

ANNUAL REPORT 2017

DO DAY DREAM

PUBLIC COMPANY LIMITED





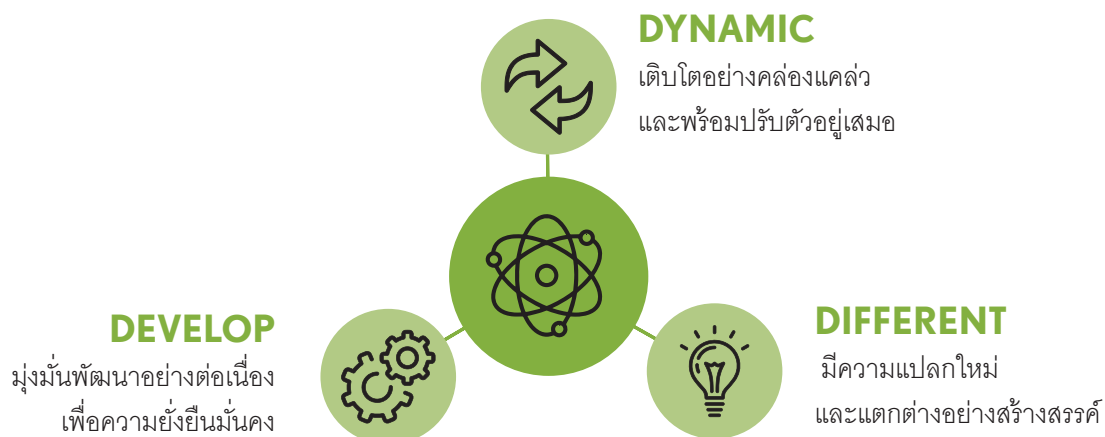
วิสัยทัศน์

การเป็น 1 ใน 3 ของบริษัทชั้นนำ
ด้านความงามในภูมิภาคเอเชีย



พันธกิจ

เราจะสร้างสรรค์ให้ทุกคนมีสุขภาพดี
เพื่อผิวสวยที่แท้จริง



ค่านิยมองค์กร

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) เชื่อมั่นว่า การเติบโต ซึ่งนำมาสู่ความสำเร็จขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยปัจจัยหลักมาจาก คุณภาพที่ดีของสินค้า เพราะบริษัทฯ เชื่อว่าการเติบโตอย่างยั่งยืน นั้น เกิดจากความเชื่อมั่นและความภักดีของลูกค้า (Brand Loyalty) ซึ่งจะนำไปให้ลูกค้ากลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อีกครั้ง ในภายหลัง ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายการดำเนินธุรกิจในระยะยาวเพื่อความสำเร็จอย่างยั่งยืน

1. มุ่งมั่นคัดสรรวัตถุดิบอย่างละเอียดจากผู้ผลิตนานาชาติ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่เหมาะสมก่อนจะนำมาพัฒนาและคิดค้น ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ควบคู่ไปกับการศึกษาทิศทางของตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
2. คุณภาพบรรจุภัณฑ์ของทุกผลิตภัณฑ์ จะถูกออกแบบให้มีการเก็บรักษาวัตถุดิบด้านในอย่างปลอดภัย คงทน และง่ายต่อการใช้งาน นอกจากนี้ บริษัทฯ จะยกมาตรฐานการขนส่งและการเก็บคลังสินค้า โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นหลัก
3. ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและการตลาดไปยังภูมิภาคใกล้เคียง เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และสามารถจดจำแบรนด์สินค้าได้เป็นอย่างดี เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นหนึ่งในผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวระดับสากล
4. พัฒนาระบบภายในขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และเพิ่มความเร็วในการทำงาน โดยบริษัทฯ จะคงไว้ซึ่งระบบบริหารแบบกระจายอำนาจ เพื่อให้บริษัทฯ มีความว่องไว ในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา
5. รักษาสัมพันธ์อันดีต่อคู่ค้าทุกราย และเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการให้ความช่วยเหลือ พัฒนาสังคมและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืนในระยะยาวดังต่อไปนี้



CONTENTS

2017 HIGHLIGHTS

Business Highlights: เหตุการณ์สำคัญของบริษัท	6
Financial Highlights: ข้อมูลสรุปทางการเงิน	8

OVERVIEW

ข้อมูลบริษัท	11
สารจากประธานกรรมการ	12
สารจากประธานกรรมการบริหาร	13
คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร	14
ปัจจัยความเสี่ยง	18

BUSINESS

ลักษณะการประกอบธุรกิจ	31
ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน	62
การวิจัยพัฒนาและพัฒนาผลิตภัณฑ์	75
การพัฒนากระบวนการดำเนินงาน	76
แผนงานและโครงการในอนาคต	78
โครงสร้างการจัดการ	79

CORPORATE GOVERNANCE

ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	84
รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ	86
รายงานคณะกรรมการความเสี่ยง	88
การควบคุมภายในและบริหารจัดการความเสี่ยง	89
รายการระหว่างกัน	93

FINANCE

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน	107
งบการเงิน ปี 2560	123

2017 HIGHLIGHTS





Business Highlights: เหตุการณ์สำคัญของบริษัท

- บริษัทฯ จัดทะเบียนแปรสภาพและเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2560 และเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิมหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท และเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 225 ล้านบาท เป็น 318 ล้านบาท เพื่อบริหารจัดการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
- บริษัทฯ มีแผนการจัดตั้งบริษัทย่อย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต ตลอดจนเพื่อผลประโยชน์ทางภาษี และเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2560 ได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ดู อินฟินิตี ดรีม จำกัด และออกหุ้นใหม่จำนวน 1 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกชำระแล้วร้อยละ 25 คิดเป็น 25 ล้านบาท และบริษัทฯ เข้าถือหุ้นในบริษัทดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 100 ทั้งนี้ บริษัท ดู เดย์ ดรีม โฮลดิ้ง จำกัด และ บริษัท ดู เดย์ ดรีม เทรดิ้ง จำกัด จะจัดตั้งแล้วเสร็จ ในปี 2561
- เดือนกรกฎาคม 2560 บริษัทฯ ได้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 15 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ให้แก่ North Haven Thai Private Equity Clarity Company (HK) Limited ("NHTPEC") ซึ่งเป็นนิติบุคคล เป็นผู้ถือหุ้นทางอ้อม และเป็นบุคคลในวงจำกัด
- บริษัทฯ ได้จัดสรรหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 76,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) และเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2560



- ปี 2560 บริษัท เปิดตัวสินค้าใหม่ 8 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่
 - NAMU LIFE **SNAILWHITE** DAY CREAM
 - NAMU LIFE **SNAILWHITE** ESSENTIAL TONER
 - NAMU LIFE **SNAILWHITE** NAMU FACIAL JELLY WASH
 - NAMU LIFE **SNAILWHITE** OVERNIGHT FIRMING MASK
 - NAMU LIFE **SNAILWHITE** 7 DAYS MASK SHEETS
 - NAMU LIFE **SNAILWHITE** BODY BOOSTER SPF30/PA+++
 - NAMU LIFE **SNAILWHITE** GOLD FACIAL CREAM
 - NAMU LIFE **SNAILWHITE** SUNSCREEN CC
- โดย ณ สิ้นปี 2560 บริษัท มีผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 19 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็น 35 SKU

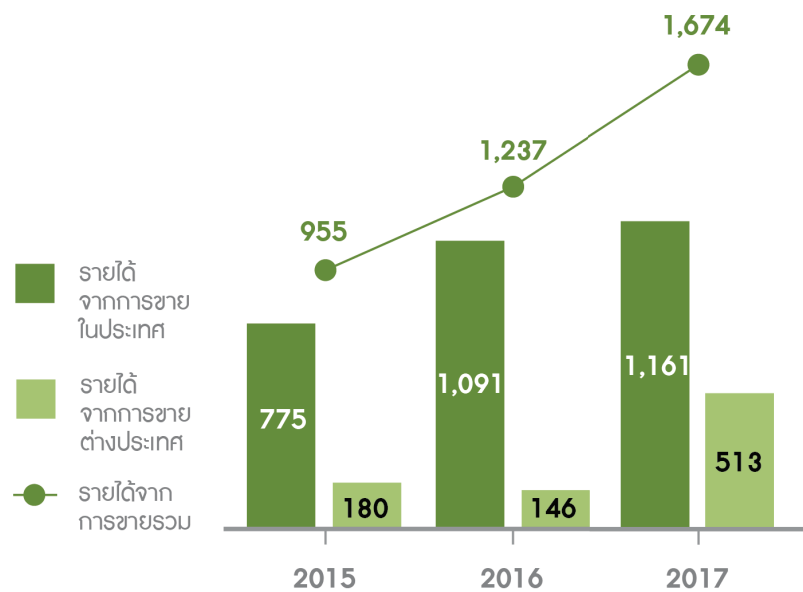


Financial Highlights:

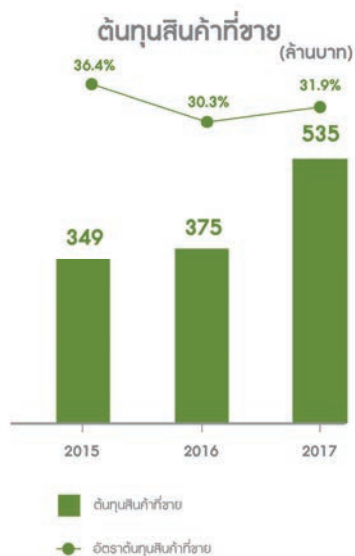
ข้อมูลสรุปทางการเงิน

ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ (ล้านบาท)	2560	2559
สินทรัพย์รวม	5,460	775
หนี้สินรวม	674	400
ส่วนของผู้ถือหุ้น	4,786	375
รายได้จากการขายสินค้า	1,674	1,237
รายได้รวม	1,684	1,240
ต้นทุนขาย	535	375
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	724	442
กำไรสุทธิสำหรับปี	351	335
ข้อมูลต่อหุ้น		
มูลค่าหุ้นที่ชำระแล้ว (ล้านบาท)	316	225
จำนวนหุ้นที่ชำระแล้ว (ล้านหุ้น)	316	225
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น (บาท)	15	1.6
กำไรต่อหุ้น (บาท)	1.50	2.34
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ		
อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	11	51
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%)	14	109
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	69	70
อัตรากำไรสุทธิ (%)	21	27
อัตราหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.1	1

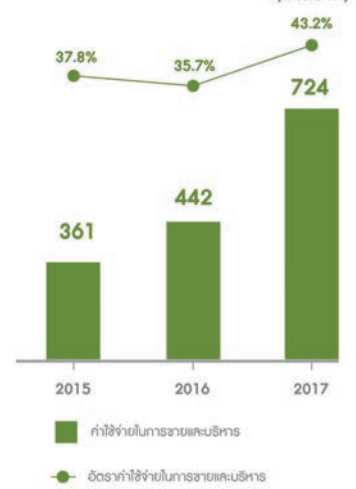
รายได้จากการขายสินค้า (ล้านบาท)



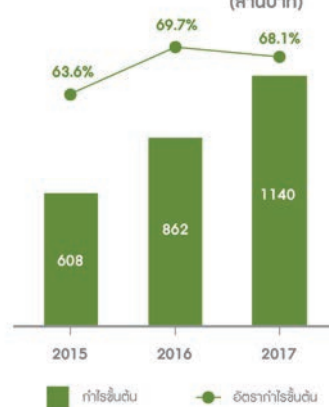
ต้นทุนสินค้าที่ขาย (ล้านบาท)



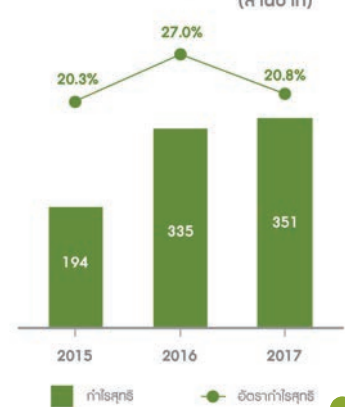
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ล้านบาท)



กำไรขั้นต้น (ล้านบาท)



กำไรสุทธิ (ล้านบาท)





IAMULIFE
SNAILWHITE

OVERVIEW

ข้อมูลบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)
ชื่อภาษาอังกฤษ	Do Day Dream Public Company Limited
ที่ตั้ง	สำนักงานใหญ่ เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240 โทรศัพท์ 02-917-3055 โทรสาร 02-917-3054 โรงงานและคลังสินค้า เลขที่ 53 หมู่ 9 ตำบลธนู อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210 โทรศัพท์ 03-524-6885 โทรสาร 03-524-6886
ประเภทธุรกิจ	ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแล และบำรุงผิว (Skin care)
ทุนจดทะเบียน	318,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว	316,000,000 บาท
จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท	20 กันยายน 2553
จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน	22 มีนาคม 2560
เลขทะเบียนบริษัท	0107560000109 (เดิม 0105553115301)
Corporate Website	www.dodaydream.com
Commercial Website	www.namulife.com
ช่องทางการติดต่อ	FACEBOOK: NAMULIFESNAILWHITE INSTAGRAM: NAMULIFESNAILWHITE LINE OFFICIAL: NAMU LIFE

สารจาก ประธานกรรมการ

ในปี 2560 ทางบริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) ต้องเผชิญกับความผันผวนจากภาวะเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก ที่ไม่อาจควบคุมได้หลายด้าน แต่บริษัทฯ ยังคงประสบความสำเร็จในการขยายธุรกิจและดำเนินงานสำเร็จเกินเป้าหมายที่วางไว้ นอกจากนี้ ปีนี้ยังเป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลงของบริษัทฯ ทั้งด้านการบริหารงานและการจัดการภายใน ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอยู่ตลอดเวลา และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้บริษัทฯ ขยายธุรกิจและเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรในหลายด้าน โดยมุ่งเน้นการวางรากฐานองค์กรและระบบการทำงานต่างๆ ให้มีความพร้อมสำหรับการเติบโตในอนาคต บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายการเติบโต โดยการเพิ่มยอดขายจากการขยายช่องทาง การจัดทำหน่วยให้ครอบคลุมและเข้าถึงผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ การออกผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการตลาด โดยบริษัทฯ ใส่ใจในทุกรายละเอียด ตั้งแต่การศึกษาความต้องการของตลาด ขั้นตอนการผลิต ตลอดจนการจัดจำหน่ายสินค้า

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีเป้าหมายในการขยายธุรกิจเพื่อเพิ่มผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นโดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศโดยมุ่งเน้นไปยังกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพ รวมถึงการมองหาธุรกิจอื่นที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจปัจจุบันของบริษัทฯ

สุดท้ายนี้ในนามของคณะกรรมการบริษัทฯ ขอให้ความมั่นใจว่าจะนำพาบริษัทฯ เจริญเติบโต บรรลุเป้าหมาย พร้อมทั้งสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืน โดยจะดำรงไว้ซึ่งความโปร่งใสและคำนึงถึงประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างสูงที่สุดเป็นที่ตั้ง

พลตำรวจเอกชัชวาลย์ สุขสมจิตร์
(ประธานคณะกรรมการบริษัท)



“ บริษัทฯ ให้ความสำคัญ
กับการพัฒนาองค์กร..
โดยมุ่งเน้นการวาง
รากฐานองค์กร
และระบบการทำงานต่างๆ
ให้มีความพร้อม
สำหรับการเติบโต
ในอนาคต

”

สารจาก ประธานกรรมการบริหาร

“

พร้อมจะเติบโตไปด้วยกัน
ดังปณิธานของบริษัทฯ
‘ทำทุกวันให้เป็น
ดังฝันของคุณ’”



ตลอด 7 ปีที่ผ่านมา บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว จนสามารถสร้างยอดขายได้มากกว่า 1 พันล้านบาท ผลลัพธ์ของเราคือการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภค และเรายังได้ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยล่าสุดเมื่อไตรมาส 4 ปี 2560 เราได้เข้าไปจำหน่ายในร้านค้าปลีกชื่อดัง King Power ทำให้ผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น และเป็นแรงขับเคลื่อนให้ บริษัทฯ สามารถขยายตลาดไปต่างประเทศมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นประเทศในกลุ่ม CLMV ที่มีอัตราการเติบโตสูง และประเทศจีน ซึ่งมีมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสูงกว่า 1 ล้านล้านบาท และด้วยวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ที่จะ เป็น 1 ใน 3 ของบริษัทชั้นนำด้านความงามในภูมิภาคเอเชีย บริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมา และเปิดโอกาสให้นักลงทุนทั่วไปได้มีส่วนร่วมในการเติบโตและสร้างปรากฏการณ์ใหม่ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว บริษัทฯ รู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากทั้งนักลงทุนสถาบันและนักลงทุนรายย่อย

ในโอกาสนี้ ผมขอขอบคุณทุกท่านอีกครั้ง และขอให้คำมั่นว่าเราจะเดินหน้าเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์ความงามในเอเชีย ด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมั่นคง เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้ผู้บริโภค และสร้างผลตอบแทนแก่นักลงทุนอย่างมั่นคงและยั่งยืน ตลอดจนพันธมิตรทางทางการค้า ที่พร้อมจะเติบโตไปด้วยกัน ดังปณิธานของบริษัทฯ “ทำทุกวันให้เป็ดังฝันของคุณ” We **Do** to make every**Day** your **Dream**

ดร. สราวุธ พัฒนารักษ์
(ประธานกรรมการบริหาร)



BOARD OF DIRECTOR AND MANAGEMENT TEAM



จากซ้ายไปขวา :

คุณณัฐวุฒิ เครือประดับ, คุณทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์, คุณนวลพรรณ ล่ำชำ, พลตำรวจเอก ชัชวาลย์ สุขสมจิตร์, คุณกฤษ ฟอร์ดเล็ด

OVERVIEW

พลตำรวจเอก ชัชวาลย์ สุขสมจิตร์

ประธานคณะกรรมการบริษัท, กรรมการอิสระ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาตรี รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต โรงเรียนนายร้อยตำรวจ
- ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Role of Chairman

คุณกฤษ ฟอร์ดเล็ด

ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ, กรรมการอิสระ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- Advanced Management Program, Harvard Business School, Boston, USA
- ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การเงิน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Director Certification Program

คุณนวลพรรณ ล่ำชำ

กรรมการอิสระ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท สาขาการจัดการ Boston University, USA
- ปริญญาตรี สาขาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Director Certification Program

คุณทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์

กรรมการตรวจสอบ, กรรมการอิสระ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท สาขาการเงิน Case Western Reserve University, U.S.A.
- ปริญญาตรี สาขาการเงิน University of Findlay, U.S.A.

คุณณัฐวุฒิ เครือประดับ

กรรมการตรวจสอบ, กรรมการอิสระ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- Harvard Business School for Management Program
- ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Director Certification Program

ดร. สราวุฒิ พรพัฒน์นารักษ์

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, กรรมการ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาเอก บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ปริญญาโท การจัดการและพัฒนารองคํกร มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาโฆษณา มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Director Certification Program

คุณศุภวัฒน์ วนิชประภา

รองประธานเจ้าหน้าที่สายงานบริหาร, กรรมการ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท สาขา International Trading, University of La Verne, CA, USA
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Director Accreditation Program

จากซ้ายไปขวา :

คุณศุภวัฒน์ วนิชประภา, คุณฤทธิไกร ธรรมรักษ์
คุณสราวุฒิ พรพัฒน์นารักษ์, คุณนิติโรจน์ มโนลมัย
คุณเสาวคนธ์ แหยมเจริญ

คุณฤทธิไกร ธรรมรักษ์

รองประธานเจ้าหน้าที่สายงานบริหาร, กรรมการ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท สาขาสื่อสารมวลชน Webster University
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ เอกภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Director Accreditation Program

คุณนิติโรจน์ มโนลมัย

รองประธานเจ้าหน้าที่สายงานบริหาร, กรรมการ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท สาขาวิชาอินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- ปริญญาตรี สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Director Accreditation Program

คุณเสาวคนธ์ แหยมเจริญ

รองประธานเจ้าหน้าที่สายงานบริหาร, กรรมการ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- Associate Degree สาขา Fashion Merchandiser, Mesa College, CA, USA
- ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Director Accreditation Program





จากซ้ายไปขวา :

คุณปิยวัชร ราชพลสิทธิ์, คุณธิตี รัตตมณี, คุณนฤฤทธิ์ อินทร์รัตน์, คุณกรทอง ชาครศิริสกุล, คุณจรุงศักดิ์ เพ็องฟูสิน

คุณปิยวัชร ราชพลสิทธิ์

ประธานเจ้าหน้าที่สายงานการเงินและบัญชี, กรรมการ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท สาขาการเงิน Cass Business School, City University, UK
- ปริญญาตรี สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย หลักสูตร Director Certification Program

คุณธิตี รัตตมณี

ประธานเจ้าหน้าที่สายงานกลยุทธ์และวิเคราะห์ข้อมูล

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท สาขา International Business, London South Bank University, UK
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

คุณกรทอง ชาครศิริสกุล

ประธานเจ้าหน้าที่สายงานพาณิชย์

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

คุณนฤฤทธิ์ อินทร์รัตน์

ประธานเจ้าหน้าที่สายงานปฏิบัติการ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี รัฐศาสตร์ สาขาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณจรุงศักดิ์ เพ็องฟูสิน

ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท บริหารธุรกิจ, Kellogg School of Management Northwestern University
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการตลาด National University of Singapore

คุณธีรวัฒน์ ปรีชาวิภัทร
ผู้อำนวยการฝ่ายการเงินองค์กร

คุณวุฒิทางการศึกษา
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ
สาขาการเงินการธนาคาร
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

คุณรุ่งทิพย์ งามเอกอุดมพงศ์
เลขานุการบริษัท

คุณวุฒิทางการศึกษา
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริม
สถาบันกรรมการบริษัทไทย
หลักสูตร Company Secretary
และ Effective Minute Taking

คุณจุฬาร รัตตะพงษ์
ผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบภายใน

คุณวุฒิทางการศึกษา
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ
สาขาวิชาการบัญชี
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

คุณชนกนันท์ เทียมรัตน์
นักลงทุนสัมพันธ์

คุณวุฒิทางการศึกษา
- ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยขอนแก่น



จากซ้ายไปขวา :

คุณธีรวัฒน์ ปรีชาวิภัทร, คุณจุฬาร รัตตะพงษ์, คุณรุ่งทิพย์ งามเอกอุดมพงศ์, คุณชนกนันท์ เทียมรัตน์

ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ที่อาจจะมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ และแนวทางในการป้องกันความเสี่ยง สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1 ความเสี่ยงจากการที่รายได้ของบริษัทฯ อยู่ภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชื่อ “SNAILWHITE” เพียงอย่างเดียว

จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา รายได้หลักของบริษัทฯ มาจากธุรกิจ 2 ส่วน คือการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้า “NAMU LIFE” ที่มีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “SNAILWHITE” เพียงอย่างเดียว และจากการรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่น (OEM) โดยบริษัทฯ มีรายได้เกือบทั้งหมดจากธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ โดยในปี 2558 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.7 ร้อยละ 99.8 และร้อยละ 100.0 ของรายได้จากการขายตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์ความงามและบำรุงผิวนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้โดยตรงกับผิวหน้าและผิวกายซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญต่อร่างกายทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก ดังนั้น หากเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ “SNAILWHITE” เช่น ผู้บริโภคแพ้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว หรือมีผู้ประสงค์ร้ายกับบริษัทฯ ทำการปล่อยข่าวเท็จต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อยอดขายและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยใส่ใจรายละเอียดในทุกกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงจัดให้มีการตรวจสอบเพื่อควบคุมคุณภาพการผลิตเพื่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก บริษัทฯ จึงเชื่อว่าความเสี่ยงจากการที่ภาพลักษณ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์จะถูกผลกระทบในเชิงลบนั้นมีโอกาสเกิดขึ้นได้น้อย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนที่จะออกเครื่องหมายการค้าอื่นสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของกลุ่มผู้บริโภคอื่นๆ ซึ่งจะเป็นการขยายฐานลูกค้าและกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกลุ่มผลิตภัณฑ์เดิมได้

1.2 ความเสี่ยงจากการที่รายได้ของบริษัทฯ กระจุยตัวอยู่ที่ผลิตภัณฑ์ **SNAILWHITE FACIAL CREAM**

จากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา รายได้หลักของบริษัทฯ มาจากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ **SNAILWHITE FACIAL CREAM** เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้ผลตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี โดยในปี 2558 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ **SNAILWHITE FACIAL CREAM** คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59, ร้อยละ 57 และร้อยละ 43 ของยอดขายทั้งหมด ก่อนหักส่วนลดทางการค้า ตามลำดับ ดังนั้น หากมีผลกระทบทางลบต่อผลิตภัณฑ์และ/หรือ การลดลงของยอดขายของผลิตภัณฑ์ **SNAILWHITE FACIAL CREAM** อาจทำให้ผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทฯ ลดลงอย่างมีนัยสำคัญได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้มีการคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนรายได้ของ **SNAILWHITE FACIAL CREAM** ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวน 10 ผลิตภัณฑ์ในปี 2557 2558 และ 2559 และบริษัทฯ มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์ในปี 2560 ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าสัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต่อยอดขายทั้งหมดของบริษัทฯ จะเพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งจะเป็นการกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผลิตภัณฑ์ **SNAILWHITE FACIAL CREAM** ได้

1.3 ความเสี่ยงจากการที่ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทฯ มีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบหลัก

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทุกผลิตภัณฑ์มีสารสกัดจากเมือกหอยทาก เป็นส่วนประกอบที่สำคัญและบริษัทฯ ใช้ส่วนประกอบนี้ในการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ดังนั้น หากเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบในทางลบกับเมือกหอยทาก การขาดแคลนหรือความยากลำบากในการจัดหาสารสกัดจากเมือกหอยทากเนื่องจากสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติซึ่งปริมาณที่มีในธรรมชาติไม่สามารถควบคุมได้ รวมถึงหากความนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนหรือความยากลำบากในการจัดหาสารสกัดจากเมือกหอยทาก โดยบริษัทฯ ได้มีการติดต่อและสั่งซื้อสารสกัดจากเมือกหอยทากจากผู้จัดจำหน่ายที่มีคุณภาพและความน่าเชื่อถือหลายราย ซึ่งพร้อมที่จะจัดจำหน่ายสารสกัดจากเมือกหอยทากให้กับบริษัทฯ ในกรณีที่ผู้จัดจำหน่ายบางรายมีปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบให้กับบริษัทฯ รวมถึงมีการพัฒนาหาทางเลือกอื่นๆ ที่จะใช้เป็นส่วนประกอบหลักแทนเมือกหอยทากในอนาคตพร้อมกันนี้บริษัทฯ ยังได้มีการวางแผนการตลาดถึงการรับรู้ในเครื่องหมายการค้าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แทนการแสดงถึงเมือกหอยทากที่เป็นส่วนผสมที่สำคัญเพื่อให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับเครื่องหมาย การค้าของบริษัทฯ และประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ



1.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

ในปี 2558 2559 และปี 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมก่อนหักส่วนลดทางการค้าจากลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก ซึ่งมีทั้งบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าและร้านค้าสมัยใหม่ คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 986.0 ล้านบาท และ 1,167 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.3 และร้อยละ 68.7 ของยอดขายทั้งหมดก่อนหักส่วนลดทางการค้าของบริษัทฯ ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ 2 รายแรก ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีน คือ Riya Home ซึ่งเคยเป็นบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งของบริษัทฯ และตัวแทนจำหน่ายในประเทศรายหนึ่ง คือ บริษัท เดอะ โฟร์ทีน จำกัด (“เดอะ โฟร์ทีน”) ซึ่งเป็นบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งของบริษัทฯ โดยปี 2559 และปี 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมก่อนหักส่วนลดทางการค้าจาก Riya Home คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 142.0 ล้านบาท และ 509 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.0 และร้อยละ 29.7 ตามลำดับ และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าค้างค้างของ Riya Home เท่ากับ 57.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.5 ของลูกหนี้การค้าทั้งหมดของบริษัทฯ และบริษัทฯ มีรายได้จากการขายก่อนหักส่วนลดทางการค้าจากเดอะ โฟร์ทีน คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 499.3 ล้านบาท ในปี 2559 และ 315.7 ล้านบาทในปี 2560 หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.7 และร้อยละ 18.4 ตามลำดับ และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าค้างค้างของ เดอะ โฟร์ทีน เท่ากับ 50.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.8 ของลูกหนี้การค้าทั้งหมดของบริษัทฯ รวมบริษัทฯ มีรายได้จากลูกค้ารายใหญ่ 2 รายแรกในปี 2560 เท่ากับ 824.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48.1 ของยอดขายก่อนหักส่วนลดทางการค้าตามลำดับ และบริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าค้างค้างของลูกค้ารายใหญ่ 2 รายแรก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 รวมเท่ากับ 107.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.4 ของลูกหนี้การค้าทั้งหมดของบริษัทฯ โดยกลุ่มบริษัทฯ มีสัญญาตัวแทนจำหน่ายกับ Riya Home เป็นระยะเวลา 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561 และจะต่อสัญญาโดยอัตโนมัติอีก 1 ปี ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2562 และมีสัญญาตัวแทนจำหน่ายกับเดอะ โฟร์ทีน เป็นระยะเวลา 1 ปี และจะต่อสัญญาโดยอัตโนมัติอีก 1 ปี ซึ่งสัญญาดังกล่าวจะสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียรายได้จากลูกค้าหลักดังกล่าวหรือลูกค้าหลักไม่ซื้อสินค้าจากบริษัทฯ หรือลูกค้าหลักดังกล่าวไม่ต่อสัญญา หรือลูกค้าดังกล่าวไม่ชำระหนี้การค้ากับบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อช่องทางจำหน่ายของบริษัทฯ และอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีการติดต่อกับบริษัทจัดจำหน่ายสินค้ารายอื่นหลายราย ซึ่งพร้อมจะทำหน้าที่ทดแทนเพื่อกระจายสินค้าของบริษัทฯ ในกรณีที่บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าวมีปัญหาด้านความสัมพันธ์ กับบริษัทฯ ด้านการขนส่งสินค้า หรือเรื่องอื่นใดอันส่งผลให้บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าหยุดทำการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และบริษัทฯ ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทำให้ผู้บริโภคชั้นสุดท้ายมีช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าลูกค้าของบริษัทฯ บางราย จะเลิกซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ก็ตาม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนการขยายร้าน **NAMU LIFE** เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางการจำหน่ายสินค้าและลดการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ลูกหนี้การค้าของบริษัทฯ กับ Riya Home ทั้งจำนวนเป็นลูกหนี้การค้าที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ และลูกหนี้การค้าของบริษัทฯ กับเดอะ โฟร์ทีน จำนวน 50.1 ล้านบาท ยังไม่ถึงกำหนดชำระทั้งจำนวน

1.5 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้าสัญชาติจีน

ที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคสัญชาติจีน เนื่องจากผู้บริโภคสัญชาติจีนมีมุมมองที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวของบริษัทฯ ทั้งในด้านคุณภาพที่เชื่อถือได้ ราคาที่สมเหตุสมผล และคุณสมบัติการบำรุงที่เหมาะสมกับสภาพผิว โดยบริษัทฯ มีการพึ่งพิงลูกค้าสัญชาติจีนทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านการส่งออกไปยังประเทศจีน และประเทศฮ่องกง โดยตัวแทนจัดจำหน่ายในประเทศจีน คือ Riya Home และมีการขายสินค้าอย่างมีนัยสำคัญให้แก่ตัวแทนจัดจำหน่ายในประเทศไทย คือ เดอะ โฟร์ทีน ซึ่งมีลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีสัญชาติจีน รวมกันกว่าร้อยละ 50 ของยอดขายทั้งหมดก่อนหักส่วนลดทางการค้าของบริษัทฯ ในปี 2559 และลดลงในปี 2560 เหลือร้อยละ 48.1 ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้าสัญชาติจีน ซึ่งหากบริษัทฯ สูญเสียรายได้จากลูกค้าสัญชาติจีนจากปัจจัยต่างๆ อาทิ เศรษฐกิจโลกชะลอตัว การเปลี่ยนแปลงนโยบายจากภาครัฐ หรือปัจจัยอื่นที่ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเข้ามาในประเทศไทย หรือส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าสัญชาติจีน อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีแผนการขยายช่องทางส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ที่มีศักยภาพ ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีฐานลูกค้าในต่างประเทศที่หลากหลาย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศให้มากขึ้น ทั้งช่องทางร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) และการขายผ่านร้านค้าของบริษัทฯ (NAMU LIFE Shop) เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและลดการพึ่งพิงลูกค้าสัญชาติจีน

นอกจากนี้ ในกรณีที่หนึ่งในบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าตามทีกล่าวข้างต้น หยุดทำการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และหากลูกค้าสัญชาติจีนยังคงมีความต้องการในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ บริษัทฯ เชื่อว่าจะสามารถมอบหมายให้บริษัทจัดจำหน่ายสินค้ารายอื่นทำหน้าที่ทดแทน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสัญชาติจีนได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่สามารถรับประกันได้ว่าบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าที่บริษัทฯ หามาทดแทนจะสามารถจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ได้ดีเทียบเท่ารายเดิม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าทั้ง 2 ราย และคาดว่าจะยังคงความสัมพันธ์ทางการค้าอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดตั้งหน่วยงานพัฒนารูปร่างต่างประเทศขึ้นเพื่อทำการศึกษาและเสริมสร้างความเข้าใจลูกค้าทั้งในประเทศจีนและประเทศอื่นๆ ตลอดจนสนับสนุนการตลาดประเภทต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ในเครื่องหมายการค้าและผลิตภัณฑ์อย่างแพร่หลาย และเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากลูกค้าในกลุ่มปัจจุบัน

1.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ผลิตขวดบรรจุภัณฑ์

บริษัทฯ ได้ใส่ใจในทุกขั้นตอนการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระบวนการคัดเลือกขวดบรรจุภัณฑ์ ที่จะต้องมีคุณภาพ และมีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะช่วยส่งเสริมการใช้งานผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ได้คัดสรรผู้จัดจำหน่าย โดยพิจารณาจากคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ แหล่งที่มาที่ได้มาตรฐาน และนวัตกรรมที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และความต้องการของผู้บริโภค โดยในปัจจุบันบริษัทฯ จัดหาขวดบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่จากผู้ผลิตในประเทศเกาหลีฯ รายหนึ่ง เนื่องจากผู้ผลิตดังกล่าวเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในด้านนวัตกรรมการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ เป็นเจ้าของสิทธิบัตรของขวดบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทฯ ต้องการใช้ โดยขวดบรรจุภัณฑ์ของผู้ผลิตรายดังกล่าวมีคุณภาพและลักษณะที่แตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น โดยในปี 2559 และในปี 2560 บริษัทฯ ซื้อขวดบรรจุภัณฑ์เกือบทั้งหมดจากผู้ผลิตดังกล่าวซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.4 และร้อยละ 35.3 ของยอดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ ของบริษัทฯ ตามลำดับ ดังนั้น หากผู้ผลิตรายดังกล่าวประสบปัญหาหรือติดข้อจำกัดใดๆ จนเป็นเหตุให้ไม่สามารถผลิตและจัดส่งขวดบรรจุภัณฑ์ให้กับบริษัทฯ ได้ตามที่ตกลง หรือเป็นเหตุให้ราคาบรรจุภัณฑ์มีราคาสูงขึ้น อาจส่งผลให้บริษัทฯ ต้องหาขวดบรรจุภัณฑ์จากผู้ผลิตรายอื่นที่มีคุณภาพใกล้เคียงที่สุด ซึ่งหากบริษัทฯ ไม่สามารถหาผู้ผลิตรายอื่นเพื่อผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ทดแทนได้อย่างทันท่วงที อาจส่งผลกระทบต่อแผนการผลิตสินค้าของบริษัทฯ และอาจทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถผลิตสินค้าได้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทฯ เสียโอกาสทางการค้า นอกจากนี้ เนื่องจากขวดบรรจุภัณฑ์ของผู้ผลิตดังกล่าว มีนวัตกรรมและคุณสมบัติเฉพาะบางประการที่เป็นสิทธิบัตรของผู้ผลิตรายดังกล่าว การจัดหาขวดบรรจุภัณฑ์ทดแทนจากผู้ผลิตรายอื่น อาจทำให้บริษัทฯ ต้องใช้ขวดบรรจุภัณฑ์ที่เปลี่ยนไปซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า หรือประสิทธิภาพการใช้งานของผลิตภัณฑ์ได้

อย่างไรก็ดี ผู้ผลิตรายดังกล่าว เป็นผู้ผลิตขวดบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวรายใหญ่รายหนึ่งในประเทศเกาหลีฯ จัดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศเกาหลีฯ และมีโรงงานหลายแห่งในหลายประเทศ โดยที่ผ่านมามีจุดเด่นในเรื่องการขนส่งที่ตรงต่อเวลาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น บริษัทฯ คาดว่าเป็นไปได้ยากที่ผู้ผลิตรายดังกล่าวจะประสบปัญหาหรือติดข้อจำกัดใดๆ จนเป็นเหตุให้ไม่สามารถผลิตและจัดส่งขวดบรรจุภัณฑ์ให้กับบริษัทฯ ในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ มีการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์จากผู้ผลิตรายดังกล่าวเป็นจำนวนมาก จึงทำให้สามารถเจรจาต่อรองกับผู้ผลิตเพื่อให้ได้เงื่อนไขทางการค้าที่ดี บริษัทฯ คำนึงถึงความเสี่ยงดังกล่าวจึงได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ในการหาผู้ผลิตขวดบรรจุภัณฑ์รายอื่นที่สามารถผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับผู้ผลิตรายดังกล่าวเพื่อป้องกันความเสี่ยงในอนาคต

“ บริษัทฯ มีการบริหารต้นทุน
อย่างมีประสิทธิภาพ
จึงทำให้ สามารถเจรจาต่อรอง
กับผู้ผลิตเพื่อให้ได้
เงื่อนไขทางการค้าที่ดี ”



1.7 ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย

ธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายเป็นธุรกิจที่ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการและมีสภาวะการแข่งขันที่สูงเนื่องจากมีความต้องการของตลาดสูง โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ผู้คนหันมาดูแลใส่ใจสุขภาพและความงามมากยิ่งขึ้น และใช้เงินลงทุนเริ่มต้นไม่มากนัก ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากต่างหันมาให้ความสนใจในการทำธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย ทั้งผู้ประกอบการในประเทศไทยและผู้ประกอบการจากต่างประเทศ โดยเฉพาะแรงกดดันจากคู่แข่งต่างประเทศ อาทิ ประเทศเกาหลีและประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในประเทศไทยอย่างมาก รวมถึงผู้ประกอบการรายเล็กเป็นจำนวนมากที่ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นไม่มากนัก ด้วยการแข่งขันดังกล่าวทำให้ผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าทดแทนที่มีลักษณะเดียวกันเป็นจำนวนมาก เครื่องหมายการค้าที่หลากหลายรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ความงามและดูแลร่างกาย กระแสนิยม และการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายจึงต้องสร้างความแปลกใหม่ ในขณะที่ยังต้องคงการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมีราคาที่เหมาะสม เพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง และทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงความแตกต่างของสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ ผู้ผลิตแต่ละรายต่างนำเอาจุดแข็ง และพยายามสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และการแข่งขันที่รุนแรงนี้อาจส่งผลกระทบต่อทางลบต่อการดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงได้กำหนดกลยุทธ์และให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจแก่บริษัทฯ ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

