธิการเช่าแสดงตามราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสม ค่าตัดจำหน่ายของสิทธิการเช่าคำนวณจากราคาทุนของสิทธิการเช่าโดยวิธีเส้นตรงตามอายุสัญญาเช่า 10 ปี

## บริษัทในฐานะผู้ให้เช่า

### กรณีสัญญาเช่าเงินทุน

สัญญาเช่าที่ความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของส่วนใหญ่ได้โอนไปให้กับผู้เช่าถือเป็นสัญญาเช่าเงินทุน ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล บริษัทฯ บันทึกสินทรัพย์ภายใต้สัญญาเช่าเงินทุนเป็นลูกหนี้ด้วยจำนวนที่เท่ากับเงินลงทุนสุทธิตามสัญญาเช่าหรือมูลค่าปัจจุบันสุทธิของจำนวนเงินที่จะได้รับตามสัญญาเช่าและมูลค่าคงเหลือที่ไม่ได้รับการประกัน หลังจากนั้นจะรับรู้รายได้ทางการเงินตลอดอายุสัญญาเช่าในรูปแบบที่สะท้อนถึงอัตราผลตอบแทนรายงวดคงที่ของเงินลงทุนสุทธิตามสัญญาเช่า

### กรณีสัญญาเช่าดำเนินงาน

สัญญาเช่าที่ความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของส่วนใหญ่ไม่ได้โอนไปให้กับผู้เช่าถือเป็นสัญญาเช่าดำเนินงาน บริษัทฯ บันทึกจำนวนเงินที่ได้รับตามสัญญาเช่าดำเนินงานเป็นรายได้ในส่วนของการเช่าหรือขาดทุนตามวิธีเส้นตรงตลอดอายุของสัญญาเช่า ต้นทุนทางตรงเริ่มแรกที่เกิดขึ้นจากการได้มาซึ่งสัญญาเช่าดำเนินงานรวมในมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์อ้างอิงและรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายตลอดอายุสัญญาเช่าโดยใช้เกณฑ์เดียวกันกับรายได้จากสัญญาเช่า

## 5.10 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสมและค่าเพื่อการด้อยค่าของทรัพย์สิน (ถ้ามี)

ค่าตัดจำหน่ายของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นคำนวณจากราคาทุนของสินทรัพย์ โดยวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้งานโดยประมาณ 10 ปี

## 5.11 ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้ประกอบด้วยภาษีเงินได้ปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

### ภาษีเงินได้ปัจจุบัน

บริษัทฯ บันทึกภาษีเงินได้ปัจจุบันตามจำนวนที่คาดว่าจะจ่ายให้กับหน่วยงานจัดเก็บภาษีของรัฐโดยคำนวณจากกำไรทางภาษีตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎหมายภาษีอากร

### ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

บริษัทฯ บันทึกภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของผลแตกต่างชั่วคราวระหว่างราคาตามบัญชีของสินทรัพย์และหนี้สิน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานกับฐานภาษีของสินทรัพย์และหนี้สินที่เกี่ยวข้องนั้น โดยใช้อัตราภาษีที่มีผลบังคับใช้ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน



บริษัทฯ รับรู้หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของผลแตกต่างชั่วคราวที่ต้องเสียภาษีทุกรายการ แต่รับรู้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสำหรับผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษี รวมทั้งผลขาดทุนทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้ในจำนวนเท่าที่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่บริษัทฯ จะมีกำไรทางภาษีในอนาคตเพียงพอที่จะใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษีและผลขาดทุนทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้นั้น

บริษัทฯ จะทบทวนมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี ณ ทุกสิ้นรอบระยะเวลารายงานและจะทำการปรับลดมูลค่าตามบัญชีดังกล่าว หากมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่บริษัทฯ จะไม่มีกำไรทางภาษีเพียงพอต่อการนำสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีทั้งหมดหรือบางส่วนมาใช้ประโยชน์

บริษัทฯ จะบันทึกภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีโดยตรงไปยังส่วนของผู้ถือหุ้นหากภาษีที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับรายการที่ได้บันทึกโดยตรงไปยังส่วนของผู้ถือหุ้น

#### 5.12 รายได้รอการตัดบัญชีสำหรับคะแนนสะสม

รายได้รอการตัดบัญชีดังกล่าวเกิดจากคะแนนสะสมที่ให้กับลูกค้าของบริษัทฯ คำนวณจากการประมาณอัตราการใช้สิทธิแลกคะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัลจากคะแนนสะสมของลูกค้า และราคาเฉลี่ยของของรางวัล และแสดงรายการเป็นเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นในงบแสดงฐานะการเงิน

อำนาจในการวางแผนและความคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ

#### 5.13 ผลประโยชน์พนักงาน

##### ผลประโยชน์ระยะสั้นของพนักงาน

บริษัทฯ รับรู้เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส และเงินสมทบกองทุนประกันสังคมเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดรายการ

##### กองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน

บริษัทฯ จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งเป็นลักษณะของแผนการจ่ายสมทบตามที่ได้กำหนดการจ่ายสมทบไว้แล้ว สินทรัพย์ของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพได้แยกออกไปจากสินทรัพย์ของบริษัทฯ และได้รับการบริหารโดยผู้จัดการกองทุนภายนอก กองทุนสำรองเลี้ยงชีพดังกล่าวได้รับเงินสะสมเข้ากองทุนจากพนักงานและเงินสมทบจากบริษัทฯ เงินจ่ายสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เกิดรายการนั้น

## ผลประโยชน์หลังจากออกจากงานของพนักงาน

บริษัทฯ จัดให้มีผลประโยชน์ของพนักงานหลังการเลิกจ้างเพื่อจ่ายให้แก่พนักงานเป็นไปตามกฎหมายแรงงานไทย มูลค่าปัจจุบันของหนี้สินผลประโยชน์พนักงานได้ถูกรับรู้รายการในงบแสดงฐานะการเงินโดยการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย โดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ (Projected Unit Credit Method) ภายใต้สมมติฐานเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคตที่บริษัทฯ กำหนดขึ้นอย่างเหมาะสม สมมติฐานที่ใช้ในการประเมินค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงานสุทธิประจำปี ได้รวมถึงอัตราคิดลด อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนพนักงานและอัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน การเปลี่ยนแปลงในอัตราเหล่านี้มีผลต่อประมาณการค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของพนักงานสุทธิในทุกปี บริษัทฯ ได้มีการทบทวนอัตราคิดลดที่เหมาะสม ซึ่งสะท้อนถึงอัตราดอกเบี้ยที่ควรนำมาใช้ในการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายในอนาคตที่คาดว่าจะต้องจ่ายให้กับพนักงานในการประเมินอัตราส่วนลดที่เหมาะสม บริษัทฯ จะพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยของพันธบัตรรัฐบาล ซึ่งจ่ายในสกุลเงินที่ได้รับประโยชน์

บริษัทฯ รับรู้กำไรขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยทั้งหมดที่เกิดขึ้นในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น และรับรู้ค่าใช้จ่ายของผลประโยชน์พนักงานในกำไรขาดทุน

## 5.14 เครื่องมือทางการเงิน

### นโยบายการบัญชีที่ถือปฏิบัติตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563

บริษัทฯ รับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกของสินทรัพย์ทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรม และบวกด้วยต้นทุนการทำรายการเฉพาะในกรณีที่สินทรัพย์ทางการเงินที่ไม่ได้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน อย่างไรก็ตาม สำหรับลูกหนี้การค้าที่ไม่มียอดคงเหลือเกี่ยวกับการจัดหาเงินที่มีนัยสำคัญ บริษัทฯ จะรับรู้สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าวด้วยราคาของรายการ ตามที่กล่าวไว้ในนโยบายการบัญชีเรื่องการรับรู้รายได้

### **การจัดประเภทรายการและการวัดมูลค่าของสินทรัพย์ทางการเงิน**

บริษัทฯ จัดประเภทสินทรัพย์ทางการเงิน ณ วันที่รับรู้รายการเริ่มแรก เป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น และสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน โดยพิจารณาจากแผนธุรกิจของกิจการในการจัดการสินทรัพย์ทางการเงิน และลักษณะของกระแสเงินสดตามสัญญาของสินทรัพย์ทางการเงิน

### **สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย**

บริษัทฯ วัดมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงินด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย เมื่อบริษัทฯ ถือครองสินทรัพย์ทางการเงินนั้นเพื่อรับกระแสเงินสดตามสัญญา และเงื่อนไขตามสัญญาของสินทรัพย์ทางการเงินก่อให้เกิดกระแสเงินสดที่เป็นการรับชำระเพียงเงินต้นและดอกเบี้ยจากยอดคงเหลือของเงินต้นในวันที่ระบุไว้เท่านั้น

สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าววัดมูลค่าในภายหลังโดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงและต้องมีการประเมินการด้อยค่า ทั้งนี้ ผลกำไรและขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการตัดรายการ การเปลี่ยนแปลง หรือการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวจะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

#### **สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน**

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน จะแสดงในงบแสดงฐานะการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรม โดยรับรู้การเปลี่ยนแปลงสุทธิของมูลค่ายุติธรรมในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

ทั้งนี้ สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าว หมายรวมถึง ตราสารอนุพันธ์ เงินลงทุนในหลักทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อค้า เงินลงทุนในตราสารทุนซึ่งบริษัท ไม่ได้เลือกจัดประเภทให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น และสินทรัพย์ทางการเงินที่มีกระแสเงินสดที่ไม่ได้รับชำระเพียงเงินต้นและดอกเบี้ย

เงินปันผลรับจากเงินลงทุนในตราสารทุนของบริษัทฯ จัดทะเบียนถือเป็นรายได้อื่นในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

#### **การจัดประเภทรายการและการวัดมูลค่าของหนี้สินทางการเงิน**

ยกเว้นหนี้สินตราสารอนุพันธ์ บริษัทฯ รับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกสำหรับหนี้สินทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนการทำรายการ และจัดประเภทหนี้สินทางการเงินเป็นหนี้สินทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย โดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริง ทั้งนี้ ผลกำไรและขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการตัดรายการหนี้สินทางการเงินและการตัดจำหน่ายตามวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงจะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน โดยการคำนวณมูลค่าราคาทุนตัดจำหน่ายคำนึงถึงค่าธรรมเนียมหรือต้นทุนที่ถือเป็นส่วนหนึ่งของอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงนั้นด้วย ทั้งนี้ ค่าตัดจำหน่ายตามวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงแสดงเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนทางการเงินในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

บริษัทฯ อาจเลือกวัดมูลค่าหนี้สินทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน เพื่อเป็นการขจัดหรือลดความไม่สอดคล้องของการรับรู้รายการอย่างมีนัยสำคัญ (บางครั้งเรียกว่าการไม่จับคู่ทางบัญชี)

#### **การตัดรายการของเครื่องมือทางการเงิน**

สินทรัพย์ทางการเงินจะถูกตัดรายการออกจากบัญชี เมื่อสิทธิที่จะได้รับกระแสเงินสดของสินทรัพย์นั้นได้สิ้นสุดลง หรือได้มีการโอนสิทธิที่จะได้รับกระแสเงินสดของสินทรัพย์นั้น รวมถึงได้มีการโอนความเสี่ยงและผลตอบแทนเกือบทั้งหมดของสินทรัพย์นั้น หรือมีการโอนการควบคุมในสินทรัพย์นั้น แม้ว่าจะไม่มีการโอนหรือไม่ได้คงไว้ซึ่งความเสี่ยงและผลตอบแทนเกือบทั้งหมดของสินทรัพย์นั้น

บริษัทฯ ตัดรายการหนี้สินทางการเงินก็ต่อเมื่อได้มีการปฏิบัติตามภาระผูกพันของหนี้สินนั้นแล้ว มีการยกเลิกภาระผูกพันนั้น หรือมีการสิ้นสุดลงของภาระผูกพันนั้น ในกรณีที่มีการเปลี่ยนหนี้สินทางการเงินที่มีอยู่ให้เป็นหนี้สินใหม่จากผู้ให้กู้รายเดียวกันซึ่งมีข้อกำหนดที่แตกต่างกันอย่างมาก หรือมีการแก้ไขข้อกำหนดของหนี้สินที่มีอยู่อย่างเป็นสาระสำคัญ จะถือว่าเป็นการตัดรายการหนี้สินเดิมและรับรู้ หนี้สินใหม่ โดยรับรู้ผลแตกต่างของมูลค่าตามบัญชีดังกล่าวในส่วนของการกำไรหรือขาดทุน

#### การด้อยค่าของสินทรัพย์ทางการเงิน

บริษัทฯ ใช้วิธีการอย่างง่ายในการคำนวณผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นสำหรับลูกหนี้การค้าและสินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญา ดังนั้น ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน บริษัทฯ จึงไม่มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของความเสี่ยงทางด้านเครดิต แต่จะรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนจากผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุของลูกหนี้การค้าและสินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญา โดยอ้างอิงจากข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตจากประสบการณ์ในอดีต ปรับปรุงด้วยข้อมูลการคาดการณ์ไปในอนาคตเกี่ยวกับลูกหนี้และสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ

สินทรัพย์ทางการเงินจะถูกตัดจำหน่ายออกจากบัญชี เมื่อกิจการคาดว่าจะไม่ได้รับคืนกระแสเงินสดตามสัญญาอีกต่อไป

#### การหักกลบของเครื่องมือทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินจะนำมาหักกลบกัน และแสดงด้วยยอดสุทธิในงบแสดงฐานะการเงิน ก็ต่อเมื่อกิจการมีสิทธิบังคับใช้ได้ตามกฎหมายอยู่แล้วในการหักกลบจำนวนเงินที่รับรู้ และกิจการมีความตั้งใจที่จะชำระด้วยยอดสุทธิ หรือตั้งใจที่จะรับสินทรัพย์และชำระหนี้สินพร้อมกัน

#### นโยบายการบัญชีที่ถือปฏิบัติก่อนวันที่ 1 มกราคม 2563

##### ลูกหนี้และค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ

ลูกหนี้แสดงในราคาสุทธิจากค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ (ถ้ามี) บริษัทฯ ตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญโดยพิจารณาจากลูกหนี้ที่คาดว่าจะเก็บเงินไม่ได้ ซึ่งอาศัยประสบการณ์ในการเก็บหนี้ที่ผ่านมาเป็นเกณฑ์

##### เงินลงทุนชั่วคราว

เงินลงทุนในหลักทรัพย์เพื่อค้า แสดงด้วยราคายุติธรรม ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่างานที่ไว้เป็นกำไร (ขาดทุน) ที่ยังไม่เกิดขึ้นจากการปรับมูลค่าเงินลงทุนในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ



## 5.15 ตราสารอนุพันธ์และการบัญชีป้องกันความเสี่ยง

บริษัทฯ ใช้ตราสารอนุพันธ์ คือ สัญญาแลกเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ย เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

บริษัทฯ รับรู้มูลค่าเริ่มแรกของตราสารอนุพันธ์ด้วยมูลค่ายุติธรรม ณ วันที่ทำสัญญา และวัดมูลค่าในภายหลังด้วยมูลค่ายุติธรรม โดยรับรู้การเปลี่ยนแปลงของมูลค่ายุติธรรมในภายหลังในส่วนของการกำไรหรือขาดทุน ทั้งนี้ บริษัทฯ แสดงตราสารอนุพันธ์เป็นสินทรัพย์ทางการเงินเมื่อมีมูลค่ายุติธรรมมากกว่าศูนย์ และแสดงเป็นหนี้สินทางการเงินเมื่อมีมูลค่ายุติธรรมน้อยกว่าศูนย์

บริษัทฯ แสดงตราสารอนุพันธ์ที่มีอายุสัญญาคงเหลือมากกว่า 12 เดือนและยังไม่ถึงกำหนดชำระภายใน 12 เดือน เป็นสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น หรือหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น และแสดงตราสารอนุพันธ์อื่นเป็นสินทรัพย์หมุนเวียน หรือหนี้สินหมุนเวียน

### การบัญชีป้องกันความเสี่ยง

เพื่อวัตถุประสงค์ของการบัญชีป้องกันความเสี่ยง บริษัทฯ จัดประเภทของการป้องกันความเสี่ยง ดังนี้

- การป้องกันความเสี่ยงในมูลค่ายุติธรรม ในกรณีที่มีการป้องกันความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์หรือหนี้สินที่รับรู้ในบัญชี หรือสัญญาผูกมัดที่ยังไม่ได้รับรู้
- การป้องกันความเสี่ยงในกระแสเงินสด ในกรณีที่มีการป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของกระแสเงินสด ซึ่งเกิดจากความเสี่ยงเฉพาะของสินทรัพย์หรือหนี้สินที่รับรู้ในบัญชีหรือรายการที่คาดการณ์ไว้ที่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ในระดับสูงมากที่จะเกิดขึ้น หรือความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในสัญญาผูกมัดที่ยังไม่ได้รับรู้

ณ วันที่เริ่มกำหนดความสัมพันธ์ของการป้องกันความเสี่ยง บริษัทฯ ต้องมีการกำหนดและจัดทำเอกสารอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการป้องกันความเสี่ยงซึ่งจะใช้การบัญชีป้องกันความเสี่ยง และวัตถุประสงค์และกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงในการดำเนินการป้องกันความเสี่ยง

รายละเอียดของเอกสารดังกล่าวซึ่งได้จัดทำตั้งแต่วันเริ่มต้นการป้องกันความเสี่ยงและได้ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องกล่าวถึงเครื่องมือที่ใช้ป้องกันความเสี่ยง รายการที่มีการป้องกันความเสี่ยง ลักษณะของความเสี่ยงที่จะป้องกัน และวิธีที่บริษัทฯ ใช้ในการประเมินประสิทธิผลของความสัมพันธ์ของการป้องกันความเสี่ยง ซึ่งรวมถึงการวิเคราะห์ถึงสาเหตุของความไม่มีประสิทธิผล และวิธีกำหนดอัตราส่วนการป้องกันความเสี่ยง

ความสัมพันธ์ของการป้องกันความเสี่ยงจะเข้าเงื่อนไขของการบัญชีป้องกันความเสี่ยง เมื่อเป็นไปตามข้อกำหนดของการประเมินประสิทธิผลในการป้องกันความเสี่ยงทุกข้อต่อไปนี้

- มีความสัมพันธ์เชิงเศรษฐกิจระหว่างรายการที่มีการป้องกันความเสี่ยง และเครื่องมือที่ใช้ป้องกันความเสี่ยง
- ผลกระทบของความเสี่ยงด้านเครดิตไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่เป็นผลมาจากความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจนั้น
- อัตราส่วนการป้องกันความเสี่ยงของความสัมพันธ์ของการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวเท่ากับอัตราส่วนของปริมาณของรายการที่มีการป้องกันความเสี่ยงซึ่งกิจการทำการป้องกันความเสี่ยงจริง ต่อปริมาณของเครื่องมือที่ใช้ป้องกันความเสี่ยงซึ่งกิจการได้ใช้ป้องกันความเสี่ยงจริง

บริษัทฯ บันทึกรายการป้องกันความเสี่ยงที่เข้าเงื่อนไขทุกข้อสำหรับการบัญชีป้องกันความเสี่ยง ดังนี้

#### **การบัญชีป้องกันความเสี่ยงในมูลค่ายุติธรรม**

การเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือที่ใช้ป้องกันความเสี่ยงรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน ส่วนการเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมของรายการที่มีการป้องกันความเสี่ยงสำหรับความเสี่ยงที่ป้องกัน จะรับรู้เป็นส่วนหนึ่งของมูลค่าตามบัญชีของรายการที่มีการป้องกันความเสี่ยงนั้น พร้อมกับรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

สำหรับการป้องกันความเสี่ยงในมูลค่ายุติธรรมที่เกี่ยวข้องกับรายการที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายการปรับปรุงมูลค่าตามบัญชีของรายการนั้นจะถูกตัดจำหน่ายเข้าส่วนของกำไรหรือขาดทุนตลอดระยะเวลาที่เหลืออยู่ของการป้องกันความเสี่ยงด้วยวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริง ทั้งนี้ การตัดจำหน่ายนั้นอาจเริ่มต้นทันทีที่มีการปรับปรุงเกิดขึ้น หรือก่อนที่จะยุติการปรับปรุงการเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมของรายการที่มีการป้องกันความเสี่ยง หากมีการตัดรายการของรายการที่มีการป้องกันความเสี่ยงนั้น บริษัทฯ จะรับรู้ส่วนของมูลค่ายุติธรรมที่ยังไม่ได้ตัดจำหน่ายเข้าส่วนของกำไรหรือขาดทุนทันที

## 5.16 การวัดมูลค่ายุติธรรม

นโยบายการบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทฯ หลายข้อกำหนดให้มีการวัดมูลค่ายุติธรรมทั้งสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงิน

บริษัทฯ กำหนดกรอบแนวคิดของการควบคุมเกี่ยวกับการวัดมูลค่ายุติธรรม กรอบแนวคิดนี้รวมถึงผู้ประเมินมูลค่าซึ่งมีความรับผิดชอบโดยรวมต่อการวัดมูลค่ายุติธรรมที่มีนัยสำคัญ รวมถึงการวัดมูลค่ายุติธรรมระดับ 3 และรายงานโดยตรงต่อผู้บริหารสูงสุดทางด้านการเงิน

ผู้ประเมินมูลค่ามีการทบทวนข้อมูลที่ไม่สามารถสังเกตได้ และปรับปรุงการวัดมูลค่าที่มีนัยสำคัญอย่างสม่ำเสมอ หากมีการใช้ข้อมูลจากบุคคลที่สามเพื่อวัดมูลค่ายุติธรรม เช่น ราคาจากนายหน้า หรือการตั้งราคา

ผู้ประเมินได้ประเมินหลักฐานที่ได้มาจากบุคคลที่สามที่สนับสนุนข้อสรุปเกี่ยวกับการวัดมูลค่ารวมถึงการจัดระดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมว่าเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐานการรายงานทางการเงินอย่างเหมาะสม

เมื่อวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์หรือหนี้สิน บริษัทฯ ได้ใช้ข้อมูลที่สามารถสังเกตได้ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้มูลค่ายุติธรรมเหล่านี้ถูกจัดประเภทในแต่ละลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมตามข้อมูลที่ใช้ในการประเมินมูลค่า ดังนี้