- (1) การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค (Brand Awareness)
- (2) คุณภาพ ความน่าเชื่อถือและปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค
- (3) ความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคโดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมและหลากหลาย
- (4) การมุ่งมั่นในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และ
- (5) ทีมบริหารและบุคลากรที่เป็นบุคคลรุ่นใหม่ มีความสามารถและมีความคิดสร้างสรรค์

ซึ่งบริษัทฯ เชื่อว่า ด้วยปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันในธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายได้ ถึงแม้ว่าจะมีการเข้ามาของผู้ประกอบการรายเล็กเป็นจำนวนมาก แต่การรักษามาตรฐานและคุณภาพในการผลิต การสร้างฐานลูกค้า และการทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จและต่อเนื่องนั้น เป็นสิ่งที่ทำได้ยากสำหรับผู้ประกอบการรายเล็กที่ต้องจ้างบุคคลภายนอกผลิต ไม่มีเงินลงทุนที่เพียงพอและขาดความรู้และความชำนาญในธุรกิจ



1.8 ความเสี่ยงจากการลอกเลียนแบบสินค้า หรือการนำเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปใช้เป็นชื่อบริษัท

ด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ การทำการตลาดที่ประสบความสำเร็จ และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาก ส่งผลให้มีสินค้าลอกเลียนแบบที่มีความคล้ายคลึงในด้านรูปลักษณ์ภายนอก รวมถึงสินค้าที่ลอกเลียนแบบแนวคิดของบริษัทฯ ทำให้ผู้บริโภคสำคัญผิดคิดว่าเป็นสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งสินค้าลอกเลียนแบบที่ไม่ได้คุณภาพอาจก่อให้เกิดผลข้างเคียงจากการใช้งานต่อผู้บริโภค โดยหากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว และบริษัทฯ ไม่สามารถจัดการต่อผลกระทบดังกล่าวได้อย่างทันท่วงที จะก่อให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบต่อดัชนีทางด้านภาพลักษณ์ของสินค้า และความปลอดภัยของผู้บริโภค ซึ่งอาจถูกหลอกลวงจากสินค้าลอกเลียนแบบอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ และได้รับความเสียหายจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานได้ บริษัทฯ จึงได้จดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้า และมีการส่งทีมงานไปสำรวจตลาดเพื่อหาสินค้าลอกเลียนแบบ เพื่อรวบรวมหลักฐานให้เพียงพอต่อการดำเนินการทางกฎหมายกับผู้ขายและผู้ผลิตสินค้าลอกเลียนแบบ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการสื่อสารวิธีการตรวจสอบสินค้าลอกเลียนแบบไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น และมีการคิดค้นและสร้างสรรค์รูปแบบสินค้าให้มีความแปลกใหม่และชัดเจน อยู่เสมอ เช่น นวัตกรรมสติ๊กเกอร์ป้องกันสินค้าลอกเลียนแบบ (Anti — Counterfeit Sticker) ที่ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสินค้า ของแท้ได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ รวมถึงการสาธิตและให้ความรู้ถึงวิธีแยกสินค้าลอกเลียนแบบแก่ผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัทฯ และผ่านตัวแทนจำหน่าย รวมถึงพัฒนาคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ของสินค้าของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าลอกเลียนแบบเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และป้องกันความเสี่ยงจากอันตราย ของสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

นอกจากนี้ บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่มีบุคคลภายนอกนำชื่อเครื่องหมายการค้าหรือชื่อผลิตภัณฑ์ทั้งในปัจจุบันและในอนาคตของบริษัทฯ ไปใช้ตั้งเป็นชื่อบริษัท ซึ่งหากบุคคลดังกล่าวกระทำการใดๆ ให้ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบอาจทำให้บุคคลอื่นสำคัญผิดว่าเป็นบริษัทฯ ได้ โดยหากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว และบริษัทฯ ไม่สามารถจัดการต่อผลกระทบดังกล่าวได้อย่างทันท่วงที จะก่อให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่สามารถป้องกันไม่ให้เกิดบุคคลภายนอกนำชื่อเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปใช้เป็นชื่อบริษัทได้ เนื่องจากเป็นสิทธิของบุคคลอื่นๆ เหล่านั้น ซึ่งสามารถพึงกระทำได้ แต่บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์มากกว่า และไม่ได้มีความกังวลว่า การที่บุคคลอื่นนำชื่อผลิตภัณฑ์/เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปใช้เพื่อเป็นชื่อบริษัทนั้นจะส่งผลกระทบต่อทางลบอย่างมีนัยสำคัญ หากเปรียบเทียบกับกรณีเลียนแบบเครื่องหมายการค้า โดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ในประเทศไทยและประเทศอื่นที่มีตัวแทนจำหน่ายหรือเป็นตลาดที่มีศักยภาพ รวมถึงในประเทศจีนแล้ว

โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้อนุญาตให้ตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในประเทศจีน คือ Riya Home นำชื่อเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ คือ **NAMU LIFE** ไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของชื่อของบริษัทฯ ย่อยคือ Namu Life (Beijing) Trading Co., Ltd เพื่อการทำการตลาดในประเทศจีน

อย่างไรก็ดี การที่บริษัทฯ ยอมให้นำชื่อเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปตั้งเป็นชื่อบริษัทเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้ผู้ซื้อสินค้าในประเทศนั้นๆ รู้สึกรับรู้ได้ซื้อสินค้าจาก Authorized Dealer จริง โดยบริษัทฯ เชื่อว่า Riya Home จะไม่กระทำการใดๆ ให้ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบต่อบริษัทฯ เนื่องจากรายได้หลักของ Riya Home มาจากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในประเทศจีน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการเข้าทำสัญญาแนบท้ายสัญญาตัวแทนจำหน่ายระหว่าง บริษัทฯ และ Riya Home เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2560 ซึ่งมีข้อกำหนด ที่สำคัญโดยสรุปดังนี้

(1) เมื่อสัญญาตัวแทนจำหน่ายระหว่างบริษัทฯ และ Riya Home สิ้นสุดลง Riya Home และผู้ที่เกี่ยวข้อง ต้องเปลี่ยนชื่อบริษัทให้ไม่มีคำว่า “Namu Life” “Snail White” หรือชื่ออื่นใดที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ อีก

(2) ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ภายหลังจากสัญญาตัวแทนจำหน่ายระหว่างบริษัทฯ และ Riya Home สิ้นสุดลง Riya Home และผู้ที่เกี่ยวข้องต้องไม่เข้าทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งใช้เครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้องกับคำว่า “Namu Life” “Snail White” หรือผลิตภัณฑ์อื่นใดที่มีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบ

1.9 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของโรงงานของบริษัทฯ

ธุรกิจของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับความสามารถของโรงงานของบริษัทฯ ในการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มีคุณภาพได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ไม่ได้คุณภาพตามข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการผลิตของโรงงานที่อาจหยุดชะงักจากการหยุดทำงานของเครื่องจักรนอกเหนือจากที่กำหนดไว้ตามแผนงาน ปัญหาการนัดหยุดงานของพนักงาน รวมทั้งภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย วาตภัย การผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ไม่ได้คุณภาพตามข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการผลิตของโรงงานที่หยุดชะงักอาจส่งผลกระทบต่อทางลบต่อการดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของโรงงาน บริษัทฯ จึงได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เพื่อควบคุมและพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เช่น การดำเนินการให้วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นต้น รวมทั้งบริษัทฯ ได้กำหนดกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ และประกันคุณภาพ และได้ถือปฏิบัติตามกระบวนการดังกล่าวอย่างเคร่งครัด เพื่อให้แน่ใจได้ว่าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทฯ ผลิตมีคุณภาพตามข้อกำหนดต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ซ่อมบำรุงเครื่องจักรของบริษัทฯ ตามกำหนดอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ โรงงานของบริษัทฯ ได้รับมาตรฐาน ASEAN GMP (Good Manufacturing Practice) ในเดือนตุลาคมปี 2560 และอยู่ระหว่างการพิจารณาได้รับมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO 9100) มาตรฐานระบบจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) และมาตรฐานระบบจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHSAS 18001)

“
บริษัทฯ ให้ความสำคัญใน
คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็น
ลำดับแรก จึงได้มีการตรวจสอบ
และควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอน

”

1.10 ความเสี่ยงจากความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย (Product Liability) หรือความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคหรือการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้โดยตรงกับผิวหนังและผิวภายในซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญของร่างกาย ซึ่งค่อนข้างเป็นอวัยวะที่มีความละเอียดอ่อนสำหรับผู้บริโภค โดยหากมีความเสียหายเกิดขึ้นต่อผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากการผลิตที่บกพร่องของบริษัทฯ ที่สามารถพิสูจน์ได้ หรือเกิดจากการที่วัตถุดิบหลักที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตสินค้านั้นไม่ได้มาตรฐาน เนื่องจากบริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมกระบวนการผลิตวัตถุดิบด้วยตนเอง จากผู้จำหน่ายทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ผู้บริโภคอาจเรียกร้องหรือฟ้องร้องทางกฎหมายให้บริษัทฯ ชดเชยค่าเสียหาย ซึ่งอาจมีมูลค่าสูงและอาจต้องมีการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่ไม่ปลอดภัยหรือเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรและเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ รวมถึงใบรับรองมาตรฐานสินค้าหรือใบอนุญาตการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ให้ความสำคัญในคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก จึงได้มีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนการดำเนินงานตั้งแต่การคิดค้นผลิตภัณฑ์จนไปถึงการจำหน่ายให้แก่ลูกค้า โดยบริษัทฯ มีแผนกควบคุมคุณภาพหรือ QC เพื่อทำการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของสินค้าอย่างเข้มงวดเพื่อให้อยู่ในเกณฑ์และมาตรฐานที่ดี ตั้งแต่ก่อนรับวัตถุดิบการผลิต และในทุกๆ ขั้นตอนการผลิต และบริษัทฯ เลือกผู้ผลิตวัตถุดิบโดยพิจารณาจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก โดยคุณสมบัติและคุณภาพของวัตถุดิบจะต้องเป็นไปตามแผนงาน การผลิตและเงื่อนไขตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้เป็นสำคัญ นอกจากนี้ ในขั้นตอนการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทฯ มีการนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวส่งให้หน่วยงานภายนอกตรวจสอบก่อนทำการจัดส่งให้ผู้บริโภค

1.11 ความเสี่ยงจากการที่กรรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทฯ อาจไม่ครอบคลุมความเสี่ยงจากความเสียหายของบริษัทฯ ได้ทั้งหมด

แม้ว่าบริษัทฯ จะมีนโยบายประกันภัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความสูญเสียและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อทรัพย์สินหลักของบริษัทฯ บริษัทฯ ยังคงมีความเสี่ยงจากการที่กรรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทฯ อาจไม่ครอบคลุมความเสี่ยงจากความเสียหายของบริษัทฯ ได้ทั้งหมด เช่น ความเสียหายจากการก่อการร้าย ความเสียหายจากน้ำท่วม หรือในกรณีที่มีมูลค่าความเสียหายมีจำนวนมากกว่าจำนวนประกันภัย นอกจากนี้ บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงที่ไม่สามารถต่อกรรมธรรม์ประกันภัยได้ในราคาที่เหมาะสม หากราคาของกรรมธรรม์ปรับตัวสูงขึ้น หรือบริษัทฯ อาจไม่สามารถต่อกรรมธรรม์ได้เลย ซึ่งทั้งหมดอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ณ ปัจจุบัน ประกันภัยของบริษัทฯ ซึ่งรวมถึงประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก ครอบคลุมความเสียหายประมาณ 1,048.6 ล้านบาท ซึ่งครอบคลุมมูลค่าสินทรัพย์ถาวรทั้งหมดของบริษัทฯ และคุ้มครองความสูญเสียทางการค้าในบางส่วนอีกด้วย

1.12 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

ในปี 2559 และในปี 2560 บริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ในสัดส่วนร้อยละ 46.2 และร้อยละ 37.1 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ของบริษัทฯ ตามลำดับจากผู้จัดหาในต่างประเทศซึ่งโดยหลักได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่สั่งจากผู้ผลิตในประเทศเกาหลี ซึ่งมีการชำระค่าสินค้าทั้งหมดเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าทั้งหมดเป็นเงินบาท จึงทำให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนในกรณีที่เงินบาทอ่อนค่าลง ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนของสินค้าสำเร็จรูบนั้นเปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการบริหารความเสี่ยงโดยจัดทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward contract) เพื่อทำการลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในระดับหนึ่ง ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 70 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบหลักของบริษัทฯ



1.13 ความเสี่ยงจากการละเมิดข้อกำหนดในสัญญาสินเชื่อ

ปัจจุบันบริษัทฯ มีการจัดหาเงินทุนบางส่วนจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้ในการลงทุนซื้อที่ดินพร้อมโรงงานปรับปรุงโรงงานและอาคารแห่งใหม่ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีการเข้าทำสัญญาเงินกู้ระยะยาวกับสถาบันการเงิน โดยมีวงเงินกู้ยืมระยะยาวเป็นสกุลเงินบาทรวม 154.2 ล้านบาท ซึ่งสัญญาเงินกู้ระยะยาวบางสัญญาได้กำหนดให้บริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดทางการเงินต่างๆ เช่น อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอื่นๆ นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดให้การผิดข้อตกลงหรือผิดเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง หรือผิดนัดชำระหนี้ หรือสัญญาอื่นใดที่บริษัทฯ ทำไว้กับสถาบันการเงิน มีผลเป็นการผิดนัดทั้งหมดของหนี้ที่ค้างตามสัญญาเงินกู้ระหว่างบริษัทฯ กับสถาบันการเงินดังกล่าวด้วย (Cross-default clause) (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2.3.8 ข้อมูลสำคัญอื่น หัวข้อที่ 8.3 รายละเอียดของสัญญาเงินกู้ที่สำคัญ) ดังนั้น หากบริษัทฯ ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดดังกล่าวได้ จะมีผลให้เจ้าหนี้เงินกู้สามารถเรียกเก็บดอกเบี้ยในอัตราดอกเบี้ยผิดเงื่อนไขกำหนดเงื่อนไขอื่นใดเพิ่มเติม หรืออาจดำเนินการยึดหลักประกันของบริษัทฯ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการซื้อเสียง ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของบริษัทฯ อยู่ที่ 1.17 เท่า ซึ่งเกินกว่าข้อกำหนดในสัญญาสินเชื่อฉบับหนึ่ง ที่กำหนดไว้ว่า ผู้กู้ตกลงดำรงสัดส่วนหนี้สินต่อทุน(D/E) ในงบการเงินแต่ละปีไม่เกิน 1.0 เท่า ตลอดระยะเวลาที่มีวงเงินสินเชื่อกับผู้ให้กู้ โดยเริ่มต้นตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นไป ส่งผลให้บริษัทฯ แสดงยอดเงินกู้ยืมคงเหลือดังกล่าวเป็นหนี้สินหมุนเวียนในงบแสดงฐานะทางการเงิน อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดทางการเงินที่สำคัญในช่วงต้นปี 2560 บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการและได้รับผ่อนปรนเงื่อนไขการดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E) ของบริษัทฯ สำหรับงบการเงิน ปี 2559 จากผู้ให้กู้ และได้เปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E) ของบริษัทฯ จากไม่เกิน 1.0 เท่าเป็นไม่เกิน 2.0 เท่า แล้วตั้งแต่วันที่ 12 พฤษภาคม 2560 และได้จ่ายคืนเงินกู้ยืมตามสัญญาสินเชื่อดังกล่าวแล้วทั้งจำนวนในเดือนสิงหาคม 2560 อย่างไรก็ดี สำหรับสัญญาเงินกู้อื่นๆ ที่เหลืออยู่ได้มีข้อกำหนดให้ดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน 1.5 เท่า ซึ่งบริษัทฯ ไม่ได้ผิดเงื่อนไขสัญญาเงินกู้ดังกล่าวนอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการติดตามเพื่อปฏิบัติตามเงื่อนไข และข้อกำหนดต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงยังรักษาความสัมพันธ์อันดีกับสถาบันการเงินต่างๆ อีกด้วย

2. ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

2.1 ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50 ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ คือ กลุ่มครอบครัวพัฒน์นารักษ์ ซึ่งถือหุ้นทั้งหมดในบริษัทฯ จำนวน 223.6 ล้านหุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 71 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ เพียงพอที่จะทำให้ผู้ถือหุ้นหลักดังกล่าวมีอำนาจในการควบคุมบริษัทฯ และสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด หากผู้ถือหุ้นมาประชุมไม่ครบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงข้างมากของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุม และออกเสียงลงคะแนนหรือมติพิเศษที่ต้องใช้เสียง 3 ใน 4 ของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงในการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา

อย่างไรก็ตาม จากโครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริหาร โดยคณะกรรมการแต่ละชุดจะมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจนทำให้บริษัทฯ มีความโปร่งใสในการบริหารจัดการ และมีระบบที่ตรวจสอบได้ โดยคณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 12 ท่าน ในจำนวนนี้มีกรรมการที่เป็นกรรมการอิสระจำนวน 5 ท่าน โดยมีกรรมการอิสระเป็นประธานกรรมการ และมีกรรมการอิสระดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการตรวจสอบ 3 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ ถ่วงดุลการตัดสินใจ และพิจารณาอนุมัติรายการต่างๆ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ ในกรณีที่เข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมกิจการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งบุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติรายการดังกล่าว และในกรณีที่มีการเสนอขายหลักทรัพย์ที่กระทบต่อผู้ถือหุ้น ผู้ถือหุ้นรายย่อยมีสิทธิออกเสียงคัดค้าน โดยใช้คะแนนเสียงเพียงร้อยละ 10 ของผู้ถือหุ้นที่มาร่วมประชุม รวมทั้งในการอนุมัติรายการจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“สำนักงาน ก.ล.ต.”) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลาดหลักทรัพย์ฯ”)

2.2 ความเสี่ยงในการปรับโครงสร้างองค์กรและการจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจของบริษัทฯ

โดยในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการเติบโตอย่างรวดเร็วทั้งในแง่ของฐานผู้บริโภค ช่องทางการจัดจำหน่าย และยอดขาย โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นจาก 438.0 ล้านบาทในปี 2558 เป็น 1,674 ล้านบาท ในปี 2560 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 56 ต่อปี รวมถึงแนวโน้มการเติบโตในอนาคตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทฯ จำเป็นจะต้องมีการปรับโครงสร้างองค์กรจากองค์กรที่มีขนาดเล็กมีบุคลากรจำนวนไม่มากและต้องจัดหาบุคลากรเพิ่มเติมในแต่ละฝ่ายการดำเนินงานโดยเฉพาะบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เพื่อที่จะรองรับการเติบโตของธุรกิจโดยบุคลากรของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจาก 133 คน ในปี 2558 เป็น 353 คน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงหากไม่สามารถปรับโครงสร้างองค์กรได้เหมาะสมต่อการบริหารจัดการ รวมถึงหากไม่สามารถจัดหาบุคลากรได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอกับการดำเนินงานที่เติบโตได้ทันทั่วทั้งที่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน รวมถึงภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้มีการเตรียมพร้อมในด้านต่างๆ โดยมีการพัฒนาระบบการดำเนินงานภายในขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เช่น การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัยเพื่อรองรับการดำเนินงานต่างๆของบริษัทฯ การปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมและยืดหยุ่นต่อการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการทำงานและเพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา การพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ ด้วยการสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเป็นบุคลากรรุ่นใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถปรับเปลี่ยนเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ และการส่งบุคลากรไปฝึกอบรมให้ความรู้ในด้านต่างๆ รวมถึงการขยายโรงงานใหม่เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจของบริษัทฯ

2.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้บริหารหลักและพนักงานที่มีความสามารถ

ความสำเร็จของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับความสามารถของบริษัทฯ ในการจูงใจและรักษาผู้บริหารหลักและพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการทำงาน ซึ่งบุคคลเหล่านี้รวมถึง ผู้บริหารและพนักงานซึ่งมีประสบการณ์ในการผลิต การทำการตลาด และการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ บริษัทฯ จึงมีความจำเป็นที่จะต้อง มีพนักงานที่มีประสบการณ์ และมีความรู้ความสามารถ โดยบริษัทฯ ได้ฝึกอบรมพนักงานของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ อย่างไรก็ตามหากบริษัทฯ ไม่สามารถรักษากลุ่มผู้บริหารและพนักงานที่มีความสามารถไว้ได้ หรือไม่สามารถหาบุคลากรมาทดแทนได้ภายในเวลาที่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อในทางลบต่อการดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการจูงใจและรักษาบุคลากรของบริษัทฯ และมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถและความรับผิดชอบของบุคลากร การวางแผนแนวทางอาชีพ (Career Path) ของบุคลากรแต่ละระดับอย่างชัดเจน รวมทั้งการจัดสรรค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้และความสามารถของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการสรรหาพนักงานใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อทดแทนบุคลากรที่สูญเสียไป เพื่อให้บริษัทฯ มีบุคลากรเพียงพอสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ

“ บริษัทฯ ได้มีการเตรียมพร้อม
ในด้านต่างๆ โดยมีการพัฒนาระบบการดำเนินงานภายใน
ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ”



BUSINESS

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin Care) ที่มีคุณภาพสูงภายใต้เครื่องหมายการค้า “**NAMU LIFE**” โดยปัจจุบันมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ “**SNAILWHITE**” ภายใต้แนวคิด “Beauty is Healthy” ที่เชื่อว่า ผิวสวยที่แท้จริงคือผิวสวยสุขภาพดีในแบบที่เป็นคุณ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้สะท้อนในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพื่อการบำรุงทุกสภาพผิว ให้ลูกค้ามีผิวสุขภาพดีเปลี่ยนแปลงจากภายในอย่างเป็นธรรมชาติ โดยบริษัทฯ มีความใส่ใจในรายละเอียดทุกขั้นตอนการผลิตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพที่ดีเยี่ยม ตั้งแต่การมุ่งมั่นคัดสรรวัตถุดิบอย่างพิถีพิถันจากผู้ผลิตวัตถุดิบชั้นนำนานาประเทศ โดยพิจารณาจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก พัฒนาระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพและสามารถ ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปลอดภัย โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกคนที่ร่วมกันแสวงหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานและสภาพแวดล้อมการทำงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอและต่อเนื่อง ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจัดจำหน่ายเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพปลอดภัย โดยในทุกขั้นตอนการดำเนินงานบริษัทฯ ได้จัดตั้งแผนกควบคุมคุณภาพเพื่อทำการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในเกณฑ์และมาตรฐานที่ดี ตลอดจนมีการวิจัยและพัฒนา คิดค้นผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่อย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการศึกษาทิศทางของตลาด เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยบริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาสินค้าที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใส่ใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ของทุกผลิตภัณฑ์ ที่ถูกออกแบบให้มีการเก็บรักษาวัตถุดิบด้านในอย่างปลอดภัย คงทน และง่ายต่อการใช้งาน รวมถึงกำหนดมาตรฐานการขนส่งและการจัดเก็บสินค้า โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นหลัก

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะก้าวเป็นอันดับ 1 ใน 3 ของบริษัทชั้นนำด้านความงามในภูมิภาคเอเชียด้วยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขยายช่องทางจัดจำหน่ายและการทำการตลาดในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และสามารถจดจำเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้บริษัทฯ จะพัฒนาระบบภายในขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน จะรักษาสัมพันธอันดีต่อลูกค้า และเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการให้ความช่วยเหลือพัฒนาสังคมและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

“ บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะก้าวเป็นอันดับ 1 ใน 3 ของบริษัทชั้นนำด้านความงามในภูมิภาคเอเชีย ”

ความเป็นมา และพัฒนาการที่สำคัญ

ความเป็นมา

บริษัทฯ ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2553 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท โดยกลุ่มครอบครัวพรพัฒน์รักษ์ เพื่อประกอบธุรกิจรับจ้างผลิต และบริการให้คำปรึกษาด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (OEM) ต่อมาในปี 2556 บริษัทฯ ได้มองเห็นโอกาสในการสร้างเครื่องหมายการค้า (Brand) เป็นของตัวเอง เนื่องจากบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในการผลิต ประกอบกับมองเห็นแนวโน้มการเติบโตในอนาคตที่ดีของอุตสาหกรรม บริษัทฯ จึงเริ่มประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ภายใต้เครื่องหมายการค้า **"NAMU LIFE"** โดยมีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ ว่า **"SNAILWHITE"** ซึ่งสะท้อนถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบ โดยในช่วงปี 2556 - ปี 2559 ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักมากขึ้นซึ่งจะเห็นได้จากผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เน้นการใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงมีคุณประโยชน์ในการบำรุงผิวและเอกลักษณ์ที่โดดเด่นที่เน้นความสวยงามแบบธรรมชาติ ประกอบกับแผนการตลาดของ บริษัทฯ ที่มีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับผลิตภัณฑ์ การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

2553

ก่อตั้งบริษัทฯ เพื่อประกอบธุรกิจรับจ้างผลิต และบริการให้คำปรึกษาผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

2556

เริ่มประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว **"NAMU LIFE SNAILWHITE"**

2557

เพิ่มทุนจดทะเบียน ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และขยายธุรกิจไปในต่างประเทศ

2558

ออกผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม ขยายฐานการผลิตที่โรงงานใหม่ และเปิดบริษัทย่อย

2559

การปรับโครงสร้าง เพิ่มทุนจดทะเบียน เพิ่มสายผลิตภัณฑ์และเตรียมความพร้อมในการทำงานของบริษัทฯ

2560

จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัท มหาชน เพิ่มทุนจดทะเบียน IPO รองรับการลงทุนจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์ และขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

2553

ก่อตั้งบริษัทฯ เพื่อประกอบ
ธุรกิจรับจ้างผลิต และบริการให้
คำปรึกษาผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

- บริษัทฯ ก่อตั้งในนาม บริษัท ดู เดย์
ดรีม จำกัด โดยครอบครัวพรพัฒน์รักษ์
ในเดือนกันยายน 2553 โดยมีวัตถุประสงค์
ในการประกอบธุรกิจรับจ้างผลิต และบริการ
ให้คำปรึกษาด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิว
(OEM) ด้วยทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว
เริ่มต้น 1 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ
100 บาท จำนวน 10,000 หุ้น

2556

เริ่มประกอบธุรกิจผลิต
และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
บำรุงผิว

- บริษัทฯ เริ่มประกอบธุรกิจผลิตและ
จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว โดยตั้งชื่อ
กลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “**SNAILWHITE**” ภายใต้
เครื่องหมายการค้า “**NAMU LIFE**” โดย
มีครีมบำรุงผิวหน้าเป็นผลิตภัณฑ์แรก
ภายใต้ชื่อ **NAMU LIFE SNAILWHITE**
SNAIL SECRETION FILTRATE
MOISTURE FACIAL CREAM
(หรือ “**NAMU LIFE SNAILWHITE**
FACIAL CREAM”) ณ เดือนมีนาคม
โดยเริ่มนำเสนอมผลิตภัณฑ์ ผ่านช่องทาง
โซเชียลมีเดีย และต่อมาได้ขยายไปสู่
ช่องทางผู้จัดจำหน่ายร้านค้าแบบดั้งเดิม
(Traditional Trade)

2557

เพิ่มทุนจดทะเบียน
ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย
ออกผลิตภัณฑ์ใหม่
และขยายธุรกิจไปในต่างประเทศ

- บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระ
แล้วจาก 1 ล้านบาท เป็น 10 ล้านบาท
มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ในเดือน
มิถุนายน เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจ
ของบริษัทฯ

- บริษัทฯ ได้เริ่มทำการจัดจำหน่าย
ผ่านร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade)
เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในการเข้าถึง
ผู้บริโภค โดยเริ่มต้นขายผ่านร้าน Big C,
Watson และ Boots ในเดือน พฤษภาคม
สิงหาคม และกันยายน ตามลำดับ

- บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์บำรุงผิว
เพิ่มอีก 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

(1) **NAMU LIFE SNAILWHITE**
SYN-AKE MIST

(2) **NAMU LIFE SNAILWHITE**
MASK SHOT ในไตรมาส 1 และ

(3) **NAMU LIFE SNAILWHITE**
BODY BOOSTER ในไตรมาส 3

ซึ่งเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุง
ผิวหน้า ให้ครอบคลุมการใช้งานของลูกค้า
มากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะผู้บริโภคที่ต้อ
การเอสเซนส์เข้มข้นบำรุงผิวหน้าที่มีนวัต
กรรมแปลกใหม่ในรูปแบบของสเปรย์ และ
มาสก์บำรุงผิวหน้า รวมถึงขยายตลาด
ไปสู่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการบำรุงผิวกาย

- นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เริ่มจัดทำ
และจัดจำหน่ายชุดของขวัญ (Gift Set)
ซึ่งรวมเอาหลายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ
ไว้ด้วยกันเป็นครั้งแรก โดยมีวัตถุประสงค์
เพื่อให้ลูกค้าซื้อเป็นของขวัญในโอกาส
พิเศษต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ ตรุษจีน
และเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว
เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นที่นิยม
ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน
บริษัทฯ จึงเริ่มขยายแผนธุรกิจไปในต่าง
ประเทศด้วยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ
บริษัทฯ เข้าสู่ประเทศฮ่องกง ประเทศจีน
ประเทศพม่า และประเทศกัมพูชา

2558

ออกผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม
ขยายฐานการผลิตที่โรงงานใหม่
และเปิดบริษัทย่อย

- บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์บำรุง

ผิวเพิ่มอีก 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

(1) **NAMU LIFE SNAILWHITE**
CONCENTRATE FACIAL CREAM

(2) **NAMU LIFE SNAILWHITE**
SUNSCREEN และ

(3) **NAMU LIFE SNAILWHITE**
CLEANSING

ซึ่งเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุงผิวหน้า ให้ครอบคลุมการใช้งานของลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ต้องการครีมบำรุง ชนิดเข้มข้น และลูกค้าในต่างประเทศที่มี อากาศหนาว รวมถึงขยายตลาดไปผลิตภัณฑ์ ประเภทครีมกันแดด และผลิตภัณฑ์ ทำความสะอาดผิวหน้า ซึ่งเป็นตลาดใหม่ ของบริษัทฯ และมีมูลค่าตลาดค่อนข้าง ใหญ่

- บริษัทฯ ได้ทำการก่อตั้งบริษัทย่อย บริษัท นามูไลฟ์ พลัส จำกัด (“นามูไลฟ์ พลัส”) ในเดือนมีนาคม ด้วยทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท จำนวน 50,000 หุ้น โดยมีทุน จดทะเบียนชำระแล้ว ณ วันที่จัดตั้ง เท่ากับ 1,250,000 บาท มูลค่าหุ้นชำระแล้วหุ้นละ 25 บาท เพื่อประกอบธุรกิจเป็นตัวแทน จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ถือหุ้น ณ วันที่จัดตั้งในสัดส่วน ร้อยละ 69

- บริษัทฯ ได้มีการขยายฐานการผลิต โดยการลงทุนซื้อที่ดินพร้อมโรงงาน ที่สวน อุดสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเริ่มดำเนินการปรับปรุงโรงงานแห่งใหม่ ดังกล่าว โดยมีมูลค่าเงินลงทุน 58 ล้านบาท เมื่อเดือนธันวาคม

- บริษัทฯ เริ่มผลิตผลิตภัณฑ์ ในขนาดเล็ก เช่น

NAMU LIFE SNAILWHITE
FACIAL CREAM ขนาด 5 มิลลิกรัม (“มล.”)

NAMU LIFE SNAILWHITE
SUN SCREEN ขนาด 15 มล.

NAMU LIFE SNAILWHITE
CLEANSING ขนาด 50 มล. และ

NAMU LIFE SNAILWHITE
CONCENTRATE FACIAL CREAM
ขนาด 5 มล.

โดยจำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อชั้นนำ เพื่อเป็น ขนาดทดลองโดยเจาะกลุ่มผู้บริโภค ที่ไม่เคยใช้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ หรือเพื่อให้ผู้บริโภค เกิดความสะดวกในการพกพา

2559

การปรับโครงสร้าง
เพิ่มทุนจดทะเบียน
เพิ่มสายผลิตภัณฑ์
และเตรียมความพร้อม
ในการทำงานของบริษัทฯ

- ภายหลังการปรับโครงสร้างบริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 60 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท เพื่อเป็นเงินทุนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และถือหุ้นในบริษัทฯ นามู โลฟี่ พลัส จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 100

- บริษัทฯ มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขึ้นอีก 4 ผลิตภัณฑ์ อันได้แก่

(1) **NAMU LIFE SNAILWHITE MIRACLE INTENSIVE REPAIR**

(2) **NAMU LIFE SNAILWHITE WHIPP SOAP**

(3) **NAMU LIFE SNAILWHITE ROYAL JELLY FACIAL CREAM** และ

(4) **NAMU LIFE SNAILWHITE CRÈME BODY WASH**

ในไตรมาส 2 ไตรมาส 3 ไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ตามลำดับ ซึ่งเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุงผิวหน้า ให้ครอบคลุมการใช้งานของลูกค้ามากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะผู้บริโภคที่ต้องการครีมบำรุงผิวหน้าแบบเข้มข้น รวมถึงขยายตลาดไปจับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าด้วยนวัตกรรมใหม่ในรูปแบบของสบู่อ่อนในซองตาข่าย และผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำนวัตกรรมใหม่ที่มีเนื้อครีมคล้ายโลชั่น

- บริษัทฯ ได้มีการเตรียมความพร้อมของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยนำระบบ SAP Enterprise Resource Planning มาใช้เพื่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และรองรับการเติบโตขององค์กร

- บริษัทฯ ปรับปรุงโรงงานใหม่ในส่วนของการผลิตแล้วเสร็จในเดือนกันยายน และ เริ่มดำเนินการผลิตสำหรับโรงงานแห่งใหม่ในส่วนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในเดือนตุลาคม

- บริษัทฯ ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเริ่มจัดตั้งและดำเนินการจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าของบริษัทฯ ภายใต้ชื่อร้าน **NAMU LIFE**



2560

จดทะเบียนแปรรูปเป็นบริษัทมหาชน เพิ่มทุนจดทะเบียนเพื่อเตรียมตัว IPO และขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

- บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์เพิ่มอีก 8 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

(1) **NAMU LIFE SNAILWHITE DAY CREAM**

(2) **NAMU LIFE SNAILWHITE ESSENTIAL TONER**

(3) **NAMU LIFE SNAILWHITE NAMU FACIAL JELLY WASH**

(4) **NAMU LIFE SNAILWHITE OVERNIGHT FIRMING MASK**

(5) **NAMU LIFE SNAILWHITE 7 DAYS MASK SHEETS**

(6) **NAMU LIFE SNAILWHITE BODY BOOSTER SPF30 PA+++**

(7) **NAMU LIFE SNAILWHITE GOLD FACIAL CREAM**

(8) **NAMU LIFE SNAILWHITE SUNSCREEN CC**

ซึ่งเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุงและทำความสะอาดผิวหน้าเพื่อขยายตลาดและฐานลูกค้าเพิ่มเติม

- บริษัทฯ จดทะเบียนแปรรูปเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท *ดู เคย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)* เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2560

- บริษัทฯ เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.0 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.0 บาท และเพิ่มทุนจดทะเบียนจากจาก 225 ล้านบาท เป็น 318 ล้านบาท เพื่อรองรับการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ

- เดือน กรกฎาคม 2560 บริษัทฯ ได้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 15,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ

1 บาท ในราคาหุ้นละ 29.87 บาท ให้แก่ North Haven Thai Private Equity Clarity Company (HK) Limited ("NHTPEC") ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อซื้อหุ้นบริษัทฯ

- เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2560 ได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบจ. ดู อินฟินิตี ดรีม และออกหุ้นใหม่จำนวน 1,000,000 หุ้น ในราคามูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกชำระแล้ว ร้อยละ 25 ซึ่งคิดเป็น 25,000,000 บาท และบริษัทฯ เข้าถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวจำนวน 999,997 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 100 ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต ตลอดจนเพื่อผลประโยชน์ทางภาษีต่างๆ

- ในเดือน ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ได้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 76 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) และเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2560

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีบริษัทย่อยจำนวน 2 บริษัทดังนี้



หมายเหตุ:

- /1 นามู โลฟี พลัส จัดตั้งขึ้นในเดือนมีนาคม 2558 เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัทฯ ซึ่งภายหลังการปรับโครงสร้างของบริษัทฯ ในปี 2559 บริษัทฯ ได้ถือหุ้นในนามู โลฟี พลัส ในสัดส่วนร้อยละ 100
- /2 ดู อินฟินิท ดริ้ม จัดตั้งขึ้นในเดือนตุลาคม 2560 เพื่อทำหน้าที่ขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศให้แก่บริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ได้ถือหุ้นในดู อินฟินิท ดริ้ม ในสัดส่วนร้อยละ 100

ทั้งนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 7/2560 เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2560 ได้มีมติอนุมัติแผนการจัดตั้งบริษัทย่อย 3 บริษัท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และรองรับการขยายธุรกิจ ในอนาคต ตลอดจนเพื่อผลประโยชน์ทางภาษีต่างๆ บริษัทย่อยดังกล่าว ได้แก่

(1) บจ. ดู อินฟินิท ดริ้ม เพื่อเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ ("International Headquarter" หรือ "IHQ") ที่ถือหุ้นในบริษัทที่ประกอบธุรกิจในต่างประเทศของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2560 ได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทและออกหุ้นใหม่จำนวน 1,000,000 หุ้น ในราคามูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกว่าแล้วร้อยละ 25 คิดเป็น 25,000,000 บาทและบริษัทฯ เข้าถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวจำนวน 999,997 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 100

(2) บจ. ดู เดย์ ดริ้ม เทรดิง ในประเทศสิงคโปร์ เพื่อขายสินค้าของบริษัทฯ ให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศ ได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2561

(3) บจ. ดู เดย์ ดริ้ม โฮลดิ้ง ในประเทศสิงคโปร์ เป็น Holding Company เพื่อลงทุนในธุรกิจของบริษัทฯ ในต่างประเทศ ได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2561