- ข้อมูลระดับ 1 เป็นราคาเสนอซื้อขาย (ไม่ต้องปรับปรุง) ในตลาดที่มีสภาพคล่องสำหรับสินทรัพย์หรือหนี้สินอย่างเดียวกัน และกิจการสามารถเข้าถึงตลาดนั้น ณ วันที่วัดมูลค่า
- ข้อมูลระดับ 2 เป็นข้อมูลอื่นที่สังเกตได้โดยตรง (เช่น ราคาขาย) หรือโดยอ้อม (เช่น ราคาที่สังเกตได้) สำหรับสินทรัพย์นั้นหรือหนี้สินนั้นนอกเหนือจากราคาเสนอซื้อขายซึ่งรวมอยู่ในข้อมูลระดับ 1
- ข้อมูลระดับ 3 เป็นข้อมูลที่ไม่สามารถสังเกตได้สำหรับสินทรัพย์นั้นหรือหนี้สินนั้น

หากข้อมูลที่นำมาใช้ในการวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์หรือหนี้สินถูกจัดประเภทลำดับชั้นที่แตกต่างกันของมูลค่ายุติธรรมในภาพรวม การวัดมูลค่ายุติธรรมในภาพรวมจะถูกจัดประเภทในระดับเดียวกันกับลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมของข้อมูลที่อยู่ในระดับต่ำสุดที่มีนัยสำคัญสำหรับการวัดมูลค่ายุติธรรมในภาพรวม

บริษัทฯ รับรู้การโอนระหว่างลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานที่การโอนเกิดขึ้น

### 5.17 รายการที่เป็นเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ บันทึกรายการสินทรัพย์และหนี้สินที่มีค่าเป็นเงินตราต่างประเทศเป็นเงินบาท โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการ ยอดคงเหลือของบัญชีที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ณ วันที่ในงบแสดงฐานะการเงินแปลงค่าเป็นเงินบาทด้วยอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันนั้น

กำไรขาดทุนจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน บันทึกเป็นรายได้หรือค่าใช้จ่ายในปี

### 5.18 รายการธุรกิจกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัทฯ หมายถึง บุคคลหรือกิจการที่มีอำนาจควบคุมบริษัทฯ หรือถูกบริษัทฯ ควบคุมไม่ว่าจะเป็นโดยตรงหรือทางอ้อม หรืออยู่ภายใต้การควบคุมเดียวกันกับบริษัทฯ

นอกจากนี้บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันยังหมายรวมถึงบริษัทร่วมและบุคคลที่มีสิทธิออกเสียงโดยตรงหรือทางอ้อมซึ่งทำให้มีอิทธิพลอย่างเป็นสาระสำคัญต่อบริษัทฯ ผู้บริหารสำคัญ กรรมการหรือพนักงานของบริษัทฯ ที่มีอำนาจในการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ

### 5.19 ประมาณการหนี้สิน

บริษัทฯ จะบันทึกประมาณการหนี้สินเมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ของการเกิดภาระผูกพันในปัจจุบันตามกฎหมายหรือจากการอนุมานอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากเหตุการณ์ในอดีต ภาระผูกพันดังกล่าวคาดว่าจะส่งผลให้สูญเสียทรัพยากรที่มีประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ เพื่อจ่ายชำระภาระผูกพันและจำนวนที่ต้องจ่ายสามารถประมาณการได้อย่างน่าเชื่อถือ หากบริษัทฯ คาดว่าจะได้รับคืนรายจ่ายที่จ่ายชำระไปตามประมาณการหนี้สินทั้งหมดหรือบางส่วน อย่างแน่นอน บริษัทฯ จะรับรู้รายจ่ายที่ได้รับคืนเป็นสินทรัพย์แยกต่างหากแต่ต้องไม่เกินจำนวนประมาณการหนี้สินที่เกี่ยวข้อง

### 5.20 การจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์ที่ชำระด้วยตราสารทุน

บริษัทฯ รับรู้โครงการจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์โดยการออกไปสำคัญแสดงสิทธิที่จะแปลงสภาพเป็นหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ เพื่อเป็นการตอบแทนในการทำงานตามมูลค่ายุติธรรมของสิทธิซื้อหุ้น ณ วันให้สิทธิ โดยบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายตามเงื่อนไขของระยะเวลาการให้สิทธิของพนักงานที่กำหนดไว้ในโครงการพร้อมกับรับรู้ “ส่วนทุนจากการจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์” ในส่วนของผู้ถือหุ้น

ในการประมาณมูลค่ายุติธรรมของการจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์ดังกล่าว ฝ่ายบริหารต้องใช้ดุลยพินิจในการวัดมูลค่ารวมทั้งสมมติฐานต่างๆ ที่เหมาะสม เช่น อายุของสิทธิซื้อหุ้น ความผันผวนของราคาหุ้นและอัตรา เงินปันผล เป็นต้น



## 5.21 กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน

กำไร(ขาดทุน) ต่อหุ้น ที่แสดงไว้ในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ เป็นกำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน ซึ่งคำนวณโดยการหารยอดกำไร(ขาดทุน) สำหรับปีด้วยจำนวนหุ้นสามัญที่ออกจำหน่ายและเรียกชำระแล้วถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

กำไรต่อหุ้นปรับลด คำนวณโดยหารกำไรขาดทุนสำหรับปี ด้วยผลรวมของจำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักที่ออกอยู่ในระหว่างปีกับจำนวนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของหุ้นสามัญที่บริษัทฯ อาจต้องออกเพื่อแปลงหุ้นสามัญเทียบเท่าปรับลดทั้งสิ้นให้เป็นหุ้นสามัญ โดยสมมติว่าได้มีการแปลงเป็นหุ้นสามัญ ณ วันต้นปีหรือ ณ วันออกหุ้นสามัญเทียบเท่า

## 5.22 การใช้ดุลยพินิจและประมาณการทางบัญชีที่สำคัญ

ในการจัดทำงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจและการประมาณการในเรื่องที่มีความไม่แน่นอนเสมอ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อจำนวนเงินที่แสดงในงบการเงินและต่อข้อมูลที่แสดงในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ผลที่เกิดขึ้นจริงอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณการไว้ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการที่สำคัญมีดังนี้

### ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้การค้า

ในการประมาณค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้การค้า ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประมาณการผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากลูกหนี้แต่ละราย โดยคำนึงถึงประสบการณ์การเก็บเงินในอดีต อายุของหนี้ที่ค้างค้างและสถานะเศรษฐกิจที่คาดการณ์ไว้ของกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงด้านเครดิตที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น ทั้งนี้ ข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตจากประสบการณ์ในอดีตและการคาดการณ์สถานะเศรษฐกิจของบริษัทฯ อาจไม่ได้บ่งบอกถึงการผิดสัญญาของลูกค้าที่เกิดขึ้นจริงในอนาคต

### ค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือ

ในการประมาณค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือ ฝ่ายบริหารได้ใช้ดุลยพินิจในการประมาณการ ผลขาดทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากสินค้าคงเหลือนั้น โดยค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสุทธิที่จะได้รับพิจารณาจากราคาที่คาดว่าจะขายได้ตามปกติของธุรกิจหักด้วยค่าใช้จ่ายในการขายสินค้านั้น และค่าเผื่อสำหรับสินค้าเก่าล้าสมัย เคลื่อนไหวช้าหรือเสื่อมคุณภาพพิจารณาจากอายุโดยประมาณของสินค้าแต่ละชนิด

## สัญญาเช่า

การกำหนดอายุสัญญาเช่าที่มีสิทธิการเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือยกเลิกสัญญาเช่า - บริษัทในฐานะ

ผู้เช่า

ในการกำหนดอายุสัญญาเช่า ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประเมินว่าบริษัทฯ มีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลหรือไม่ที่จะใช้สิทธิเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือยกเลิกสัญญาเช่า โดยคำนึงถึงข้อเท็จจริงและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ทำให้เกิดสิ่งจูงใจทางเศรษฐกิจสำหรับบริษัทฯ ในการใช้หรือไม่ใช้สิทธิเลือกนั้น

การกำหนดอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่ม - บริษัทในฐานะผู้เช่า

บริษัทฯ ไม่สามารถกำหนดอัตราดอกเบี้ยตามนัยของสัญญาเช่า ดังนั้น ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มของบริษัทฯ ในการคิดลดหนี้สินตามสัญญาเช่า โดยอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มเป็นอัตราดอกเบี้ยที่บริษัทฯ จะต้องจ่ายในการกู้ยืมเงินที่จำเป็นเพื่อให้ได้มาซึ่งสินทรัพย์ที่มีมูลค่าใกล้เคียงกับสินทรัพย์สิทธิการใช้ในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่คล้ายคลึง โดยมีระยะเวลาการกู้ยืมและหลักประกันที่คล้ายคลึง

## ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์และค่าเสื่อมราคา

ในการคำนวณค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องทำการประมาณอายุการให้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือเมื่อเลิกใช้งานของอาคารและอุปกรณ์ และต้องทบทวนอายุการให้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือใหม่หากมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น

นอกจากนี้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องสอบทานการด้อยค่าของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ในแต่ละช่วงเวลาและบันทึกขาดทุนจากการด้อยค่าหากคาดว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ในการนี้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์รายได้และค่าใช้จ่ายในอนาคตซึ่งเกี่ยวเนื่องกับสินทรัพย์นั้น

## สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ในการบันทึกและวัดมูลค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ณ วันที่ได้มา ตลอดจนการทดสอบการด้อยค่าในภายหลัง ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตจากสินทรัพย์ หรือ หน่วยของสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสด รวมทั้งการเลือกอัตราคิดลดที่เหมาะสมในการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดนั้น ๆ

### สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

บริษัทฯ จะรับรู้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสำหรับผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษีและขาดทุนทางภาษีที่ไม่ได้ใช้เมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนว่าบริษัทฯ จะมีกำไรทางภาษีในอนาคตเพียงพอที่จะใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวและขาดทุนนั้น ในการนี้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการว่าบริษัทฯ ควรรับรู้จำนวนสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีเป็นจำนวนเท่าใด โดยพิจารณาถึงจำนวนกำไรทางภาษีที่คาดว่าจะเกิดในอนาคตในแต่ละช่วงเวลา

### ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน

หนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงานประมาณขึ้นตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย ซึ่งต้องอาศัยข้อสมมติฐานต่าง ๆ ในการประมาณการนั้น เช่น อัตราคิดลด อัตราการขึ้นเงินเดือนในอนาคต อัตราภาระ และอัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน เป็นต้น

### รายได้รอการตัดบัญชีสำหรับคะแนนสะสม

คำนวณจากการประมาณอัตราการใช้สิทธิแลกคะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัลจากคะแนนสะสมของลูกค้า และราคาเฉลี่ยของส่วนลดเงินสดที่ลูกค้ามาใช้สิทธิ

## 6. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

(หน่วย: บาท)

	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
เงินสด	1,117,807.75	3,368,839.25
เงินฝากกระแสรายวัน	5,151,673.36	25,765,177.04
เงินฝากออมทรัพย์	169,281,833.32	124,868,815.39
สลิปบัตรเครดิตที่ยังไม่ขึ้นเงิน	391,525.39	653,432.74
รวม	<u>175,942,839.82</u>	<u>154,656,264.42</u>

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากกระแสรายวันมีอัตราดอกเบี้ยระหว่างร้อยละ 0.05 ถึง 0.50 ต่อปี (วันที่ 31 ธันวาคม 2562 : 0.10 ถึง 1.30 ต่อปี)