ภาพรวม การประกอบธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่น (OEM)

1) ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุง

ผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ “NAMU LIFE” โดยมีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “SNAILWHITE” สำหรับประเภทการใช้งานต่างๆ ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์บำรุงและทำความสะอาดผิวหนังและผิวกาย และผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด เพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ทั้งผ่านร้านค้าของบริษัทฯ และผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งหนึ่งในบริษัทจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ คือ นามู ไลฟ์ พลัส บริษัทย่อยของบริษัทฯ ซึ่ง ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีกลุ่มผลิตภัณฑ์ 6 กลุ่มย่อย ได้แก่

- (1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
- (2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย
- (3) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า
- (4) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย
- (5) ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด
- (6) ชุดของขวัญ (Gift Set)

2) ธุรกิจรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่น (OEM)

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่นให้แก่ลูกค้า

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ตามงบการเงินรวม จำแนกแหล่งที่มาของรายได้ สำหรับรอบปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560 สรุปได้ดังต่อไปนี้

สายผลิตภัณฑ์ /กลุ่มธุรกิจ	งบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายรวม						
1. รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ						
1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	860.5	90.0	1,072.7	86.5	1,327.3	78.8
2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย	56.3	5.9	36.4	2.9	60.0	3.6
3) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า	37.4	3.9	48.7	3.9	71.9	4.3
4) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย	-	-	9.8	0.8	134.4	8.0
5) ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดดคุณภาพสูง	27.9	2.9	58.9	4.7	65.1	3.9
6) ชุดของขวัญ	22.6	2.4	63.4	5.1	54.2	3.2
7) ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม/ ¹	7.1	0.7	0.7	0.1	-	-
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ รวม	1,011.8	105.8	1,290.6	104.0	1,712.9	101.7
หัก ส่วนลด	(77.2)	(8.1)	(55.6)	(4.5)	(38.7)	(2.3)
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ — สุทธิ	934.6	97.7	1,235.0	99.5	1,674.2	99.4
2. รายได้จากการรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่น (OEM)	2.5	0.2	1.9	0.2	0.3	0.0
3. รายได้จากการขายอื่น	18.0	1.9	-	-	-	-
รายได้จากการขายรวม	955.1	99.8	1,236.9	99.7	1,674.5	99.4
รายได้อื่น/ ²	1.6	0.2	3.3	0.3	9.8	0.6
รวม	956.7	100.0	1,240.2	100.0	1,684.3	100.0

ที่มา: งบการเงินรวมของบริษัทฯ

หมายเหตุ: /1 บริษัทฯ ได้เลิกจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมตั้งแต่ต้นปี 2559

/2 รายได้อื่นโดยหลักได้แก่ ดอกเบี้ยรับ และรายได้จากการให้บริการ

/3 ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปี 2558 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ซึ่งเป็นข้อมูลที่แสดงเปรียบเทียบในงบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ โดยไม่ได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

สายผลิตภัณฑ์ /กลุ่มธุรกิจ	งบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายรวม						
1. รายได้จากการขายภายในประเทศรวม	775.1	78.9	1,090.7	87.9	1,161.7	69.0
2. รายได้จากการขายต่างประเทศรวม	180.0	18.8	146.2	11.8	512.8	30.4
รายได้จากการขายรวม	955.1	99.8	1,236.9	99.7	1,674.5	99.4
รายได้อื่น/ ¹	1.6	0.2	3.3	0.3	9.8	0.6
รวม	956.7	100.0	1,240.2	100.0	1,684.3	100.0

ที่มา: งบการเงินรวมของบริษัทฯ

หมายเหตุ: /1 รายได้อื่นโดยหลักได้แก่ ดอกเบี้ยรับ และรายได้จากการให้บริการ

/2 ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปี 2558 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ซึ่งเป็นข้อมูลที่แสดงเปรียบเทียบในงบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ โดยไม่ได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ



ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ

ปัจจุบัน บริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้า “NAMU LIFE” โดยมีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “SNAILWHITE” ภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์ 6 กลุ่มย่อย โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

- NAMU LIFE **SNAILWHITE** SECRETION FILTRATE MOISTURE FACIAL CREAM
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** SYN-AKE MIST
- **SNAILWHITE** MASK SHOT
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** CONCENTRATE FACIAL CREAM
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** MIRACLE
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** ROYAL JELLY FACIAL CREAM
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** DAY CREAM
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** OVERNIGHT FIRMING MASK
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** 7 DAYS MASK SHEETS
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** GOLD FACIAL CREAM

(2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย

- NAMU LIFE **SNAILWHITE** BODY BOOSTER
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** BODY BOOSTER SPF30/PA+++

(3) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า

- NAMU LIFE **SNAILWHITE** CLEANSING
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** WHIPP SOAP
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** ESSENTIAL TONER
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** NAMU FACIAL JELLY WASH

(4) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย

- NAMU LIFE **SNAILWHITE** CREME BODY WASH

(5) ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด

- NAMU LIFE **SNAILWHITE** SUNSCREEN
- NAMU LIFE **SNAILWHITE** SUNSCREEN CC

(6) ชุดของขวัญ



NAMU LIFE SNAILWHITE SECREATION FILTRATE MOISTURE FACIAL CREAM

เป็นผลิตภัณฑ์แรกของบริษัทฯ เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 1 ปี 2556 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์บุกเบิกในประเทศไทยที่มีส่วนผสมจากสารสกัดของเมือกหอยทาก ถูกผลิตภายใต้แนวคิดที่อยากคนไทยมีครีมบำรุงผิวหน้าที่ดี เหมาะสมกับสภาพผิวและสภาพภูมิอากาศของประเทศที่มีความร้อนชื้นอยู่ตลอดเวลา โดยเป็นครีมทาหน้าที่มีส่วนผสมจากสารสกัดจากเมือกหอยทากเข้มข้น เข้าบำรุงผิวอย่างล้ำลึก ช่วยในการบำรุงและฟื้นฟูผิว ลดริ้วรอย รอยดำ รอยแผลเป็น ช่วยในการยกกระชับผิวหน้า ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ รักษาอาการอักเสบของผิว กระตุ้นการสร้างเซลล์ใหม่ ช่วยลดเลือนริ้วรอย ป้องกันการเกิดแผลเป็น ลดรอยแผลจากสิว ปรับสภาพผิวให้นุ่ม

เนียนเรียบ ใ้ได้กับริ้วรอยลึกและริ้วรอยตื้น ช่วยควบคุมความมัน ลดการก่อตัวของสิว ทำให้ผิวหน้าเต่งตึง มีความยืดหยุ่น เพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างคอลลาเจนและอีลาสตินให้ทำงานดีขึ้น กักเก็บน้ำในผิวให้ผิวดูอู่น้ำ ขาวสว่างกระจ่างใส สุขภาพดี นอกจากนี้ **NAMU LIFE SNAILWHITE FACIAL CREAM** ถูกบรรจุในขวดบรรจุภัณฑ์จากประเทศเกาหลีซึ่งมีนวัตกรรมระบบปั๊มสุญญากาศที่ทำให้ผู้ใช้สะดวกต่อการใช้งาน สามารถกำหนดปริมาณ การใช้แต่ละครั้งที่เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถให้ได้จนหมดสุดท้าย และที่สำคัญ ช่วยให้ผู้ใช้ไม่ต้องสัมผัสกับเนื้อครีมในกระปุกโดยตรง ช่วยลดโอกาสปนเปื้อนจากเชื้อโรคภายนอกกับเนื้อครีมและลดการใช้สารกันเสียในผลิตภัณฑ์

NAMU LIFE SNAILWHITE SYN-AKE MIST

เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาสที่ 1 ปี 2557 ภายใต้แนวคิดที่อยากสร้างสรรค์ให้เอสเซนส์ไม่เป็นเพียงแค่เอสเซนส์ธรรมดา แต่ได้เพิ่มนวัตกรรมให้อยู่ในรูปแบบสเปรย์เพื่อให้ผู้บริโภคใช้งานสะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้บริษัทฯ ได้เลือกใช้หัวสเปรย์นาโนจากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งถูกออกแบบและพัฒนาเพื่อส่งเสริมการใช้งานให้ดียิ่งขึ้นด้วยนวัตกรรมของหัวสเปรย์นาโน ทำให้ละอองสเปรย์เอสเซนส์ละเอียดสามารถซึมเข้าสู่ผิวหน้าได้ดีและสามารถใช้ระหว่างวัน หรือหลังแต่งหน้าได้โดยไม่ทำให้เครื่องสำอางหลุดลอกแต่จะช่วยให้เครื่องสำอางติดทนนาน และบำรุงอย่างทั่วถึงตลอดวันโดยใช้เพื่อบำรุงผิวหน้าให้มีความเนียนนุ่มชุ่มชื้น อมุน้ำ ผิวแลดูสุขภาพดี เหมาะสำหรับผิวที่แพ้ง่ายเนื่องจากไม่ใส่น้ำหอมและวัตถุกันเสีย 100% โดยมีส่วนผสมที่สำคัญถึง 3 ชนิด ประกอบด้วย Alpha-Arbutin (อัลฟ่า-อัลบูติน) มีส่วนช่วยทำให้ผิวขาวกระจ่างใส Syn-Ake ช่วยให้ผิวพรรณกระชับ และ Snail Secretion Filtrate (สารสกัดจากเมือกหอยทาก) ช่วยทำให้ผิวเนียนนุ่มและลดริ้วรอย





SNAILWHITE MASK SHOT

เป็นผลิตภัณฑ์แผ่นมาร์กบำรุงผิวหน้า ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาสที่ 1 ปี 2557 โดยแผ่นมาร์กได้ถูกผลิตอย่างพิถีพิถัน ด้วยการทอเส้นด้ายหน้ากากได้น้ำซึ่งช่วยให้เจลบำรุงจับตัวในเส้นด้ายได้ดียิ่งขึ้น และถูกหุ้มอยู่ในทุก ๆ อนุ ทำให้สามารถซึมซับเข้าสู่ผิวหน้าได้อย่างรวดเร็ว โดยใช้ส่วนผสมของสารสกัด และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหมาะสมสำหรับผู้บริโภคที่มีเวลาบำรุงผิวหน้าน้อย เพราะผลิตภัณฑ์สามารถฟื้นฟูผิวให้อ่อนเยาว์ ยกกระชับแลดูกระจ่างใสด้วยสารสกัดจากเมือกหอยทากและเซรามายด์เข้มข้นจากประเทศเกาหลี พร้อมด้วยสารสกัดอัลฟา-อัลบูติน ที่สามารถสร้างประสิทธิภาพการบำรุงและฟื้นฟูผิวอย่างล้ำลึก ทำให้โครงสร้างผิวแข็งแรง ขาว กระจ่างใส ลดเลือนริ้วรอยและจุดต่างดำ ปรับผิวให้เรียบเนียนชุ่มชื้นอย่างรวดเร็ว



NAMU LIFE SNAILWHITE CONCENTRATE FACIAL CREAM

เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาสที่ 1 ปี 2558 ที่บริษัทฯ ออกแบบเพื่อเสริมสร้างผิวพรรณให้มีความแข็งแรงจากภายใน และเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการการบำรุงเป็นพิเศษ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่ที่มีภูมิอากาศหนาวเย็น โดยบริษัทฯ ได้รับแรงบันดาลใจจากคุณสมบัติพิเศษของทองคำ ซึ่งสามารถช่วยให้เซลล์ผิว มีความแข็งแรง ทำให้ผิวหน้าเต่งตึง อีกทั้งยังได้สารสกัดนารานาชนิดที่อุดมไปด้วยคุณค่าที่ทำให้ผิวเนียนนุ่ม ช่วยฟื้นฟูบำรุงผิว ให้กระชับและสดใส รุ่มรวย เนียนขึ้นตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้ และมีเนื้อสัมผัสบางเบา นอกจากนี้ **NAMU LIFE SNAILWHITE CONCENTRATE FACIAL CREAM** ได้ถูกบรรจุในขวดบรรจุภัณฑ์จากประเทศเกาหลี ซึ่งมีนวัตกรรม ระบบปั๊มสุญญากาศที่ทำให้ผู้ใช้สะดวกต่อการใช้งาน สามารถกำหนดปริมาณการใช้แต่ละครั้งที่เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถใช้ได้จนหมดสุดท้าย และที่สำคัญทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องสัมผัสกับเนื้อครีมในกระปุกโดยตรงช่วยลดโอกาสปนเปื้อนจากเชื้อโรคภายนอกกับเนื้อครีมและลดการใช้สารกันเสียในผลิตภัณฑ์



NAMU LIFE SNAILWHITE MIRACLE

เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 2 ปี 2559 ให้ความรู้สึกแตกต่าง ด้วยเนื้อเซรั่มที่บางเบา และซึมซาบสู่ผิวได้อย่างรวดเร็วไม่เหนอะหนะ สามารถซึมลึกเข้าสู่ผิวชั้นในได้อย่างล้ำลึก ภายใต้แนวคิด “เปลี่ยนผิวเสียเป็นผิวสวย” ที่จะช่วยบำรุงผิวที่ร่วงโรยแบบเข้มข้น พร้อมขจัดพลังให้ผิวในขณะหลับด้วยสารสกัดจากธรรมชาติอันทรงคุณค่าสูตรเฉพาะของบริษัทฯ ทั้ง อัลฟา-อัลบูติน (Alpha-Arbutin) กิกกาไวท์ (สารสกัดจากพืช 7 ชนิด) แกทูโรไลน์เอ็กซ์เพรส โลเปเบลเล ซอยย่าห์ โกลโคล์ พอร์อเวย์ ผสานสารสกัดจากเมือกหอยทากที่เข้มข้น ที่จะช่วยบำรุงผิวให้ขาวกระจ่างใส เต่งตึง ผิวเรียบเนียนขึ้น ตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้ เมื่อใช้เป็นประจำจะช่วยลดความหย่อนคล้อยของผิว กระชับรุ่มรวย และช่วยให้ผิวนุ่มชุ่มชื้น ผลัดเซลล์ผิวที่หมองคล้ำให้กลับมาแลดูขาวกระจ่างใส เรียบเนียนอย่างเป็นธรรมชาติ ให้ตื่นรับวันใหม่พร้อมผิวสุขภาพดี แลดูอ่อนเยาว์ขึ้นในทุกๆ วัน

NAMU LIFE SNAILWHITE ROYAL JELLY FACIAL CREAM



เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 3 ปี 2559 เพื่อเน้นขายลูกค้าชาวจีนในประเทศจีน และตามแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนสัญจรอย่างหนาแน่น โดยมีแนวคิดมาจากคุณสมบัติของนมผึ้ง ซึ่งมีลักษณะเป็นวุ้นสีขาว ที่กลายเป็นสีเหลืองอ่อน ในเวลาต่อมา เพื่อเป็นอาหารสำหรับเลี้ยง ตัวอ่อนของผึ้งในสามวันแรกของการเจริญเติบโต และเป็นอาหารสำหรับราชินีผึ้งตลอดชีวิต ซึ่งโดยปกติราชินีผึ้งมีอายุที่ยืนยาวกว่าผึ้ง ปกติ จากการศึกษาพบว่านมผึ้งมีคุณค่า ทางโภชนาการและให้พลังงานมาก ช่วยใน เรื่องการเผาผลาญ และเพิ่มความแข็งแรง มีชีวิตชีวามากขึ้น ลดความอ่อนล้า และ

ลดริ้วรอยก่อนวัยได้เป็นอย่างดี ประมาณ 50% ของนํ้านมผึ้งคือโปรตีนในรูปแบบของกรด อะมิโน ซึ่งมี 8 ชนิด ที่จำเป็น นอกจากนั้น **NAMU LIFE SNAILWHITE ROYAL JELLY FACIAL CREAM** ยังถูกเสริม ประสิทธิภาพด้วยสารสกัดจากธรรมชาติ อีกหลายชนิด อาทิ ไฮยาโลลิโก (ไฮยาลูรอนิค แอซิด) มีขนาดเล็กกว่ากรดไฮยาลูรอนิค ทั่วไปถึง 150 เท่า สามารถซึมลงสู่ชั้นผิวได้ อย่างล้าลึก ช่วยกักเก็บความชุ่มชื้นในชั้นผิว สารสกัดจากขิง ช่วยลดอาการระคายเคือง ของผิวและกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต สารสกัดดอกลาเวนเดอร์ ลดเลือนริ้วรอยร่องลึก สารสกัดโสมเกาหลี เพิ่มความกระชับใส

และปกป้องผิวจากรังสียูวี สารสกัดต้นมิคาโบโร ลดการสลายตัวของผิวจากการเผชิญแสงแดด สารสกัดใบบัวบก มีคุณสมบัติช่วยแก้แพ้ที่เรื้อรา สาเหตุหลักของการเกิดสิวอักเสบ ทำให้ **NAMU LIFE SNAILWHITE ROYAL JELLY FACIAL CREAM** เป็นอีกหนึ่งทางเลือก ในการดูแลผิว ปกป้องผิวจากการทำลาย ด้วยแสงแดด ผลภาวะเป็นพิษและความเครียด ช่วยเติมเต็ม ความชุ่มชื้นที่สูญเสียไป พร้อมด้วยคุณสมบัติในการช่วยลดริ้วรอย ฟื้นฟูบำรุงผิวให้รู้สึกกระชับแลดูอ่อนวัย ในทุกสภาพผิว



NAMU LIFE SNAILWHITE DAY CREAM

เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถฟื้นฟู บำรุง ปกป้อง ผิวในหนึ่งเดียว เพราะนอกจากจะมีคุณสมบัติ ที่ช่วยให้ผิวเรียบเนียน แลดูกระจ่างใสแล้ว ยังสามารถปกป้องผิวจากรังสียูวี และแสงสีฟ้า ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถทำร้ายผิวได้โดยตรง เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 1 ปี 2560 ด้วยความเชื่อว่าการบำรุงผิวเพียงอย่างเดียว ไม่เพียงพอ เพราะผิวต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถปกป้องผิวจากมลภาวะภายนอก และด้วยการผสมผสานสารสกัดธรรมชาติ อันทรงคุณค่าจากสารสกัดนานาชนิด รวมทั้งสารสกัดหลักอย่างเมือกหอยทาก และสารสกัดดอกราชวัติสีม่วง (Soliberine) ที่ทำหน้าที่ต่อต้านอนุมูลอิสระ ปกป้องผิวจากการทำร้ายของแสงแดด รังสีความร้อน และแสงสีฟ้า กระตุ้นกระบวนการล้างพิษของเซลล์ และช่วยปรับสมดุลระดับภูมิคุ้มกันให้กับผิว ผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE DAY CREAM จึงสามารถป้องกันผิวจากรังสียูวี รวมถึงแสงสีฟ้าที่มาจากหน้าจอ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ โทรทัศน์มือถือ อันเป็นสาเหตุหลักของริ้วรอยก่อนวัย จุดด่างดำ และความหมองคล้ำได้เป็นอย่างดี ช่วยทำให้ผิวของผู้ใช้กลับมาแข็งแรงดูเรียบเนียน กระจ่างใส นานตลอดวัน

NAMU LIFE SNAILWHITE DAY CREAM

ได้ถูกบรรจุในขวดบรรจุภัณฑ์จากประเทศ เกาหลีซึ่งมีนวัตกรรมระบบปั๊มสุญญากาศ ที่ทำให้ผู้ใช้สะดวกต่อการใช้งาน สามารถ กำหนดปริมาณการใช้แต่ละครั้งที่เพียงพอ ต่อความต้องการ และสามารถใช้ได้จน หมดสุดท้าย และที่สำคัญทำให้ผู้ใช้ไม่ต้อง สัมผัสกับเนื้อครีมในกระปุกโดยตรง ช่วยลด โอกาสปนเปื้อนจากเชื้อโรคภายนอกกับ เนื้อครีมและลดการใช้สารกันเสียในผลิตภัณฑ์

โดยในไตรมาส 3 ปี 2560 บริษัท ได้เริ่มผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE DAY CREAM ในขนาด 7 มล. (Sachet) โดยเริ่มจัดจำหน่าย ที่แรกใน 7-11 ซึ่งได้ผลตอบรับเป็นอย่างดี และมีแผนที่จะจัดจำหน่ายสินค้าขนาด Sachet ในร้านสะดวกซื้ออื่นๆ ซึ่งเป็น ช่องทางที่มีการเติบโตของจำนวนสาขาสูง รวมถึงร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ในอนาคต นอกจากนี้ ในอนาคต บริษัท ยังมีแผนที่จะผลิตและจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ อื่นๆ ในขนาด Sachet อีกด้วย



NAMU LIFE SNAILWHITE OVERNIGHT FIRMING MASK

เป็นครีมมาส์กบำรุงผิวหน้าสำหรับใช้ ในเวลากลางคืน ซึ่งเริ่มจำหน่าย ในไตรมาส 2 ปี 2560 เน้นขายลูกค้าชาวจีน โดยประกอบ ด้วยสารสกัดจากธรรมชาติเข้มข้น ที่ตรงเป้า แก่ไขปัญหาความหย่อนคล้อยและขาดความ ตึงกระชับของผิวหน้า ช่วยปรับสมดุลของ ระบบการสร้างคอลลาเจน ทำให้ผิวฝ่อ กลับคืนความเต่งตึง ยกกระชับผิวที่ หย่อนคล้อยด้วยสารสกัด Actosome In-oceramide ที่ช่วยการเสริมเกราะป้องกัน และกักเก็บความชุ่มชื้นในชั้นผิว ผิวไม่แห้งกร้าน และสาร Niacinamide ที่ช่วยปรับโทนสีผิว ลดเลือนจุดด่างดำ และต่อต้านอนุมูลอิสระ



**NAMU LIFE SNAILWHITE
7 DAYS MASK SHEETS**

เป็นผลิตภัณฑ์มาสก์บำรุงผิวหน้า ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาสที่ 2 ปี 2560 เพื่อเน้นขายลูกค้าชาวจีน ที่ผสมผสานสกัด สูตรพิเศษจากต้นตะบองเพชรจากประเทศ เม็กซิโก ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นสู่ผิวได้อย่าง ล้ำลึก ด้วยนวัตกรรม Nano Technology ที่ช่วยเพิ่มน้ำสู่ผิว ให้ผิวแลดูเด้งอุ่ม อ่อนเยาว์ อย่างเป็นธรรมชาติ ช่วยลดเลือนริ้วรอย ก่อนวัย



**NAMU LIFE SNAILWHITE
GOLD FACIAL CREAM**

เป็นครีมบำรุงผิวหน้าซึ่งเริ่มจัดจำหน่าย ในไตรมาส 2 ปี 2560 ที่มีคุณสมบัติช่วย ย่อนวัยผิว เพื่อผิวอ่อนเยาว์และสุขภาพดี ด้วยสารสกัดเมือกหอยทากสายพันธุ์ Helix ผสาน Micro-alga สารสกัด จากสาหร่าย สีแดง ที่อยู่ในรูปโครงสร้างโพลีเมอร์ ช่วย พยุงผิวให้ตึงกระชับ ริ้วรอยแลดูจางลง พร้อม Ceramosides Hp สารสกัดจาก เมล็ดข้าวสาลี ที่ช่วยกระตุ้นกระบวนการ เติมน้ำให้ผิว ทำให้ผิวชุ่มชื้น ดูอุ่มฟู และกระจ่างใสเหมือนเด็กแรกสาว



**NAMU LIFE SNAILWHITE
BODY BOOSTER SPF30/PA+++**

เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ซึ่งเริ่มจัด จำหน่ายในไตรมาสที่ 2 ปี 2560 โดยเป็นสูตร ผสมสารป้องกันแสงแดด ด้วยสารสกัด เมือกหอยทาก ผสานแอสตาแซนธิน ที่ช่วยกระตุ้นการสร้าง คอลลาเจนในชั้นผิว และเซราไมด์ที่ช่วยเติมพลังความชุ่มชื้น ทำให้ผิวกายเนียนนุ่มน่าสัมผัส พร้อม คุณสมบัติในการปกป้องผิวจากรังสี UVA และ UVB ด้วยค่า SPF 30/PA+++ ช่วย ป็นบำรุงผิวกายที่ห่างเสียดังแสงแดด ให้กลับมาสุขภาพดี ชุ่มชื้น แลดูกระจ่างใส อย่างเป็นธรรมชาติ

NAMU LIFE SNAILWHITE BODY BOOSTER

เป็นผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวกายสูตรเฉพาะของบริษัทฯ ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาสที่ 3 ปี 2557 ภายใต้แนวคิดที่อยากให้คนไทยมีผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ที่สามารถทำให้ผิวสุขภาพดีเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ใช้ เหมาะกับสภาพอากาศของประเทศไทยที่ร้อนชื้น โดยนำเอาส่วนผสมสารสกัด “แอสตาแซนธิน” ที่มีประสิทธิภาพ ในการต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติโดดเด่น 7 ประการ คือ (1) ปรับผิวกายให้เรียบเนียนนุ่ม ขาวกระจ่างใสแบบมีออร่า (2) ช่วยลดริ้วรอยริ้วรอย ทำให้ผิวกายเต่งตึงกระชับ (3) ช่วยรักษาความชุ่มชื้น และน้ำในผิวสำหรับผิวแห้ง (4) ป้องกันผิวที่คล้ำเสียจากแสงแดด ฝุ่นควัน และมลภาวะในชั้นผิว (5) เพิ่มประสิทธิภาพ ในการสร้างคอลลาเจนและอีลาสติน (6) ช่วยทำให้ผิวชุ่มน้ำ ชะลอความแก่ของผิว และ (7) ลดริ้วรอยก่อนวัยและต่อต้านอนุมูลอิสระ นอกจากนี้ **NAMU LIFE SNAILWHITE BODY BOOSTER** ถูกบรรจุในขวดบรรจุภัณฑ์จากประเทศเกาหลี ซึ่งมี นวัตกรรมระบบปั๊มสุญญากาศที่ทำให้ ผู้ใช้สะดวกต่อการใช้งาน สามารถกำหนด ปริมาณการใช้แต่ละครั้งที่เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถใช้ได้จนหมดสุดท้าย และที่สำคัญทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องสัมผัสกับเนื้อครีมในกระปุกโดยตรงช่วยลดโอกาสปนเปื้อนจากเชื้อโรคภายนอกกับเนื้อครีมและลดการใช้สารกันเสียในผลิตภัณฑ์





NAMU LIFE SNAILWHITE CLEANSING

เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาสที่ 2 ปี 2558 โดยได้รับแรงบันดาลใจจากการนำข้อดีของคลื่นซึ่งสูตรน้ำและสูตรน้ำมันมาใช้ โดยผลิตภัณฑ์ถูกคิดค้นด้วยการนำเทคโนโลยี Quick-Cleansing Technology (Oil-free) ที่มีคุณสมบัติที่สามารถล้างหน้าได้อย่างสะอาดหมดจดทั้งเครื่องสำอางและคราบสกปรกได้ในขั้นตอนเดียว ไร้สารตกค้างบนใบหน้า ซึ่งเป็นที่มาของสิ่วุดตัน อีกทั้งยังปราศจากแอลกอฮอล์ที่ทำให้หน้าแห้งและแพ้ง่าย ด้วยส่วนผสมจากสารสกัดจากเปลือกหอยทาก ประกอบกับ Elastin, Collagen, Glycoaminoglycan, Vitamin, Alatonin, และ Glycolic Acid ที่จะช่วยให้ผิวหนังถูกฟื้นฟูไปพร้อมกันภายในขั้นตอนการชำระล้าง นอกจากนี้ยังถูกบรรจุในบรรจุภัณฑ์พิเศษที่นำเข้ามาจากเกาหลีด้วย หัวกดที่สามารถกันการซึมของน้ำ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์สะดวกแก่การวางไว้ในห้องน้ำและการพกพา



NAMU LIFE SNAILWHITE WHIPP SOAP

เป็นผลิตภัณฑ์สบู่อ่อนในบรรจุภัณฑ์ตาข่ายวิปโฟมคุณภาพสูงใช้สำหรับทำความสะอาดผิวหน้า ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายเมื่อไตรมาสที่ 3 ปี 2559 ภายใต้แนวคิดที่ให้ผู้ใช้ได้เข้าถึงประสบการณ์ใหม่ของสบู่บำรุงผิวหน้า โดยผลิตภัณฑ์ได้ถูกออกแบบด้วยนวัตกรรมสบู่ล้างหน้าแบบก้อนที่บรรจุในถุงตาข่ายซึ่งผู้บริโภคสามารถสร้างโฟมได้เพียงแค่หยดน้ำลงไปทีสบู่แล้วทำการถูเบาๆ บนสบู่อ่อนนุ่มตาข่ายบนฝ่ามือทั้งสองข้างจนกลายเป็นเนื้อวิปโฟมไม่จำเป็นต้องบีบโฟมออกจากหลอดบรรจุภัณฑ์แล้วทำการตีเพื่อให้ได้โฟมเหมือนผลิตภัณฑ์ทั่วไป โดยตัวสบู่มีส่วนผสมของสารสกัดจากเปลือกหอยทาก และสารสกัดจากธรรมชาติอื่นๆ เช่น สารสกัดจากใบของต้นแบร์เบอร์รี่ ไฮยาลูโรนิก เอซิด และสารสกัดจากพืช 3 ชนิด ได้แก่ ดอกโคกกระออม น้ำมันอิเชียม และน้ำมันดอกทานตะวัน ที่จะช่วยฟื้นฟูให้ผิวสุขภาพดีขาวกระจ่างใสเนียนนุ่มชุ่มชื้น อ่อนเยาว์ และลดแบคทีเรีย นอกจากนี้ ซองบรรจุภัณฑ์ยังมีคุณภาพสูงและแตกต่างซึ่งออกแบบให้เป็นถุง Ziplock สามารถเปิดปิดได้อย่างง่ายดาย



**NAMU LIFE SNAILWHITE
ESSENTIAL TONER**

เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้การทำความสะอาดผิวหน้า สามารถจัดสิ่งสกปรกและมลภาวะที่ตกค้างบนผิวได้มากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ **NAMU LIFE SNAILWHITE TONER** ถูกแบ่งออกเป็น 2 สูตร ได้แก่ สูตร Hydrating และสูตร Oil Control เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาสที่ 1 ปี 2560 เพื่อเน้นขายลูกค้าชาวจีนในประเทศจีน และตามแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนสัญจรรอย่างหนาแน่น โดยทั้งสองสูตรได้ส่วนผสมหลักจากสารสกัดของน้ำต้นไผ่เกาหลี มีคุณสมบัติในการทำความสะอาดล้ำลึกอย่างอ่อนโยน กระตุ้นการสร้างคอลลาเจน ปรับสภาพผิวให้เต่งตึง ลดริ้วรอยแห่งวัย ให้ผิวแลดูมีสุขภาพดี นอกจากนี้ สูตร Hydrating ยังมีส่วนผสมหลักจากลำต้นและดอกโสม ช่วยต้านอนุมูลอิสระ แบคทีเรีย ลดอาการระคายเคือง และให้ความชุ่มชื้นแก่ผิว ทำให้ผิวของผู้ใช้เรียบเนียน พร้อมล็อคความชุ่มชื้นยาวนานให้กับเซลล์ผิว ปกป้องผิวจากมลภาวะตลอดวัน และสูตร Oil Control ที่ได้ส่วนผสมหลักจากลำต้นและดอกอีฟิโลเบียม เป็นสารสกัดที่ทำงานโดยยับยั้งการสร้างเอนไซม์ ที่ไปกระตุ้นให้ต่อมไขมันทำงานผิดปกติ ทำให้สามารถช่วยจัดความมันส่วนเกินของผิว คืนความชุ่มชื้นหลังจากการล้างหน้า ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ในปัจจุบัน



**NAMU LIFE SNAILWHITE
NAMU FACIAL JELLY WASH**

เป็นผลิตภัณฑ์เจลล้างหน้าสูตรอ่อนโยนที่ถูกเปิดตัวในไตรมาสที่ 1 ของปี 2560 เพื่อเน้นขายลูกค้าชาวจีนในประเทศจีน และตามแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนสัญจรรอย่างหนาแน่น โดยมีสารสกัดหลัก มาจากต้นตะบองเพชร สามารถช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับผิว ลดอาการแสบผิว รอยแดง ปกป้องการสูญเสียน้ำในชั้นผิว ทำให้ผิวดูกระชับ เฝียวผิวหน้าแลดูกระจ่างใส ให้สัมผัสผิวหน้าเนียนนุ่ม ชุ่มชื้นหลังการล้างหน้า ให้การล้างหน้าไม่ใช่เพียงแค่การทำความสะอาด แต่เป็นการบำรุงและฟื้นฟูผิวหน้าในขั้นตอนเดียว นอกจากนั้น ยังมีสารสกัดอื่นๆ ที่สำคัญ อาทิ UNRIPE GREEN APPLE EXTRACT หรือสารสกัดจากผลแอปเปิ้ลสีเขียว ช่วยลดขนาดรูขุมขน ควบคุมความมันส่วนเกิน และ CENTELLA EXTRACT ซึ่งได้แก่สารสกัดใบบัวบก ที่ช่วยยับยั้งเชื้อแบคทีเรียต้นเหตุของสิวอักเสบ สมองผิวให้รอยสิวยาวเร็วขึ้น ลดเลือนจุดด่างดำ ทำให้

**NAMU LIFE SNAILWHITE
NAMU FACIAL JELLY WASH**

ตอบโจทย์การชำระล้างสิ่งสกปรกและความมันส่วนเกินได้เป็นอย่างดี โดยไม่ทิ้งสิ่งตกค้าง พร้อมมอบการฟื้นฟูบำรุงผิวหน้าด้วยสารสกัดนานาชนิด ที่อุดมไปด้วยอาหารและวิตามินสำหรับผิวไปพร้อมกัน

NAMU LIFE SNAILWHITE CRÈME BODY WASH

ผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำภายใต้ นวัตกรรมที่ออกแบบให้เนื้อครีมอาบน้ำมีลักษณะเหมือนโลชั่นที่มีคุณสมบัติช่วยให้ผิวชุ่มชื้น ผิวขาวกระจ่างใส พร้อมสารแอนติแบคทีเรียให้ผิวสวยสุขภาพดี เริ่มจัดจำหน่ายเมื่อไตรมาสที่ 4 ปี 2559 ด้วยสูตรที่หลากหลายให้เลือกตามความต้องการของผู้บริโภค โดยแต่ละสูตรนำเสนอ คุณประโยชน์ทางด้านความงามที่ต่างกัน ทั้งหมด 3 สูตรคือ

(1) สูตรบำรุงผิวขาวกระจ่างใส (Natural White) ซึ่งมีส่วนประกอบของ มะนาวคาเวียร์ (Caviar lime) ที่ช่วยบำรุงผิวหมองคล้ำ ให้แลดูขาวกระจ่างใส เปล่งประกาย

(2) สูตรเพิ่มความชุ่มชื้น (Deep Moisture) ที่มีส่วนผสมของเบาบับ (Baobab) ช่วยบำรุงผิวให้คงความชุ่มชื้น ยาวนานเนียนนุ่ม ไม่แห้งกร้าน และ

(3) สูตรลดเลือนริ้วรอย (Anti-Aging) ซึ่งมีส่วนผสมของ คาคาตูพลัม (Kakadu Plum) ที่อุดมด้วยสารต่อต้านอนุมูลอิสระเข้มข้น ช่วยบำรุงให้ผิวแลดูอ่อนเยาว์ ชุ่มชื้น





NAMU LIFE **SNAILWHITE** SUNSCREEN

เป็นผลิตภัณฑ์ครีมกันแดดที่เนื้อครีม มีลักษณะเบาบาง ไม่เหนียวเหนอะหนะ สามารถปกป้องผิวได้อย่างล้ำลึกพร้อมบำรุงผิวให้ขาวกระจ่างใสตลอดวัน ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 3 ปี 2558 ถูกออกแบบภายใต้แนวคิดที่อยากให้คนไทยมีผลิตภัณฑ์ปกป้องผิวจากแสงแดด ที่สามารถอยู่ได้คงทนและยาวนานตลอดวัน เพราะความร้อนชื้นทำให้น้ำมัน และทำให้เครื่องสำอางไม่ติดทนนาน บริษัทฯ จึงคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนไทยในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ด้วย

คุณสมบัติ การป้องกัน SPF50+ และ PA++++ ที่สามารถป้องกันและปกป้องทั้งแสง UVB และ UVA ได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการผสมผสานสารกันแดดที่ให้ประสิทธิภาพสูงสุด ไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้หรือสิ่วุดตัน นอกจากนี้ยังมีส่วนผสมของซิลิโคนโมเลกุลเล็ก ซึ่งช่วยให้ครีมกันแดดกระจายการตกกระทบของแสงได้ดี ล้างออกง่าย และส่วนผสมจากดอกเอเดลไวส์ ที่ให้การปกป้องและฟื้นฟูในระดับ DNA ของผิวจากการโดนแสงแดดทำร้าย



NAMU LIFE **SNAILWHITE** SUNSCREEN CC

เป็นผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดดสำหรับผิวหน้า ที่เริ่มจัดจำหน่ายในช่วงไตรมาส 2 ปี 2560 โดยเป็นสูตรบางเบา ปกป้องแสงแดดและรังสี UVA/UVB สูงถึง 50 เท่า ด้วยสูตร CC ครีม ช่วยปรับผิวให้แลดูกระจ่างใส เรียบเนียนทันทีที่ทา สามารถปกปิดรอยแดง รอยดำ และป้องกันไม่ให้ผิวไหม้ระหว่างวัน พร้อมเข้าพื้บำรุงผิวอย่างล้ำลึกด้วยเมือกหอยทากสูตรเฉพาะของบริษัทฯ ผสานสารสกัดของดอกเอเดลไวส์จากเทือกเขาแอลป์ ช่วยฟื้นฟูบำรุงผิวและลดเลือนจุดต่างดำ พร้อมคงความอ่อนเยาว์อย่างเป็นธรรมชาติ



NAMU LIFE SNAILWHITE GIFT SET

บริษัทฯ มีการจัดจำหน่าย **NAMU LIFE SNAILWHITE GIFT SET** ที่เป็นชุดของขวัญประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ **NAMU LIFE SNAILWHITE** ประเภทต่างๆ ซึ่งเริ่มจัดจำหน่าย ในไตรมาส 4 ปี 2557 ที่เป็นของขวัญสุดพิเศษเต็มเปี่ยมไปด้วยคุณค่าการบำรุงจากธรรมชาติ เพื่อตอบสนองผู้บริโภคโดยเป็นหนึ่งในทางเลือกในการมอบของขวัญ ที่ไม่เพียงสวยงามแต่เต็มเปี่ยมไปด้วยความหมายและคุณค่าให้กับคนพิเศษที่หวังดี โดย **NAMU LIFE SNAILWHITE GIFT SET** จะมีการจัดจำหน่ายในช่วงฤดูกาลหรือเทศกาลต่างๆ เช่น ฤดูร้อน หรือเทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ และตรุษจีน ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของบริษัทฯ เช่น Watson และ Boots นอกจากนี้ยังใช้กระเป๋าสานของ Naraya ซึ่งเป็นแบรนด์กระเป๋าและสินค้าแฟชั่นชื่อดังซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มลูกค้าชาวเอเชียในการจัดทำชุดของขวัญ **NAMU LIFE SNAILWHITE "NARAYA SET"** ที่ประกอบด้วยสินค้าของ **NAMU LIFE SNAILWHITE** และกระเป๋าเครื่องสำอางของ NARAYA ซึ่งสามารถดึงดูดผู้บริโภครวมถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างมาก