## 7. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น

	(หน่วย: บาท)	
	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
ลูกหนี้การค้า		
ลูกหนี้การค้าแฟรนไชส์	22,721.48	342,042.09
ลูกหนี้การค้ากิจการอื่น	39,776,044.87	45,121,689.87
ลูกหนี้การค้าตามสัญญาฝากขาย	2,270,806.12	29,137,137.57
รวมลูกหนี้การค้า	42,069,572.47	74,600,869.53
หัก ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น		
(2562: ค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญ)	(62,684.44)	(702,334.91)
ลูกหนี้การค้า – สุทธิ	42,006,888.03	73,898,534.62
ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น		
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	11,337,048.03	8,029,435.70
ดอกเบี้ยค้างรับ	131,677.56	1,319,690.94
เงินมัดจำค่าสินค้า	135,810.00	936,266.47
เงินทดรองจ่าย	-	725,400.00
ภาษีซื้อยังไม่ถึงกำหนด	3,474,368.30	3,342,327.99
เงินจ่ายล่วงหน้าภาษีมูลค่าเพิ่ม	681,605.03	1,637,577.36
อื่นๆ	870,320.50	1,700,165.47
รวมลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	16,630,829.42	17,690,863.93
รวมลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	58,637,717.45	91,589,398.55

ลูกหนี้การค้าคงเหลือแยกตามอายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระดังนี้

	(หน่วย: บาท)	
	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
ลูกหนี้การค้าที่ไม่เกินกำหนดชำระ	40,997,242.03	69,987,358.83
ลูกหนี้การค้าเกินกำหนดชำระ		
- ไม่เกิน 3 เดือน	1,055,777.58	4,488,252.65
- มากกว่า 3 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี	416.00	110,165.70
- มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	16,136.86	15,092.35
รวมลูกหนี้การค้า	42,069,572.47	74,600,869.53



## 8. สินค้าคงเหลือ

(หน่วย: บาท)

	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
สินค้าสำเร็จรูป	152,650,589.97	272,793,211.20
บรรจุภัณฑ์	79,453,236.89	78,779,582.11
งานระหว่างทำ	4,206,244.81	17,442,119.42
วัสดุสิ้นเปลือง	3,982,624.58	4,709,891.42
รวม	240,292,696.25	373,724,804.15
หัก ค่าเพื่อการลดมูลค่าของสินค้าเหลือ	(31,276,639.01)	(18,850,147.83)
สุทธิ	209,016,057.24	354,874,656.32

## 9. สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น/เงินลงทุนชั่วคราว

(หน่วย: บาท)

	อัตราดอกเบี้ยร้อยละต่อปี		31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
เงินฝากประจำ	0.82 - 0.90	1.60 - 1.85	250,000,000.00	300,000,000.00
สัญญาขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า			432,214.58	-
รวม			250,432,214.58	300,000,000.00

ปี 2563 บริษัทฯ มีเงินฝากประจำสถาบันการเงินสองแห่ง อายุ 12 เดือน (ปี 2562 สามแห่ง อายุตั้งแต่ 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี)

สัญญาขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าสินทรัพย์ตราสารอนุพันธ์ที่ถือไว้เพื่อการซื้อขายอนุพันธ์ไม่ได้กำหนดไว้ในความสัมพันธ์ทางบัญชีป้องกันความเสี่ยงซึ่งแสดงด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุน

## 10. สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น/เงินลงทุนระยะยาวอื่น

บริษัทฯ มีเงินฝากประจำอายุ 13 เดือน กับสถาบันการเงินหนึ่งแห่งในประเทศ โดยครบกำหนดแล้วในปี 2563

(หน่วย: บาท)

	อัตราดอกเบี้ยร้อยละต่อปี		31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
เงินฝากประจำ	-	1.67	-	50,000,000.00

11. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

ราคาทุน:	ที่ดิน	อาคารและ ส่วนปรับปรุง	เครื่องตกแต่ง	เครื่องมือและ อุปกรณ์สำนักงาน	คอมพิวเตอร์	ยานพาหนะ	ทรัพย์สิน ระหว่างก่อสร้าง	(หน่วย: บาท)
								รวม
ณ วันที่ 1 มกราคม 2562	19,240,000.00	139,764,581.94	228,851,686.21	103,837,230.07	37,266,363.82	17,537,373.09	2,659,652.28	549,156,887.41
ซื้อเพิ่ม	-	270,309.50	9,958,771.01	3,111,864.15	1,822,646.97	-	901,847.07	16,065,438.70
จำหน่าย	-	-	-	(3,016,531.85)	(396,968.11)	(77,100.00)	-	(3,490,599.96)
โอนเข้า(ออก)	-	-	-	3,531,499.35	-	-	(3,531,499.35)	-
ตัดจำหน่าย/ปรับปรุง	-	-	(38,178,413.21)	(5,272,606.61)	(2,493,637.99)	-	(30,000.00)	(45,974,657.81)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562	19,240,000.00	140,034,891.44	200,632,044.01	102,191,455.11	36,198,404.69	17,460,273.09	-	515,757,068.34
ซื้อเพิ่ม	-	868,062.06	1,593,069.51	599,993.57	118,223.55	-	-	3,179,348.69
จำหน่าย	-	-	(1,900.00)	(1,573,159.84)	(1,457,129.88)	-	-	(3,032,189.72)
โอนทรัพย์สินคำร้อถอนไปสินทรัพย์สิทธิ								
การใช้		(5,103,350.00)	(924,577.00)	-	-	-	-	(6,027,927.00)
ตัดจำหน่าย/ปรับปรุง	-	(659,951.70)	(129,820,497.27)	(11,143,213.59)	(1,003,976.65)	-	-	(142,627,639.21)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	19,240,000.00	135,139,651.80	71,478,139.25	90,075,075.25	33,855,521.71	17,460,273.09	-	367,248,661.10
ค่าเสื่อมราคาสะสม:								
ณ วันที่ 1 มกราคม 2562	-	(29,904,113.27)	(172,374,928.94)	(42,338,296.56)	(26,891,279.66)	(8,097,612.85)	-	(279,606,231.28)
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	(6,317,509.21)	(21,602,582.10)	(13,818,897.80)	(6,301,376.31)	(1,302,502.73)	-	(49,342,868.15)
ค่าเสื่อมราคาส่วนที่จำหน่าย	-	-	-	2,993,492.11	396,588.02	40,308.36	-	3,430,388.49
ตัดจำหน่าย/ปรับปรุง	-	-	34,125,867.30	3,719,458.52	2,432,871.41	-	-	40,278,197.23
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562	-	(36,221,622.48)	(159,851,643.74)	(49,444,243.73)	(30,363,196.54)	(9,359,807.22)	-	(285,240,513.71)
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	(6,067,774.01)	(13,054,179.01)	(12,659,610.96)	(4,046,713.80)	(1,125,068.89)	-	(36,953,346.67)
ค่าเสื่อมราคาส่วนที่จำหน่าย	-	-	846.62	1,507,612.84	1,450,238.94	-	-	2,958,698.40
โอนทรัพย์สินคำร้อถอนไปสินทรัพย์สิทธิ								
การใช้	-	644,931.27	154,004.73	-	-	-	-	798,936.00
ตัดจำหน่าย/ปรับปรุง	-	304,725.64	110,759,896.30	6,938,732.12	993,899.77	-	-	118,997,253.83
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	-	(41,339,739.58)	(61,991,075.10)	(53,657,509.73)	(31,965,771.63)	(10,484,876.11)	-	(199,438,972.15)
มูลค่าสุทธิตามบัญชี:								
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	19,240,000.00	93,799,912.22	9,487,064.15	36,417,565.52	1,889,750.08	6,975,396.98	-	167,809,688.95
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าทรัพย์สิน	-	-	-	-	-	-	-	(1,988,381.31)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 - สุทธิ	19,240,000.00	93,799,912.22	9,487,064.15	36,417,565.52	1,889,750.08	6,975,396.98	-	165,821,307.64
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 - สุทธิ	19,240,000.00	103,813,268.96	40,780,400.27	52,747,211.38	5,835,208.15	8,100,465.87	-	230,516,554.63

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 อาคารบางส่วนมูลค่าสุทธิตามบัญชีจำนวน 81.85 ล้านบาท และ 89.56 ล้านบาท ตามลำดับ สร้างอยู่บนที่เช่าของกรรมการตามที่กล่าวในหมายเหตุ 18.2

ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 จำนวน 36.95 ล้านบาท และ 49.34 ล้านบาท ตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 บริษัทฯ มีทรัพย์สินถาวรที่คิดค่าเสื่อมราคาหมดแล้ว แต่ยังใช้งานอยู่ราคาทุนจำนวน 88.25 ล้านบาท และ 145.53 ล้านบาท ตามลำดับ

## 12. สินทรัพย์สิทธิการใช้ / หนี้สินตามสัญญาเช่า

บริษัทฯ ได้เช่าทำสัญญาเช่าที่ดิน พื้นที่เช่าในศูนย์การค้าและคลังสินค้า และยานพาหนะ เพื่อใช้ในการดำเนินงานของกิจการ อายุของสัญญาเช่ามีระยะเวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 2-10 ปี

รายการเคลื่อนไหวของสินทรัพย์สิทธิการใช้ที่เกิดขึ้นในระหว่างปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ประกอบด้วย

### 12.1 สินทรัพย์สิทธิการใช้

(หน่วย : บาท)

	ยอด ณ วันที่ 1 มกราคม 2563	ผลกระทบจากการใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 หมายเหตุข้อ 4	รับโอน				ยอด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
			ทรัพย์สินคร่ำครึถอนจากที่ดิน อาคาร	และอุปกรณ์	เพิ่มขึ้น	ลดลง	
<b>ราคาทุน</b>							
ที่ดิน	-	13,267,086.83	-	-	-	-	13,267,086.83
พื้นที่เช่าในศูนย์การค้าและคลังสินค้า	-	430,165,035.93	6,027,927.00	15,516,139.28	(164,106,941.19)	-	287,602,161.02
ยานพาหนะ	-	6,637,208.85	-	-	(1,283,761.93)	-	5,353,446.92
รวม	-	450,069,331.61	6,027,927.00	15,516,139.28	(165,390,703.12)	-	306,222,694.77
<b>ค่าเสื่อมราคาสะสม</b>							
ที่ดิน	-	(2,653,417.36)	-	(442,236.23)	-	-	(3,095,653.59)
พื้นที่เช่าในศูนย์การค้าและคลังสินค้า	-	(238,122,454.44)	(798,936.00)	(77,452,746.67)	116,712,245.88	-	(199,661,891.23)
ยานพาหนะ	-	(2,663,233.18)	-	(2,332,285.79)	1,283,761.93	338,168.20	(3,373,588.84)
รวม	-	(243,439,104.98)	(798,936.00)	(80,227,268.69)	117,996,007.81	338,168.20	(206,131,133.66)
สินทรัพย์สิทธิการใช้มูลค่าสุทธิตามบัญชี	-	206,630,226.63	5,228,991.00	(64,711,129.41)	(47,394,695.31)	338,168.20	100,091,561.11
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563							80,227,268.69

ในปี 2563 บริษัทได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้บริษัท ปิดสาขา จำนวน 107 สาขา ส่งผลให้บัญชีสินทรัพย์สิทธิการใช้ ลดลงจำนวนเงินสุทธิ 47.39 ล้านบาท

12.2 หนี้สินตามสัญญาเช่า

12.2.1 หนี้สินตามสัญญาเช่า มีดังนี้

	(หน่วย: บาท)	
	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
หนี้สินตามสัญญาเช่า	145,832,987.71	-
หัก: ดอกเบี้ยรอการตัดจำหน่าย	(23,757,223.32)	-
รวม	122,075,764.39	-
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	(73,451,452.26)	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า - สุทธิ	48,624,312.13	-

12.2.2 รายการเปลี่ยนแปลงของหนี้สินตามสัญญาเช่า สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 สรุปได้ดังนี้

	(หน่วย: บาท)
มูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายตามสัญญา ณ วันที่ 1 มกราคม 2563 (ก่อนปรับปรุง)	-
รายการปรับปรุงสินทรัพย์สิทธิการใช้จากการนำมาตราฐานการ รายงานทางการเงินฉบับที่ 16 มาถือปฏิบัติครั้งแรก (ตามหมายเหตุข้อ 4)	232,879,189.05
มูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายตามสัญญา ณ วันที่ 1 มกราคม 2563 (หลังปรับปรุง)	232,879,189.05
บวก: เพิ่มหนี้สินระหว่างปี	15,516,139.28
หัก: จ่ายชำระระหว่างปี	(126,319,563.94)
มูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายตามสัญญา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	122,075,764.39
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	(73,451,452.26)
หนี้สินตามสัญญาเช่า - สุทธิ	48,624,312.13

บริษัท ได้เช่าทำสัญญาเช่าที่ดินอายุของสัญญา 30 ปี สัญญาเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าและคลังสินค้าอายุของสัญญา 2-10 ปี และสัญญาเช่าของยานพาหนะอายุของสัญญา 2-5 ปี



12.2.3 บริษัทฯ มีการผูกพันที่จะต้องจ่ายค่าเช่าขั้นต่ำตามสัญญาเช่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ดังนี้

(หน่วย: บาท)

	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	เกิน 5 ปีขึ้นไป	รวม
ผลรวมของจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่าย				
ทั้งสิ้น ตามสัญญาเช่า	78,512,817.48	41,617,017.58	25,703,152.65	145,832,987.71
ดอกเบี้ยตามสัญญาเช่ารอการตัดบัญชี	(5,061,365.22)	(7,599,076.04)	(11,096,782.06)	(23,757,223.32)
มูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินขั้นต่ำที่				
ต้องจ่ายทั้งสิ้นตามสัญญาเช่า	73,451,452.26	34,017,941.54	14,606,370.59	122,075,764.39

ดอกเบี้ยรอการตัดจำหน่าย รับรู้ในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จแสดงเป็นรายการต้นทุนทางการเงิน จำนวน 10,907,235.38 บาท

ค่าใช้จ่ายสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 เกี่ยวกับสัญญาเช่าที่รับรู้ในรายการต่อไปนี้เป็นส่วนของกำไรหรือขาดทุน

(หน่วย: บาท)

ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้	80,227,268.69
ดอกเบี้ยจ่ายจากหนี้สินตามสัญญาเช่า	10,907,235.38
ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับสัญญาเช่าระยะสั้น	
และสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ	33,823,374.80
รวม	124,957,878.87

### 13. สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น

	(หน่วย: บาท)	
	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
<b>โปรแกรมคอมพิวเตอร์</b>		
<b>ราคาทุน:</b>		
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 มกราคม	35,494,133.10	29,978,383.10
ซื้อ	-	5,485,750.00
โอนเข้า(ออก)	-	30,000.00
ยอดคงเหลือ ณ วันสิ้นปี	35,494,133.10	35,494,133.10
<b>ค่าตัดจำหน่ายสะสม:</b>		
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 มกราคม	11,414,548.76	8,259,392.48
ค่าตัดจ่าย	3,397,844.47	3,155,156.28
ยอดคงเหลือ ณ วันสิ้นปี	14,812,393.23	11,414,548.76
<b>มูลค่าสุทธิตามบัญชี</b>	<b>20,681,739.87</b>	<b>24,079,584.34</b>
<b>โปรแกรมระหว่างติดตั้ง</b>		
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 มกราคม	6,986,130.00	5,372,630.00
ซื้อ	-	1,643,500.00
โอนเข้า(ออก)	-	(30,000.00)
ยอดคงเหลือ ณ วันสิ้นปี	6,986,130.00	6,986,130.00
หัก ค่าเพื่อการด้อยค่าทรัพย์สิน	(4,925,130.00)	(4,925,130.00)
สุทธิ	2,061,000.00	2,061,000.00
<b>รวม</b>	<b>22,742,739.87</b>	<b>26,140,584.34</b>

ค่าตัดจำหน่ายของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 จำนวน 3.40 ล้านบาท และ 3.16 ล้านบาท ตามลำดับ

### 14. ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี/ ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้

	(หน่วย : บาท)	
	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	43,633,326.52	12,543,168.14
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	-	-
สุทธิ	43,633,326.52	12,543,168.14

รายการเคลื่อนไหวของสินทรัพย์และหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีที่เกิดขึ้นในระหว่างปีมีดังนี้

(หน่วย : บาท)

	รายการปรับปรุงจากการนำ				
	ณ วันที่	มาตรฐานการรายงาน	บันทึกเป็น(รายจ่าย)/รายได้ใน		ณ วันที่
	1 มกราคม	ทางการเงินฉบับที่ 16	กำไรหรือ	กำไรขาดทุน	31 ธันวาคม
	2563	มาถือปฏิบัติครั้งแรก	ขาดทุน	เบ็ดเสร็จอื่น	2563
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี					
ค่าเพื่อการลดมูลค่าของสินค้า	3,770,029.57	-	2,485,298.23	-	6,255,327.80
ค่าเพื่อการด้อยค่าของทรัพย์สิน	985,026.00	-	397,676.26	-	1,382,702.26
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	4,608,283.20	-	(460,577.24)	(866,230.76)	3,281,475.20
รายได้รอตัดบัญชี - คะแนนสะสม	2,976,976.74	-	(896,638.35)	-	2,080,338.39
หนี้สินจากการประมาณการค่ารถถอน	202,852.63	-	16,830.47	-	219,683.10
ค่าเพื่อการด้อยค่าของเงินมัดจำ	-	-	1,283,143.04	-	1,283,143.04
ผลขาดทุนสะสมยกไป	-	-	24,733,816.07	-	24,733,816.07
สัญญาเช่า	-	5,999,399.26	(1,602,558.60)	-	4,396,840.66
รวม	12,543,168.14	5,999,399.26	25,956,989.88	(866,230.76)	43,633,326.52

(หน่วย : บาท)

	ณ วันที่	บันทึกเป็น(รายจ่าย)/รายได้ใน		ณ วันที่
		กำไรหรือ	กำไรขาดทุน	
	1 มกราคม	ขาดทุน	เบ็ดเสร็จอื่น	31 ธันวาคม
	2562			2562
<b>สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี</b>				
ค่าเพื่อการลดมูลค่าของสินค้า	1,367,496.93	2,402,532.64	-	3,770,029.57
ค่าเพื่อการด้อยค่าของทรัพย์สิน	985,026.00	-	-	985,026.00
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	3,285,688.50	1,322,594.70	-	4,608,283.20
รายได้รอตัดบัญชี - คะแนนสะสม	5,676,113.06	(2,699,136.32)	-	2,976,976.74
หนี้สินจากการประมาณการค่ารถถอน	100,585.74	102,266.89	-	202,852.63
<b>รวม</b>	<b>11,414,910.23</b>	<b>1,128,257.91</b>	<b>-</b>	<b>12,543,168.14</b>

ค่าใช้จ่าย(รายได้)ภาษีเงินได้สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 สรุปได้ดังนี้

	(หน่วย : บาท)	
	2563	2562
ภาษีเงินได้ปัจจุบัน :		
ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับปี	-	59,321,803.42
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี :		
(รายได้)ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจากการเกิดผลแตกต่างชั่วคราว		
และการกลับรายการผลแตกต่างชั่วคราวที่แสดงอยู่ใน		
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	(25,956,989.88)	(1,128,257.91)
ค่าใช้จ่าย(รายได้)ภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	(25,956,989.88)	58,193,545.51
(รายได้)ภาษีเงินได้ที่เกี่ยวข้องกับผลขาดทุนจากการประมาณการ		
ตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย ที่บันทึกโดยตรงไปยัง		
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	866,230.76	-
รวม	866,230.76	-

รายการกระทบยอดจำนวนเงินระหว่างค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้กับผลคูณของกำไรทางบัญชีกับอัตราภาษีที่ใช้สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 สามารถแสดงได้ดังนี้

	(หน่วย : บาท)	
	2563	2562
กำไร(ขาดทุน)ทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	(130,838,847.26)	290,770,446.47
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล	20%	20%
กำไรทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลคูณอัตราภาษี	-	58,154,089.29
ผลกระทบทางภาษีสำหรับ :		
เกณฑ์บัญชีที่ต่างจากเกณฑ์ภาษี	(25,956,989.88)	39,456.22
รวม	(25,956,989.88)	39,456.22
ค่าใช้จ่าย(รายได้)ภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	(25,956,989.88)	58,193,545.51
อัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง	-	20.01%



## 15. สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น

(หน่วย: บาท)

	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
เงินมัดจำการเช่าและบริการ	59,986,968.26	88,924,575.19
อื่นๆ	2,366,308.76	2,925,722.93
รวม	62,353,277.02	91,850,298.12
หัก ค่าเพื่อการด้อยค่าของเงินมัดจำ	(6,415,715.21)	-
สุทธิ	55,937,561.81	91,850,298.12

## 16. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น

(หน่วย: บาท)

	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562
เจ้าหนี้การค้า	28,721,067.15	81,805,862.07
เจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น		
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	36,880,612.32	46,790,880.48
เจ้าหนี้กรรมสรรพากร	2,386,231.96	8,809,091.24
เจ้าหนี้ค่าทรัพย์สิน	6,200,452.26	12,870,632.76
เงินรับล่วงหน้าค่าสินค้า	2,372,571.82	5,787,270.79
รายได้รอการตัดบัญชี - คະແນສະສມ	10,401,691.96	14,884,883.70
เงินปันผลค้างจ่าย	792,350.51	514,740.56
อื่นๆ	256,633.48	5,774,866.13
รวมเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	59,290,544.31	95,432,365.66
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	88,011,611.46	177,238,227.73

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีเงินรับล่วงหน้าค่าสินค้าจากลูกค้า จำนวน 2.37 ล้านบาท โดยมีภาระที่ต้องปฏิบัติตาม  
การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า จำนวน 2.37 ล้านบาท

## 17. ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน

ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงานซึ่งเป็นเงินชดเชยพนักงานเมื่อออกจากงาน สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 แสดงได้ดังนี้

	(หน่วย: บาท)	
	2563	2562
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน		
ณ วันที่ 1 มกราคม	23,041,416.00	16,428,442.49
ต้นทุนบริการในปัจจุบัน และดอกเบี้ย	4,225,887.00	3,588,719.51
ต้นทุนบริการในอดีต	-	3,024,254.00
ส่วนที่รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น:		
ขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย		
ที่รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นในระหว่างปี	(4,331,153.80)	-
ผลประโยชน์ที่จ่ายในระหว่างปี	(6,528,773.20)	-
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน		
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	16,407,376.00	23,041,416.00

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ มีดังนี้

	(หน่วย: บาท)	
	2563	2562
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	831,367.00	1,293,433.45
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	3,394,520.00	5,319,540.06
รวม	4,225,887.00	6,612,973.51

ขาดทุน (กำไร) จากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยที่รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น เกิดขึ้นจาก

	(หน่วย: บาท)
	2563
สมมติฐานทางการเงิน	(1,664,959.00)
สมมติฐานประชากร	(1,689,610.00)
การปรับปรุงจากประสบการณ์	(976,584.80)
รวม	(4,331,153.80)

สมมติฐานที่สำคัญในการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกักันภัย สรุปได้ดังนี้