การตลาด และการแข่งขัน

ปัจจัยความสำเร็จ

1. การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้าให้เป็น ที่จดจำของผู้บริโภค (Brand Awareness)

ปัจจัยสำคัญที่บริษัทฯ มุ่งเน้นในการสร้างเครื่องหมายการค้าให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภค คือ การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งบริษัทฯ ได้ทุ่มเทอย่างมากในการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ภายใต้แนวคิด “Beauty is Healthy” ที่แสดงถึงความสวยงามอย่างเป็นธรรมชาติที่มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น และตรงกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

บริษัทฯ ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของบริษัทฯ รวมทั้งทำการตลาดเพื่อสร้างการจดจำเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงระดับ Superstar ซึ่งเป็นที่รู้จักดีและมีความโดดเด่นเรื่องความงามเป็นพรีเซนเตอร์ในการนำเสนอสินค้าเพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ เป็นที่จดจำและมีความน่าเชื่อถือ และบริษัทฯ ทำการตลาดทางสื่อโฆษณาออกสถานที่ (Out of home) ทั้งสื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเมืองและนักท่องเที่ยว รวมถึงการใช้สื่อโทรทัศน์ ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างได้ทุกเพศ ทุกวัย และสร้างการจดจำเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยมีการสนับสนุนให้ผู้บริโภคทำการทดลองใช้สินค้า รวมถึงการจัดทำรีวิว (Review) โดยผู้ที่มีชื่อเสียงและการทำไวรัลคลิป (Viral Video) ผ่านทาง Facebook Youtube และ Instagram และการทำโฆษณาแฝง (Tie-in) รวมถึงการจัดงานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ จึงทำให้ผู้บริโภคมีการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) จากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวข้างต้น

ส่งผลให้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักและสามารถสร้างความจดจำแก่ผู้บริโภคในวงกว้าง ที่แสดงให้เห็นจากยอดการติดตามผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของบริษัทฯ เช่น Line, Facebook และ Instagram ที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยในปัจจุบัน Line ของบริษัทฯ มียอดติดตามมากกว่า 9.9 ล้านผู้ใช้ ในขณะที่ Facebook ของบริษัทฯ มียอดติดตามมากกว่า 191,759 ผู้ใช้ และ Instagram ของบริษัทฯ มียอดติดตามมากกว่า 85,900 ผู้ใช้ ด้วยเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้าซึ่งเป็นที่จดจำ ของผู้บริโภค ส่งผลให้

(1) ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มียอดขายเป็นอันดับ 1 ในผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบ (ตามข้อมูลของ The Nielsen Company)

(2) ผลิตภัณฑ์ *NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream* และ *NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream* มียอดขายสูงสุดในลำดับที่ 1 และ 4 ของสินค้าบำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) ในช่องทางร้านค้าขนาดใหญ่ (ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะอย่าง)

(3) ผลิตภัณฑ์ *NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream* และ *NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream* มียอดขายสูงสุดในลำดับที่ 1 และ 3 ของสินค้าบำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) ที่มีราคาสูงกว่า 800 บาทต่อชิ้น ในช่องทางร้านค้าขนาดใหญ่ (ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะอย่าง) ที่เน้นขายสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม) และ

(4) บริษัทฯ มีอัตราการเติบโตที่สูงที่สุดในผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เทียบเคียง



2. คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ต่อ ผู้บริโภค

บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีคุณประโยชน์ ในการบำรุงผิวต่อผู้บริโภค ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพ เป็นลำดับแรก โดยบริษัทฯ ใส่ใจในรายละเอียดในทุกกระบวนการผลิต ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ กระบวนการผลิตที่พิถีพิถัน ตามมาตรฐานสากล ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ ที่สวยงามและมีนวัตกรรม ที่จะช่วยส่งเสริมให้คุณภาพสินค้าและการใช้งานนั้นมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น และเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน หรือเป้าหมายที่บริษัทฯ ตั้งใจไว้

โรงงานของบริษัทฯ ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ ซึ่งเริ่มดำเนินการ ในช่วงปลายปี 2559 แทนโรงงานเดิม เป็นโรงงานที่ทันสมัย มีเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถปรับแต่ง ให้เข้ากับความต้องการและระบบการทำงานของบริษัทฯ ได้ และมี ต้นทุนการซ่อมและบำรุงรักษาที่ไม่สูงมาก ซึ่งจากเทคโนโลยีและความสามารถในการผลิตที่ดีทำให้บริษัทฯ สามารถผลิตสินค้าโดยใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบต่างๆ และใช้เวลาการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถควบคุมต้นทุนได้อย่างดี โดยที่ยังคงไว้ซึ่งคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ กระบวนการผลิตของบริษัทฯ ยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการควบคุมการผลิตอย่างเคร่งครัด โดยบริษัทฯ มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าในทุกขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่ก่อนการตรวจรับวัตถุดิบ ระหว่างการผลิต ก่อนการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์และหลังการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ โดยแผนกควบคุมคุณภาพหรือ QC ของบริษัทฯ และได้รับการรับรองการผลิตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) นอกจากนี้ โรงงานของบริษัทฯ ได้รับมาตรฐาน ASEAN GMP (Good Manufacturing Practice) และ HALAL ปี 2560 และอยู่ระหว่างการพิจารณาที่จะได้รับมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO 9100) มาตรฐานระบบจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) และมาตรฐานระบบจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHSAS 18001) ในครึ่งปีแรกของปี 2561 อีกด้วย

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคำนึงถึงความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ จึงจัดให้มีสติ๊กเกอร์ป้องกันสินค้าลอกเลียนแบบ (Anti-Counterfeit Sticker) ที่จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสินค้าของบริษัทฯ ได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ มีนโยบายการ รับคืนสินค้าที่ไม่ปลอดภัยหรือเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ผู้บริโภค จึงสามารถมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพ ปลอดภัย และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้



3. ความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคด้วยช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมและหลากหลาย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในความสามารถในการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภคขั้นสุดท้าย โดยเป้าหมายหลักในการจัดจำหน่าย คือ การนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปสู่ผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าซึ่งมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นผ่านการทำการตลาดที่ประสบความสำเร็จในทุก ๆ ที่ที่ผู้บริโภคเข้าถึงง่ายและครอบคลุม โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) หรือร้านค้าของบริษัทฯ (NAMU LIFE Shop) รวมถึงมีการส่งออกไปยังต่างประเทศผ่านตัวแทนจำหน่ายท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละประเทศ และช่องทางออนไลน์ โดยปัจจัยดังกล่าวถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จที่ผ่านมาของบริษัทฯ

ทั้งนี้ ในอนาคต บริษัทฯ มีแผนการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น รวมถึงการขยายไปสู่ตลาดต่างประเทศโดยการหาคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพ รวมถึงพัฒนาช่องทางออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การมุ่งมั่นในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ใหม่

บริษัทฯ ไม่เพียงแต่มุ่งมั่นและให้ความสำคัญกับการค้นคว้า วิจัย พัฒนา และสร้างสรรค์ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัทฯ ให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยยึดผลประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนาภายในองค์กร ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้ครอบคลุมการใช้งานต่างๆ ในแต่ละส่วนของร่างกาย ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย

5. ทีมบริหารและบุคลากรที่เป็นบุคคลรุ่นใหม่ มีความสามารถ และมีความคิดสร้างสรรค์ ประกอบกับโครงสร้างองค์กรที่เล็กแต่มีประสิทธิภาพ (Integrated Business Model)

ทรัพยากรบุคคล ซึ่งรวมถึง ผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดการ และพนักงานในทุกฝ่ายของบริษัทฯ นั้นถือเป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ที่ผ่านมารวมถึงการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะมีทีมบริหารและบุคลากรที่แข็งแกร่ง โดยบุคลากรของบริษัทฯ ประกอบด้วย บุคคลรุ่นใหม่ที่มีความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิดสิ่งที่ไม่เหมือนใครและทดลองในสิ่งใหม่ๆ เสมอ รวมถึงหมั่นศึกษาเพื่อเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ โดยเฉพาะทีมบริหารที่มีการทำงานเป็นทีมที่ดีและเน้นการบริหารแบบกระจายอำนาจ มีการจัดสรรหน้าที่ตามความเชี่ยวชาญในแต่ละสายงานตามความเหมาะสม และมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้ในแต่ละสถานการณ์อย่างรวดเร็วและสามารถเล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย ด้วยโครงสร้างองค์กรที่มีขนาดเล็กแต่มีประสิทธิภาพ เมื่อเทียบกับคู่แข่งที่เป็นบริษัทจากต่างประเทศ บริษัทฯ มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะการออกสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยขั้นตอนในการออกสินค้าใหม่ๆ ของบริษัทฯ ตั้งแต่ศึกษาตลาด คิดค้นสูตร ทดลองตลาดจนถึงจัดจำหน่ายจริง บริษัทฯ ใช้เวลาเพียง 6-8 เดือนต่อสินค้า เมื่อเทียบกับคู่แข่งที่อาจต้องใช้เวลาอนานกว่านั้น บริษัทฯ จึงสามารถคว้าโอกาสในตลาดที่เปลี่ยนแปลงไว (Dynamic Market) ได้รวดเร็วกว่าคู่แข่ง





รางวัลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ได้รับ ได้แก่

- รางวัล Cosmo Kiss Beauty Award 2015 ในสาขา “Best Facial Sheet Mask” ที่ **NAMU LIFE SNAILWHITE MASK SHOT** ได้รับในปี 2558
- รางวัลผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามประจำปี 2559 หรือ Health, Wellness and Beauty Award 2016 (HWB Award 2016) จำนวน 3 รางวัล ได้แก่
(1) รางวัลสุดยอดครีมบำรุงผิวจากสารสกัดจากธรรมชาติ เพื่อผิวกระจ่างใส **NAMU LIFE SNAILWHITE FACIAL CREAM**
(2) รางวัลสุดยอดครีมบำรุงผิวกายเพื่อผิวกระจ่างใส (**NAMU LIFE SNAILWHITE BODY BOOSTER**)
(3) รางวัลสุดยอดสินค้าขายดีประจำปี 2559
- รางวัลที่สุดของผลิตภัณฑ์ความงาม ในการคัดสรรผลิตภัณฑ์ความงามจากแบรนด์ดังกว่า 400 ชิ้น ในสาขา “Iconic Whitening Facial Cleanser” จากนิตยสารแพรว ที่ **NAMU LIFE SNAILWHITE CLEANSING** ได้รับในปี 2559
- รางวัล Top 5 Cleanser จาก Marie Claire BEST Beauty 2016 ในสาขา “Facial Cleansing” ที่ดีที่สุดของผลิตภัณฑ์ความงาม
- รางวัล OK! Beauty Choice 2016 ในสาขา “Best Cleanser” จากนิตยสาร OK!
- รางวัลผลิตภัณฑ์ความงามดีเด่น Lisa Beauty Choice Award Editor’s Choice 2016 ที่ **NAMU LIFE SNAILWHITE MIRACLE** ได้รับรางวัลครีมอาบน้ำอันดับ 1 ที่ได้รับการรีวิวจากผู้ใช้งานจริงของเว็บไซต์ Cosmenet ที่ **NAMU LIFE SNAILWHITE CRÈME BODY WASH** ได้รับในปี 2560
- รางวัล SME Excellence Award ในสาขา Manufacturing Business อูรกิจการผลิต จากสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) ที่บริษัทฯ ได้รับในปี 2560
- รางวัล Iconic Brightening Facial Sunscreen ที่ **NAMU LIFE SNAILWHITE SUNSCREEN** ได้รับจากนิตยสารแพรว ในปี 2560
- รางวัล Lisa Beauty Choice Awards 2017 ในหมวด “Best Facial Serum” ที่ **NAMU LIFE SNAILWHITE MIRACLE** ได้รับในปี 2560
- รางวัล Cleo Beauty Hall of Fame 2017 ในปี 2560 2 รางวัล ได้แก่
(1) **NAMU LIFE SNAILWHITE MIRACLE** ได้รับรางวัล Best Whitening
(2) **NAMU LIFE SNAILWHITE MASK SHOT** ได้รับรางวัล Best Mask
- รางวัล Best of New Product Launch ปี 2017 ที่ **SNAILWHITE SHOWER CREAM NATURAL WHITE 500ml.** ได้รับในหมวด Bath Care จาก Watsons

อุตสาหกรรมที่เติบโต

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพทั้งในแง่ของมูลค่าตลาดปัจจุบัน และแนวโน้มการเติบโตในอนาคต โดยมีปัจจัยสำคัญจากพฤติกรรมของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ที่เริ่มใส่ใจในสุขภาพ ความงาม ผิวพรรณ และการดูแลตัวเองที่มากขึ้น รวมถึงสื่อต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันอย่างมาก ซึ่งผู้บริโภคเกิดการรับรู้และตื่นตัวในเรื่องของสุขภาพและความงามจากสื่อดังกล่าวมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและผู้ชาย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจึงกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ ผู้บริโภคมีความคาดหวังในคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์มากขึ้น รวมถึงมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ที่คุณภาพและราคาสูงขึ้น สาเหตุดังกล่าวทำให้อุตสาหกรรมที่บริษัทฯ ดำเนินการอยู่นั้น เป็นอุตสาหกรรมที่แข็งแกร่ง โดยบริษัทฯ สามารถคว้าโอกาสและได้รับประโยชน์จากการเติบโตของอุตสาหกรรมได้ดี ทำให้บริษัทฯ มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีโอกาสในอนาคตอีกมากจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่บริษัทฯ มีแผนจะเปิดตัวเพิ่มเติมในอนาคต



กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายสุดท้ายของบริษัทฯ คือ ผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยที่มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป ที่มีความต้องการทำความสะอาดและบำรุงผิวหน้าและผิวพรรณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลตัวเอง

ช่องทางการสื่อสารทางการตลาด

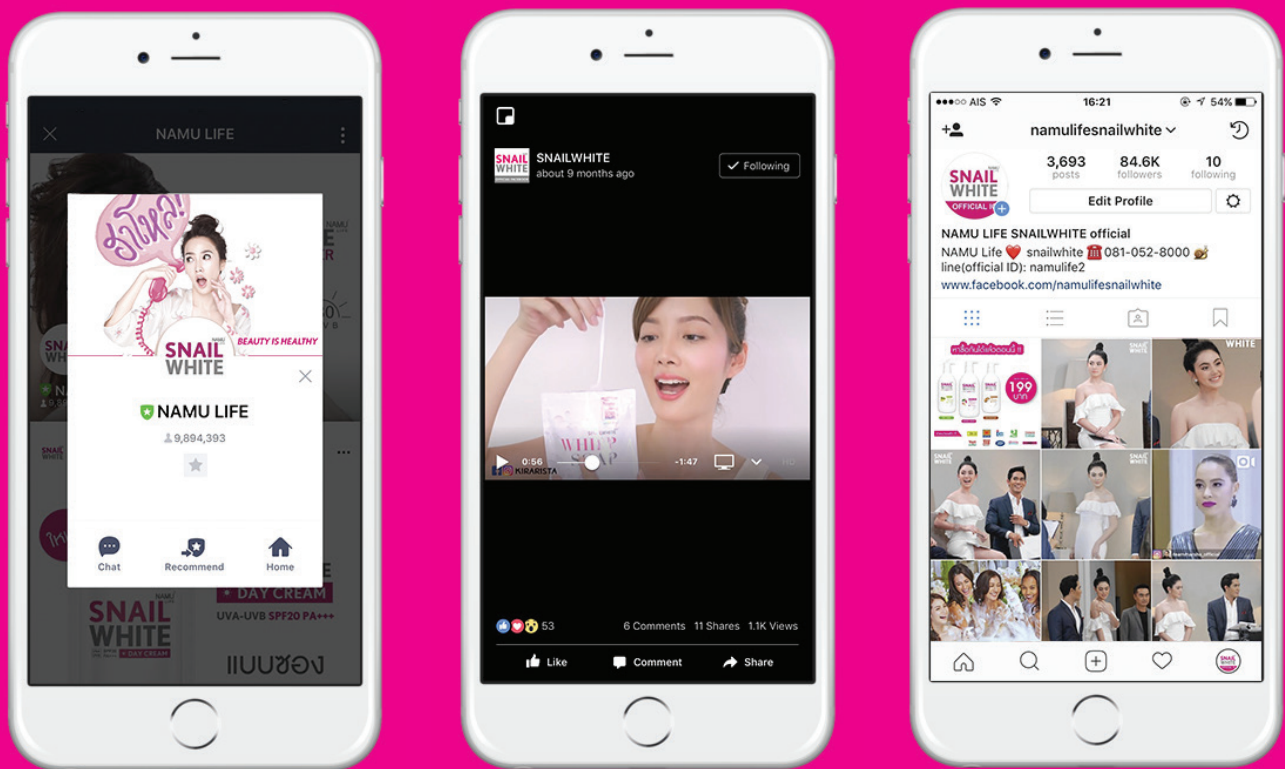
ช่องทางการสื่อสารทางการตลาดมีความสำคัญอย่างมากสำหรับบริษัท ในการสร้างการรับรู้ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งการที่จะประสบความสำเร็จนั้น บริษัท จะต้องเลือกใช้ช่องทาง การสื่อสารทางการตลาดต่างๆ อย่างเหมาะสมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด บริษัท มุ่งเน้นการสื่อสารด้วยสื่อที่สามารถกระจายถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้าง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับเนื้อหาได้อย่างทั่วถึง โดยบริษัทได้เลือกใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบ เพื่อครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านคำจำกัดความ “ผิวสวยที่แท้จริงคือ ผิวสวยสุขภาพดีในแบบที่เป็นคุณ” หรือ “Beauty is Healthy”

ช่องทางการสื่อสารทางการตลาด แบ่งเป็น 2 ช่องทางหลัก ดังนี้

1) สื่อออฟไลน์ (Offline Channel)

บริษัท เลือกใช้สื่อโทรทัศน์ (TV Commercial) เนื่องจากช่องทางนี้มีอำนาจในการกระจายสื่อสารได้อย่างกว้างขวาง ในระยะเวลาไม่นาน และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่หลากหลายได้อย่างทั่วถึงทั่วประเทศ รวมถึงการทำโฆษณาแฝง (Tie-in) ผ่านละคร และรายการต่างๆ ที่ได้รับความนิยม เช่น รายการ *The Face Thailand* ซีซั่น 2 และ 3 และ ละครชุด *ไดอารี่ ดิฉัน* ซึ่งเป็นรูปแบบการโฆษณาที่แปลกใหม่และมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมาก





2) สื่อออนไลน์ (Online Channel)

จากการพัฒนาของเทคโนโลยี ปัจจุบันผู้คนในสังคมมีการสื่อสารกันทางออนไลน์อย่างมาก ซึ่งสื่อออนไลน์นั้นเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพที่บริษัทฯ จะเข้าสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยบริษัทฯ ได้มีการใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคและบริษัทฯ รวมถึงการประชาสัมพันธ์สินค้าและสร้างโอกาสทางการตลาดในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น เนื่องจากช่องทางการสื่อสารออนไลน์นั้นมีความสะดวก รวดเร็ว บริษัทฯ จึงสามารถทราบความต้องการของลูกค้าแต่ละคน ตลอดจนทราบปัญหาของสินค้าและบริการมากยิ่งขึ้น โดยบริษัทฯ ได้สร้างสรรค์สื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เช่น สื่อโฆษณาภาพนิ่ง คลิปวิดีโอรีวิวสินค้า ไวรัลคลิป (Viral Video) กิจกรรม และแคมเปญต่างๆ

ภาวะอุตสาหกรรม และการแข่งขัน

ตลาดในประเทศไทย

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) จัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพของประเทศไทย โดยถูกจัดเป็นอันดับ 2 ของ 10 ธุรกิจดาวรุ่ง โดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และอยู่ใน 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งต่อเนื่องใน 3 ปีล่าสุด (ปี 2558-2560) เนื่องจากเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่ได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับการดำรงชีวิตของคนในปัจจุบัน โดยผู้บริโภคทั้งหญิงและชายมีความตระหนักรู้ขึ้นในการสร้างภาพลักษณ์และเสริมบุคลิกภาพให้ดูดียิ่งขึ้น รวมถึงการบำรุงผิวพรรณให้ดูดีอยู่เสมอ ตามความเชื่อที่ว่า ภาพลักษณ์ภายนอกที่ดีจะเป็นตัวบ่งบอกถึงสุขภาพและฐานะที่ดี ซึ่งผู้บริโภคมีการรับรู้และลอกเลียนแบบพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ความงามและบำรุงผิว จากสื่อสังคมออนไลน์ที่มากขึ้นด้วย จึงทำให้ผู้บริโภคที่ไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ความงามเริ่มหันมาทดลอง ใช้มากขึ้น เช่น กลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และกลุ่มสุภาพบุรุษที่เริ่มสนใจในการดูแลตัวเอง รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ความงามอยู่แล้ว มีแนวโน้มการดูแลตนเองมากยิ่งขึ้นและพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีความพรีเมียมมากยิ่งขึ้น อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวยังได้รับอิทธิพลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายต่างๆ

ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และได้รับอานิสงค์จากการเพิ่มขึ้นของช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า และโอกาสในการขยายธุรกิจไปสู่ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวมีศักยภาพในการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

หากพิจารณาข้อมูลตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวในประเทศไทยของ The Nielsen Company ซึ่งเป็นการสำรวจมูลค่าตลาดเฉพาะช่องทางร้านค้าสมัยใหม่ Modern Trade ซึ่งเป็นช่องทางที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญโดยหากแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอยู่ ได้แก่

- (1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer)
- (2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Moisturizer)
- (3) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า (Cleanser) และ
- (4) ผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap)

จะมีมูลค่าตลาดแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ระหว่างปี 2558 - 2560 เป็นดังนี้

อันดับ	กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer)	มูลค่าตลาด					
		2558		2559		2560	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1	ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเพื่อผิวขาวกระจ่างใส และปกป้องรังสี UV (Uv/Whitening)	5,875	59.3	5,364	55.7	4,971	51.6
2	ผลิตภัณฑ์ชะลอวัยและลดริ้วรอย (Anti-aging)	3,033	30.6	3,225	33.5	3,459	35.9
3	ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าทั่วไป (Basic Care)	628	6.3	626	6.5	750	7.8
4	ผลิตภัณฑ์ควบคุมความมัน (Oil Control)	368	3.7	413	4.3	445	4.6
5	อื่นๆ	1	0.0	0	0.0	2	0.0
รวม		9,906	100.0	9,629	100.0	9,626	100.0

ที่มา: The Nielsen Company

อันดับ	กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Moisturizer)	มูลค่าตลาด					
		2558		2559		2560	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1	ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายเพื่อผิวขาว กระจ่างใส (Whitening)	4,532	62.1	4,380	61.9	4,214	58.7
2	ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายทั่วไป (Basic care)	2,364	32.4	2,342	33.1	2,604	36.3
3	ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกายที่มีคุณสมบัติพิเศษ (Advance Benefits)	397	5.4	356	5.0	362	5.0
4	อื่นๆ	3	0.0	1	0.0	1	0.0
	รวม	7,296	100.0	7,079	100.0	7,181	100.0

อันดับ	กลุ่มผลิตภัณฑ์มาร์กสบำรุงผิวหน้า (Facial Mask)	มูลค่าตลาด					
		2558		2559		2560	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1	ผลิตภัณฑ์ชนิดแผ่น (Tissued/Pad)	497	54.9	659	52.3	1,064	54.6
2	ผลิตภัณฑ์ชนิดล้างออก (Rinse Off)	317	35.0	496	39.4	758	38.9
3	ผลิตภัณฑ์ชนิดลอกออก (Peel Off)	91	10.1	105	8.3	126	6.5
4	อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	รวม	905	100.0	1,260	100.0	1,948	100.0

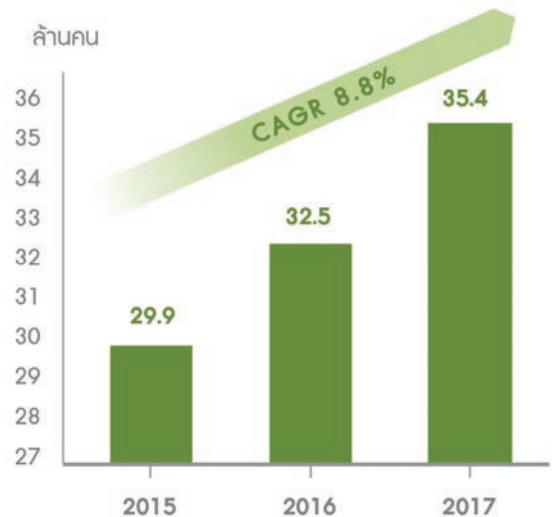
อันดับ	กลุ่มผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap)	มูลค่าตลาด					
		2558		2559		2560	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1	ผลิตภัณฑ์สบู่เหลวเพื่อความงาม (Beauty)	2,978	54.3	3,093	54.0	3,254	54.3
2	ผลิตภัณฑ์สบู่เหลวเพื่อสุขภาพผิว (Health)	1,048	19.1	1,119	19.5	1,241	20.7
3	ผลิตภัณฑ์สบู่เหลวสำหรับเด็ก (Baby)	952	17.4	1,004	17.5	1,031	17.2
4	ผลิตภัณฑ์สบู่เหลวสำหรับผู้ชาย (Men)	344	6.3	344	6.0	290	4.8
5	ผลิตภัณฑ์สบู่ล้างมือ (Hand Wash)	159	2.9	169	3.0	180	3.0
	รวม	5,480	100.0	5,729	100.0	5,996	100.0

จากข้อมูล ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) มีมูลค่าสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดผลิตภัณฑ์อื่นๆ เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผิวหน้าที่มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับส่วนอื่นๆของร่างกาย โดยมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าไม่เปลี่ยนแปลงมากนักระหว่างปี 2558 - 2560 คืออยู่ที่ระดับประมาณ 9,300 - 9,600 ล้านบาท หากพิจารณาตามประเภทของสินค้า ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเพื่อผิวขาวกระจ่างใส และปกป้องรังสี UV (UV/Whitening) มีมูลค่าตลาดสูงสุดในตลาดบำรุงผิวหน้าโดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.6 ของมูลค่าตลาดบำรุงผิวหน้าในปี 2560 ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ (**SNAILWHITE FACIAL CREAM**) นั้นจัดอยู่ในประเภทดังกล่าว และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลักในตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าได้เป็นอย่างดี

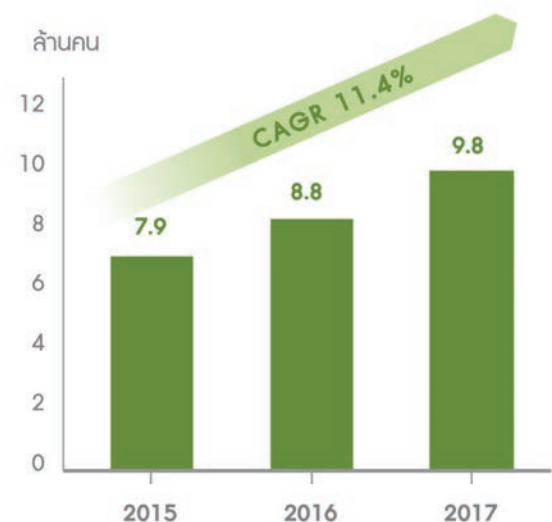
สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นในกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า อาทิ ผลิตภัณฑ์ชะลอวัยและลดริ้วรอย (Anti-aging) มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงโอกาสของบริษัทฯ ในการขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ และบริษัทฯ ได้มีการค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่องเพื่อเตรียมพร้อมต่อการขยายธุรกิจในอนาคต เช่น ในไตรมาส 2 ปี 2560 บริษัทฯ ได้มีการออก **NAMU LIFE SNAILWHITE GOLD FACIAL CREAM** เพื่อเริ่มขยายเข้าสู่ตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มชะลอวัยและลดริ้วรอย (Anti-aging) เป็นต้น สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Moisturizer) นั้น เป็นอีกหนึ่งในตลาดที่มีมูลค่าสูง โดยมีมูลค่า 7,181 ล้านบาท ในปี 2560 ซึ่งบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญและมีผลิตภัณฑ์ **SNAILWHITE BODY BOOSTER** และ **NAMU LIFE SNAILWHITE BODY BOOSTER SPF 30/PA+++** ที่จัดอยู่ในกลุ่มดังกล่าวเพื่อให้สามารถตอบสนองผู้บริโภคในการดูแลและบำรุงผิวอย่างครอบคลุมมากขึ้น

สำหรับ ตลาดผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap) มีมูลค่าตลาดที่น้อยกว่าสองประเภทข้างต้น แต่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ระหว่าง ปี 2558 - 2560 อยู่ที่ร้อยละ 4.6 ส่วนหนึ่งคาดว่า เป็นผลจากการทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการหลายราย เพื่อดึงดูดผู้บริโภคมาใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สบู่เหลว ที่มีการเติบโตในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก โดยมีอัตราเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผิวที่สูงสุด ในปี 2559 ที่อัตราร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักอื่นในตลาดเดียวกัน ซึ่งคาดว่าเกิดจากการที่ผู้บริโภคมีความเอาใจใส่ ในการใช้ผลิตภัณฑ์ชำระล้างร่างกายมากขึ้น โดยบริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ **SNAILWHITE CRÈME BODY WASH** ที่จัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ ซึ่งมีความต้องการสูงในกลุ่มผู้บริโภค

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย



สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย



ที่มา: กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นอกจากผู้บริโภคชาวไทยแล้วนักท่องเที่ยวก็เป็นหนึ่งในอุปสงค์สำคัญของผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) ซึ่งหากพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยจะพบว่ามียอดเพิ่มขึ้นจาก 29.9 ล้านคนในปี 2558 เป็น 35.4 ล้านคนในปี 2560 คิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ร้อยละ 8.8

ทั้งนี้ หากพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งเป็นชาติหลักที่สนใจซื้อสินค้าของบริษัทฯ จะพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมียอดเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจาก 7.9 ล้านคนในปี 2558 เป็น 9.8 ล้านคนในปี 2560 คิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ร้อยละ 11.4 ซึ่งสูงกว่าอัตราเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวม โดยหลักจากการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีกำลังซื้อสูงขึ้น และประเทศไทยมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นที่สนใจและได้รับความนิยมในกลุ่มชาวจีนอย่างไรก็ตาม ในปี 2560 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเป็น 9.8 ล้านคนจาก 8.8 ล้านคนในปี 2559 (อ้างอิงข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการปราบปรามทัวร์ศูนย์เหรียญในประเทศไทย ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

3.Snail white 蜗牛修復再生面霜

泰國人也喜歡美白，而且又是亞洲膚質，所以也很適合我們用。SNAIL WHITE 這個品牌在這兩年火速竄起。蝸牛修復再生面霜含有蝸牛天然黏液，可以有效防止皮膚老化，還可以消除皮膚上的斑點、疤痕和皺紋等，用後皮膚的顏色會更明亮，但它跟很多美白產品一樣偏乾，乾性肌膚的朋友需要同時加量保養，避免出現細粒。



3.Snail white Snail Repair Recycled Cream

Thai people also like whitening, but also Asian skin, so it is also very suitable for us to use. SNAIL WHITE this brand in the past two years rushed. Snail repair regeneration cream contains snail natural mucus, can effectively prevent skin aging, but also can eliminate spots on the skin, scars and wrinkles and so on. After the skin with the color will be more bright, but it is like a lot of whitening products as dry, dry skin friends need to increase moisture at the same time, to avoid the dark particles.



ผลิตภัณฑ์ SNAILWHITE ถูกจัดอยู่ในลำดับที่ 3 ของตราสินค้าที่น่าซื้อในกรุงเทพฯ 10 ลำดับแรก (Bangkok Top 10 item must buy) บนเว็บไซต์แนะนำการท่องเที่ยว Skyscanner

ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวเป็นตลาดที่มีศักยภาพ มีมูลค่าตลาดสูงและมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภค และสภาพแวดล้อมธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวจึงมีการแข่งขันสูง มีผู้ประกอบการจำนวนมากทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ซึ่งรวมถึงผู้ประกอบการต่างประเทศที่มีเครื่องหมายการค้าที่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

โดยจากสถิติการขอจดทะเบียนผลิตเครื่องสำอางจากกระทรวงสาธารณสุข ตั้งแต่ปี 2554 - 2558 พบว่า มีสถิติที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนคำขอการจดทะเบียนผลิตและอนุมัติให้ผลิตเครื่องสำอาง โดยในปี 2558 มีผู้มาขอจดทะเบียนผลิตเครื่องสำอาง จำนวน 13,907 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 32.4 ในขณะที่อนุมัติให้ผลิตเครื่องสำอางในปี 2558 มีจำนวน 8,045 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 37.6 แสดงให้เห็นถึงความต้องการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ความงามที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีความคาดหวังมากขึ้นต่อคุณประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ และมีความระมัดระวังและทุ่มเทเวลามากขึ้นเพื่อที่จะทำความรู้จักผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด รวมถึงการพิจารณารายการส่วนประกอบต่างๆ และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตได้กล่าวไว้ จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้ประกอบการในการแย่งชิงส่วนแบ่งรายได้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว ที่มีการแข่งขันสูง

สถิติการจดทะเบียนผลิตและอนุมัติให้ผลิตเครื่องสำอาง



ที่มา: กระทรวงสาธารณสุข



Premium

Premium
Mass

Mass

ตัวอย่างสินค้าตามการวางตำแหน่งทางการตลาด

ที่มา : บริษัทฯ

หากเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการวางตำแหน่งทางการตลาดโดยนำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ในวงกว้าง (Premium Mass) ซึ่งจะอยู่กึ่งกลางระหว่างผลิตภัณฑ์ในตลาดทั่วไป (Mass) และผลิตภัณฑ์ในตลาดพรีเมียม (Premium) ซึ่งมีราคาที่สูงกว่า ดังนั้นจากการวางตำแหน่งทางการตลาดดังกล่าวทำให้บริษัทฯ สามารถได้รับประโยชน์จากการที่มีคู่แข่งค่อนข้างน้อยที่วางตำแหน่งทางการตลาดเช่นเดียวกับบริษัทฯ และได้รับประโยชน์จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มการเปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาที่สูงขึ้น

หากพิจารณาตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวในประเทศไทยตามข้อมูลของ The Nielsen Company ที่แสดงข้อมูลตามประเภทของหมวดผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ ได้แก่

- (1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer)
- (2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Moisturizer)
- (3) ผลิตภัณฑ์แผ่นมาสก์บำรุงผิวหน้า (Facial Mask) และ
- (4) ผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap)

ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทฯ เทียบกับผู้ประกอบการอื่นๆ สามารถแสดงได้ดังนี้

ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) เรียงลำดับตามส่วนแบ่งทางการตลาดจากร้านค้าปลีกทั้งหมดในประเทศไทย

อันดับ	เครื่องหมายการค้า	ส่วนแบ่งการตลาดในแต่ละปี (ร้อยละ)		
		2558	2559	2560
1	Olay	14.9	15.2	15.2
2	Garnier	12.5	14.5	13.7
3	Dermo Expertise	8.4	9.2	9.5
4	Pond's	12.1	9.7	8.9
5	Eucerin	6.5	6.2	6.7
...
8	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	3.2 (10)	3.6 (9)	3.8 (8)

ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Moisturizer) เรียงลำดับตามส่วนแบ่งทางการตลาดจากร้านค้าปลีกทั้งหมดในประเทศไทย

อันดับ	เครื่องหมายการค้า	ส่วนแบ่งการตลาดในแต่ละปี (ร้อยละ)		
		2558	2559	2560
1	Vaseline	30.9	31.5	30.2
2	Nivea	15.3	15.8	14.6
3	Citra	16.9	14.5	14.1
4	Johnson	7.1	7.3	7.5
5	Bhaesaj	3.7	4.9	6.3
...
15	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	0.6 (15)	0.4 (21)	0.6 (15)

ที่มา: The Nielsen Company

หมายเหตุ: /1 จัดลำดับโดยอ้างอิงข้อมูลในปี 2560



ตลาดผลิตภัณฑ์แผ่นมาสก์บำรุงผิวหน้า (Facial Mask) เรียงลำดับตามส่วนแบ่งทางการตลาด
จากร้านค้าปลีกทั้งหมดในประเทศไทย

อันดับ	เครื่องหมายการค้า	ส่วนแบ่งการตลาดในแต่ละปี (ร้อยละ)		
		2558	2559	2560
1	All other	18.2	24.9	29.6
2	Garnier	2.9	1.9	9.4
3	Ele	0.1	3.6	5.5
4	Leaders Clinic	4.4	9.0	4.4
5	Cathy Doll	5.4	4.9	3.9
...
11	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	5.7 (11)	4.4 (15)	2.3 (11)

ตลาดผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap) เรียงลำดับตามส่วนแบ่งทางการตลาด
จากร้านค้าปลีกทั้งหมดในประเทศไทย

อันดับ	เครื่องหมายการค้า	ส่วนแบ่งการตลาดในแต่ละปี (ร้อยละ)		
		2558	2559	2560
1	Shokubutsu	13.3	14.4	15.3
2	Lux	16.2	14.8	15.0
3	Benice	10.5	11.0	10.8
4	Protex	10.3	10.9	9.7
5	Dettol	7.0	7.2	6.9
...
16	NAMU LIFE SNAILWHITE ^{/2} (ลำดับ)	N/A	0.1 (57)	1.7(16)

ที่มา: The Nielsen Company

หมายเหตุ: /1 จัดลำดับโดยอ้างอิงข้อมูลในปี 2560

/2 บริษัทฯ เริ่มจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (NAMU LIFE SNAILWHITE CRÈME BODY WASH)