	2563	2562
อัตราคิดลด	อัตราร้อยละต่อปี	อัตราร้อยละต่อปี
- พนักงานรายเดือนและรายวัน	1.36	1.84
อัตราการขึ้นเงินเดือน		
- พนักงานรายเดือนและรายวัน	5.21	7.18
อัตราการหมุนเวียนของพนักงาน		
- พนักงานรายเดือนและรายวัน	0 - 60	0 - 61
อัตราการมรณะ		
- พนักงานรายเดือนและรายวัน	ตามตารางมรณะไทย พ.ศ. 2560	ตามตารางมรณะไทย พ.ศ. 2560

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสมมติฐานที่สำคัญต่อมูลค่าปัจจุบันของภาระผูกพันผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 สรุปได้ดังนี้

	(หน่วย: บาท)	
	เพิ่มขึ้น	ลดลง
อัตราคิดลด (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 0.5)	(849,166.00)	916,803.00
อัตราการขึ้นเงินเดือนในอนาคต (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 0.5)	790,711.00	(738,395.00)
อัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 1)	(1,739,773.00)	2,029,653.00

18. รายการธุรกิจกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

บริษัทฯ มีรายการธุรกิจที่สำคัญกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน รายการธุรกิจดังกล่าวเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าและเกณฑ์ตามที่ตกลงกันระหว่างบริษัทฯ และบุคคลหรือกิจการเหล่านั้น ซึ่งเป็นไปตามปกติธุรกิจ

ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทฯ กับบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกันสามารถสรุปได้ ดังนี้

รายชื่อบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	ลักษณะ		นโยบายการ
	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์ของรายการบัญชี	กำหนดราคา
บุคคลธรรมดา ประกอบด้วย:-			
นางธัญญาภรณ์ ไกรฤเบศ	ผู้ถือหุ้นและ	บริษัทฯ เช่าที่ดินและที่ดินพร้อมสิ่งปลูก	ตามข้อตกลงใน
	กรรมการบริษัทฯ	สร้าง(แสดงเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า	สัญญา

18.1 รายการระหว่างบริษัทฯ กับบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกันสามารถสรุปได้ ดังนี้

(หน่วย: บาท)			
สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			
	2563	2562	
ค่าเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง			
นางธัญญาภรณ์ ไกรฤเบศ	-	365,400.00	
ค่าเช่าที่ดิน			
นางธัญญาภรณ์ ไกรฤเบศ	-	1,276,293.00	
ดอกเบี้ยจ่ายตัดบัญชี			
นางธัญญาภรณ์ ไกรฤเบศ	832,660.78	-	
ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้			
นางธัญญาภรณ์ ไกรฤเบศ	540,407.92	-	



18.2 ยอดคงเหลือกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 มีดังนี้

(หน่วย: บาท)

	2563	2562
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น- เงินมัดจำการเช่า</b>		
นางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ	-	87,000.00
<b>ค่าเช่าค้างจ่าย</b>		
นางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ	-	3,638,538.00
<b>สินทรัพย์สิทธิการใช้ - สุทธิ</b>		
นางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ	10,171,433.23	-
<b>หนี้สินตามสัญญาเช่า</b>		
นางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ	15,765,457.72	-

**สัญญาเช่าที่ดิน**

บริษัทฯ มีสิทธิการเช่าตามสัญญาเช่าที่ดิน ตามสัญญาลงวันที่ 11 มิถุนายน 2556 มีระยะเวลาเช่า 20 ปี กำหนดค่าเช่าเท่ากับผู้ประเมินอิสระ และตามรายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2557 เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2557 มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ มีการแก้ไขสัญญาโดยทำบันทึกต่อท้ายสัญญาเช่าขยายอายุการเช่าอีก 10 ปี เป็นเงิน 16.44 ล้านบาท รวมเป็นอายุ 30 ปี เป็นเงิน 38.28 ล้านบาท ตามสัญญาลงวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 อายุสัญญาเช่าเริ่มวันที่ 1 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2586 (คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลง เก็บค่าเช่านับตั้งแต่วันที่การก่อสร้างอาคารและสิ่งก่อสร้างอื่นๆ เสร็จสิ้น หรือนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 แล้วแต่เวลาใดจะถึงกำหนดก่อน จนกว่าจะครบกำหนดเวลาเช่า) อย่างไรก็ตามบริษัทฯ เริ่มบันทึกค่าเช่าตั้งแต่ 1 มกราคม 2557 เป็นต้นไป โดยการเช่าที่ดินดังกล่าวจะไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์ในสิ่งปลูกสร้างให้แก่ผู้ให้เช่า โดยผู้เช่าต้องรื้อถอนสิ่งปลูกสร้างดังกล่าวเมื่อเลิกเช่าบริษัทฯ

ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 บริษัทฯ บันทึกการเช่าดังกล่าวเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้ตามที่อธิบายไว้ในหมายเหตุข้อ 4 และข้อ 12

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีการผูกพันตามสัญญาเช่าที่ต้องชำระคงเหลือ ดังนี้

		(หน่วย:บาท)
จ่ายชำระ		
ภายใน 1 ปี		1,006,020.00
เกิน 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี		4,325,886.00
เกิน 5 ปี ขึ้นไป(ถึงปีที่ 30)		26,570,844.90
รวม		31,902,750.90

19.   **ทุนที่ออกและชำระแล้ว / ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ**

รายการกระทบยอด

	ส่วนเกินมูลค่า		วันที่จดทะเบียนกับ
	หุ้นสามัญที่ออกและชำระแล้ว		กระทรวงพาณิชย์
	จำนวนหุ้น	ทุนชำระแล้ว	
	(หุ้น)	(บาท)	(บาท)
ณ วันที่ 1 มกราคม 2563	3,006,868,535	300,686,853.50	592,711,215.04
เพิ่มทุนจากการใช้สิทธิ			
ของใบสำคัญแสดงสิทธิ	-	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	3,006,868,535	300,686,853.50	592,711,215.04

ในระหว่างปีไม่มีผู้มาใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (ESOP Warrant-1)

20.   **สำรองตามกฎหมาย**

ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 บริษัทฯ ต้องจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีเป็นทุนสำรอง ตามกฎหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิประจำปีหลังจากหักยอดขาดทุนสะสมยกมา (ถ้ามี) จนกว่าทุนสำรองนี้จะมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียน สำรองตามกฎหมายดังกล่าวจะนำไปจ่าย เงินปันผลไม่ได้

## 21. ใบสำคัญแสดงสิทธิการซื้อหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ใบสำคัญแสดงสิทธิ ESOP Warrant-1 คงเหลือเท่ากับ 15,741,465 หน่วย อายุของสิทธิครั้งนี้  
สุดท้ายคือวันที่ 17 กรกฎาคม 2564

กระทบบยอดใบสำคัญแสดงสิทธิ ดังนี้

	ใบสำคัญแสดงสิทธิ (หน่วย)
ณ วันที่ 1 มกราคม 2563	15,741,465
ลดลงจากการใช้สิทธิ	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	15,741,465

### ใบสำคัญแสดงสิทธิ ESOP Warrant-1

เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2559 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 ของบริษัทฯ มีมติอนุมัติการออกและเสนอขาย

ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ จำนวน 22,610,000 หน่วย

โดยมีรายละเอียดดังนี้

ชนิด	: ระบุชื่อผู้ถือและไม่สามารถเปลี่ยนมือได้
ราคาเสนอขายต่อหน่วย	: หน่วยละ 0 บาท
อายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ	: ไม่เกิน 5 ปีนับแต่วันที่ออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งแรก
อัตราการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญ	: ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยต่อหุ้นสามัญ 1 หุ้น
ราคาใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญ	: 5.00 บาทต่อหุ้น

คุณสมบัติของผู้ที่มีสิทธิได้รับการจัดสรรใบสำคัญมีดังนี้:

- : กรรมการของบริษัทฯ และเป็นกรรมการในคณะกรรมการ  
บริหารที่มีหน้าที่โดยตรงในการบริหารงาน  
ของบริษัทฯ ในวันที่มีการจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิ
- : พนักงานที่มีอายุทำงานไม่น้อยกว่า 1 ปีในวันที่มีการ  
จัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิ

เงื่อนไขและระยะเวลาการใช้สิทธิ :

- 1) ใช้สิทธิได้ในวันที่ 16 ของเดือน มกราคม และ กรกฎาคม ของแต่ละปี โดยใช้สิทธิครั้งแรกในวันที่16 มกราคม 2560 และสามารถใช้อัตราครั้งสุดท้ายตรงกับวันที่ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุครบ 5 ปี
- 2) ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิสามารถใช้สิทธิในการซื้อหุ้นสามัญที่ออกใหม่ของบริษัทฯในแต่ละปีโดยมีรายละเอียดดังนี้:-

ปีที่	กำหนดการใช้สิทธิได้ไม่เกินอัตราร้อยละของ ใบสำคัญแสดงสิทธิทั้งหมดที่แต่ละคนได้รับ (อัตราร้อยละ)	วันที่ใช้สิทธิ
1	15%	16 มกราคม 2560 และ 17 กรกฎาคม 2560
2	35%	16 มกราคม 2561 และ 17 กรกฎาคม 2561
3	55%	16 มกราคม 2562 และ 17 กรกฎาคม 2562
4	75%	16 มกราคม 2563 และ 17 กรกฎาคม 2563
5	100%	16 มกราคม 2564 และ 17 กรกฎาคม 2564

- 3) ใบสำคัญแสดงสิทธิที่เหลือจากการใช้สิทธิหรือไม่ถูกใช้สิทธิในวันกำหนดใช้สิทธิใด ๆ สามารถ  
สะสมเพื่อนำไปใช้สิทธิในวันกำหนดใช้สิทธิครั้งต่อไปตลอดอายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ แต่หากครบกำหนด  
อายุแล้วใบสำคัญใดๆที่ไม่ถูกใช้สิทธิจะถูกยกเลิกและสิ้นผลไป

ข้อจำกัดการใช้สิทธิ

ในกรณีที่ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิลาออกหรือพ้นสภาพจากการเป็นกรรมการหรือพนักงาน ของบริษัทฯ ผู้ถือใบสำคัญ  
แสดงสิทธิจะต้องส่งใบสำคัญแสดงสิทธิที่ถืออยู่ทั้งหมดคืนให้แก่บริษัทฯ และคณะกรรมการบริษัทฯสามารถนำ  
ใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวมาจัดสรรให้แก่กรรมการหรือพนักงานรายอื่นที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด  
มูลค่ายุติธรรมโดยประมาณของสิทธิซื้อหุ้นแต่ละสิทธิ ณ วันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิเท่ากับ 1.54 บาท คำนวณโดย  
ใช้แบบจำลองการกำหนดราคาสิทธิตามแบบจำลองของ Black-Scholes-Merton ข้อมูลนำเข้าแบบจำลอง ได้แก่  
ราคาหุ้น ณ วันที่กำหนดราคา ซึ่งเท่ากับ 5.40 บาท ราคาใช้สิทธิเท่ากับ 5.00 บาท ความผันผวนที่คาดหวังร้อยละ  
33.94 ความคาดหวังอัตราดอกเบี้ยเงินปันผล ร้อยละ 2.11 ระยะเวลาที่คาดว่าจะมีการใช้สิทธิ 5 ปี และอัตรา  
ดอกเบี้ยปลอดความเสี่ยงร้อยละ 1.80



## 22. หุ้นสามัญซื้อคืน

ตามรายงานการประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 4/2561 เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2561 ที่ประชุมของบริษัทฯมีมติอนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อ บริหารทางการเงินและสภาพคล่องส่วนเกินของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ก) วงเงินสูงสุดที่จะใช้ในการซื้อหุ้นคืน 950 ล้านบาท
- ข) จำนวนหุ้นที่จะซื้อคืนไม่เกิน 64 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท จำนวนหุ้นที่จะซื้อคืนคิดเป็นร้อยละ 2.13 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ณ วันที่ 14 มีนาคม 2561
- ค) บริษัทฯซื้อคืนหุ้นสามัญดังกล่าวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยให้นำราคาหุ้นเฉลี่ยย้อนหลัง 30 วันก่อนวันที่บริษัทฯจะทำการเปิดเผยข้อมูลมาประกอบการพิจารณากำหนดราคาหุ้นด้วย ราคาซื้อคืนแต่ละครั้งจะไม่เกินกว่าราคาปิดของหุ้นเฉลี่ย 5 วันทำการซื้อขายก่อนหน้าวันที่ทำการซื้อขายแต่ละครั้ง บวกด้วยจำนวนร้อยละ 15 ของราคาปิดเฉลี่ยดังกล่าว
- ง) ระยะเวลาซื้อหุ้นคืนตั้งแต่วันที่ 24 กรกฎาคม 2561 ถึงวันที่ 23 มกราคม 2562
- จ) ระยะเวลาจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืน ภายหลัง 6 เดือนนับแต่วันที่ซื้อหุ้นคืนเสร็จสิ้นแต่ต้องไม่เกิน 3 ปี บริษัทฯจะจำหน่ายหุ้นทุนที่ซื้อคืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยคณะกรรมการบริษัทฯ จะพิจารณากำหนดวันจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนในภายหลัง
- ฉ) หุ้นที่บริษัทฯซื้อคืนจะไม่มีสิทธิในการรับเงินปันผล

ณ 31 ธันวาคม 2563

จำนวนหุ้นทุน (หุ้น)

ราคาเฉลี่ยหุ้นละ (บาท)

จำนวนเงิน (ล้านบาท)

หุ้นซื้อคืน

12,675,000

7.865

99.69

ข) การเปลี่ยนแปลงในระหว่างปี ดังนี้

	จำนวนหุ้นซื้อคืน
ณ 31 ธันวาคม 2562	12,675,000
เพิ่มขึ้น - จากการซื้อคืน	-
ลดลง - จากการจำหน่าย	-
ณ 31 ธันวาคม 2563	12,675,000

วันที่ 23 มกราคม 2562 เป็นวันสุดท้ายที่กำหนดให้ซื้อคืนหุ้นสามัญ ดังนั้นจำนวนหุ้นสามัญซื้อคืนและสำหรับเพื่อจำหน่ายต่อไป จะมีจำนวนเท่ากับที่แสดงข้างต้น

บริษัทฯ ได้จัดสรรกำไรสะสมเป็นสำรองสำหรับหุ้นสามัญซื้อคืนเป็นจำนวนเงินประมาณ 99.69 ล้านบาท เต็มจำนวนแล้ว

## 23. เงินปันผลจ่าย

### ปี 2563

ตามรายงานการประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ครั้งที่ 3/2563 เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2563 มีมติให้เลื่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2563 ออกไปอย่างไม่มีกำหนด เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และมีมติจ่ายเงินปันผลแทนผู้ถือหุ้นจากผลการดำเนินงานปี 2562 โดยกำหนดจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นจำนวน 2,994 ล้านหุ้น ในอัตราหุ้นละ 0.071 บาท เป็นจำนวนเงิน 213 ล้านบาท โดยบริษัทฯ จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลแล้วในปี 2562 หุ้นละ 0.035 บาท คิดเป็นเงินจำนวน 105 ล้านบาท คงเหลือเงินปันผลที่ต้องจ่ายอีกหุ้นละ 0.036 บาท คิดเป็นจำนวนเงิน 108 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ จ่ายแล้ว เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2563 และเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2563 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 มีมติรับทราบแล้ว

### ปี 2562

ตามรายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2562 เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2562 มีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานปี 2561 โดยกำหนดจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นจำนวน 2,994 ล้านหุ้น ในอัตราหุ้นละ 0.30 บาท เป็นจำนวนเงิน 898 ล้านบาท โดยบริษัทฯ จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลแล้วในปี 2561 หุ้นละ 0.162 บาท คิดเป็นเงินจำนวน 485 ล้านบาท คงเหลือเงินปันผลที่ต้องจ่ายอีกหุ้นละ 0.138 บาท คิดเป็นเงินจำนวน 413 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ จ่ายแล้วเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2562

## เงินปันผลระหว่างกาล

ปี 2562

ตามรายงานการประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 4/2562 เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2562 มีมติให้จ่ายเงิน ปันผลระหว่างกาล จากผลการดำเนินงานงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2562 ในอัตราหุ้นละ 0.035 บาท เป็นจำนวนเงิน 105 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ จ่ายแล้วเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2562

## 24. ค่าตอบแทนกรรมการและค่าตอบแทนผู้บริหาร

### 24.1 ค่าตอบแทนกรรมการ

ค่าตอบแทนกรรมการนี้เป็นผลประโยชน์ที่จ่ายให้กับกรรมการของบริษัทฯ ตามมาตรา 90 ของพระราชบัญญัติ บริษัทมหาชนจำกัด โดยไม่รวมเงินเดือนและผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องที่จ่ายให้กับกรรมการในฐานะผู้บริหาร

### 24.2 ค่าตอบแทนผู้บริหาร

ค่าตอบแทนผู้บริหารนี้เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ เงินเดือน ค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นให้แก่กรรมการเฉพาะในฐานะผู้บริหารและให้แก่ผู้บริหารตามนิยามในประกาศของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ อันได้แก่ ผู้จัดการหรือผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารสัปดาห์แรกต่อจากผู้จัดการลงมาและผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งเทียบเท่าระดับบริหารรายที่สี่ทุกรายและให้หมายความรวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า

## 25. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน

บริษัทฯ และพนักงานได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพชื่อ “กองทุนสำรองเลี้ยงชีพสินสภาพร ซึ่ง จัดทะเบียนแล้ว” ตามพระราชบัญญัติกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พ.ศ. 2530 โดยบริษัทฯ และพนักงานจะจ่ายเงินเข้ากองทุนเป็นรายเดือนในอัตราร้อยละ 3-5 ของเงินเดือน กองทุนสำรองเลี้ยงชีพนี้บริหารโดย บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด และจะจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อพนักงานนั้นออกจากงานตามระเบียบว่าด้วยกองทุนของบริษัทฯ

บริษัทฯ จ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 2.07 ล้านบาท

26. ค่าใช้จ่ายตามลักษณะของค่าใช้จ่าย

รายการค่าใช้จ่ายตามลักษณะที่สำคัญ สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 มีดังนี้

	(หน่วย: บาท)	
	2563	2562
การเปลี่ยนแปลงในสินค้าสำเร็จรูปและงานระหว่างทำ	133,378,495.84	209,732,137.26
ซื้อสินค้า	217,956,697.34	577,765,477.79
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน	196,107,357.92	330,861,055.62
ค่าตอบแทนผู้บริหาร	26,044,986.16	41,606,372.53
ค่าตอบแทนกรรมการ	1,145,684.00	2,024,607.84
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจ่าย	40,351,191.14	53,680,982.51
ค่าเช่าและค่าบริการ	34,512,857.80	256,294,225.42
ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย	55,340,525.95	116,274,473.53
ขาดทุนการลดมูลค่าสินค้าคงเหลือ	12,426,491.18	12,012,663.18
ขาดทุนจากสินค้าทำลาย	4,607,301.68	2,532,338.02
ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์สิทธิการใช้	80,227,268.69	-

27. กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้น

กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (ไม่รวมหุ้นซื้อคืน) และกำไรต่อหุ้นปรับลดสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 แสดงการคำนวณได้ดังนี้

	(หน่วย : บาท)					
	สำหรับปี					
	31 ธันวาคม 2563			31 ธันวาคม 2562		
	จำนวนหุ้นสามัญ ถัวเฉลี่ย			จำนวนหุ้นสามัญ ถัวเฉลี่ย		
	กำไร(ขาดทุน)	ถ่วงน้ำหนัก	กำไรต่อหุ้น	กำไร(ขาดทุน)	ถ่วงน้ำหนัก	กำไรต่อหุ้น
กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	(104,881,857.38)	2,994,193,535	(0.04)	232,576,900.96	2,994,150,560	0.08
ผลกระทบของหุ้นสามัญ เทียบเท่าปรับลด	-	-	-	-	-	-
กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้นปรับลด	(104,881,857.38)	2,994,193,535	(0.04)	232,576,900.96	2,994,150,560	0.08

กำไรต่อหุ้นปรับลดสำหรับปี 2563 และปี 2562 ไม่ได้คำนวณปรับลด เนื่องจากราคาตลาดเฉลี่ยต่ำกว่าราคาใช้สิทธิ



## 28. การเสนอข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

ข้อมูลส่วนงานดำเนินงานในส่วนงานหลักคือ การจำหน่ายเครื่องสำอางที่ผ่านช่องทางค้าปลีกและการจำหน่ายที่ไม่ผ่านช่องทางค้าปลีก และตามภูมิศาสตร์รายงานที่นำเสนอนี้สอดคล้องกับรายงานภายในของบริษัทที่มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานได้รับและสอบทานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้ในการตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากรให้กับส่วนงานและประเมินผลการดำเนินงานของส่วนงาน โดยผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานของบริษัท คือ ประธานกรรมการบริหาร

รายได้จากการขายตามภูมิศาสตร์ภายในประเทศกับต่างประเทศมีดังนี้

(หน่วย: บาท)

	2563	2562
การจำหน่ายภายในประเทศ	633,085,430.70	1,862,428,391.15
การจำหน่ายต่างประเทศ	136,211,618.78	144,779,134.34
รวม	769,297,049.48	2,007,207,525.49

### ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้ารายใหญ่

ปี 2563 บริษัทฯ มีรายได้จากลูกค้า 1 รายจำนวนเงิน 103.83 ล้านบาท ที่มูลค่ามากกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ของกิจการ (ปี 2562 ไม่มีรายใดที่เท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ของกิจการ)

## 29. ภาระผูกพันและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น

29.1 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีภาระผูกพันคงเหลือตามสัญญาเช่าพื้นที่และสัญญาบริการของบริษัทฯ อายุต่ำกว่า 1 ปี มียอดคงเหลือจำนวน 0.97 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ไม่มีภาระผูกพันตามสัญญาเช่าพื้นที่และสัญญาบริการที่เกี่ยวข้องจากการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 มาถือปฏิบัติ ณ วันที่ 1 มกราคม 2563 บริษัทฯ รับรู้หนี้สินตามสัญญาเช่าที่เคยจัดประเภทเป็นสัญญาเช่าดำเนินงานด้วยมูลค่าปัจจุบันของเงินจ่ายชำระตามสัญญาเช่าที่เหลืออยู่คิดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมส่วนเพิ่มของบริษัทฯ ตามที่กล่าวไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4

29.2 บริษัท มีภาระผูกพันตามสัญญาซื้อขายฝากยืมคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 3.27 ล้านบาท

29.3 บริษัท มีภาระผูกพันคงเหลือที่ต้องจ่ายชำระตามสัญญาเกี่ยวกับการซื้อวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 55.49 ล้านบาท