เมื่อปี 2559

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถรักษายอดขายและมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในหมวดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) อยู่ในลำดับที่ 8 ที่ร้อยละ 3.8 ในปี 2560 ซึ่งขึ้นมาจากลำดับที่ 9 ที่ร้อยละ 3.6 ในรอบปี 2559 ซึ่งหนึ่งในเหตุผลหลักที่ทำให้บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น นั้นมาจากกลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่ออกผลิตภัณฑ์ชนิดซอง (Sachet) **SNAILWHITE DAY CREAM** เพื่อขยายฐานลูกค้าในร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ได้ง่ายขึ้น อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้ออกผลิตภัณฑ์ **SNAILWHITE GOLD** เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจเรื่องปัญหาหริ้วรอย (Anti-Aging) ที่มีกำลังซื้อสูงขึ้นด้วย ทั้งนี้ยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทฯ ติด 1 ใน 10 แปรณต์ที่มียอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด ในหมวดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 จนถึงปัจจุบัน

ในส่วนของการตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Moisturizer) ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้นอยู่ในลำดับ 15 ที่ร้อยละ 0.6 สำหรับปี 2560 เนื่องจากในช่วงไตรมาส 2 ปี 2560 บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ **NAMU LIFE SNAILWHITE BODY BOOSTER SPF30 PA+++** เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในปี 2560 และมีการปรับขนาดของสินค้า **NAMU LIFE SNAILWHITE BODY BOOSTER** เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคและยังมีสินค้าขนาดทดลองวางขายในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงการตอบรับอันดีต่อสินค้าจากผู้บริโภค

สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์แผ่นมาสก์บำรุงผิวหน้า (Facial Mask) มีส่วนแบ่งการตลาดที่ร้อยละ 2.3 ในรอบปี 2560 ซึ่งปัจจุบันตลาดสินค้ากลุ่มมาสก์บำรุงผิวหน้าได้มีการออกผลิตภัณฑ์ที่ใช้นวัตกรรมใหม่ เพื่อเพิ่มความความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งกลุ่มสินค้านี้เป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มมาสก์ที่ไม่ต้องล้างออก (Sleeping Mask) ซึ่งทางบริษัทได้ผลิตสินค้า **SNAILWHITE OVERNIGHT FIRMING MASK** เพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภค

ในส่วนของการตลาดผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap) บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากลำดับที่ 57 ในปี 2559 เป็นลำดับที่ 16 ในปี 2560 ซึ่งคาดว่าเกิดจากการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปสู่ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience store) มากขึ้น ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงง่ายในส่วนของการตลาดผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap) บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากลำดับที่ 57 ในปี 2559 เป็นลำดับที่ 16 ในรอบปี 2560 เนื่องจากผลิตภัณฑ์สบู่เหลวของบริษัทฯ (**NAMU LIFE SNAILWHITE CRÈME BODY WASH**) ที่เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 4 ปี 2559 ได้รับผลตอบรับอย่างดี และบริษัทฯ ได้มีการทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่นในตลาดและเพื่อดึงดูดผู้บริโภคมากขึ้น

อนึ่ง จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับต้นๆ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตที่เป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่มีสินค้าหลากหลายประเภท อย่างไรก็ตามหากแบ่งตามรายการสินค้า เฉพาะในร้านค้าขนาดใหญ่ (ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะ) ที่เน้นขายสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม ซึ่งเป็นช่องทางการขายที่สอดคล้องกับตำแหน่งทางการตลาดของบริษัทฯ จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ของ บริษัทฯ ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ของตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) ดังนี้



ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) เรียงลำดับตามรายการสินค้า(SKUs)
เฉพาะในร้านค้าขนาดใหญ่(ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะอย่าง)

อันดับ	เครื่องหมายการค้า	ชื่อสินค้า	ส่วนแบ่งการตลาดในแต่ละปี (ร้อยละ)		
			2558	2559	2560
1	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE FACIAL CREAM	4.4 (1)	3.7 (1)	2.7 (1)
2	Dermo Expertise	Revitalift Anti-Wrinkle and Firming Day Cream	0.0	1.4	1.6
3	Olay	Regenerist Micro-Sculpting Cream	0.9	1.2	1.3
4	Dermo Expertise	Revitalift Anti-Wrinkle and Firming Night Cream	0.1	1.1	1.3
5	Olay	Total Effect 7In1 Day Cream Normal Spf15	1.5	1.6	1.1
6	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE CONCENTRATE FACIAL CREAM	0.1 (247)	0.8 (10)	1.1 (6)
...
56	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE MIRACLE ^{1/2}	N/A	0.2 (131)	0.4 (56)

ที่มา: The Nielsen Company

หมายเหตุ: /1 จัดลำดับโดยอ้างอิงข้อมูลปี 2560

/2 ส่วนแบ่งการตลาดคำนวณจากมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) ที่มีราคาสูงกว่า 800 บาทต่อชิ้น

/3 บริษัทฯ เริ่มจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle, NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream และ NAMU LIFE SNAILWHITE Gold Facial Cream เมื่อไตรมาส 2 ปี 2559 ไตรมาส 1 ปี 2560 และไตรมาส 2 ปี 2560 ตามลำดับ

ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) เรียงลำดับตามรายการสินค้า (SKUs) ที่มีราคามากกว่า 800 บาทต่อชิ้น เฉพาะในร้านค้าขนาดใหญ่ (ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะอย่าง)

อันดับ	เครื่องหมายการค้า	ชื่อสินค้า	ส่วนแบ่งการตลาดในแต่ละปี (ร้อยละ)		
			2558	2559	2560
1	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE FACIAL CREAM	17.7 (1)	13.3 (1)	9.6 (1)
2	Olay	Regenerist Micro-Sculpting Cream	3.4	4.4	4.2
3	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE CONCENTRATE FACIAL CREAM	0.4 (66)	3.0 (4)	3.5 (3)
4	Olay	Regenerist Advanced Anti-aging Micro-Sculpting Cream Moisturizer Night	2.2	3.3	3.4
5	Eucerin	Elastic Filler Serum In Oil	N/A	2.6	2.5
...
21	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE MIRACLE	N/A	0.8 (34)	1.2 (21)
30	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE DAY CREAM SPF20 PA+++	N/A	N/A	0.9 (30)

ที่มา: The Nielsen Company

หมายเหตุ: /1 จัดลำดับโดยอ้างอิงข้อมูลปี 2560

/2 ส่วนแบ่งการตลาดคำนวณจากมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) ที่มีราคามากกว่า 800 บาทต่อชิ้น

/3 บริษัทฯ เริ่มจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle, NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream และ NAMU LIFE SNAILWHITE Gold Facial Cream เมื่อไตรมาส 2 ปี 2559 ไตรมาส 1 ปี 2560 และไตรมาส 2 ปี 2560 ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้น หากพิจารณาการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) ในแต่ละรายการสินค้า (SKUs) เฉพาะในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ซึ่งประกอบด้วย ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะอย่าง ในปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังคงมีส่วนแบ่งการตลาดอย่างแข็งแกร่ง โดย NAMU LIFE SNAILWHITE FACIAL CREAM และ NAMU LIFE SNAILWHITE CONCENTRATE FACIAL CREAM มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดเป็นอันดับ 1 และอันดับ 6 ของตลาดตามลำดับ และมี NAMU LIFE SNAILWHITE MIRACLE อยู่ในลำดับที่ 56 โดย NAMU LIFE SNAILWHITE FACIAL CREAM สามารถครองอันดับส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 ได้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558 ถึงปัจจุบัน

ทั้งนี้ บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายเดียวที่ใช้สารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์ ที่มียอดขายอยู่ในผลิตภัณฑ์ 100 ลำดับแรกที่มียอดขายสูงสุด นอกจากนี้ NAMU LIFE SNAILWHITE FACIAL CREAM และ NAMU LIFE SNAILWHITE CONCENTRATE FACIAL CREAM ยังติดอันดับ 1 และอันดับ 3 ของสินค้าที่ขายดีสูงสุดสำหรับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) ที่มีราคามากกว่า 800 บาทต่อชิ้นอีกด้วย และมี NAMU LIFE SNAILWHITE MIRACLE, NAMU LIFE SNAILWHITE DAY CREAM และ NAMU LIFE SNAILWHITE GOLD FACIAL CREAM อยู่ในลำดับที่ 21 และ 30 ตามลำดับ

ตลาดในต่างประเทศ

การส่งออกผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงปีที่ผ่านมา รวมถึงมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต เนื่องจากได้รับผลประโยชน์จากการจัดตั้งสมาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่เป็นการเปิดเสรีทางการค้า ส่งผลให้ภาชนะนำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวนั้นลดลง รวมถึงผู้บริโภคต่างชาติมีมุมมองที่ดีต่อผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย จึงเป็นการเปิดโอกาสสำหรับ การส่งออกผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว ไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศเมียนมาร์ ประเทศกัมพูชา ประเทศลาว และประเทศอื่นๆ รวมถึงประเทศจีนและฮ่องกง ที่มีกำลังซื้อในประเทศสูง ดังที่จะเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวนั้นเพิ่มจาก 82,609 ล้านบาทในปี 2558 เป็น 84,803 ล้านบาท ในปี 2559 (ตามข้อมูลการส่งออกเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว ของกรมศุลกากร) คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 2.7 แม้ว่าเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจของประเทศ คู่ค้าของประเทศไทยจะชะลอตัว ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวไปยังต่างประเทศนั้นมีความท้าทาย

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา รายได้จากช่องทางการส่งออกเกือบทั้งหมดของบริษัทฯ มาจากประเทศจีนและประเทศฮ่องกง ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันสูงถึงประมาณร้อยละ 97 และร้อยละ 99 ของรายได้จากช่องทางการส่งออกทั้งหมดของบริษัทฯ ในปี 2559 และปี 2560 ตามลำดับ โดยมีสาเหตุหลักมาจากการที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน โดยเริ่มจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวในประเทศไทย ได้ลองใช้สินค้าและถูกใจในคุณภาพ จึงมีการซื้อกลับไปเป็นของฝากและเกิดการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word of mouth) บริษัทฯ จึงเห็นเป็นโอกาสที่ดีในการส่งออกไปยังประเทศจีนผ่านตัวแทนจัดจำหน่ายที่มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งผู้บริโภคชาวจีนมีมุมมองที่ดี ต่อผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวของบริษัทฯ ทั้งในด้านของคุณภาพ ที่เชื่อถือได้ ราคาที่สมเหตุสมผล และคุณสมบัติการบำรุงที่เหมาะสมกับสภาพผิว โดยบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับตลาดในประเทศจีน ซึ่งตลาดประเทศจีนถือว่าเป็นหนึ่งในตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวที่มีอนาคตที่ดีสำหรับการส่งออกเนื่องจากชาวจีนมีรายได้ ที่สูงขึ้น และให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพที่มากขึ้น

มูลค่าตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์ความงามในประเทศจีน

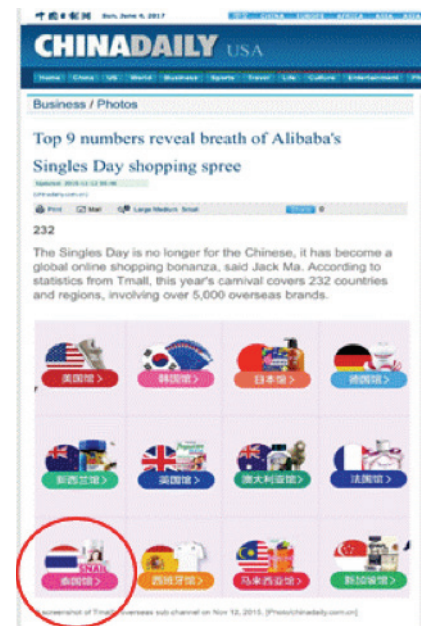


ที่มา: ข้อมูลจาก Statista

เช่นเดียวกับประเทศไทย ความนิยมของ E-Commerce เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) ในประเทศจีน โดยจากข้อมูลข้างต้นคาดการณ์ว่า จำนวนผู้ใช้งานในตลาด E-Commerce ในประเทศจีนจะมีจำนวนที่สูงขึ้นอย่างแข็งแกร่งจากจำนวน 520.7 ล้านคนในปี 2559 เป็น 796.6 ล้านคนในปี 2561 คิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ร้อยละ 11.2

NAMU LIFE SNAILWHITE FACIAL CREAM เป็นรายการสินค้าจากประเทศไทยที่ขายดีที่สุดในวัน Singles' Day (วันคนโสดของประเทศจีน) ปี 2558 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นที่นิยมและได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้บริโภคในประเทศจีน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ออกสินค้าเป็นการเฉพาะ (Exclusive) เพื่อขายเฉพาะประเทศจีนและมีการขายผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ในประเทศจีนในช่วงปี 2559 และครึ่งปีแรกของปี 2560 เป็นหลัก เช่น **SNAILWHITE OVERNIGHT FIRMING MASK** และ **SNAILWHITE 7 DAYS MASK SHEETS**



ที่มา: Tmall's Overseas Sub Channel
on 12 November 2015 /
China Daily USA



ที่มา: <https://namulife.tmall.hk/>

ผลิตภัณฑ์ที่มีการออก เพื่อขายเน้นกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน



NAMU LIFE **SNAIL** WHITE
ROYAL JELLY FACIAL CREAM



NAMU LIFE **SNAIL** WHITE
OVERNIGHT FIRMING MASK



SNAIL WHITE NAMU FACIAL
JELLY WASH



SNAIL WHITE
ESSENTIAL TONER



SNAIL WHITE
7 DAYS MASK SHEETS

การวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ได้มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและไม่หยุดยั้ง ด้วยแนวคิดที่ทันสมัย โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาที่ทำหน้าที่ในการค้นคว้าวิจัย และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเริ่มตั้งแต่ฝ่ายการตลาดที่ทำการศึกษาดูแล และแนวโน้มต่างๆ เพื่อที่จะทำการประเมินสถานการณ์ตลาดของสินค้าของบริษัทฯ และทำความเข้าใจผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ซึ่งจะนำมาสู่การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายได้ โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีคุณสมบัติที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น ฝ่ายการตลาดสำรวจตลาดมาแล้วพบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการให้ผิวชุ่มชื้นในทุกส่วนของร่างกาย ฝ่ายวิจัยและพัฒนา จึงได้ดำเนินการคิดค้นและทดสอบคุณภาพสินค้าและส่งตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีมาตรฐานและเป็นไปตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว

จึงดำเนินการออกผลิตภัณฑ์ **NAMU LIFE SNAILWHITE CRÈME BODY WASH** ซึ่งเป็นครีมอาบน้ำที่มีสารแอนตี้แบคทีเรีย และมีคุณสมบัติ ที่ทำให้ผิวชุ่มชื้น เหมาะกับสภาพอากาศในประเทศไทย โดยใช้เวลาในการพัฒนาจนออกผลิตภัณฑ์เฉลี่ยประมาณ 6 เดือน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบทดแทนหรือสูตรการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ที่จะทำให้เกิดการใช้ความสามารถของวัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุด ที่จะเป็นการลดต้นทุนการผลิตบริษัทฯ ซึ่งรวมถึงโครงการคิดค้น วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่มีห้องปฏิบัติการ เครื่องมือ และอุปกรณ์สำหรับการวิจัยอย่างครบครัน และบริษัทฯ ยังมีการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่จะทำให้การใช้งานเกิดประสิทธิภาพสูงสุดอีกด้วย โดยตารางต่อไปนี้แสดงถึงนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดของบริษัทฯ



"How to use SNAILWHITE 's hygienic package"



กระปุกครีมสเนลไวท์



ดึงฝาขึ้นเพื่อเปิด



กดถาดเนื้อครีมเบาๆ



เนื้อครีมออกมาพร้อมสำหรับการใช้งาน

나무
NAMU
cosmetic

การพัฒนา กระบวนการ ดำเนินงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้บรรลุวิสัยทัศน์

บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงาน โดยมีการนำเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพมาใช้มากขึ้น เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตและการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยนำระบบ *SAP Enterprise Risk Management* มาใช้สำหรับการดำเนินงาน รวมถึงมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกคนที่ร่วมกันแสวงหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงาน และสภาพแวดล้อมการทำงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอและต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยบริษัทฯ มีการสำรวจ ความพึงพอใจของลูกค้า การวิจัยกลุ่มผู้บริโภค และนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับจากลูกค้าผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตของบริษัทฯ เช่น เว็บไซต์ หรือ Social media เช่น Instagram หรือ Facebook มาทำการวิเคราะห์และจัดอันดับปัจจัยที่ควรปรับปรุง เพื่อดำเนินการ พัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพเหมาะสม และสามารถ ตอบโจทย์ลูกค้าได้มากขึ้น



แผนงาน และโครงการ ในอนาคต

เพื่อให้สอดคล้องและบรรลุถึงเป้าหมายของบริษัทฯ ที่มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจความงาม ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเลิศ บริษัทฯ มีโครงการในอนาคตที่จะมุ่งเน้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น กำลังการผลิต พื้นที่คลังสินค้า คุณภาพและคุณสมบัติของสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น โดยรายละเอียดโครงการในอนาคตของบริษัทฯ มีดังนี้

ขยายกำลังการผลิตและพื้นที่คลังสินค้า

จากความสำเร็จของบริษัทฯ และการขยายตัวทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ จำเป็นที่จะต้องมีการลงทุนเพิ่มเติมเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ และเตรียมพร้อมสำหรับโอกาสทางธุรกิจต่างๆ ในอนาคต โดยบริษัทฯ มีแผนลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิต โดยมีแผนการสร้างโรงงานผลิตระยะที่ 2 ที่นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีพื้นที่ใช้สอยอีกประมาณ 10 ไร่ (บนพื้นที่ใช้สอยทั้งหมด 19 ไร่ ซึ่งบริษัทฯ ใช้สำหรับโรงงานผลิตปัจจุบันทั้งหมด 9 ไร่) โดยบริษัทฯ คาดว่าจะจัดสรรพื้นที่ 10 ไร่ในการสร้างโรงงานผลิตระยะที่ 2 ที่มีพื้นที่การผลิตและขยายพื้นที่คลังสินค้ารวม 18,000 ตร.ม. เพื่อรองรับปริมาณสินค้าจากการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนลงทุนในระบบจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อยกระดับมาตรฐานการจัดเก็บ และระบบจัดส่งสินค้าให้ทันต่อความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและเสริมสร้างศักยภาพศูนย์กระจายสินค้า

เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ขยายฐานผู้บริโภคและเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น อีกทั้งเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน บริษัทฯ มีแผนการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและเสริมสร้างศักยภาพของศูนย์กระจายสินค้า โดยจะเน้นขยายไปยังพื้นที่ที่บริษัทฯ ยังไม่ได้ครอบคลุม เช่น การพิจารณาขยายสาขา *NAMU LIFE Shop* รวมถึงพื้นที่สำหรับขายสินค้าของบริษัทฯ อย่างรัดกุม โดยเน้นในพื้นที่ที่สามารถประชาสัมพันธ์เครื่องหมายการค้าและสินค้าของบริษัทฯ ได้ เช่น บริเวณที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากและมีการสัญจรอย่างหนาแน่น ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าจะสามารถขยายสาขาและจุดขายสินค้าเพิ่มเติม รวมทั้งการสนับสนุนช่องทางการขายอื่นให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

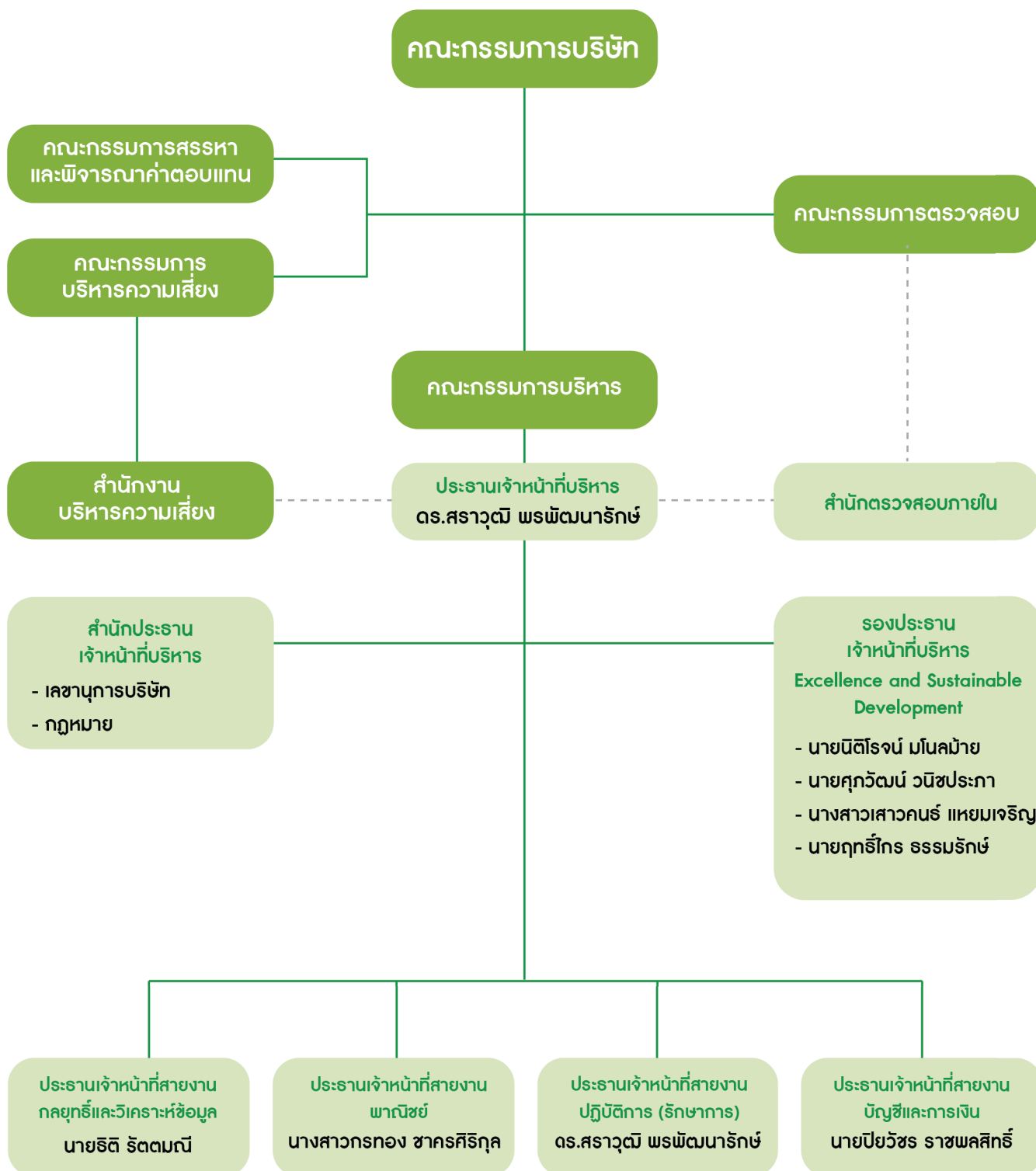
ปรับปรุงสำนักงานของบริษัทฯ และวางระบบเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ มีแผนขยายและปรับปรุงสำนักงานแห่งใหม่ เพื่อรองรับการขยายตัวของทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของธุรกิจ โดยบริษัทฯ มีความตั้งใจจะออกแบบสำนักงานให้มีความทันสมัย และสร้างบรรยากาศการทำงานอย่างมีความสุข เพื่อส่งเสริมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและความคิดสร้างสรรค์ให้แก่บุคลากร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนการวางระบบเครือข่ายการทำงานของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกด้วย

ปรับปรุงฝ่ายวิจัยและพัฒนาของบริษัทฯ

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมดูแลและบำรุงผิวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีการเติบโตสูง รวมถึงความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเพื่อสร้างความแตกต่างและยกระดับมาตรฐานคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ จึงมีแผนในการขยายและปรับปรุงศูนย์วิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่ดี และมีความแปลกใหม่มากยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมความงามที่มีการเปลี่ยนแปลง และขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว

โครงสร้างการจัดการ





โครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ประกอบด้วยคณะกรรมการ 5 ชุด คือ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริหาร

1. คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วย กรรมการจำนวน 12 ท่าน ดังนี้

1. พลตำรวจเอกชัชวาลย์	สุขสมจิตร	ประธานกรรมการ กรรมการอิสระ
2. ดร.สรวิชัย	พรพัฒนารักษ์	รองประธานกรรมการ
3. นายนิติโรจน์	มโนมัย	กรรมการ
4. นายปิยวัชร	ราชพลสิทธิ์	กรรมการ
5. นายรุ่งโรจน์	ชัยศิริวิกรม	กรรมการ
6. นายศุภวัฒน์	วนิชประภา	กรรมการ
7. นางสาวเสาวคนธ์	แหยมเจริญ	กรรมการ
8. นายฤทธิไกร	ธรรมรักษ์	กรรมการ
9. นายกฤษ	พอลเล็ท	กรรมการอิสระ
10. นางนวลพรรณ	ลำซำ	กรรมการอิสระ
11. นายณัฐวุฒิ	เครือประดับ	กรรมการอิสระ
12. นายทรงพล	ชีวะปัญญาโรจน์	กรรมการอิสระ
นางสาวรุ่งทิพย์	งามเอกอุดมพงศ์	เลขานุการบริษัท

2. คณะกรรมการตรวจสอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วย กรรมการจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

- | | | |
|---------------|----------------|--------------------------------------|
| 1. นายกฤษ | พอลเล็ต | กรรมการอิสระ และประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 2. นายณัฐวุฒิ | เครือประดับ | กรรมการอิสระ และกรรมการตรวจสอบ |
| 3. นายทรงพล | ชีวะปัญญาโรจน์ | กรรมการอิสระ และกรรมการตรวจสอบ |
| นางสาวจุฬาร | รัตตะพงษ์ | เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ |

3. คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ประกอบด้วย กรรมการจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

- | | | |
|-----------------|----------------|---|
| 1. นายณัฐวุฒิ | เครือประดับ | ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน |
| 2. นายทรงพล | ชีวะปัญญาโรจน์ | กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน |
| 3. นายศุภวัฒน์ | วินชประภา | กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน |
| นางสาวรุ่งทิพย์ | งามเอกอุตมพงศ์ | เลขานุการคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน |

4. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงประกอบด้วย กรรมการจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

- | | | |
|-----------------|--------------|-------------------------------------|
| 1. นายกฤษ | พอลเล็ต | ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 2. ดร.สรวิชัย | พรพัฒน์รักษ์ | กรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 3. นายนิติโรจน์ | มโนมัย | กรรมการบริหารความเสี่ยง |
| นางสาวจุฬาร | รัตตะพงษ์ | เลขานุการคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง |

5. คณะกรรมการบริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คณะกรรมการบริหารประกอบด้วย กรรมการจำนวน 5 ท่าน ดังนี้

- | | | |
|-----------------|----------------|---------------------------|
| 1. ดร.สรวิชัย | พรพัฒน์รักษ์ | ประธานกรรมการบริหาร |
| 2. นายฤทธิไกร | ธรรมรักษ์ | กรรมการบริหาร |
| 3. นายรุ่งโรจน์ | ชัยศิริวิกรม | กรรมการบริหาร |
| 4. นายธิตติ | รัตตมณี | กรรมการบริหาร |
| 5. นายปิยวัชร | ราชพลสิทธิ์ | กรรมการบริหาร |
| นางสาวรุ่งทิพย์ | งามเอกอุตมพงศ์ | เลขานุการคณะกรรมการบริหาร |

หมายเหตุ: นายรุ่งโรจน์ ชัยศิริวิกรม ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัทและกรรมการบริหาร
โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2561



CORPORATE GOVERNANCE



ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ภาพรวมนโยบาย

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอยู่ภายใต้กรอบธรรมาภิบาลที่ดี มีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ โดยมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ ตั้งมั่นที่จะดำรงตนให้เป็นบริษัทที่เป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม (*Good Corporate Citizen*) ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และสามารถบริหารจัดการให้เติบโตอย่างมั่นคงและและเป็นที่ยอมรับในสังคม บนพื้นฐานของจริยธรรม และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งสามารถสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงผลกระทบในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ในทุกด้าน เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง



โครงการ Chulalongkorn International Business Case Competition (CIBCC)

เมื่อวันที่ 23 — 28 พฤษภาคม 2560 บริษัทฯ ได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Chulalongkorn International Business Case Competition (CIBCC) ซึ่งเป็นโครงการแข่งขันวิเคราะห์ปัญหาธุรกิจที่จัดโดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี หลักสูตรนานาชาติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำหรับนักศึกษา ในระดับปริญญาตรี โดยบริษัทฯ ได้เป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนและเป็นเจ้าของโจทย์การแข่งขัน ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญในการสนับสนุนโครงการเพื่อสังคม ซึ่งธุรกิจของบริษัทฯ เป็นธุรกิจที่เยาวชนรุ่นใหม่ให้ความสนใจ และเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว การที่นักศึกษาได้สัมผัสหรือเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคของการทำธุรกิจจริง การเตรียมพร้อมก่อนก้าวสู่โลกของการทำงานจริง รวมถึงเป็นโอกาสอันดีที่บริษัทฯ จะได้สร้างและกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยซึ่งเป็นผู้จัดโครงการ CIBCC อีกด้วย



รายงานคณะกรรมการ ตรวจสอบ

เรียน ท่านผู้ถือหุ้นบริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)

คณะกรรมการตรวจสอบ บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยกรรมการอิสระ 3 ท่าน ทุกท่านมีความเป็นอิสระไม่เป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมในการบริหารงานของบริษัทฯ โดยมีนายกฤษฎ์ พลเลิศ เป็นประธานคณะกรรมการตรวจสอบทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ และนายณัฐวุฒิ เครือประดับ เป็นกรรมการตรวจสอบ โดยมีนางสาวจุฬารัตน์ รัตตะพงษ์ ผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบภายใน ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ

กรรมการตรวจสอบทุกท่านมีคุณสมบัติครบถ้วนและได้ปฏิบัติหน้าที่ภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งปฏิบัติตามเกณฑ์ และแนวทางปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยนายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ เป็นกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านการเงิน

ในปี 2560 คณะกรรมการตรวจสอบมีการประชุมทั้งสิ้น 6 ครั้ง โดยได้มีการหารือร่วมกับฝ่ายจัดการ ผู้ตรวจสอบภายในและผู้สอบบัญชี สรุปสาระสำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ ได้ดังนี้

1. การสอบทานงบการเงิน

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานข้อมูลที่สำคัญของงบการเงินรายไตรมาสและประจำปี 2560 ของบริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) และงบการเงินรวมของบริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ซึ่งได้จัดทำตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินของไทย โดยได้สอบทานประเด็นที่สำคัญรายการพิเศษและได้รับ คำชี้แจงจากผู้สอบบัญชี ฝ่ายจัดการ จนเป็นที่พอใจว่าการจัดทำงบการเงิน รวมทั้งการเปิดเผยหมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายและมาตรฐานการรายงานทางการเงิน คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาแล้วจึงได้ให้ความเห็นชอบงบการเงินดังกล่าว ซึ่งผู้สอบบัญชีได้สอบทานและตรวจสอบแล้วเป็นรายงานความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข นอกจากนี้ คณะกรรมการตรวจสอบได้ประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชี

โดยไม่มีฝ่ายบริหารเพื่อปรึกษาหารือกันอย่างอิสระถึงข้อมูลที่มีสาระสำคัญในการจัดทำงบการเงินและการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและเป็นประโยชน์กับผู้ใช้งบการเงิน รวมทั้งปัญหาหรืออุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้สอบบัญชี รวมทั้งพฤติกรรม อันควรสงสัยตามมาตรา 89/25 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติ หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2551 ซึ่งในปี 2560 ผู้สอบบัญชีไม่ได้มีข้อสังเกตที่เป็นสาระสำคัญและไม่พบพฤติกรรม อันควรสงสัยดังกล่าว คณะกรรมการตรวจสอบจึงมีความเห็นว่าบริษัทฯ มีระบบรายงานทางการเงินที่เหมาะสมเพื่อการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดแย้งกับข้อเท็จจริง อันเป็นสาระสำคัญ และมีการจัดทำตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

2. การสอบทานการกำกับดูแลกิจการที่ดี

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานการปฏิบัติตามจรรยาบรรณพบว่ากรรมการบริษัท และพนักงานได้ปฏิบัติตามหลักการที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด บริษัทมีการนำนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันไปปฏิบัติและขยายผลไปใช้กับบริษัทย่อยตามความเหมาะสมของธุรกิจ รวมทั้งการกำกับดูแลกิจการโดยคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะรายการเกี่ยวโยงและรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ คณะกรรมการตรวจสอบได้ประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่และการประเมินตนเอง เกี่ยวกับความพร้อมของกรรมการ รายงานทางการเงินการประชุมกับผู้สอบบัญชี การสอบทานรายการที่เกี่ยวข้องกัน การเปิดเผยข้อมูลในรายงาน การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายในการประชุมกรรมการ การปฏิบัติหน้าที่ของสายงานตรวจสอบและเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ ผลสรุปอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพึงพอใจ

3. การสอบทานระบบการประเมินการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้มีการจัดทำระบบบริหารความเสี่ยงของบริษัทระดับองค์กร โดยผู้บริหารแต่ละสายงานเป็นผู้ประสานงานและรับผิดชอบงานบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริษัทฯ เป็นผู้พิจารณาโครงสร้าง การบริหารความเสี่ยงและแผนการจัดการความเสี่ยง รวมทั้งทบทวนความเสี่ยงและติดตามการบริหารความเสี่ยง การพิจารณาปัจจัยเสี่ยงทั้งภายในและภายนอก โอกาสที่จะเกิดผลกระทบและการบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ รวมทั้งสอบทานสัญญาณเตือนภัยตามหลักการที่กำหนดไว้

4. การสอบทานระบบการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานการประเมินผลระบบการควบคุมภายใน โดยพิจารณาจากแผนงานและรายงานของฝ่ายตรวจสอบภายในอย่างสม่ำเสมอ ไม่พบข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญ และฝ่ายตรวจสอบภายในได้รายงานโดยสรุปว่า ระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีประสิทธิภาพเพียงพอรวมทั้งผู้สอบบัญชีได้รายงานว่าระบบการควบคุมภายในด้านการบัญชีและการเงินมีความเพียงพอและเหมาะสม คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบและกฎบัตรของสายงานตรวจสอบเป็นประจำทุกปี รวมถึงการพัฒนางานตรวจสอบภายในโดยให้ความสำคัญทั้งการพัฒนาศักยภาพและเครื่องมือในการตรวจสอบให้เป็นไปตามหลักการของมาตรฐานการปฏิบัติงานสอบภายใน

5. การสอบทานการเปิดเผยรายการเกี่ยวโยงกันและการปฏิบัติ

ตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท

ในปี 2560 คณะกรรมการตรวจสอบได้รับการยืนยันจากผู้บริหารว่าบริษัทฯ และผู้บริหารได้ปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดต่างๆ มีการเปิดเผยรายการเกี่ยวโยงกันตามประกาศ คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ จากรายงานและคำยืนยันของผู้บริหารที่รับผิดชอบและผลการสอบทานของ คณะกรรมการตรวจสอบเห็นว่าบริษัทฯ ได้ปฏิบัติและมีการเปิดเผยรายการเกี่ยวโยงกันอย่างถูกต้องเป็นไปตามกฎหมายข้อกำหนดและกฎระเบียบ

6. การพิจารณาเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีประจำปี 2561

คณะกรรมการตรวจสอบได้ประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีในปีที่ผ่านมาเป็นที่น่าพอใจ และได้สอบทานคุณสมบัติรวมทั้งพิจารณาความเป็นอิสระของผู้สอบบัญชีแล้ว เห็นว่าถูกต้องตามหลักเกณฑ์ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด คณะกรรมการตรวจสอบจึงได้เสนอ คณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อพิจารณาเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นแต่งตั้งนายเจริญ ผู้สัมฤทธิ์เลิศ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4068 และ/หรือ นายวีระชัย รัตนจรัสกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4323 และ/หรือ นางมัญญา สิงห์สุขสวัสดิ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 6112 แห่ง บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ประจำปี 2561

รายงานคณะกรรมการ บริหารความเสี่ยง

เรียน ท่านผู้ถือหุ้นบริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (คณะกรรมการ) ประกอบด้วยกรรมการ จำนวน 3 ท่านโดยมี นายกฤษ พอลเล็ท เป็นประธาน นายสรายุधि พรพัฒน์รักษ์ และ นายนิติโรจน์ มโนมัย เป็นกรรมการ โดยมีนางสาวจุฬารัตน์ รัตตะพงษ์ ผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบภายใน ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ

ปี 2560 ถือเป็นอีกหนึ่งปีที่ บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งล้วนมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ในการนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กรได้ปฏิบัติหน้าที่ในการกำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงขององค์กรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและช่วยส่งเสริมให้องค์กรบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจในภาพรวม ตลอดจนสร้างความมั่นใจแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ทุกท่าน ในการดำเนินการ ที่ผ่านมาคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กรได้รับการสนับสนุน การดำเนินงานจากฝ่ายบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานมีลักษณะเชิงรุก และมีความก้าวหน้าอย่างมีนัยสำคัญ โดยสามารถสรุปสาระสำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ได้ดังนี้

1. ทบทวนกรอบการบริหารความเสี่ยงและปรับปรุงกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กรให้สามารถรองรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน โดยนำตัวชี้วัดความเสี่ยงที่มีลักษณะเป็นสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้ามาประยุกต์ใช้ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงความรุนแรงของความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนมาตรการการจัดการกับความเสี่ยงได้ทันทั่วถึง นอกเหนือจากการวัดประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงในภาพรวม

2. พิจารณากลับกรองและให้ข้อคิดเห็นแผนบริหารความเสี่ยง โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพของแผนบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงกำกับดูแลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงให้มีการควบคุมที่ดี และกำหนดมาตรการเพิ่มเติม เพื่อรองรับความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เพื่อให้ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

3. ติดตามความก้าวหน้าการบริหารความเสี่ยงและแนวโน้มสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ เพื่อให้บริษัทฯ มีความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อบริหารจัดการผลกระทบของความเสี่ยงที่เกิดขึ้นให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และสร้างความมั่นใจแก่ผู้ถือหุ้นว่าการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ มีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายธุรกิจที่กำหนดไว้ได้

4. พิจารณากลับกรองรายการความเสี่ยงองค์กรปี 2560 ให้สอดคล้องกับทิศทาง เป้าหมาย และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ภายใต้ความไม่แน่นอนของสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะในการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงสำหรับรายการความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการเติบโตในระยะยาวของบริษัทฯ เช่น การเน้นย้ำให้มีการจัดโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจ ปรับปรุงประสิทธิภาพการลดต้นทุนด้านการปฏิบัติการ การเพิ่มผลผลิตอย่างต่อเนื่อง และการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการลงทุน เป็นต้น นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทฯ ได้เพิ่มเติมอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยให้พิจารณากลับกรองและให้ข้อคิดเห็นวาระที่มีภาระผูกพันกับบริษัทฯ ในระยะยาว มีความซับซ้อนเชิงธุรกิจ และมีความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ ก่อนที่จะนำเสนอวาระนั้นๆ ต่อคณะกรรมการบริษัทฯ พิจารณาตามขั้นตอนต่อไป

การควบคุมภายใน และการบริหารจัดการ ความเสี่ยง

การควบคุมภายในของบริษัท

“ทางบริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องการควบคุมภายในอย่างต่อเนื่อง คณะกรรมการตรวจสอบได้มอบหมายให้หน่วยงานตรวจสอบภายในทำการประเมินความเพียงพอและความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายในเป็นประจำทุกปี และคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบสอบทานผลการประเมินการควบคุมภายใน เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ สามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การรายงานทางการเงินมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และมีการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง”

บริษัทฯ ได้มีการออกแบบและปฏิบัติตามระบบการควบคุมภายใน และการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบต่างๆ อย่างเพียงพอเพื่อลดความเสี่ยงที่สำคัญซึ่งอาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและธุรกิจของบริษัทฯ และเมื่อพบจุดบกพร่องของระบบ บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงและแก้ไขระบบดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความเหมาะสมกับความเสี่ยงและสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในปัจจุบันและอนาคต อีกทั้งสอดคล้องและเป็นไปตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการบริษัท รับผิดชอบในการกำกับดูแลให้บริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพเพื่อปกป้องเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นและทรัพย์สินของบริษัทฯ โดยพิจารณาเรื่องดังต่อไปนี้

- กำหนดลักษณะและขนาดของความเสี่ยงที่มีสาระสำคัญที่สามารถยอมรับได้ในการที่จะทำให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายทางกลยุทธ์ (the Board's risk appetite)
- กำหนดให้ผู้บริหารจัดให้มีกระบวนการในการระบุ ประเมิน รวมทั้งการลดระดับความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ

คณะกรรมการตรวจสอบ ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในด้านการสอบทานการมีประสิทธิภาพของระบบการควบคุมภายในและการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบต่างๆ ของบริษัทฯ ในการสอบทานคณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ซึ่งรวมถึงข้อมูลดังต่อไปนี้

- การให้ความเชื่อมั่นจากการทำงานของผู้ตรวจสอบภายในผ่านขั้นตอนการวางแผนการตรวจสอบประจำปีซึ่งได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบ ในการวางแผนการตรวจสอบจะเน้นในเรื่องการพิจารณาประเมินความเสี่ยง และการควบคุมภายในที่สำคัญที่ได้ถูกวางไว้เพื่อลดระดับหรือป้องกันความเสี่ยงนั้น
- ได้รับการรายงานผลของการตรวจสอบและการควบคุมภายใน การปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในเรื่องที่มีสาระสำคัญอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกไตรมาส
- การพัฒนาระบบและการรับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริต และการกระทำผิดกฎหมายหรือจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Whistleblowing Policy) เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางให้พนักงานผู้ถือหุ้น และบุคคลภายนอกซึ่งสามารถติดต่อกับคณะกรรมการตรวจสอบได้โดยตรง
- การให้ความเชื่อมั่นในเรื่องที่ตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบบัญชีภายนอก

ฝ่ายตรวจสอบภายใน เป็นหน่วยงานที่มีความเป็นอิสระ และรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และรายงานด้านการดำเนินงานต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ฝ่ายตรวจสอบภายในทำหน้าที่ในการสนับสนุนการทำงานของคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัทโดยการทำการประเมินความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายในที่สำคัญ

ฝ่ายตรวจสอบภายในได้จัดทำแผนการตรวจสอบประจำปี โดยพิจารณาตามปัจจัยเสี่ยง (Risk Based Approach) ซึ่งจะเน้นความเสี่ยงที่มีความสำคัญ มีผลกระทบต่อวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ และความถูกต้องของรายงานทางการเงิน คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาสอบทานและอนุมัติแผนการตรวจสอบประจำปีดังกล่าว และติดตามผลการตรวจสอบและผลการปฏิบัติงานของฝ่ายตรวจสอบภายในเป็นรายไตรมาส

ประเด็นที่ตรวจพบจะถูกนำมาพิจารณาว่ามีผลกระทบในวงกว้างหรือไม่ ประเด็นจากการตรวจสอบที่สำคัญจะถูกรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบจะทำการติดตามการแก้ไขหรือปรับปรุงของผู้บริหาร จนกว่าจะได้ข้อสรุปเป็นที่น่าพอใจ นอกจากนี้ รายงานที่สำคัญจะถูกนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอทั้งจากผู้บริหาร ฝ่ายตรวจสอบภายใน และฝ่ายกำกับดูแล โดยรายงานจะครอบคลุมในเรื่องทางธุรกิจ การเงิน การควบคุมภายใน การดำเนินงานและการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

การควบคุมภายในของบริษัทฯ ปฏิบัติตามกรอบโครงสร้างการควบคุมภายในซึ่งอ้างอิงตามมาตรฐานสากลของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) ซึ่งสรุปตามองค์ประกอบของการควบคุมแต่ละด้านดังนี้

1. สภาพแวดล้อมของการควบคุม (Control Environment)

สภาพแวดล้อมของการควบคุมถือเป็นรากฐานที่สำคัญของการควบคุมภายในที่มีประสิทธิผล อีกทั้งยังให้หลักปฏิบัติและโครงสร้างแก่องค์ประกอบอื่นๆ ของระบบควบคุมภายใน ทั้งนี้ องค์ประกอบหลักของสภาพแวดล้อมการควบคุมของบริษัทฯ มีดังนี้

- บริษัทฯ สนับสนุนให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี โดยมีการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินการ การควบคุม และการกำกับดูแลที่ชัดเจนและเหมาะสม
- บริษัทฯ ยึดมั่นในปรัชญาและจรรยาบรรณธุรกิจผ่านการกระทำและพฤติกรรม ซึ่งมีส่วนสำคัญในการช่วยให้ระบบการควบคุมภายในสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ยังได้จัดทำคู่มือพนักงาน (Codes of Conduct) เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติให้แก่ กรรมการ ฝ่ายบริหาร และพนักงานทุกคน
- คณะกรรมการบริษัทฯ และฝ่ายบริหารในทุกระดับชั้นได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของคุณค่าความซื่อสัตย์และมีจริยธรรม มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันโดยคำนึงถึงความเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี
- มีการจัดโครงสร้างการบริหารองค์กรให้เหมาะสมกับขนาด และการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยระบุถึงสายอำนาจการบังคับบัญชาและความรับผิดชอบที่ชัดเจน
- คณะกรรมการบริษัทฯ และฝ่ายบริหารได้กำหนดอำนาจในการดำเนินการและระดับวงเงินอนุมัติรายการประเภทต่างๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรในตารางอำนาจอนุมัติและระดับวงเงินอนุมัติ (Delegated of Authority Limit & Level)
- บริษัทฯ ได้นำนโยบายการให้ข้อมูลการกระทำผิดและการทุจริตมาใช้ เพื่อเป็นช่องทางในการรายงานการทุจริต ความผิดพลาด และการบิดเบือนข้อเท็จจริงโดยฝ่ายบริหาร โดยคณะกรรมการตรวจสอบจะสอบทานรายงานการรับแจ้งข้อมูลการกระทำผิดและการทุจริตเป็นประจำทุกไตรมาส

2. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

ผู้บริหารมีการกำหนดนโยบาย มาตรฐานและข้อพึงปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง โดยเน้นย้ำว่าการบริหารความเสี่ยงถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์เชิงธุรกิจของบริษัทฯ

คณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่ในการดำเนินการทบทวนกรอบนโยบายการบริหารความเสี่ยง และโครงสร้างการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะทางในการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องต่อทิศทางกลยุทธ์การดำเนินงานและแผนธุรกิจ พร้อมกำกับดูแลติดตาม และสอบทานการรายงานการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป รายละเอียดของการประเมินความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ แสดงไว้ในรายงานประจำปีในหัวข้อ “ปัจจัยความเสี่ยง”

3. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพภายใต้ความเสี่ยงที่สามารถยอมรับได้ เหมาะสมกับธุรกิจและการปฏิบัติงานของพนักงานในแต่ละฝ่าย การควบคุมภายในถูกกำหนดให้มีการปฏิบัติผ่านข้อกำหนด นโยบายและวิธีการปฏิบัติงานของบริษัทฯ และได้มีการสอบทานและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ การทำรายการธุรกรรมระหว่างบริษัทฯ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน รวมทั้งข้อตกลงต่าง ๆ ทางการค้าได้มีการควบคุมดูแลอย่างระมัดระวังและรอบคอบ และเป็นไปตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและหน่วยงานกำกับดูแลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้พนักงานให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามระบบการควบคุมภายในที่วางไว้ รวมทั้งกฎหมาย ข้อบังคับและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นรวมทั้งความเสี่ยงจากการทุจริตและการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายต่าง ๆ

4. ข้อมูลและการติดต่อสื่อสาร (Information & Communication)

ระบบสารสนเทศได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับความถูกต้อง เชื่อถือได้และทันต่อเวลาของข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงการสื่อสารข้อมูล เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบการตัดสินใจได้ทันเวลา ตลอดจนมีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการกำหนดแผนสำรองฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ สำหรับป้องกันในเรื่องความปลอดภัยของระบบสารสนเทศขณะที่มีอุบัติภัยร้ายแรงจนระบบไม่สามารถปฏิบัติงานได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีระบบการจับเก็บข้อมูลที่สามารถตรวจสอบความถูกต้องย้อนหลังได้ และระบบข้อมูลที่สามารถวิเคราะห์หรือบ่งชี้จุดที่อาจเกิดความเสี่ยงซึ่งทำการประเมินและจัดการความเสี่ยงพร้อมทั้งบันทึกหรือรายงานผลไว้อย่างครบถ้วน โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ในการจัดเก็บข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ตามประกาศกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร บริษัทฯ ได้ลงทุนเพื่อสร้างระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพทั้งจากภายในและภายนอกบริษัทฯ และจัดให้มีการสื่อสารภายในองค์กรผ่านช่องทางหลายช่องทาง มีการจัดส่งเอกสารซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจสำหรับการประชุมผู้ถือหุ้นและการประชุมคณะกรรมการแก่ผู้ถือหุ้น และคณะกรรมการบริษัทล่วงหน้าก่อนการประชุมในระยะเวลาที่เหมาะสม

5. การติดตามผล (Monitoring)

จากระบบข้อมูลในปัจจุบันที่สามารถให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้และทันต่อเวลา ทำให้ฝ่ายบริหารและคณะกรรมการบริษัทสามารถควบคุมและติดตามผลการดำเนินงานผ่านรายงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้ได้ ในขณะเดียวกันก็สามารถสอบทานประเมิน และให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงแผนธุรกิจผ่านกระบวนการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพโดยฝ่ายตรวจสอบภายในทำการตรวจสอบการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

ฝ่ายตรวจสอบภายในปฏิบัติงานตามแผนการตรวจสอบ

ที่ได้รับการอนุมัติและติดตามผลจากคณะกรรมการตรวจสอบ แผนการตรวจสอบซึ่งจัดทำขึ้นจากผลการประเมินและวิเคราะห์ ความเสี่ยงของบริษัทฯ รวมถึงลำดับความสำคัญของบริษัทย่อย ในกลุ่มบริษัทฯ กลุ่มธุรกิจหลักและกระบวนการที่เกี่ยวข้อง ผลของการตรวจสอบ การติดตามการปรับปรุงแก้ไขจะนำเสนอ ต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทฯ จนถึงปัจจุบัน ผลการตรวจสอบไม่พบข้อบกพร่องของการควบคุมภายในที่มี สาระสำคัญ อย่างไรก็ตาม ได้มีการเสนอแนะเพื่อปรับปรุงระบบ การควบคุมภายในบางจุดที่ตรวจพบ

คณะกรรมการบริษัทฯ จะทำการสอบทานประสิทธิภาพของ ระบบการควบคุมภายในเป็นประจำอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง โดยคำนึงถึงความเสี่ยงที่มีสาระสำคัญ ประเมินผลกระทบที่อาจ เกิดขึ้น และการบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นๆ โดยใช้แนวทาง แบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในที่จัดทำ โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

ตามกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ ได้ระบุถึงหน้าที่

ของคณะกรรมการตรวจสอบในการประเมินผลการปฏิบัติงาน ของผู้บริหารระดับสูงของฝ่ายตรวจสอบภายในร่วมกับประธาน กรรมการบริหาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางตามประกาศของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเรื่อง “คุณสมบัติและขอบเขต การดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบ พ.ศ. 2558”

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 2/2561 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2561 โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบเข้าร่วมประชุมด้วย คณะกรรมการบริษัทได้ประเมินประสิทธิภาพของระบบการควบคุม ภายในของบริษัทฯ ใน 5 องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น และมีข้อสรุป ว่าบริษัทฯ ได้กำหนดให้มีระบบการควบคุมภายในที่พอเพียง และเหมาะสมโดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีบุคคลากรอย่างเพียงพอที่จะ ดำเนินการตามระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งไม่พบ ข้อบกพร่องในระบบการควบคุมภายในที่สำคัญ

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ซึ่งเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ได้ให้ความเห็นในรายงานการตรวจสอบงบการเงินสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ว่าไม่ตรวจพบข้อบกพร่องในระบบ การควบคุมภายในในด้านการบัญชีและการเงินที่สำคัญ

รายการระหว่างกัน

รายละเอียดบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งและความสัมพันธ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งและ ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ความสัมพันธ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560
1. บริษัท เดอะ โฟร์ทีน จำกัด (“เดอะ โฟร์ทีน”) ผู้แทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ไปยังช่องทางจำหน่ายต่างๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้ขายโดยตรง	<ul style="list-style-type: none"> มีผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 98.0 คือ คุณพรเพ็ญ สรวงเกษม คู่สมรสของคุณนิติโรจน์ มโนลมัย ซึ่งเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นกรรมการและผู้ถือหุ้นในเดอะ โฟร์ทีน
2. บริษัท พี เอ็ม เคมีคัล จำกัด (“พี เอ็ม เคมีคัล”) นำเข้าและจำหน่ายสารเคมี และผลิตและจำหน่ายสีพ่นรถยนต์ และสีทาอาคาร	<ul style="list-style-type: none"> มีผู้ถือหุ้นใหญ่ร่วมกันคือ คุณสรวิฑูรี พรพัฒน์นารักษ์ คุณสรัญญา พรพัฒน์นารักษ์ และ คุณสรานนท์ พรพัฒน์นารักษ์ ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 79.6 ร้อยละ 9.9 และ ร้อยละ 9.9 ตามลำดับ และถือหุ้นใน พี เอ็ม เคมีคัล ร้อยละ 37.5 ร้อยละ 25.0 และ ร้อยละ 17.5 ตามลำดับ มีกรรมการร่วมกัน คือ คุณสรวิฑูรี พรพัฒน์นารักษ์ กรรมการของบริษัทฯ ดำรงตำแหน่งกรรมการใน พี เอ็ม เคมีคัล
3. บริษัท ภัทรลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน) (“ภัทรลิสซิ่ง”) บริการให้เช่ารถยนต์	<ul style="list-style-type: none"> มีกรรมการร่วมกัน คือ คุณนवलพรรณ ลำซ้ำ กรรมการของบริษัทฯ ดำรงตำแหน่งกรรมการในภัทรลิสซิ่ง
4. คุณสรวิฑูรี พรพัฒน์นารักษ์ (“คุณสรวิฑูรี”)	<ul style="list-style-type: none"> คุณสรวิฑูรีฯ เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ ร้อยละ 56.7 รองประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธานคณะกรรมการบริหาร และกรรมการบริหารความเสี่ยง
5. Riya Home (Holding) Limited (“Riya Home”) ผู้แทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในประเทศจีน	<ul style="list-style-type: none"> เป็นบริษัทฯ ที่เคยมีความขัดแย้งกับบริษัทฯ กล่าวคือ คุณสรวิฑูรี พรพัฒน์นารักษ์ และคุณนิติโรจน์ มโนลมัยเคยถือหุ้นใน Riya Home ในสัดส่วนร้อยละ 46.2 และร้อยละ 13.8 ตามลำดับ <p>อย่างไรก็ดี เนื่องจากการทำการตลาดในประเทศจีนมีความท้าทาย ซึ่งต้องการความทุ่มเท และความเข้าใจอย่างมาก ดังนั้น เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำการตลาดให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้ประสบความสำเร็จ</p> <p>ณ วันที่ 27 มกราคม 2559 คุณสรวิฑูรี พรพัฒน์นารักษ์ และคุณนิติโรจน์ มโนลมัย จึงตกลงขายหุ้นของ Riya Home ทั้งหมดที่ถืออยู่ให้แก่ผู้ถือหุ้นในส่วนที่เหลือของ Riya Home ซึ่งไม่ใช่บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกับบริษัทฯ เพื่อให้ประกอบธุรกิจต่อส่งผลให้ตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม 2559 เป็นต้นมา Riya Home ไม่ใช่บุคคลที่มีความขัดแย้งกับบริษัทฯ</p>

1. รายละเอียดรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560

1.1 รายละเอียดรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 และจะยังคงมีต่อเนื่องในอนาคต

บุคคลที่อาจ มีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็น และความสมเหตุสมผล ของรายการ
		สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
1.บริษัท เดอะ โฟร์ทีน จำกัด	<p>ขายสินค้า</p> <p>เดอะ โฟร์ทีน เป็นหนึ่งในผู้แทนจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ไปยังช่องทางจำหน่ายต่างๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้ขายโดยตรง โดย นามู โลฟท์ พลัส บริษัทย่อยของบริษัทฯ ขายสินค้าให้เดอะ โฟร์ทีนในลักษณะขายขาด ในราคาขายสุทธิภายหลังหักค่าตอบแทนในการกระจายสินค้า โดยนามู โลฟท์ พลัส เป็นผู้กำหนดราคาขายและกลยุทธ์ทางการตลาดที่เดอะ โฟร์ทีนขายให้แก่ลูกค้า ซึ่งนามู โลฟท์ พลัส จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายที่เกิดขึ้นตามจริง โดยราคาขายและค่าตอบแทนในการจำหน่ายสินค้าที่จ่ายให้แก่เดอะ โฟร์ทีน เป็นไปตามสัญญา และมีอัตราและเงื่อนไขทางการค้าที่สามารถเทียบเคียงได้กับที่ นามู โลฟท์ พลัส ให้แก่ผู้แทนจำหน่ายสินค้ารายอื่น ทั้งนี้ เดอะ โฟร์ทีนจะได้รับส่วนลดล่วงหน้าในอัตราที่ตกลงกันกับบริษัทฯ เพื่อครอบคลุมค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งทุกๆ สิ้นเดือนส่วนลดล่วงหน้าดังกล่าว จะถูกหักกลับกับค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริง (1) ในกรณีที่ เดอะ โฟร์ทีน มีค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงสูงกว่าส่วนลดล่วงหน้า บริษัทฯ จะจ่ายเงินส่วนต่างให้ เดอะ โฟร์ทีน หรือ (2) ในกรณีที่ เดอะ โฟร์ทีน มีค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงต่ำกว่าส่วนลดล่วงหน้า บริษัทฯ จะเรียกเก็บเงินเพิ่มเติมจาก เดอะ โฟร์ทีน</p>			<p>เดอะ โฟร์ทีน เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้ารายใหญ่ที่มีส่วนสำคัญคิดเป็นประมาณร้อยละ 38.3 และร้อยละ 18.5 ของรายได้รวมก่อนหักส่วนลด ในการกระจายสินค้าให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในปี 2559 และ 2560 ตามลำดับ ซึ่งราคาซื้อขายระหว่างกัน เป็นไปตามราคามาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนดไว้อย่างชัดเจน เพื่อขายให้กับผู้แทนจำหน่ายสินค้าทุกราย โดยเดอะ โฟร์ทีน ต้องขายต่อตามราคาที่บริษัทฯ กำหนด นอกจากนี้ ค่าตอบแทนที่ให้แก่ เดอะ โฟร์ทีน ในการจำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัทฯ เป็นไปตามสัญญา และมีอัตรา และเงื่อนไขทางการค้าที่สามารถเทียบเคียงได้กับที่นามู โลฟท์ พลัส ให้แก่ตัวแทนจำหน่ายสินค้ารายอื่น</p> <p>อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะมีส่วนลดล่วงหน้าให้แก่เดอะ โฟร์ทีน ส่วนลดล่วงหน้าดังกล่าวนั้นก็เพื่อให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งได้แก่ส่วนลดในการขายสินค้าของผู้แทนจำหน่าย การทำการตลาดเพื่อการค้าตามที่ได้รับความคิดเห็นชอบและเงินจูงใจของผู้แทนจำหน่ายตามผลสำเร็จของยอดขาย (KPI) เป็นต้น ซึ่งบริษัทฯ มีการชำระค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงแก่ผู้จัดจำหน่ายรายอื่นเช่นเดียวกัน โดยเดอะ โฟร์ทีน ต้องส่งใบแจ้งรายการขายและยอดค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงให้แก่บริษัทฯ เป็นรายเดือน ซึ่งค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงจะถูกหักกลับกับส่วนลดล่วงหน้าดังกล่าวซึ่ง</p>

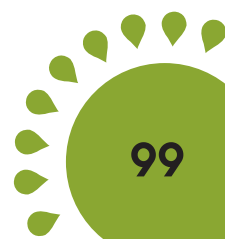
บุคคลที่อาจ มีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็น และความสมเหตุผล ของรายการ
		สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
	<ul style="list-style-type: none"> - รายได้จากการขายสินค้าสุทธิ - ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย - ลูกหนี้การค้า - ค่าใช้จ่ายค้างจ่ายสำหรับ ค่าตอบแทนในการจำหน่ายสินค้า	494.9 43.3 37.1 3.1	317.8 21.9 50.1 4.8	<p>(1) ในกรณีที่ เดอะ ฟอร์ทิน มีค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงสูงกว่าส่วนลดล่วงหน้า บริษัทฯ จะจ่ายเงินส่วนต่างให้ เดอะ ฟอร์ทิน หรือ</p> <p>(2) ในกรณีที่ เดอะ ฟอร์ทิน มีค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงต่ำกว่าส่วนลดล่วงหน้า ทำให้ เมื่อถึงเวลาที่ต้องจ่ายชำระเงินจริง เดอะ ฟอร์ทิน ก็จะต้องจ่ายเงินในอัตราที่สามารถเทียบเคียงได้กับผู้แทนจำหน่ายรายอื่น ดังนั้น รายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุผล</p> <p>อย่างไรก็ดี เพื่อให้บริษัทฯ สามารถตรวจสอบความถูกต้องของยอดขายและสินค้าคงเหลือของเดอะ ฟอร์ทิน ณ วันที่ 9 เมษายน 2560 นามู โลฟ พัลส์ และเดอะ ฟอร์ทิน ได้เข้าทำบันทึกข้อตกลงเพื่อการตรวจสอบยอดสินค้าคงเหลือและยอดขาย นอกจากนี้ เพื่อลดสัดส่วนการกระจายสินค้าของบริษัทฯ ผ่านเดอะ ฟอร์ทิน ในอนาคต บริษัทฯ มีแผนที่จะให้ตัวแทนจำหน่ายสินค้ารายอื่นเข้ามาเป็นผู้กระจายสินค้าให้บริษัทฯ ในบางส่วนของอาณาเขตปัจจุบันที่เดอะ ฟอร์ทิน เป็นผู้รับผิดชอบ และ/หรือมีแผนที่จะขายตรงไปยังลูกค้าบางส่วนของอาณาเขตปัจจุบัน ของ เดอะ ฟอร์ทิน เอง</p> <p>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</p> <p>รายการดังกล่าวมีความสมเหตุผล เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยเดอะ ฟอร์ทิน เป็นบริษัทฯ ที่มีความสามารถในการกระจายสินค้าของบริษัทฯ ไปยังช่องทางจำหน่ายต่างๆ ทั้งนี้ ราคาที่ซื้อขายระหว่างกัน เป็นไปตามราคามาตรฐานที่</p>

บุคคลที่อาจ มีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็น และความสมเหตุผล ของรายการ
		สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
				<p>นามู โลพี พลาสติก กำหนดไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ค่าตอบแทนที่ให้แก่ เดอะ ไพร์ทั้น ในการจำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัทฯ เป็นไปตามอัตรา และเงื่อนไขทางการค้าที่สามารถเทียบเคียงได้กับที่บริษัทฯ ให้แก่ตัวแทนจำหน่ายสินค้ารายอื่น โดยมีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายตามจริง</p> <p>ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบ และเห็นด้วยกับการทำบันทึกข้อตกลงระหว่าง นามู โลพี พลาสติก และ เดอะ ไพร์ทั้น ซึ่งเป็นการเพิ่มการตรวจสอบความถูกต้องของการขายสินค้าระหว่างบริษัทฯ และ เดอะ ไพร์ทั้น ให้มากขึ้น</p>
2.บริษัท พี เอ็ม เคมีคัล จำกัด	<p>การซื้อวัตถุดิบ และสีทาอาคาร</p> <p>บริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบบางประเภทซึ่งโดยหลักได้แก่ น้ำแรงแชนิดพิเศษ และ สติ๊กเกอร์ป้องกันสินค้าปลอม รวมไปถึงสีทาอาคารสำหรับโรงงานและสำนักงานของบริษัทฯ จาก พี เอ็ม เคมีคัล โดยราคาขายและเงื่อนไขการชำระราคาเป็นราคาต่อหน่วยสินค้า และมีการคิดค่าบริการขนส่งแยกต่างหากตามค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ซื้อวัตถุดิบ และสีทาอาคาร - ค่าบริการขนส่ง - ค่าหนี้การค้า 	<p>16.5</p> <p>0.4</p> <p>0.8</p>	<p>15.9</p> <p>0.1</p> <p>0.0</p>	<p>รายการซื้อวัตถุดิบและสีทาอาคารดังกล่าวเป็นไปเพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ โดยราคาซื้อสินค้าโดยหลักมีราคาที่ต่ำกว่าผู้ขายรายอื่น โดยเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าปกติ รายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุผล</p> <p>อย่างไรก็ดี ณ วันที่ 1 มิถุนายน 2560 บริษัทฯ และ พี เอ็ม เคมีคัล ได้จัดทำบันทึกข้อตกลงเพื่อกำหนดค่าตอบแทนให้แก่ พี เอ็ม เคมีคัล สำหรับการจัดซื้อน้ำแรงแชนิดพิเศษ และ สติ๊กเกอร์ป้องกันสินค้าปลอม ในลักษณะต้นทุนบวกกำไรส่วนเพิ่ม (Cost Plus) ไม่เกินร้อยละ 5 เพื่อให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของพี เอ็ม เคมีคัล และสอดคล้องกับผู้ให้บริการจัดจำหน่ายทั่วไป และหากมีค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าเกิดขึ้น พี เอ็ม เคมีคัล จะคิดค่าใช้จ่ายดังกล่าวต่อบริษัทฯ ตามที่เกิดขึ้นจริง</p>

บุคคลที่อาจ มีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็น และความสมเหตุสมผล ของรายการ
		สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
				<p>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</p> <p>รายการดังกล่าวเกิดขึ้นตามความจำเป็นตามการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทฯ การทำรายการดังกล่าวมีราคาและเงื่อนไขทั่วไปเหมือนกับที่บริษัทฯ ทำรายการกับบุคคลภายนอก</p> <p>ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบและเห็นด้วยกับการทำบันทึกข้อตกลงระหว่างบริษัทฯ และ พี เอ็ม เคมีคัล ซึ่งเป็นการกำหนดราคากับบริษัทฯ ในลักษณะ Cost Plus ซึ่งจะช่วยให้รายการซื้อสินค้าดังกล่าวมีความเหมาะสมมากขึ้น</p>
3.บริษัท ภัทรลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน)	<p>เช่ารถยนต์เพื่อการประกอบธุรกิจ</p> <p>นามู โลฟ พัลส์ มีการทำสัญญาเช่ารถเพื่อเป็นสวัสดิการให้แก่พนักงานขายรายเดือนทั้งหมด 2 สัญญา จำนวน 6 คัน และ 2 คันตามลำดับ และ ราคาเช่าคันละ 12,500 บาทต่อเดือน และ 13,300 บาทต่อเดือนตามลำดับ โดยเริ่มเช่าตั้งแต่เดือนกันยายน 2559 และ มีนาคม 2560 ตามลำดับ และมีระยะเวลาตามสัญญา 4 ปี ทั้ง 2 สัญญา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าเช่า - เจ้าหนี้ค่าเช่า 	0.2 0.1	1.3 0.1	<p>รายการค่าเช่ารถยนต์ดังกล่าวเป็นไปตามนโยบายบริษัทฯ เกี่ยวกับสวัสดิการของพนักงานขาย โดยในการพิจารณาเช่ารถยนต์ดังกล่าว บริษัทฯ ได้มีการคัดเลือกผู้ให้บริการตามนโยบายและหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้บริการของบริษัทฯ โดยภัทรลิสซิ่งเป็นบริษัทให้เช่ารถยนต์ที่เป็นที่ยอมรับในตลาด และมีความน่าเชื่อถือ และค่าเช่าของ ภัทรลิสซิ่ง มีอัตราที่ต่ำกว่าคู่แข่งและเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามปกติธุรกิจ ดังนั้นรายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล</p> <p>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</p> <p>รายการดังกล่าวมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งการเช่ารถยนต์ดังกล่าวเพื่อเป็นสวัสดิการให้แก่พนักงานขายช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มความคล่องตัวในการติดต่อกับลูกค้า อัตราค่าเช่าที่คิดระหว่างกันเป็นอัตราราคาตลาด และเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามปกติธุรกิจ</p>

บุคคลที่อาจ มีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็น และความสมเหตุสมผล ของรายการ
		สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
4.บริษัท เมืองไทย ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	<p>ค่าเบี้ยประกันภัย</p> <p>บริษัทฯ มีการทำสัญญาประกันภัยรถยนต์ จำนวน 3 สัญญา โดยสัญญามีผลตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2560 และมีระยะเวลาตามสัญญา 1</p> <p>- ค่าเบี้ยประกันภัย</p>	- ไม่มี -	0.1	<p>รายการค่าเบี้ยประกันภัยดังกล่าวเป็นไปตามนโยบายบริษัทฯ เกี่ยวกับการสรรหาผู้ให้บริการ โดยการพิจารณาผู้ให้บริการประกันภัย บริษัทฯ ได้มีการคัดเลือกผู้ให้บริการตามนโยบายและหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้บริการของบริษัทฯ โดยบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทประกันภัยชั้นนำ ที่เป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ และค่าเบี้ยประกันภัย มีอัตราที่ต่ำกว่าคู่เทียบ และเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามปกติธุรกิจ ดังนั้นรายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล</p> <p>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</p> <p>รายการดังกล่าวมีความสมเหตุสมผลและเกิดขึ้นตามความจำเป็นตามการดำเนินธุรกิจ และมีความสำคัญเนื่องจากเป็นควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ในขณะที่บริษัทฯ ไม่ได้เสียประโยชน์เนื่องจากมูลค่าค่าเบี้ยประกันภัยเป็นราคาที่เหมาะสมและโดยทั่วไป</p>
5.กรรมการ และผู้บริหาร	<p>ขายสินค้าสวัสดิการพนักงาน</p> <p>บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีนโยบายให้ผู้บริหารและพนักงานสามารถซื้อสินค้าของบริษัทฯ ได้ในราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาดเป็นไปตามนโยบายเรื่องสวัสดิการส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สำหรับผู้บริหาร และพนักงาน โดยมีมาตรฐานและสิทธิจำกัดเป็นรายเดือน แบ่งตามตำแหน่งอย่างชัดเจน</p> <p>- รายได้</p> <p>- ลูกหนี้การค้า</p>	0.7 0.1	1.2 0.0	<p>รายการขายสินค้านี้ดังกล่าวเป็นไปตามนโยบายบริษัทฯ เกี่ยวกับสวัสดิการของพนักงานบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดมาตรฐานและสิทธิจำกัดต่อคนเป็นรายเดือนแบ่งตามตำแหน่งอย่างชัดเจน โดยให้อัตราส่วนลดที่เท่ากันแก่พนักงานทุกราย ทั้งนี้ การให้ส่วนลดแก่กรรมการและผู้บริหารบริษัทฯ ซื้อสินค้านั้น เพื่อให้กรรมการและผู้บริหารนำไปเป็นสินค้าทดลองใช้ให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ การให้ซื้อสินค้าในราคาสวัสดิการยังเป็นการช่วยเพิ่มขวัญกำลังใจ ความผูกพันต่อองค์กร และเป็น</p>

บุคคลที่อาจ มีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็น และความสมเหตุสมผล ของรายการ
		สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
				<p>แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ประกอบกับช่วยเพิ่มความผูกพันและความรู้ความเข้าใจของพนักงานต่อสินค้าของบริษัทฯ</p> <p>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</p> <p>รายการดังกล่าวมีความสมเหตุสมผล เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และมีความสำคัญเนื่องจากกรรมการและผู้บริหารต้องมีการนำสินค้าไปเป็นสินค้าทดลองให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังเป็นการตอบแทนพนักงานในขณะที่บริษัทฯ ไม่ได้เสียประโยชน์เนื่องจากราคาที่ขายเป็นราคาที่สูงกว่าต้นทุนการผลิตสินค้าของบริษัทฯ และจำนวนสินค้าที่ให้อัดต่อเดือนต่อคนมีการกำหนดปริมาณอย่างเหมาะสม</p>



1.2 รายละเอียดรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 และจะไม่เกิดขึ้นในอนาคต

บุคคลที่อาจ มีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็น และความสมเหตุสมผล ของรายการ
		สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
1. คุณสรารุณี พรพัฒนารักษ์	เงินกู้ยืม			บริษัทฯ มีการกู้ยืมเงินจากคุณสรารุณีฯ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ โดยได้มีการทำสัญญาลงนามจากทั้งสองฝ่าย ซึ่งมีการกำหนดเงื่อนไข และดอกเบี้ยอย่างชัดเจนภายหลังระยะเวลาคืนเงินกู้ที่กำหนด ดังนั้น รายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล
	บริษัทฯ (ผู้กู้) กู้ยืมเงินจากคุณสรารุณีฯ (ผู้ให้กู้) ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2553 วงเงิน 100.00 ล้านบาท โดยไม่คิดอัตราดอกเบี้ย และมีกำหนดต้องชำระยอดคงค้างให้เสร็จสิ้นภายในวันที่ 30 มิถุนายน 2559 โดยผู้ให้กู้มีสิทธิเรียกร้องให้ผู้กู้ชำระหนี้ทั้งหมดหรือบางส่วนก่อนกำหนดตามแต่ผู้ให้กู้จะเห็นสมควร และสามารถเรียกเก็บดอกเบี้ย ร้อยละ 1.50 ต่อปี หากผู้กู้ยังไม่ได้ชำระยอดคงค้างภายหลังวันที่ 30 มิถุนายน 2559			ทั้งนี้ ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้จ่ายชำระคืนเงินดังกล่าวให้แก่คุณสรารุณีฯ แล้วทั้งจำนวนเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2559 และคาดว่าบริษัทฯ จะไม่มีรายการดังกล่าวในอนาคต
	อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้จ่ายชำระคืนหนี้ทั้งจำนวนพร้อมดอกเบี้ยเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2559 และคาดว่าบริษัทฯ จะไม่มีรายการดังกล่าวในอนาคต			ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ
	เงินกู้ยืม			รายการดังกล่าวเป็นการกู้ยืม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ โดยมีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าอัตราเงินกู้ที่บริษัทฯ ได้รับจากสถาบันการเงิน และมีเงื่อนไขการชำระเงิน เป็นไปตามการกู้ยืมปกติ ดังนั้น รายการดังกล่าว จึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จ่ายคืนเงินกู้ยืมดังกล่าวให้แก่คุณสรารุณีฯ ทั้งจำนวนแล้ว ส่งผลให้จะไม่มียอดคงค้างลูกหนี้ดังกล่าวในงบการเงินต่อไปในอนาคต
	ดอกเบี้ย			แล้ว อย่างไรก็ดี คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า บริษัทฯ ควรลดการพึ่งพิงหรือรับความช่วยเหลือทางการเงินจากบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ โดยบริหารสภาพคล่องในการดำเนินงานหรือระดมทุนในรูปแบบอื่นๆ ให้เพียงพอต่อความต้องการทางการเงินของบริษัทฯ
	- เงินกู้ยืม — ต้นงวด	68.3	- ไม่มี -	
	- เพิ่มระหว่างปี	-	- ไม่มี -	
	- ลดระหว่างปี	68.3	- ไม่มี -	
	- เงินกู้ยืม — ปลายงวด	-	- ไม่มี -	
	- ดอกเบี้ยจ่าย	0.1	- ไม่มี -	

บุคคลที่อาจ มีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็น และความสมเหตุผลผล ของรายการ
		สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
2.คุณสรวิชัย พรพัฒนารักษ์	<p>คำประกันเงินกู้ยืมและค่าเช่ารถยนต์โดยไม่มีค่าตอบแทน</p> <p>คุณสรวิชัย เป็นผู้ค้ำประกันวงเงินกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ 4 แห่ง และค่าเช่ารถยนต์ตลอดอายุสัญญาเช่า ให้แก่บริษัทฯ เพื่อใช้ในการขยายกิจการ เพื่อใช้ในการดำเนินงานและเพิ่มสภาพคล่องของบริษัทฯ แบบไม่มีค่าตอบแทน โดยวงเงินสินเชื่อที่คุณสรวิชัย เป็นผู้ค้ำประกันอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - วงเงินกู้ยืม - วงเงินค่าเช่ารถยนต์ 	<p>494.0</p> <p>3.6</p>	<p>401.0</p> <p>3.6</p>	<p>บริษัทฯ มีวงเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์ 4 แห่ง เพื่อใช้ในการขยายกิจการ และเพิ่มสภาพคล่องของบริษัทฯ โดยวงเงินกู้ยืมดังกล่าว ค้ำประกันโดยการจดจำนองที่ดินของบริษัทฯ และค้ำประกันโดยคุณสรวิชัย ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดโดยธนาคารพาณิชย์ที่ให้กู้ยืมเงิน และบริษัทฯ ได้มีการชำระเงินกู้บางส่วน และยกเลิกสัญญาค้ำประกัน ในเดือนสิงหาคม 2560</p> <p>สำหรับการค้ำประกันค่าเช่ารถยนต์ตลอดอายุสัญญาเช่า เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดโดยผู้ให้เช่ารถยนต์ ทั้งนี้ บริษัทฯ คาดว่าการฟุ้งเฟ้อหรือรับความช่วยเหลือทางการเงินจะลดน้อยลงหรือไม่เกิดขึ้นอีกภายหลังจากที่บริษัทฯ เสนอขายหุ้นต่อประชาชนและนำหุ้นเข้าจดทะเบียนในครั้งใหม่ของบริษัทฯ แล้วเสร็จ</p> <p>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</p> <p>รายการดังกล่าวเป็นการรับความช่วยเหลือทางการเงินจากการค้ำประกันวงเงินกู้ยืมเพื่อใช้ในการขยายกิจการและเพิ่มสภาพคล่องของบริษัทฯ โดยมิได้จ่ายค่าตอบแทน ซึ่งรายการดังกล่าวมีความจำเป็นและสมเหตุผลและเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ</p> <p>ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า บริษัทฯ ควรลดการฟุ้งเฟ้อหรือรับความช่วยเหลือทางการเงินจากการค้ำประกันส่วนบุคคลโดยกรรมการและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ</p>