### 30. เครื่องมือทางการเงิน

#### 30.1 นโยบายการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน

บริษัท มีความเสี่ยงด้านการเงินในด้านต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงด้านเครดิต ความเสี่ยงด้านตลาด (ซึ่งประกอบด้วย ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนและความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย) และความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง นโยบายการบริหารความเสี่ยงโดยรวมของบริษัท มุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนจากตลาดการเงินที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้โดยให้มีผลกระทบด้านลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินน้อยที่สุด บริษัท ใช้ตราสารอนุพันธ์ประเภทต่าง ๆ ในการป้องกันความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ดังนี้

##### ความเสี่ยงทางด้านสภาพคล่อง

กิจการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง โดยรักษาระดับเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดให้เพียงพอเพื่อสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

##### ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัท มีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากมีรายการบางส่วนเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ซึ่งรายการส่วนใหญ่อายุไม่เกินหนึ่งปี

บริษัท มีวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward rate) จากสถาบันการเงินสองแห่ง วงเงินรวม 50 ล้านบาท และ 3 ล้านเหรียญสหรัฐ

บริษัท มีตราสารอนุพันธ์โดยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ดังนี้

สกุลเงิน	จำนวนเงินที่ขาย (ล้าน)	อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อหน่วยเงินตรา ต่างประเทศ)	วันที่ครบกำหนด
เหรียญสหรัฐ	1.03	30.00 - 31.13	15 มกราคม 2564 – 29 มีนาคม 2564

บริษัทฯ มีทรัพย์สินและหนี้สินที่เป็นเงินตราต่างประเทศคงเหลือในงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ดังนี้

	อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อหน่วยเงินตรา ต่างประเทศ)		
	(ล้าน)	สกุลเงิน	
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	1.00	ดอลลาร์สหรัฐ	29.8674

#### ความเสี่ยงด้านเครดิต

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงโดยใช้นโยบายและขั้นตอนในการควบคุมการให้สินเชื่อเป็นไปอย่างเหมาะสม และไม่คาดว่าจะมีผลขาดทุนทางการเงินอย่างมีสาระสำคัญจากการให้สินเชื่อทางการค้า โดยบริษัทฯ ได้ติดตามยอดคงค้างของลูกหนี้การค้าอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทฯ พิจารณาการด้อยค่าทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน โดยอัตราการจัดสำรองของผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นคำนวณโดยพิจารณาจากอายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีรูปแบบของความเสี่ยงด้านเครดิตที่คล้ายคลึงกัน บริษัทฯ จัดกลุ่มลูกค้าตามประเภทของลูกค้าโดยพิจารณาจากลักษณะของธุรกิจลูกค้า การคำนวณผลขาดทุนจากการด้อยค่าด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นคำนึงถึงผลของความน่าจะเป็นถ่วงน้ำหนัก มูลค่าของเงินตามระยะเวลาและข้อมูลสนับสนุนที่มีความน่าเชื่อถือที่มีอยู่ ณ วันที่รายงาน โดยเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในอดีต สภาพการณ์ปัจจุบันและการคาดการณ์สถานะเศรษฐกิจในอนาคต

#### ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

บริษัทฯ ต้องการสภาพคล่องเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันทางการค้า ซึ่งบริษัทฯ มีความรับผิดชอบในการรักษาระดับเงินสดและการพิจารณาเพิ่มวงเงินเครดิตทั้งในส่วนของภายในบริษัทฯ และกับสถาบันการเงินอื่นเพื่อให้เพียงพอต่อสภาพคล่องที่ต้องการโดยต้องอยู่ภายใต้แนวปฏิบัติของบริษัทฯ

บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องโดยการทำแผนการบริหารสภาพคล่องอย่างต่อเนื่องและรักษาระดับของเงินสด เงินฝากธนาคาร วงเงินสินเชื่อแบบผูกพันที่ยังไม่ได้ใช้ และวงเงินแบบสินเชื่อแบบไม่ผูกพันจากธนาคารต่าง ๆ เพื่อให้เพียงพอต่อสภาพคล่องที่ต้องการ

ความเสี่ยงเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในตลาดในอนาคต การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีเงินฝากธนาคารและหนี้สินตามสัญญาเช่าที่มีอัตราดอกเบี้ย มีอัตราดอกเบี้ยปรับขึ้นลงตามราคาตลาด และอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญสามารถจัดตามประเภทอัตราดอกเบี้ย และสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่สามารถแยกตามวันที่ครบกำหนด หรือวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ (หากวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ถึงก่อน) ได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

31 ธันวาคม 2563						
อัตราดอกเบี้ยคงที่		อัตราดอกเบี้ย		อัตราดอกเบี้ย		อัตราดอกเบี้ย  ที่แท้จริง (ร้อยละต่อปี)
ภายใน	มากกว่า	ปรับขึ้นลง	ไม่มี			
		ตามราคา	อัตรา			
1 ปี	1 ถึง 5 ปี	ตลาด	ดอกเบี้ย	รวม		
สินทรัพย์ทางการเงิน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด						
สด	-	-	169.67	6.27	175.94	0.05 - 0.50
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	58.64	58.64	
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียน						
อื่น	250.43	-	-	-	250.43	0.82 - 0.90
	250.43	-	169.67	64.91	485.01	
หนี้สินทางการเงิน						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	88.01	88.01	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า	122.08	-	-	-	122.08	6.75
	122.08	-	-	88.01	210.09	



(หน่วย: ล้านบาท)

31 ธันวาคม 2562

	อัตราดอกเบี้ยคงที่		อัตราดอกเบี้ย		อัตราดอกเบี้ย	ที่แท้จริง (ร้อยละต่อปี)
	ภายใน	มากกว่า	ปรับขึ้นลง	ไม่มี		
	1 ปี	1 ถึง 5 ปี	ตามราคาตลาด	อัตราดอกเบี้ย	รวม	
<b>สินทรัพย์ทางการเงิน</b>						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด						
สด	-	-	125.52	29.14	154.66	0.10 - 1.30
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	91.59	91.59	
เงินลงทุนชั่วคราว	300.00	-	-	-	300.00	1.60 - 1.85
เงินลงทุนระยะยาวอื่น	-	50.00	-	-	50.00	1.67
	300.00	50.00	125.52	120.73	596.25	
<b>หนี้สินทางการเงิน</b>						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	177.24	177.24	-
	-	-	-	177.24	177.24	

จากการวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย บริษัทฯ ไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญ เนื่องจาก บริษัทฯ ไม่มีหนี้สินที่มีอัตราดอกเบี้ยปรับขึ้นลงตามราคาตลาด

### 30.2 มูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน

เนื่องจากสินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินบางส่วนจัดอยู่ในประเภทระยะสั้นหรือมีอัตราดอกเบี้ยใกล้เคียงกับอัตราตลาดและเงินกู้ยืมสกุลเงินบาทที่มีอัตราดอกเบี้ยขึ้นลงตามอัตราตลาด ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ จึงประมาณมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินดังกล่าวใกล้เคียงกับมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบแสดงฐานะการเงิน

บริษัทฯ มีวิธีการและสมมติฐานที่ใช้ในการประมาณมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน ดังนี้

- ก) สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่จะครบกำหนดในระยะเวลาอันสั้น ได้แก่ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้ เจ้าหนี้ แสดงมูลค่ายุติธรรมโดยประมาณตามมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบแสดงฐานะการเงิน
- ข) หนี้สินระยะยาวที่จ่ายดอกเบี้ยในอัตราคงที่ แสดงมูลค่ายุติธรรมโดยการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายในอนาคต คิดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยโดยประมาณในตลาดปัจจุบัน สำหรับเครื่องมือทางการเงินที่มีเงื่อนไขใกล้เคียงกัน

บริษัทฯ มีสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ดังนี้

สกุลเงิน	จำนวนที่ซื้อ	จำนวนที่ขาย	อัตราแลกเปลี่ยนตามสัญญาของเงิน		วันที่ครบกำหนด
			จำนวนที่ซื้อ	จำนวนที่ขาย	
			(บาทต่อหน่วยเงินตราต่างประเทศ)		
เหรียญสหรัฐ	-	1,030,759.50	-	30.00 - 31.13	15 มกราคม 2564 – 29 มีนาคม 2564

ราคายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 บริษัทฯ แสดงมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงิน  
ที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม รวมถึงแสดงตามลำดับชั้นมูลค่ายุติธรรมสำหรับเครื่องมือทางการเงิน

(หน่วย : บาท)

	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563			
	มูลค่าตามบัญชี			มูลค่ายุติธรรม
	มูลค่ายุติธรรม	ราคาทุนตัด	รวม	
	ผ่านกำไรขาดทุน	จำหน่าย		
สินทรัพย์ทางการเงิน				
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	175,942,839.82	175,942,839.82	175,942,839.82
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	58,637,717.45	58,637,717.45	58,637,717.45
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	-	250,432,214.58	250,432,214.58	250,432,214.58
รวมสินทรัพย์ทางการเงิน	-	485,012,771.85	485,012,771.85	485,012,771.85
หนี้สินทางการเงิน				
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	88,011,611.46	88,011,611.46	88,011,611.46
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-			
		122,075,764.39	122,075,764.39	122,075,764.39
รวมหนี้สินทางการเงิน	-	210,087,375.85	210,087,375.85	210,087,375.85

(หน่วย : บาท)

	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562			
	มูลค่าตามบัญชี			มูลค่ายุติธรรม
	มูลค่ายุติธรรม	ราคาทุนตัด	รวม	
	ผ่านกำไรขาดทุน	จำหน่าย		
<b>สินทรัพย์ทางการเงิน</b>				
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	154,656,264.42	154,656,264.42	154,656,264.42
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	91,589,398.55	91,589,398.55	91,589,398.55
เงินลงทุนชั่วคราว	-	300,000,000.00	300,000,000.00	300,000,000.00
เงินลงทุนระยะยาวอื่น	-	50,000,000.00	50,000,000.00	50,000,000.00
<b>รวมสินทรัพย์ทางการเงิน</b>	<b>-</b>	<b>596,245,662.97</b>	<b>596,245,662.97</b>	<b>596,245,662.97</b>
<b>หนี้สินทางการเงิน</b>				
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	177,238,227.73	177,238,227.73	177,238,227.73
<b>รวมหนี้สินทางการเงิน</b>	<b>-</b>	<b>177,238,227.73</b>	<b>177,238,227.73</b>	<b>177,238,227.73</b>

สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่แสดงในงบแสดงฐานะการเงิน มีมูลค่าตามบัญชีใกล้เคียงกับมูลค่ายุติธรรมโดยประมาณ

### 31. ลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีสินทรัพย์ที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมและหนี้สินที่เปิดเผยมูลค่ายุติธรรมแยกแสดงตามลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563			
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	รวม
<b>สินทรัพย์ที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม</b>				
- สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า	-	0.43	-	<b>0.43</b>

### 32. การบริหารจัดการทุน

วัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการทุนที่สำคัญของบริษัทฯ คือการจัดให้มีซึ่งโครงสร้างทางการเงินที่เหมาะสมและการดำรงไว้ซึ่งความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนเท่ากับ 0.28 เท่า

### 33. การอนุมัติงบการเงิน

งบการเงินนี้ได้รับอนุมัติให้ออกงบการเงินโดยคณะกรรมการของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564



# Company's PHILOSOPHY

- *Creative*
- *Dynamic*
- *Sustainable*

*“ International  
Beauty & Health  
Business ”*