บุคคลที่อาจ มีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็น และความสมเหตุผล ของรายการ
		สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
3.บริษัท พี เอ็ม เคมีคัล จำกัด	<p>การเช่าโกดังสินค้า</p> <p>บริษัทฯ เช่าโกดังสินค้าจากพี เอ็ม เคมีคัล จำนวน 1 แห่ง มีพื้นที่ประมาณ 800 ตารางเมตรตั้งอยู่ที่ซอยเสรีไทย 87 ถนนเสรีไทย แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ เพื่อใช้ในการเก็บสินค้าคงเหลือประเภทวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทฯ ในอัตราค่าเช่าประมาณเดือนละ 96,000 บาท หรือคิดเป็นค่าเช่าประมาณเดือนละ 120 บาทต่อตารางเมตร จ่ายชำระเป็นประจำทุกเดือน โดยเริ่มเช่าตั้งแต่เดือน มกราคม 2559 มีกำหนดระยะเวลา 1 ปี</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าเช่า - เงินมัดจำค่าเช่าที่จะได้รับคืน 	1.2	-ไม่มี-	<p>การเช่าโกดังสินค้าจากพี เอ็ม เคมีคัล เพื่อใช้ในการเก็บสินค้าคงเหลือของบริษัทฯ ประเภทวัตถุดิบในการผลิตในอัตราค่าเช่าประมาณเดือนละ 120 บาทต่อตารางเมตร เป็นอัตราค่าเช่าที่เทียบเคียงได้กับค่าเช่าโกดังในบริเวณใกล้เคียง ที่มีอัตราค่าเช่าระหว่าง 100 - 138 บาทต่อตารางเมตร ต่อเดือน และเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าปกติเช่นเดียวกับรายการเช่าทั่วไป โดยบริษัทฯ เลือกพื้นที่ของพี เอ็ม เคมีคัล เนื่องจากสามารถตอบสนองทั้งพื้นที่ใช้สอยไม่ใหญ่เกินความจำเป็นและราคาเช่าต่อตารางเมตรก็เทียบเคียงได้กับพื้นที่เช่าใกล้เคียง และระยะทางก็ไม่ไกลจากบริษัทฯ อย่างไรก็ดี รายการดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นในอนาคต เนื่องจากบริษัทฯ ได้เลิกเช่าโกดังสินค้ากับ พี เอ็ม เคมีคัล จำกัด แล้วตั้งแต่ต้นปี 2560 ภายหลังจากโรงงานแห่งใหม่ของบริษัทฯ ที่โรจนะได้เริ่มเปิดดำเนินการ</p> <p>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</p> <p>รายการดังกล่าวมีความสมเหตุผลเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยที่ทำเลที่ตั้งของพื้นที่เช่าอยู่ใกล้เคียงกับบริษัทฯ ซึ่งมีการสะดวกเหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ อัตราค่าเช่าที่คิดระหว่างกันเป็นอัตราราคาตลาด และเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามธุรกิจเช่าอาคารพาณิชย์ โดยทั่วไป อย่างไรก็ดี รายการดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นในอนาคต เนื่องจากบริษัทฯ ได้เลิกเช่าโกดังสินค้ากับพี เอ็ม เคมีคัล จำกัด แล้วตั้งแต่ต้นปี 2560 ภายหลังจากโรงงานแห่งใหม่ของบริษัทฯ ที่โรจนะได้เริ่มเปิดดำเนินการ</p>

1.3 รายละเอียดรายการระหว่างกันที่กำกับบุคคลที่เคยมีความขัดแย้ง สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560

บุคคลที่อาจ มีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็น และความสมเหตุผลผล ของรายการ
		สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
1. Riya Home (Holding) Limited	<p>ขายสินค้า</p> <p>Riya Home เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัทในต่างประเทศโดยบริษัท ขายสินค้าให้ Riya Home ในลักษณะขายขาดในราคาและเงื่อนไขการค้าที่ตกลงกัน</p> <p>- รายได้จากการขายสินค้าสุทธิ</p>	4.3/ ¹	- ไม่มี -/ ²	<p>Riya Home เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าที่สำคัญของบริษัทฯ ในต่างประเทศ โดยบริษัทฯ ขายสินค้าให้ Riya Home ในลักษณะขายขาดในราคาและเงื่อนไขการค้าที่ตกลงกันและเหมาะสมกับสภาพตลาดและโครงสร้างราคาในตลาดต่างประเทศนั้น ทั้งนี้ ณ วันที่ 27 มกราคม 2559 คุณสรวิชัย พรพัฒนารักษ์ และคุณนิติโรจน์ มโนมัย ได้ขายหุ้น Riya Home ที่ถืออยู่ทั้งหมดให้แก่ผู้ถือหุ้นในส่วนที่เหลือของ Riya Home ซึ่งไม่ใช่บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกับบริษัทฯ ส่งผลให้ตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม 2559 เป็นต้นมา Riya Home ไม่ใช่บุคคลที่มีความขัดแย้งกับบริษัทฯ</p> <p>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</p> <p>รายการดังกล่าวเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยราคาและเงื่อนไขการค้าที่ขายให้แก่ Riya Home เป็นอัตราที่ตกลงกันและเหมาะสมกับสภาพตลาดและโครงสร้างราคาในตลาดต่างประเทศนั้น อย่างไรก็ดี ปัจจุบัน Riya Home ไม่ใช่บุคคลที่มีความขัดแย้งกับบริษัทฯ แล้ว</p>

หมายเหตุ :

/1 มูลค่ารายการระหว่างวันที่ 1-27 มกราคม 2559

/2 ไม่เข้าข่ายรายการระหว่างกัน

2. มาตรการหรือขั้นตอนในการอนุมัติให้เข้าทำรายการระหว่างกัน

ตามมติคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2560 ได้มีการกำหนดมาตรการและขั้นตอนการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันของบริษัทฯ และบริษัทย่อยกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ มีส่วนได้เสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในขนาดเท่ากับบริษัทฯ อาทิ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

ในการทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ และบริษัทย่อย บริษัทฯ จะปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือ คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนการปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการเปิดเผยรายการระหว่างกัน ในหมายเหตุประกอบงบการเงินที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) ด้วย ในการทำรายการดังกล่าวบริษัทฯ จะทำการตรวจสอบและดูแลธุรกรรมที่เกิดขึ้น โดยไม่มีผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ดังกล่าวมีส่วนในการตัดสินใจเกี่ยวกับรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้น

คณะกรรมการบริษัท ได้จัดให้มีขั้นตอนการอนุมัติรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันอยู่ภายใต้กรอบจริยธรรมที่ดี โดยผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการตรวจสอบโดยคำนึงถึงประโยชน์ของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นเป็นหลัก และดูแลให้การปฏิบัติเป็นไปตามเกณฑ์ของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลการทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันต่อสาธารณชน ให้มีความถูกต้องและครบถ้วน

ในกรณีที่เป็นการรายการธุรกิจปกติหรือรายการสนับสนุนธุรกิจปกติของบริษัทฯ และเป็นรายการที่อาจเกิดขึ้นต่อเนื่องในอนาคต บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดกรอบของรายการดังกล่าวซึ่งจะต้องมีข้อตกลงทางการค้าในลักษณะเดียวกับที่วิญญูชนจะพึงกระทำกับคู่สัญญาทั่วไปในสถานการณ์เดียวกัน ด้วยอำนาจต่อรอง

ทางการค้าที่ปราศจากอิทธิพลในการที่ตนมีสถานะเป็นกรรมการ ผู้บริหาร หรือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง และไม่ก่อให้เกิดการถ่ายเทผลประโยชน์ และ/หรือ สามารถแสดงให้เห็นได้ว่าการทำรายการดังกล่าวมีการกำหนดราคาหรือเงื่อนไขที่สมเหตุสมผลหรือเป็นธรรม และหากคณะกรรมการบริษัทฯ มีมติอนุมัติกรอบการทำรายการข้างต้นเป็นหลักการทั่วไป ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ ย่อมสามารถดำเนินการทำรายการที่มีลักษณะเป็นไปตามกรอบที่กำหนดไว้ไปได้ในทันทีโดยไม่ต้องนำรายการดังกล่าวเสนอขออนุมัติจากคณะกรรมการอีกครั้ง และบริษัทฯ จะจัดทำรายงานสรุปการทำธุรกรรมรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อรายงานในที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ และการประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ในทุกไตรมาส เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

หากมีการเข้าทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันที่เป็นธุรกรรมอื่น บริษัทฯ จะต้องเสนอให้คณะกรรมการตรวจสอบให้ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของราคา รวมถึงความสมเหตุสมผลของรายการนั้นๆ ในกรณีที่คณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความชำนาญในการพิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกันที่เกิดขึ้น บริษัทฯ จะจัดให้มีบุคคลที่มีความรู้ ความชำนาญพิเศษ เช่น ผู้สอบบัญชีหรือผู้ประเมินราคาทรัพย์สินที่มีความเป็นอิสระเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกันดังกล่าว เพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการบริษัทฯ หรือผู้ถือหุ้น แล้วแต่กรณี โดยที่ผู้ที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือมีส่วนได้ส่วนเสียในการทำรายการจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการพิจารณาอนุมัติการทำรายการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีความมั่นใจว่า การเข้าทำรายการดังกล่าวจะไม่เป็นการโยกย้าย หรือถ่ายเทผลประโยชน์ของบริษัทฯ แต่เป็นการทำรายการที่ได้คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นทุกรายเป็นอย่างสำคัญ

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะเปิดเผยรายการระหว่างกันไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ รายงานประจำปี และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีของบริษัทฯ (แบบ 56-1)

3. นโยบายเกี่ยวกับการเข้าทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันในอนาคต

ในกรณีที่มีการเข้าทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันในอนาคต บริษัทฯ จะปฏิบัติให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ การเข้าทำรายการดังกล่าวจะไม่เป็นการโยกย้าย หรือถ่ายเทผลประโยชน์ของบริษัทฯ แต่เป็นการทำรายการที่ได้คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นทุกรายเป็นอย่างสำคัญ

ในกรณีที่เป็นการรายการธุรกิจปกติหรือรายการสนับสนุนธุรกิจปกติ และเป็นรายการที่เกิดขึ้นต่อเนื่องในอนาคต บริษัทฯ จะกำหนดหลักเกณฑ์ และแนวทางในการปฏิบัติให้เป็นไปตามลักษณะการค้าโดยทั่วไป โดยอ้างอิงกับราคาและเงื่อนไขที่เหมาะสมและยุติธรรม สมเหตุสมผล สามารถตรวจสอบได้ และนำเสนอให้คณะกรรมการตรวจสอบให้ความเห็นและคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้พิจารณาอนุมัติกรอบการทำรายการดังกล่าว

นอกจากนี้ หากมีการทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันหรือมีการเปลี่ยนแปลงข้อตกลงและเงื่อนไขเกี่ยวกับธุรกรรมระหว่างกันกับผู้ถือหุ้นใหญ่ กรรมการ ผู้บริหาร หรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งหรือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ กรรมการที่มีส่วนได้เสียจะไม่เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการในวาระที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาการเข้าทำธุรกรรมดังกล่าว

4. แนวโน้มการทำรายการระหว่างกันในอนาคต

บริษัทฯ คาดว่ารายการค้าทั่วไปหรือสนับสนุนธุรกิจปกติของบริษัทฯ เช่น การขายสินค้า การซื้อวัตถุดิบ การเช่ารถยนต์ และการขายสินค้าสวัสดิการพนักงาน เป็นต้น จะยังคงเกิดขึ้นในอนาคต โดยบริษัทฯ จะดำเนินการให้ราคาและเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามเงื่อนไขการค้าปกติ

สำหรับรายการขายสินค้าแก่ เดอะ ฟอร์ทิน นามู โลฟ พัลส์ และเดอะ ฟอร์ทิน ได้เข้าทำบันทึกข้อตกลงเพื่อการตรวจยอดสินค้าคงเหลือและยอดขาย เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2560 ซึ่งตกลงให้นามู โลฟ พัลส์ หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากนามู โลฟ พัลส์ ดำเนินการเข้าตรวจสอบยอดสินค้าคงเหลือ โดยวิธีการสุ่มตรวจสอบและนับสินค้าคงเหลือ ณ คลังสินค้าของเดอะ ฟอร์ทิน ตลอดจนตรวจสอบกระบวนการบันทึกรายได้และยอดขายซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงใบแจ้งหนี้ เงินสดรับ ยอดขาย ฯลฯ โดยสามารถดำเนินการเข้าตรวจสอบ จำนวนไม่เกิน 2 ครั้ง ภายในรอบระยะเวลาบัญชีของทุกปี โดยแจ้งเป็นหนังสือให้เดอะ ฟอร์ทิน ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วัน ก่อนการเข้าตรวจสอบดังกล่าว เพื่อให้บริษัทฯ สามารถตรวจสอบธุรกรรมการขาย และผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในเชิงเศรษฐกิจของเดอะ ฟอร์ทิน เพิ่มเติมจากรายงานสรุปยอดประจำเดือนและเอกสารประกอบที่ได้รับจากเดอะ ฟอร์ทิน

สำหรับรายการซื้อ น้ำแร่ชนิดพิเศษ และสติ๊กเกอร์ป้องกันสินค้าปลอมจาก พี เอ็ม เคมิคัล ณ วันที่ 1 มิถุนายน 2560 บริษัทฯ และ พี เอ็ม เคมิคัล ได้เข้าทำบันทึกข้อตกลงเพื่อกำหนดค่าตอบแทนให้แก่ พี เอ็ม เคมิคัล สำหรับการจัดซื้อน้ำแร่ชนิดพิเศษ และสติ๊กเกอร์ป้องกันสินค้าปลอมในลักษณะต้นทุนบวกกำไรส่วนเพิ่ม (Cost Plus) ไม่เกินร้อยละ 5 เพื่อให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของพี เอ็ม เคมิคัล และสอดคล้องกับผู้ให้บริการจัดจำหน่ายทั่วไป และหากมีค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าเกิดขึ้นพี เอ็ม เคมิคัล จะคิดค่าใช้จ่ายดังกล่าวต่อบริษัทฯ ตามที่เกิดขึ้นจริง

นอกจากนี้ สำหรับรายการเข้าพื้นที่ การกู้ยืมเงิน และการค้าประกันจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทฯ คาดว่ารายการดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นต่อไปในอนาคต





FINANCE

การวิเคราะห์ ผลการดำเนินงาน

ที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น เป็นผลมาจากแผนการตลาดของบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพ และการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุม โดยหลังจากการระดมทุนจากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) บริษัทฯ มีโครงการในอนาคต อาทิ การขยายโรงงานเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต และการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ ส่งผลให้ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของ บริษัทฯ เติบโตและมีความมั่นคงมากขึ้น

รายได้จากการขาย

ตารางต่อไปนี้ แสดงโครงสร้างรายได้จากการขายสินค้าของ บริษัทฯ ในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ย่อยของ บริษัทฯ รวมถึงแบ่งเป็นรายได้จากการขายภายในประเทศและต่างประเทศ สำหรับปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 , 2559 และ 2560

สายผลิตภัณฑ์ /กลุ่มธุรกิจ	งบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายรวม						
1. รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ						
1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	860.5	90.0	1,072.7	86.5	1,327.3	78.8
2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย	56.3	5.9	36.4	2.9	60.0	3.6
3) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า	37.4	3.9	48.7	3.9	71.9	4.3
4) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย	-	-	9.8	0.8	134.4	8.0
5) ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดดคุณภาพสูง	27.9	2.9	58.9	4.7	65.1	3.9
6) ชุดของขวัญ	22.6	2.4	63.4	5.1	54.2	3.2
7) ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม/ ¹	7.1	0.7	0.7	0.1	-	-
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ รวม	1,011.8	105.8	1,290.6	104.0	1,712.9	101.7
หัก ส่วนลด	(77.2)	(8.1)	(55.6)	(4.5)	(38.7)	(2.3)
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ — สุทธิ	934.6	97.7	1,235.0	99.5	1,674.2	99.4
2. รายได้จากการรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่น (OEM)	2.5	0.2	1.9	0.2	0.3	0.0
3. รายได้จากการขายอื่น	18.0	1.9	-	-	-	-
รายได้จากการขายรวม	955.1	99.8	1,236.9	99.7	1,674.5	99.4
รายได้อื่น/ ²	1.6	0.2	3.3	0.3	9.8	0.6
รวม	956.7	100.0	1,240.2	100.0	1,684.3	100.0

หมายเหตุ: /1 บริษัทฯ ได้เลิกจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมตั้งแต่ต้นปี 2559

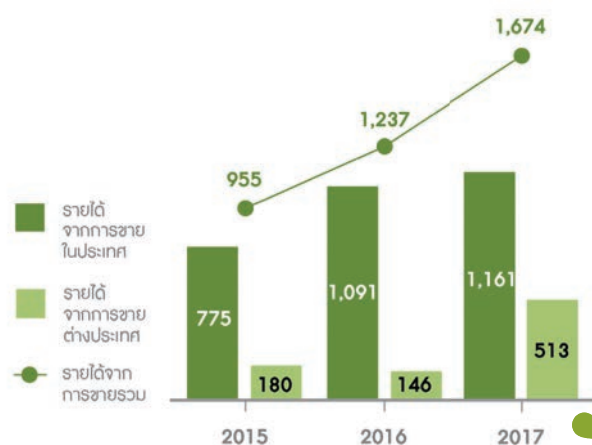
/2 รายได้อื่นโดยหลักได้แก่ ดอกเบี้ยรับ และรายได้จากการให้บริการ

สายผลิตภัณฑ์ /กลุ่มธุรกิจ	งบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายรวม						
1. รายได้จากการขายภายในประเทศรวม	775.1	78.9	1,090.7	87.9	1,161.7	69.0
2. รายได้จากการขายต่างประเทศรวม	180.0	18.8	146.2	11.8	512.8	30.4
รายได้จากการขายรวม	955.1	99.8	1,236.9	99.7	1,674.5	99.4
รายได้อื่น/ ¹	1.6	0.2	3.3	0.3	9.8	0.6
รวม	956.7	100.0	1,240.2	100.0	1,684.3	100.0

หมายเหตุ: /1 รายได้อื่นโดยหลักได้แก่ดอกเบี้ยรับ และรายได้จากการให้บริการ

รายได้จากการขายของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจาก 1,236.9 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 1,674.5 ล้านบาทในปี 2560 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 35.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เดิมที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่เริ่มจำหน่ายระหว่างปี 2559 ที่เริ่มรับรู้รายได้เต็มปีในปี 2560 ทำให้บริษัทฯ มีรายได้ก่อนหักส่วนลดการค้าเพิ่มขึ้นอีก 251.4 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์ใหม่ในปี 2560 ซึ่งสร้างรายได้ก่อนหักส่วนลดการค้าเพิ่มขึ้น 271.9 ล้านบาท โดยผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมากที่สุดยังเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ที่มียอดขายรวมเพิ่มขึ้น 254.6 ล้านบาท โดยมาจากปริมาณขายเป็นหลัก ประกอบกับการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ซึ่งราคาเฉลี่ยต่อหน่วยของสินค้าแต่ละประเภทมิได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ หากพิจารณารายได้จากการขายในประเทศและต่างประเทศ จะพบว่ารายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้นจาก 146.2 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 512.8 ล้านบาท ในปี 2560 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 250.7 จากการขยายช่องทางจัดจำหน่าย ของตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีน รวมถึงการออกสินค้าเพื่อขายในประเทศจีนเป็นการเฉพาะเจาะจง (Exclusive) จึงทำให้ลูกค้าชาวจีนซึ่งนิยมซื้อสินค้าของบริษัทฯ สามารถซื้อสินค้าของบริษัทฯ ได้สะดวกมากขึ้นในประเทศจีน ในขณะที่บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้นจาก 1,090.7 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 1,161.7 ล้านบาท ในปี 2560 โดยยอดขายในประเทศที่เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 6.5 โดยหลักเป็นผลจากปริมาณขายที่เพิ่มมากขึ้น และการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในปี 2560

รายได้จากการขายสินค้า
(ล้านบาท)



ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายของบริษัทฯ ประกอบด้วยวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ เงินเดือนและค่าจ้างของพนักงานฝ่ายผลิต ค่าเสื่อมราคาอาคารโรงงานและเครื่องจักรในการผลิต ค่าพาหนะขนส่งและเดินทาง และต้นทุนขายอื่น โดยต้นทุนขายเพิ่มขึ้นจาก 374.8 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 534.9 ล้านบาท ในปี 2560 เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่สูงขึ้น ตามการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นของบริษัทฯ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 862.1 ล้านบาท และ 1,139.6 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 69.7 และร้อยละ 68.1 ตามลำดับ โดยอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ลดลงเล็กน้อยเนื่องจากบริษัทฯ มีสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำเพิ่มขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอยู่ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง และมีการให้โปรโมชั่นส่วนลดเพื่อแนะนำสินค้าที่เริ่มทำการตลาดเต็มรูปแบบใน ปี 2560

ต้นทุนขาย	งบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์	317.7	91.4	343.8	91.7	459.0	85.8
เงินเดือนและค่าจ้าง	17.5	5.1	15.9	4.2	51.3	9.6
ค่าเสื่อมราคาของโรงงานและเครื่องจักร	2.8	0.8	9.3	2.5	15.4	2.9
ค่าพาหนะขนส่งและเดินทาง	6.0	1.7	0.9	0.3	1.6	0.3
ต้นทุนขายอื่น	3.5	1.0	4.9	1.3	7.6	1.4
รวมต้นทุนขาย	347.5	100.0	374.8	100.0	534.9	100.0
อัตราส่วนต้นทุนขายต่อรายได้จากการขายรวม		36.4		30.3		31.9
อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)		63.6		69.7		68.1

ค่าใช้จ่ายในการขาย

ค่าใช้จ่ายในการขาย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย ค่าใช้จ่ายในการขนส่งเพิ่มขึ้นจาก 354.5 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 580.9 ล้านบาทในปี 2560 ในขณะที่อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขาย ต่อรายได้จากการขายรวมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 28.7 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 34.7 ในปี 2560 ซึ่งค่าใช้จ่ายในการขายดังกล่าวเพิ่มขึ้นเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขายที่เพิ่มขึ้นจากการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่รู้จักเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ อยู่แล้วแต่ยังไม่เคยซื้อสินค้าของบริษัทฯ รวมถึงการเปิดตัวและทำโฆษณาสินค้าใหม่ที่เริ่มจำหน่ายภายในปี 2560 ซึ่งบริษัทฯ มีสินค้าออกใหม่จำนวนมากในช่วงเวลาเดียวกัน ของปีก่อนหน้าโดย บริษัทฯ มีสินค้าเพิ่มขึ้นจาก 19 SKU ในปี 2559 เป็น 35 SKU ในปี 2560 นอกจากนี้ บริษัทฯ มีค่าใช้จ่าย ในการวิจัยและพัฒนาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าใช้จ่ายในการวิจัยตลาด เพื่อให้สามารถเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค และสามารถทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพผ่านช่องทางการสื่อสารทางการต่างๆ ที่เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้

ค่าใช้จ่ายในการขาย	งบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขาย	283.9	85.8	310.7	87.6	510.8	87.9
ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย	9.5	2.9	24.4	6.9	35.0	6.0
ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง	30.4	9.2	7.2	2.0	14.0	2.4
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ ¹	7.1	2.1	12.2	3.5	21.1	3.7
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย	330.9	100.0	354.5	100.0	580.9	100.0
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขาย ต่อรายได้จากการขายรวม	34.6		28.7		34.7	

หมายเหตุ: /1 ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ โดยหลักได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการวิจัยการตลาด และค่าเช่าพื้นที่สาขาร้านค้าของบริษัทฯ เป็นต้น

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารหลักประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายพนักงานในสำนักงานใหญ่ และสำนักงานของโรงงานโรจนะ โดยบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจาก 87.1 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 143.4 ล้านบาทในปี 2560 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.0 และร้อยละ 8.5 ของรายได้รวม ในปี 2559 และ 2560 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นโดยหลักมาจากค่าใช้จ่ายพนักงานในสำนักงานที่เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับปริมาณงานและหน่วยงานที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องตามยอดขายที่เติบโต

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	งบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายพนักงานในสำนักงาน	15.5	51.1	46.6	53.5	83.7	58.4
ค่าใช้จ่ายสำนักงานและเบ็ดเตล็ด	3.3	10.9	13.4	15.4	21.4	14.9
ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินและค่าตัดจำหน่าย	3.6	12.0	7.9	9.1	10.9	7.6
ภาษีและค่าบริการอื่นๆ	3.6	11.8	11.3	12.9	15.9	11.1
ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ ¹	4.3	14.2	7.9	9.1	11.5	8.0
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร	30.3	100.0	87.1	100.0	143.4	100
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม	3.2		7.0		8.5	

หมายเหตุ: /1 ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ โดยหลักได้แก่ค่าตัดจำหน่ายสินค้าเสื่อมสภาพ ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์และค่าเผื่อและค่าตัดจำหน่ายหนี้สงสัยจะสูญ

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ในปี 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายทางการเงินเท่ากับ 5.8 ล้านบาท และ 11.9 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 0.5 และร้อยละ 0.7 ของรายได้รวมตามลำดับ โดยการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายทางการเงิน เป็นผลจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาวที่เพิ่มขึ้นเพื่อใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงการปรับปรุงโรงงาน การซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักรใหม่เพื่อรองรับการขยายกำลังการผลิต

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้

ในปี 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ลดลงจาก 82.8 ล้านบาท เป็น 62.1 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตราภาษีเงินได้ต่อกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ เท่ากับร้อยละ 19.8 และร้อยละ 15.0 ตามลำดับ เป็นผลเนื่องมาจากมีค่าใช้จ่ายในการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนบางส่วนสามารถนำมาเป็นค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ สามารถใช้ประโยชน์จากโครงการสนับสนุนของรัฐบาล ทำให้บริษัทฯ สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายทางภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น

กำไรสุทธิสำหรับปี

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น จาก 335.2 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 351.1 ล้านบาทในปี 2560 และอัตรากำไรสุทธิของบริษัทฯ ลดลงจากร้อยละ 27.0 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 20.8 ในปี 2560 โดยอัตรากำไรสุทธิที่ลดลงมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและส่งเสริมการขาย และค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้น



การวิเคราะห์ ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม เท่ากับ 775.5 ล้านบาท และ 5,460.5 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสินทรัพย์รวมของบริษัทฯ โดยหลักประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้า และลูกหนี้อื่น สินค้าคงเหลือ และที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 สินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้น โดยหลักเป็นผลมาจากรายการเงินสด ที่ได้รับจากการจำหน่ายหุ้นสามัญแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2560 จำนวน 4,028 ล้านบาท

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เท่ากับ 41.5 ล้านบาทและ 4,388.5 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสาเหตุหลักเป็นผลมาจากรายการเงินสดที่ได้รับจากการจำหน่ายหุ้นสามัญแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) โดยการเปลี่ยนแปลงเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานกระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อที่การวิเคราะห์กระแสเงินสด

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นสุทธิจำนวน 196.9 ล้านบาท 429.2 ล้านบาท ตามลำดับ

โดยลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นมีรายละเอียดดังนี้

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	งบการเงินรวม					
	ณ 31 ธันวาคม 2558		ณ 31 ธันวาคม 2559		ณ 31 ธันวาคม 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้การค้า - กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน						
อายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระ						
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	84.8	45.6	37.1	18.8	50.0	11.6
รวมลูกหนี้การค้า - กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	84.8	45.6	37.1	18.8	50.0	11.6
ลูกหนี้การค้า - กิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกัน						
อายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระ						
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	77.3	41.6	95.0	48.2	271.2	63.2
ค้างชำระ						
ไม่เกิน 3 เดือน	21.5	11.6	31.5	16.0	71.7	16.7
3 - 6 เดือน	0.8	0.4	5.2	2.7	28.5	6.6
6 - 12 เดือน	1.9	1.0	2.6	1.3	1.3	0.3
มากกว่า 12 เดือน	0.3	0.2	3.9	2.0	0.1	0.0
รวม	101.8	54.8	138.2	70.2	373.0	86.9
หัก: ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	(2.2)	(1.2)	(2.2)	(1.1)	(0.2)	(0.0)
รวมลูกหนี้การค้า - กิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกัน, สุทธิ	99.6	53.6	136.0	69.1	372.8	86.9
รวมลูกหนี้การค้า - สุทธิ	184.4	99.3	173.1	87.9	422.9	98.5
ลูกหนี้อื่น						
ลูกหนี้อื่น - กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน						
ลูกหนี้อื่น - กิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกัน						
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	1.1	0.6	16.6	8.4	4.4	1.0
รายได้ค้างรับ	0.3	0.2	6.1	3.1	0.8	0.2
ลูกหนี้อื่น	0.0	0.0	1.1	0.6	1.0	0.2
รวมลูกหนี้อื่น	1.4	0.8	23.8	12.1	6.3	1.5
รวมลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น - สุทธิ	185.8	100.0	196.9	100.0	429.2	100.0
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)		45.6		54.2		64.3

บริษัทฯ มีลูกหนี้การค้ารวม (สุทธิ) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 จำนวน 173.1 ล้านบาท และ 422.9 ล้านบาท ตามลำดับ หากพิจารณาลูกหนี้การค้าค้างชำระ จะพบว่า ลูกหนี้การค้าค้างชำระส่วนใหญ่ค้างชำระไม่เกิน 6 เดือน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ มีการบริหารการเก็บเงินจากลูกหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ มีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยเท่ากับ 54.2 วัน และ 64.3 วัน ในปี 2559 และ 2560 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามเครดิตเทอมที่ให้กับลูกค้าตามข้อตกลงทางการค้าซึ่งอยู่ที่ 0 - 90 วัน

ทั้งนี้ บริษัทฯ บันทึกค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญสำหรับผลขาดทุนโดยประมาณที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บเงินจากลูกหนี้ไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไป จะพิจารณาจากประสบการณ์การเก็บเงินและการวิเคราะห์อายุลูกหนี้ และสถานะปัจจุบันของลูกหนี้ดังกล่าว ณ วันสิ้นรอบระยะเวลา รายงาน รวมถึงแนวโน้มที่จะได้รับชำระเงินจากลูกหนี้ โดยบริษัทฯ พิจารณาเป็นรายกรณีไป

สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือของบริษัทฯ ประกอบด้วย สินค้าสำเร็จรูปตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ต่างๆ สินค้าระหว่างผลิต วัตถุดิบ บรรจุกัมมันต์ และวัสดุสิ้นเปลือง โดยตารางดังต่อไปนี้แสดงรายละเอียดสินค้าคงเหลือของบริษัทฯ จำแนกตามประเภทของสินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือ	งบการเงินรวม					
	ณ 31 ธันวาคม 2558		ณ 31 ธันวาคม 2559		ณ 31 ธันวาคม 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สินค้าสำเร็จรูป	30.2	53.1	53.1	20.2	89.8	30.8
สินค้านำระหว่างผลิต	8.6	8.1	9.9	3.7	9.2	3.2
วัตถุดิบ	23.7	22.4	85.5	32.3	60.3	20.7
บรรจุกัมมันต์	45.7	43.2	115.7	43.9	133.1	45.6
วัสดุสิ้นเปลือง	1.2	1.1	4.1	1.5	5.0	1.7
รวม	109.5	103.3	267.8	101.6	297.4	102.0
หัก: ค่าเผื่อนสินค้าเสื่อมสภาพ	(3.5)	(3.3)	(4.1)	(1.6)	(5.7)	(2.0)
สินค้าคงเหลือสุทธิ	106.0	100.0	263.7	100.0	291.7	100.0
ระยะเวลาการขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย (วัน)	29.4		39.1		46.4	

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือสุทธิเท่ากับ 263.7 ล้านบาท และ 291.7 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 34.0 และร้อยละ 5.3 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดยสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่คือสินค้าสำเร็จรูปและบรรจุกัมมันต์ ซึ่งเป็นไปเพื่อรองรับยอดขายและการผลิตที่เพิ่มขึ้น สำหรับระยะเวลาการขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ยของบริษัทฯ จะอยู่ที่ 39.1 วัน ในปี 2559 และ 46.4 วัน ในปี 2560 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามนโยบายการสำรองสินค้าเผื่อขายของบริษัทฯ (Safety Stock) ซึ่งอยู่ที่ 60 วัน นอกจากนี้ บริษัทฯ มีบันทึกสินค้าเสื่อมสภาพเพิ่มขึ้นจาก 4.1 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 เป็น 5.7 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยหลักเกิดจากการด้อยค่าของสินค้านำระหว่างผลิต จากการยกเลิกการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และบางส่วนเกิดจากการด้อยค่าของวัตถุดิบบางชนิด

ทั้งนี้ สินค้าสำเร็จรูปและสินค้าระหว่างผลิตแสดงมูลค่าตามราคาทุน (ตามวิธีเข้าก่อนออกก่อน: FIFO) หรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า ราคาทุนดังกล่าววัดมูลค่าตามวิธีต้นทุนมาตรฐานซึ่งใกล้เคียงกับต้นทุนจริง ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงทางตรง และค่าเสียหายในการผลิต ในขณะที่วัตถุดิบ บรรจุก๊าซ และวัสดุสิ้นเปลืองแสดงมูลค่าตามราคาทุน (ตามวิธีเข้าก่อนออกก่อน: FIFO) หรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า และจะถือเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนการผลิตเมื่อมีการเบิกใช้

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	งบการเงินรวม					
	ณ 31 ธันวาคม 2558		ณ 31 ธันวาคม 2559		ณ 31 ธันวาคม 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ที่ดิน	59.6	42.2	59.6	24.3	59.6	21.4
อาคาร	33.9	24.0	115.9	47.3	124.8	44.8
เครื่องจักรและอุปกรณ์	17.4	12.4	56.9	23.2	74.3	26.7
ยานพาหนะ	8.9	6.3	7.5	3.1	10.7	3.8
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	21.4	15.1	5.2	2.1	9.3	3.3
รวม	141.2	100.0	245.1	100.0	278.6	100.0

ปี 2560 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิมีมูลค่าสุทธิเพิ่มขึ้น 33.5 ล้านบาท โดยหลักเนื่องมาจากการลงทุนในโรงงานแห่งใหม่ ซึ่งประกอบด้วยการลงทุนเพื่อปรับปรุงเป็นโรงงานใหม่ในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ และการซื้อเครื่องจักรใหม่สำหรับใช้ในการผลิต

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายการคำนวณค่าเสื่อมราคาจากราคาทุนของสินทรัพย์ โดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณ ซึ่งมีการคิดอายุของอาคารที่ 5-20 ปี เครื่องจักรและอุปกรณ์ คิดอายุการใช้งานที่ 5-10 ปี และยานพาหนะ คิดอายุการใช้งานที่ 5 ปี

หนี้สินรวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมเท่ากับ 400.5 ล้านบาท และ 674.0 ล้านบาท ตามลำดับ หนี้สินรวมของบริษัทฯ โดยหลักประกอบด้วย เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เจ้าหนี้การค้า และเจ้าหนี้อื่น และเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 หนี้สินรวมของ บริษัทฯ เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าตามการเติบโตของ ผลการดำเนินงาน ของบริษัทฯ

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น จำนวน 170.7 ล้านบาท และ 299.2 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	งบการเงินรวม					
	ณ 31 ธันวาคม 2558		ณ 31 ธันวาคม 2559		ณ 31 ธันวาคม 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
เจ้าหนี้การค้า - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	16.7	13.5	0.8	0.5	0.1	0.0
เจ้าหนี้การค้า - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน	38.0	30.6	110.9	64.9	113.6	38.0
เจ้าหนี้อื่น - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน	32.8	26.4	5.4	3.2	6.0	2.0
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	1.8	1.4	4.6	2.7	4.8	1.6
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน	34.9	28.1	49.0	28.7	174.7	58.4
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	124.2	100.0	170.7	100.0	299.2	100.0
ระยะเวลาการชำระหนี้ (วัน)		55.9		79.9		75.9

ณ สิ้นงวดปี 2560 เจ้าหนี้การค้าของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทฯ ต้องมีการสั่งซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะบรรจภัณฑ์ที่มีการสั่งซื้อจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม จากการสั่งสินค้าที่เพิ่มขึ้นสามารถทำให้บริษัทฯ สามารถเจรจาเงื่อนไขชำระเงินได้ดียิ่งขึ้น โดยเห็นได้จากระยะเวลา ชำระหนี้ของบริษัทฯ ซึ่งขึ้นจาก 55.9 วัน ในปี 2558 เป็น 75.9 วัน ในปี 2560

สำหรับเจ้าหนี้อื่น ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายค้างจ่ายและเจ้าหนี้อื่นๆ มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 59.0 ล้านบาทและ 180.4 ล้านบาท ณ สิ้นงวด ปี 2559 และปี 2560 ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายค้างจ่ายโดยมากเกิดจากรายการค้าส่งเสริมการขายค้างจ่าย



เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเท่ากับ 267.1 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ ปรับปรุงอาคารโรงงาน ซื้อเครื่องจักร และอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

เงินกู้ยืมระยะยาวส่วนที่จัดเป็นหนี้สินหมุนเวียน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีการจัดประเภทเงินกู้ยืมระยะยาวจำนวน 51.5 ล้านบาท เป็นหนี้สินหมุนเวียน เนื่องจากเงินกู้ยืมดังกล่าวติดเงื่อนไขตามสัญญาที่การดำรงสัดส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E) ในงบการเงินแต่ละปีให้ไม่เกิน 1.0 เท่า และบริษัทฯ ได้จ่ายคืนเงินกู้ยืมดังกล่าวแล้วทั้งจำนวนในเดือนสิงหาคม 2560

เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินจำนวน 122.9 ล้านบาท และ 68.2 ล้านบาท ตามลำดับ โดยเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินลดลงโดยหลักมาจากการจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะยาวกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 375.0 ล้านบาท และ 4,786.5 ล้านบาท ตามลำดับ โดยส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีสาเหตุหลักมาจากการจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2560 จำนวน 4,028 ล้านบาท ประกอบกับการเพิ่มของกำไรสะสมตามผลการดำเนินงานของบริษัทฯ



การวิเคราะห์กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท	งบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2558	2559	2560
เงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	83.3	218.8	245.3
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(86.5)	(114.0)	(96.3)
เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	35.4	(137.2)	4,198.0
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	32.2	(32.4)	4,347.0
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	41.7	73.9	41.5
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายปี	73.9	41.5	4,388.5

จากการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมจัดหาเงิน ส่งผลให้ในปี 2558, 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเท่ากับ 73.9 ล้านบาท 41.5 ล้านบาท และ 4,388.5 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงของ กระแสเงินสด ที่สำคัญดังนี้

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน

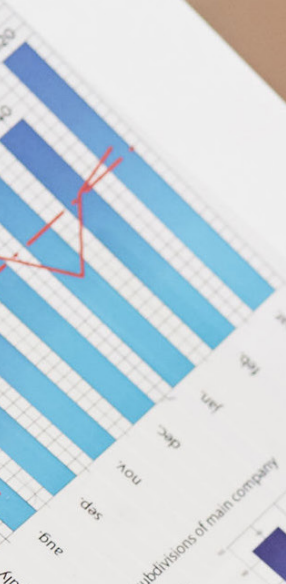
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานสำหรับปี 2559 และ 2560 เท่ากับ 218.8 ล้านบาท และ 245.3 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสาเหตุหลักที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากการลดลงของสินค้าคงเหลือ และการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้า และเจ้าหนี้อื่นสุทธิ

กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน

กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนสำหรับปี 2559 และ 2560 เท่ากับ (114.0) ล้านบาท และ (96.3) ล้านบาท ตามลำดับ โดยในปี 2559 และปี 2560 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนลดลง เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งเกิดจากเงินลงทุนซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ที่ลดลง

กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน

กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินสำหรับปี 2559 และ 2560 เท่ากับ (137.2) ล้านบาท และ 4,197.9 ล้านบาท ตามลำดับ โดยปี 2559 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินโดยหลักจากการประกาศและจ่ายเงินปันผลเป็นจำนวนทั้งหมด 416.8 ล้านบาท การชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินจำนวน 72.6 ล้านบาท และชำระคืนเงินกู้ยืมจากกรรมการจำนวน 68.3 ล้านบาท และเงินสดรับจากการเพิ่มทุนจำนวน 214.6 ล้านบาท เงินสดรับ จากเงินกู้ยืมระยะยาวจำนวน 137.6 ล้านบาท และเงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 72.3 ล้านบาท และในปี 2560 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินโดยหลัก มาจากเงินสดรับจากการเพิ่มทุนจำนวน 4,391.2 ล้านบาท



The given analytical report allows to estimate the current situation both in all company and in its divisions. It will allow to predict more precisely needs and aspects of development of the company in the coming period of positive dynamics of growth.

As a result of investigation of trends to do the break-even sales level, increase income of divisions, costs to transportation, strengthen sales divisions, personnel training.

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงิน	หน่วย	งวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
		2558 ล้านบาท	2559 ล้านบาท	2560 ล้านบาท
อัตราส่วนสภาพคล่อง				
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	1.6	1.5	8.3
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว	เท่า	1.1	0.6	7.8
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด	เท่า	0.4	0.7	0.5
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า	เท่า	7.9	6.6	5.6
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	45.6	54.2	64.3
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ	เท่า	12.2	9.0	7.8
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	วัน	29.4	40.0	46.4
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้	เท่า	6.4	4.5	4.8
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	55.9	79.9	75.9
Cash cycle	วัน	19.1	14.4	34.9

หมายเหตุ : 1/ ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ
โดยไม่ได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

สภาพคล่อง

บริษัทฯ มีสภาพคล่องเพิ่มสูงขึ้นดังจะเห็นได้จากอัตราส่วนสภาพคล่องที่เพิ่มขึ้นจาก 1.5 เท่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 เป็น 8.3 เท่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เช่นเดียวกับอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็วที่เพิ่มขึ้นจากระดับ 0.6 เท่า เป็น 7.8 เท่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 ตามลำดับ สำหรับปี 2560 สภาพคล่องเพิ่มขึ้นจากการที่บริษัทฯ มีเงินสดรับที่เพิ่มขึ้น จำนวน 4,391.2 ล้านบาท

ความสามารถในการชำระหนี้

สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เท่ากับ 1.1 เท่า และ 0.1 เท่า ตามลำดับ และอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย (interest bearing debt) ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 0.5 เท่า และ 0.1 เท่า ตามลำดับ สำหรับอัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ สิ้นปี 2560 ลดลง เนื่องจากส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ได้เพิ่มขึ้นเช่นกันจากการที่บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้ว จาก 225 ล้านบาท เป็น 316 ล้านบาท

หากพิจารณาถึงความสามารถในการชำระดอกเบี้ยของบริษัทฯ ในปี 2559 และ 2560 จะพบว่า ความสามารถในการชำระดอกเบี้ยของบริษัทฯ ลดลง เป็นผลมาจากความสามารถในการทำกำไรลดลง ถึงแม้ยอดขายจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ในปี 2560 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายทางการขายค่อนข้างมาก ส่งผลให้มีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานไม่เพิ่มสูงขึ้นมากนัก ดังจะเห็นได้จากอัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยของบริษัทฯ ที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ จาก 53.8 เท่าในปี 2559 เป็น 27.1 เท่า ในปี 2560

งบการเงิน
ปี 2560

บริษัท ดู เคย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

รายงาน และ งบการเงินรวม

31 ธันวาคม 2560

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอต่อผู้ถือหุ้นของบริษัท ดู เดย์ ครีม จำกัด (มหาชน)

ความเห็น

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินรวมของบริษัท ดู เดย์ ครีม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (กลุ่มบริษัท) ซึ่งประกอบด้วยงบแสดงฐานะการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นรวมและงบกระแสเงินสดรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน และหมายเหตุประกอบงบการเงินรวม รวมถึงหมายเหตุสรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ และได้ตรวจสอบงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท ดู เดย์ ครีม จำกัด (มหาชน) ด้วยเช่นกัน

ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัท ดู เดย์ ครีม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และเฉพาะของบริษัท ดู เดย์ ครีม จำกัด (มหาชน) โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

เกณฑ์ในการแสดงความเห็น

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าได้กล่าวไว้ในวรรค ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินในรายงานของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความเป็นอิสระจากกลุ่มบริษัทตามข้อกำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชีในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงิน และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณอื่นๆตามที่ระบุในข้อกำหนดนั้นด้วย ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบคือเรื่องต่างๆ ที่มีนัยสำคัญที่สุดตามดุลยพินิจของผู้ประกอบวิชาชีพของข้าพเจ้า ในการตรวจสอบงบการเงินสำหรับงวดปัจจุบัน ข้าพเจ้าได้นำเรื่องเหล่านี้มาพิจารณาในบริบทของการตรวจสอบ งบการเงินโดยรวมและในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ทั้งนี้ ข้าพเจ้าไม่ได้แสดงความเห็นแยกต่างหากสำหรับ เรื่องเหล่านี้

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามตามความรับผิดชอบที่ได้กล่าวไว้ในวรรคความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบ งบการเงินในรายงานของข้าพเจ้า ซึ่งได้รวมความรับผิดชอบที่เกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ด้วย การปฏิบัติงานของข้าพเจ้า ได้รวมวิธีการตรวจสอบที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองต่อการประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อ ข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงิน ผลของวิธีการตรวจสอบของข้าพเจ้า ซึ่งได้รวมวิธีการตรวจสอบ สำหรับเรื่องเหล่านี้ด้วย ได้ใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้าต่องบการเงินโดยรวม

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ พร้อมวิธีการตรวจสอบสำหรับแต่ละเรื่องมีดังต่อไปนี้

การรับรู้รายได้จากการขาย

รายได้หลักของบริษัทฯและบริษัทย่อย คือ รายได้จากการขายสินค้าซึ่งคิดเป็นอัตราร้อยละ 99 ของรายได้รวมของ กลุ่มบริษัทฯ และเนื่องจากบริษัทฯและบริษัทย่อยเข้าทำสัญญาและข้อตกลงทางการค้ากับลูกค้าที่มีข้อตกลง ใน การให้ส่วนลดและค่าส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย รวมถึงการให้ส่วนลดพิเศษเพื่อกระตุ้นยอดขาย ใน บางช่วงเวลา ทำให้รายการขาย ส่วนลดและค่าส่งเสริมการตลาดของบริษัทฯและบริษัทย่อยมีเงื่อนไขในการรับรู้ และการแสดงรายการที่แตกต่างกัน ข้าพเจ้าจึงให้ความสำคัญกับการตรวจสอบการรับรู้รายได้จากการขายและการ แสดงรายการส่วนลดและค่าส่งเสริมการตลาด

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบการรับรู้รายได้จากการขายและการแสดงรายการส่วนลดและค่าส่งเสริมการตลาดของบริษัทฯ และบริษัทย่อย โดยการประเมินและทดสอบระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบการควบคุมภายในของ บริษัทฯและบริษัทย่อยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้รายได้จากการขาย โดยการสอบถามผู้รับผิดชอบ ทำความเข้าใจ และ เลือกตัวอย่างมาสุ่มทดสอบการปฏิบัติตามการควบคุมที่บริษัทฯและบริษัทย่อยได้ออกแบบไว้ สุ่มตัวอย่างรายการ ขายเพื่อตรวจสอบการรับรู้รายได้ว่าเป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา และสอดคล้องกับนโยบายการรับรู้ รายได้ของบริษัทฯและบริษัทย่อย และให้ความสำคัญเป็นพิเศษในการทดสอบรายการ การให้ส่วนลดและ ค่าส่งเสริมการตลาดว่าเป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุในสัญญาและข้อตกลงทางการค้า นอกจากนี้ ข้าพเจ้าได้สุ่ม ตรวจสอบเอกสารประกอบรายการขาย ส่วนลดและค่าส่งเสริมการตลาดที่เกิดขึ้นในระหว่างปีและช่วงใกล้สิ้น รอบระยะเวลาบัญชี สอบทานใบลดหนี้ที่ออกภายหลังวันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี และวิเคราะห์เปรียบเทียบบัญชี รายได้จากการขายสินค้า บัญชีส่วนลดและค่าส่งเสริมการตลาด เพื่อวิเคราะห์ความผิดปกติที่อาจเกิดขึ้นและ สุ่มตรวจสอบรายการบัญชีที่สำคัญที่บันทึกผ่านใบสำคัญทั่วไป

ข้อมูลอื่น

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ซึ่งรวมถึงข้อมูลที่รวมอยู่ในรายงานประจำปีของกลุ่มบริษัท (แต่ไม่รวมถึงงบการเงินและรายงานของผู้สอบบัญชีที่แสดงอยู่ในรายงานนั้น) ซึ่งคาดว่าจะถูกจัดเตรียมให้กับข้าพเจ้าภายหลังวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีนี้

ความเห็นของข้าพเจ้าต่องบการเงินไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ข้อสรุปในลักษณะการให้ความเชื่อมั่นในรูปแบบใดๆต่อข้อมูลอื่นนั้น

ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงินคือ การอ่านและพิจารณาว่าข้อมูลอื่นนั้นมีความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับงบการเงินหรือกับความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้าหรือไม่ หรือปรากฏว่าข้อมูลอื่นแสดงขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

เมื่อข้าพเจ้าได้อ่านรายงานประจำปีของกลุ่มบริษัทตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว และหากสรุปได้ว่าการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ข้าพเจ้าจะสื่อสารเรื่องดังกล่าวให้ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลทราบเพื่อให้เกิดการดำเนินการแก้ไขที่เหมาะสมต่อไป

ความรับผิดชอบของผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลต่องบการเงิน

ผู้บริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและนำเสนองบการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ในการจัดทำงบการเงิน ผู้บริหารรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของกลุ่มบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่อง การเปิดเผยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่อเนื่องในกรณีที่มีเรื่องดังกล่าว และการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับกิจการที่ดำเนินงานต่อเนื่องเว้นแต่ผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะเลิกกลุ่มบริษัทหรือหยุดดำเนินงานหรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องอีกต่อไปได้

ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลมีหน้าที่ในการสอดส่องดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของกลุ่มบริษัท

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงิน

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และเสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วย ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลคือความเชื่อมั่นในระดับสูงแต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีจะสามารถตรวจพบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดและถือว่ามีความสำคัญเมื่อคาดการณ์อย่างสมเหตุสมผลได้ว่ารายการที่ขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการหรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินจากการใช้งบการเงินเหล่านี้

ในการตรวจสอบของข้าพเจ้าตามมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าใช้ดุลยพินิจและการสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ด้วย

- ระบุและประเมินความเสี่ยงที่อาจมีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงินไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติงานตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีที่เพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงที่ไม่พบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงที่เกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิดการปลอมแปลงเอกสารหลักฐาน การตั้งใจละเว้นการแสดงข้อมูล การแสดงข้อมูลที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริงหรือการแทรกแซงการควบคุมภายใน
- ทำความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบให้เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของกลุ่มบริษัท
- ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่ผู้บริหารจัดทำ
- สรุปเกี่ยวกับความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับกิจการที่ดำเนินงานต่อเนื่องของผู้บริหาร และสรุปจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของกลุ่มบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ หากข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าจะต้องให้ข้อสังเกตไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้าถึงการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องในงบการเงิน หรือหากเห็นว่าการเปิดเผยดังกล่าวไม่เพียงพอ ข้าพเจ้าจะแสดงความเห็นที่เปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้กลุ่มบริษัทต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่องได้

- ประเมินการนำเสนอ โครงสร้างและเนื้อหาของงบการเงินโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องตลอดจนประเมินว่างบการเงินแสดงรายการและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยถูกต้องตามที่ควรหรือไม่
- รวบรวมเอกสารหลักฐานการสอบบัญชีที่เหมาะสมอย่างเพียงพอเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงินของกิจการหรือของกิจกรรมทางธุรกิจภายในกลุ่มบริษัทเพื่อแสดงความเห็นต่องบการเงินรวม ข้าพเจ้ารับผิดชอบต่อการกำหนดแนวทาง การควบคุมดูแล และการปฏิบัติงานตรวจสอบกลุ่มบริษัท ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวต่อความเห็นของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้สื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียในการกำกับดูแลในเรื่องต่างๆซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามที่ได้วางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญที่พบจากการตรวจสอบรวมถึงข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายในหากข้าพเจ้าได้พบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้ให้คำรับรองแก่ผู้มีส่วนได้เสียในการกำกับดูแลว่าข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอิสระและได้สื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียในการกำกับดูแลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทั้งหมดตลอดจนเรื่องอื่นซึ่งข้าพเจ้าเชื่อว่ามีเหตุผลที่บุคคลภายนอกอาจพิจารณาว่ากระทบต่อความเป็นอิสระของข้าพเจ้าและมาตรการที่ข้าพเจ้าใช้เพื่อป้องกันไม่ให้ข้าพเจ้าขาดความเป็นอิสระ

จากเรื่องทั้งหลายที่สื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียในการกำกับดูแล ข้าพเจ้าได้พิจารณาเรื่องต่าง ๆ ที่มีนัยสำคัญที่สุดในการตรวจสอบงบการเงินในงวดปัจจุบันและกำหนดเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ข้าพเจ้าได้อธิบายเรื่องเหล่านี้ไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชี เว้นแต่กฎหมายหรือข้อบังคับห้ามไม่ให้เปิดเผยเรื่องดังกล่าวต่อสาธารณะ หรือในสถานการณ์ที่ยากที่จะเกิดขึ้น ข้าพเจ้าพิจารณาว่าไม่ควรสื่อสารเรื่องดังกล่าวในรายงานของข้าพเจ้าเพราะการกระทำดังกล่าวสามารถคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผลว่าจะมีผลกระทบในทางลบมากกว่าผลประโยชน์ที่ผู้มีส่วนได้เสียสาธารณะจะได้จากการสื่อสารดังกล่าว

ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบงานสอบบัญชีและการนำเสนอรายงานฉบับนี้

สมใจ คุณปสุต

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 4499

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

กรุงเทพฯ: 26 กุมภาพันธ์ 2561

บริษัท ดู เคย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบแสดงฐานะการเงิน
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

(หน่วย: บาท)					
หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	2560	2559	2560	2559	
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	7	4,388,519,461	41,545,656	4,338,834,068	18,763,187
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	8	429,176,054	196,917,761	400,931,922	103,786,213
สินค้าคงเหลือ	9	291,680,362	263,648,322	271,035,316	249,355,829
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น		13,159,966	10,749,197	11,620,332	9,454,412
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		5,122,535,843	512,860,936	5,022,421,638	381,359,641
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน	7, 10	35,273,000	3,250,708	35,273,000	3,250,708
เงินลงทุนในบริษัทย่อย	11.1	-	-	77,654,885	52,654,960
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	12	278,562,462	245,137,914	277,707,952	244,765,259
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	13	16,499,032	7,708,453	16,424,902	7,697,729
สินทรัพย์ภายใต้การควบคุม	14.1	7,342,583	2,292,040	1,880,805	2,234,534
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น		274,239	4,207,546	246,201	4,207,546
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		337,951,316	262,596,661	409,187,745	314,810,736
รวมสินทรัพย์		5,460,487,159	775,457,597	5,431,609,383	696,170,377

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท ดู เคย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

		(หน่วย: บาท)			
		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
หมายเหตุ		2560	2559	2560	2559
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	15	267,144,776	72,816,170	267,144,776	72,816,170
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	16	299,196,584	170,743,344	297,633,195	156,876,231
เงินกู้ยืมระยะยาวส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	17	18,774,741	27,399,408	18,774,741	27,399,408
เงินกู้ยืมระยะยาวส่วนที่จัดเป็นหนี้สินหมุนเวียน	17	-	51,517,924	-	51,517,924
หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน					
ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	18	1,448,784	1,451,254	1,448,784	1,451,254
ภาษีเงินได้คืนบุคคลค้างจ่าย		20,050,404	27,271,620	19,848,434	15,926,006
หนี้สินหมุนเวียนอื่น		10,585,738	1,974,932	5,443,109	1,267,257
รวมหนี้สินหมุนเวียน		617,201,027	353,174,652	610,293,039	327,254,250
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระ					
ภายในหนึ่งปี	17	49,418,759	44,005,544	49,418,759	44,005,544
หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน					
- สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	18	3,206,358	1,683,352	3,206,358	1,683,352
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	19	4,172,466	1,646,243	3,513,789	1,358,712
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		56,797,583	47,335,139	56,138,906	47,047,608
รวมหนี้สิน		673,998,610	400,509,791	666,431,945	374,301,858

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท ดู เคย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

(หน่วย: บาท)

หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
ส่วนของผู้ถือหุ้น				
ทุนเรือนหุ้น				
ทุนจดทะเบียน	20			
หุ้นสามัญ 318,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท				
(2559: หุ้นสามัญ 2,250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท)				
	318,000,000	225,000,000	318,000,000	225,000,000
ทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว				
หุ้นสามัญ 316,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท				
(2559: หุ้นสามัญ 2,250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท)	20	316,000,000	225,000,000	316,000,000
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	20	4,347,915,078	47,655,160	4,347,915,078
ส่วนทุนจากการจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์	21	117,000	-	117,000
กำไรสะสม				
จัดสรรแล้ว - ดำรงตามกฎหมาย	22	31,800,000	22,500,000	31,800,000
ยังไม่ได้จัดสรร		122,492,304	111,628,479	69,345,360
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น - ส่วนต่ำกว่าทุน				
จากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อย	2.2	(31,835,833)	(31,835,833)	-
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ		4,786,488,549	374,947,806	4,765,177,438
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย		-	-	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		4,786,488,549	374,947,806	4,765,177,438
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		5,460,487,159	5,431,609,383	696,170,377
		-	-	-

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท ดู เคย์ ครีမ် จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

		(หน่วย: บาท)			
		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
หมายเหตุ		2560	2559	2560	2559
กำไรขาดทุน:					
รายได้					
	รายได้จากการขาย	1,674,439,049	1,236,846,579	1,498,777,267	1,004,234,202
	รายได้จากการบริการ	110,956	126,871	20,252,548	36,453,443
	เงินปันผลรับจากบริษัทย่อย	11.1	-	39,998,400	46,381,638
	รายได้อื่น	9,827,184	3,210,456	8,937,927	2,522,061
	รวมรายได้	1,684,377,189	1,240,183,906	1,567,966,142	1,089,591,344
ค่าใช้จ่าย					
	ต้นทุนขาย	534,897,940	374,819,480	538,234,298	386,576,578
	ค่าใช้จ่ายในการขาย	580,906,409	354,470,778	434,904,118	277,495,464
	ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	143,420,080	87,115,640	139,047,528	83,932,153
	รวมค่าใช้จ่าย	1,259,224,429	816,405,898	1,112,185,944	748,004,195
	กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	425,152,760	423,778,008	455,780,198	341,587,149
	ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(11,971,453)	(5,821,759)	(11,971,300)	(5,821,759)
	กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	413,181,307	417,956,249	443,808,898	335,765,390
	ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	14.2	(62,117,900)	(60,903,786)	(56,458,804)
	กำไรสำหรับปี	351,063,407	335,191,472	382,905,112	279,306,586
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น:					
รายการที่จะไม่ถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง					
ผลขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย					
	19	(186,977)	(637,197)	(278,889)	(628,998)
	หัก : ผลกระทบของภาษีเงินได้	37,395	127,440	55,778	125,800
	กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี (ขาดทุน)	(149,582)	(509,757)	(223,111)	(503,198)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี					
		350,913,825	334,681,715	382,682,001	278,803,388

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท ดู เคย์ ครีม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (ต่อ)

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

(หน่วย: บาท)

หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
การแบ่งปันกำไร				
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	351,063,407	328,001,609	382,905,112	279,306,586
ส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	-	7,189,863	-	-
	<u>351,063,407</u>	<u>335,191,472</u>	<u>382,905,112</u>	<u>279,306,586</u>
การแบ่งปันกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม				
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	350,913,825	327,491,852	382,682,001	278,803,388
ส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	-	7,189,863	-	-
	<u>350,913,825</u>	<u>334,681,715</u>	<u>382,682,001</u>	<u>278,803,388</u>
กำไรต่อหุ้น				
24				
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน				
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	<u>1.50</u>	<u>2.34</u>	<u>1.63</u>	<u>2.00</u>
จำนวนหุ้นสามัญถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (หุ้น)	<u>234,279,452</u>	<u>139,927,595</u>	<u>234,279,452</u>	<u>139,927,595</u>
หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้				

บริษัท ดู แล ซีเอ็ม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

งบการเงินรวม										(หน่วย: บาท)	
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ											
องค์ประกอบอื่น											
ของส่วนของผู้ถือหุ้น -											
ส่วนต่ำกว่าทุน										ส่วนของผู้มี	
จากการเปลี่ยนแปลง										ส่วนได้เสียที่	
สัดส่วนเงินลงทุน										ไม่มีอำนาจควบคุม	
ในบริษัทย่อย										ของบริษัทย่อย	
ทุนออกจำหน่าย	ส่วนเกิน	ส่วนทุนจากการจ่าย	จัดสรรแล้ว -	กำไรสะสม	ส่วนของผู้ถือหุ้น	รวม	ส่วนของผู้ถือหุ้น	รวม	ส่วนของผู้ถือหุ้น	รวม	
และเรียกชำระแล้ว	มูลค่าหุ้นสามัญ	โดยให้หุ้นเป็นเกณฑ์	สำรองตามกฎหมาย	ยังไม่ได้จัดสรร	ของบริษัทย่อย	ของบริษัทย่อย	ไม่มีอำนาจควบคุม	ของบริษัทย่อย	ไม่มีอำนาจควบคุม		
10,000,000	-	-	-	213,850,170	-	223,850,170	18,624,657	242,474,827			
-	-	-	-	328,001,609	-	328,001,609	7,189,863	335,191,472			
-	-	-	-	(509,757)	-	(509,757)	-	(509,757)			
-	-	-	-	327,491,852	-	327,491,852	7,189,863	334,681,715			
215,000,000	47,655,160	-	-	-	-	262,655,160	-	262,655,160			
-	-	-	-	-	-	-	-	-			
-	-	-	-	(407,213,543)	-	(407,213,543)	(16,206,827)	(48,042,660)			
-	-	-	-	(22,500,000)	-	-	(9,607,693)	(416,821,236)			
-	-	-	22,500,000	(22,500,000)	-	-	-	-			
225,000,000	47,655,160	-	22,500,000	111,628,479	(31,835,833)	374,947,806	-	374,947,806			
225,000,000	47,655,160	-	22,500,000	111,628,479	(31,835,833)	374,947,806	-	374,947,806			
-	-	-	-	351,063,407	-	351,063,407	-	351,063,407			
-	-	-	-	(149,582)	-	(149,582)	-	(149,582)			
-	-	-	-	350,913,825	-	350,913,825	-	350,913,825			
91,000,000	4,300,259,918	-	-	-	-	4,391,259,918	-	4,391,259,918			
-	-	117,000	-	-	-	117,000	-	117,000			
-	-	-	-	(330,750,000)	-	(330,750,000)	-	(330,750,000)			
-	-	-	9,300,000	(9,300,000)	-	-	-	-			
316,000,000	4,347,915,078	117,000	31,800,000	122,492,304	(31,835,833)	4,786,488,549	-	4,786,488,549			
-	-	-	-	-	-	-	-	-			
-	-	-	-	-	-	-	-	-			
หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้											

บริษัท ดู เดย์ คริม จำกัด(มหาชน) และบริษัทย่อย
งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น (ต่อ)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

	งบการเงินเฉพาะกิจการ					รวม	(หน่วย: บาท)
	ทุนออกจำหน่าย และเรียกชำระแล้ว	ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	ส่วนทุนจากการจ่าย โดยผู้ถือหุ้นเป็นเกณฑ์	กำไรสะสม			
				จัดสรรแล้ว - สำรองตามกฎหมาย	ยังไม่ได้จัดสรร		
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2559	10,000,000	-	-	-	177,623,514	187,623,514	
กำไรสำหรับปี	-	-	-	-	279,306,586	279,306,586	
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี (ขาดทุน)	-	-	-	-	(503,198)	(503,198)	
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	-	278,803,388	278,803,388	
ออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน (หมายเหตุ 20)	215,000,000	47,655,160	-	-	-	262,655,160	
เงินปันผลจ่าย (หมายเหตุ 26)	-	-	-	-	(407,213,543)	(407,213,543)	
จัดสรรสำรองตามกฎหมาย (หมายเหตุ 22)	-	-	-	22,500,000	(22,500,000)	-	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559	225,000,000	47,655,160	-	22,500,000	26,713,359	321,868,519	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2560	225,000,000	47,655,160	-	22,500,000	26,713,359	321,868,519	
กำไรสำหรับปี	-	-	-	-	382,905,112	382,905,112	
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี (ขาดทุน)	-	-	-	-	(223,111)	(223,111)	
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	-	382,682,001	382,682,001	
ออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน (หมายเหตุ 20)	91,000,000	4,300,259,918	-	-	-	4,391,259,918	
ส่วนทุนจากการจ่ายโดยผู้ถือหุ้นเป็นเกณฑ์ (หมายเหตุ 21)	-	-	117,000	-	-	117,000	
เงินปันผลจ่าย (หมายเหตุ 26)	-	-	-	-	(330,750,000)	(330,750,000)	
จัดสรรสำรองตามกฎหมาย (หมายเหตุ 22)	-	-	-	9,300,000	(9,300,000)	-	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560	316,000,000	4,347,915,078	117,000	31,800,000	69,345,360	4,765,177,438	

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท ดู เคย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบกระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

(หน่วย: บาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน				
กำไรก่อนภาษี	413,181,307	417,956,249	443,808,898	335,765,390
รายการปรับกระทบยอดกำไรก่อนภาษีเป็นเงินสดรับ (จ่าย)				
จากกิจกรรมดำเนินงาน				
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	26,330,648	16,937,131	26,052,320	16,824,372
ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	212,942	-	1,440	-
ค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพสินค้า	5,693,176	613,494	5,335,296	613,494
กำไรจากการจำหน่ายที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(1,655,138)	(164,708)	(1,656,482)	(164,708)
ตัดจำหน่ายที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,916,134	331,662	1,916,134	331,662
ตัดจำหน่ายค่าธรรมเนียมทางการเงิน	660,837	111,664	660,837	111,664
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	2,339,246	937,487	1,876,188	704,115
ขาดทุน (กำไร) จากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่เกิดขึ้นจริง	(920,485)	920,485	(920,485)	920,485
รายจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์	117,000	-	117,000	-
เงินปันผลรับ	-	-	(39,998,400)	(46,381,638)
ดอกเบี้ยรับ	(1,307,499)	(1,399,004)	(1,111,642)	(900,584)
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	11,971,453	5,821,759	11,971,300	5,821,759
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์				
และหนี้สินดำเนินงาน	458,539,621	442,066,219	448,052,404	313,646,011
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง				
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	(232,471,235)	(11,162,027)	(297,147,149)	50,981,472
สินค้าคงเหลือ	(33,725,216)	(158,294,128)	(27,014,783)	(148,202,531)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	(2,410,769)	698,450	(2,165,920)	1,735,507
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	3,933,307	(3,631,677)	3,961,345	(3,631,677)
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)				
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	129,454,949	41,240,446	141,758,674	36,740,941
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	8,610,806	(733,496)	4,175,852	413,432
เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	331,931,463	310,183,787	271,620,423	251,683,155
จ่ายดอกเบี้ย	(12,251,473)	(5,825,187)	(12,251,321)	(5,825,187)
จ่ายผลประโยชน์พนักงาน	-	(1,616,001)	-	(1,616,001)
จ่ายภาษีเงินได้	(74,352,263)	(83,892,622)	(56,571,850)	(54,166,449)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	245,327,727	218,849,977	202,797,252	190,075,518

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท ดู เคย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบกระแสเงินสด (ต่อ)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

(หน่วย: บาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน				
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค่าประกันเพิ่มขึ้น	(32,022,292)	(2,708)	(32,022,292)	(2,708)
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกันลดลง	-	1,600,000	-	-
ซื้อเงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	-	(24,999,925)	(3,753,000)
ซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(58,822,386)	(114,805,294)	(58,048,128)	(114,385,874)
ซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(10,093,153)	(5,355,547)	(10,022,553)	(5,344,547)
รับดอกเบี้ยจากเงินฝากธนาคาร	1,307,499	1,411,344	1,111,641	904,663
เงินสดรับจากการจำหน่ายที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	3,319,924	3,177,570	3,300,000	3,177,570
รับเงินปันผล	-	-	39,998,400	46,381,638
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของ บริษัทย่อยลดลง	-	(12,600)	-	-
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(96,310,408)	(113,987,235)	(80,682,857)	(73,022,258)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน				
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น	194,891,239	72,253,536	194,891,239	72,253,536
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกันลดลง	-	(68,325,225)	-	(68,325,225)
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาว	76,150,922	137,635,038	76,150,922	137,635,038
ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาว	(131,164,635)	(72,592,881)	(131,164,635)	(72,592,881)
เงินสดจ่ายค่าธรรมเนียมทางการเงิน	(376,500)	(752,500)	(376,500)	(752,500)
ชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน	(2,054,458)	(3,243,708)	(2,054,458)	(3,243,708)
เงินสดรับจากการเพิ่มทุน	4,391,259,918	214,615,700	4,391,259,918	214,615,700
จ่ายเงินปันผล	(330,750,000)	(416,821,236)	(330,750,000)	(407,213,543)
เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	4,197,956,486	(137,231,276)	4,197,956,486	(127,623,583)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	4,346,973,805	(32,368,534)	4,320,070,881	(10,570,323)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	41,545,656	73,914,190	18,763,187	29,333,510
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายปี	4,388,519,461	41,545,656	4,338,834,068	18,763,187
	-	-	-	-
ข้อมูลกระแสเงินสดเปิดเผยเพิ่มเติม				
รายการที่ไม่ใช่เงินสดประกอบด้วย				
ซื้ออุปกรณ์ตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน	3,870,122	3,733,415	3,870,122	3,733,415

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท ดู เคย์ คริม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

หมายเหตุประกอบงบการเงินรวม

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

1. ข้อมูลทั่วไป

บริษัท ดู เคย์ คริม จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) จัดตั้งขึ้นเป็นบริษัทจำกัดตามกฎหมายไทย และมีภูมิลำเนาในประเทศไทย และเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2560 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดกับกระทรวงพาณิชย์ และเปลี่ยนชื่อจาก “บริษัท ดู เคย์ คริม จำกัด” เป็น “บริษัท ดู เคย์ คริม จำกัด (มหาชน)” บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ที่อยู่ตามที่จดทะเบียนของบริษัทฯ อยู่ที่เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้รับหุ้นสามัญของบริษัทฯ เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเริ่มซื้อขายในวันที่ 26 ธันวาคม 2560

2. เกณฑ์ในการจัดทางการเงิน

- 2.1 งบการเงินนี้จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่กำหนดในพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 โดยแสดงรายการในงบการเงินตามข้อกำหนดในประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ลงวันที่ 11 ตุลาคม 2559 ออกตามความในพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543

งบการเงินฉบับภาษาไทยเป็นงบการเงินฉบับที่บริษัทฯ ใช้เป็นทางการตามกฎหมาย งบการเงินฉบับภาษาอังกฤษแปลจากงบการเงินฉบับภาษาไทยนี้

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิมเว้นแต่จะได้เปิดเผยเป็นอย่างอื่นในนโยบายการบัญชี

2.2 เกณฑ์ในการจัดทางการเงินรวม

- ก) งบการเงินรวมนี้ได้จัดทำขึ้นโดยรวมงบการเงินของบริษัท ดู เคย์ คริม จำกัด (มหาชน) (ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “บริษัทฯ”) และบริษัทย่อย (ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “บริษัทย่อย”) ดังต่อไปนี้

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	อัตราร้อยละ ของการถือหุ้น	
			2560 (ร้อยละ)	2559 (ร้อยละ)
บริษัท นามู โลฟท์ พลัส จำกัด	จำหน่ายเครื่องสำอางและ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	ไทย	100	100
บริษัท ดู อินฟินิท คริม จำกัด	ให้บริการด้านการบริหาร ด้านเทคนิค ด้านการเงิน และสนับสนุนวิสาหกิจ	ไทย	100	-

เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2559 บริษัทฯได้ออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯส่วนหนึ่งจำนวน 3,843 หุ้น เพื่อแลกเปลี่ยนกับหุ้นสามัญของบริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด จำนวน 15,372 หุ้น ที่ถือโดยผู้ถือหุ้นที่ไม่มีอำนาจในการควบคุมของบริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด ในอัตราส่วนการแลกหุ้นเท่ากับหุ้นสามัญของบริษัทฯ 1 หุ้น ต่อหุ้นสามัญของบริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด 4 หุ้น ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯในบริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด เพิ่มจากร้อยละ 69.00 เป็นร้อยละ 99.74 บริษัทฯได้บันทึกเงินลงทุนในบริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด ส่วนที่เพิ่มด้วยมูลค่ายุติธรรมของหุ้นของบริษัทฯที่นำไปแลกในมูลค่า 48.04 ล้านบาท ส่วนต่างระหว่างมูลค่ายุติธรรมของหุ้นของบริษัทฯที่นำไปแลกกับมูลค่าส่วนได้เสียของบริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด ที่ได้มาจำนวน 31.84 ล้านบาท ได้บันทึกเป็นส่วนต่ำกว่าทุนจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อย และแสดงเป็นรายการแยกต่างหากไว้ภายใต้หัวข้อองค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้นในส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2559 บริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด ได้เรียกชำระค่าหุ้นส่วนที่เหลืออีก ร้อยละ 75 ของมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ โดยบริษัทฯได้จ่ายชำระค่าหุ้นส่วนที่เหลือตามจำนวนหุ้นที่บริษัทฯถืออยู่เป็นจำนวนเงิน 3.75 ล้านบาท และเมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2559 บริษัทฯได้ซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นที่ไม่มีอำนาจในการควบคุมของบริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด เพิ่มเติมอีกจำนวน 126 หุ้น ในราคารวมค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท ทำให้บริษัทฯถือหุ้นในบริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด รวมเป็นจำนวน 49,998 หุ้น หรือร้อยละ 100

เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2560 บริษัท ดู อินฟินิท คริม จำกัด ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทฯ และออกหุ้นใหม่จำนวน 1,000,000 หุ้น ในราคารวมค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกชำระร้อยละ 25 และบริษัทฯเข้าถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวจำนวน 999,997 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 100 และถือเป็นเงินลงทุนในบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัท ดู อินฟินิท คริม จำกัด ยังไม่ได้เริ่มดำเนินธุรกิจการค้า

- ข) บริษัทฯจะถือว่าการควบคุมกิจการที่เข้าไปลงทุนหรือถือเป็นบริษัทย่อยได้ หากบริษัทฯมีสิทธิได้รับหรือมีส่วนได้เสียในผลตอบแทนของกิจการที่เข้าไปลงทุน และสามารถใช้อำนาจในการสั่งการกิจกรรมที่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อจำนวนเงินผลตอบแทนนั้นได้
- ค) บริษัทฯนำงบการเงินของบริษัทย่อยมารวมในการจัดทำงบการเงินรวมตั้งแต่วันที่บริษัทฯมีอำนาจในการควบคุมบริษัทย่อยจนถึงวันที่บริษัทฯสิ้นสุดการควบคุมบริษัทย่อยนั้น
- ง) งบการเงินของบริษัทย่อยได้จัดทำขึ้นโดยใช้นโยบายการบัญชีที่สำคัญเช่นเดียวกันกับของบริษัทฯ
- จ) ยอดคงค้างระหว่างบริษัทฯและบริษัทย่อย รายการค้าระหว่างกันที่มีสาระสำคัญได้ถูกตัดออกจากงบการเงินรวมนี้แล้ว
- ฉ) ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม คือ จำนวนกำไรหรือขาดทุนและสินทรัพย์สุทธิของบริษัทย่อยส่วนที่ไม่ได้เป็นของบริษัทฯ และแสดงเป็นรายการแยกต่างหากในส่วนของกำไรหรือขาดทุนรวมและส่วนของผู้ถือหุ้นในงบแสดงฐานะการเงินรวม

2.3 บริษัทจัดทำงบการเงินเฉพาะกิจการ โดยแสดงเงินลงทุนในบริษัทย่อยตามวิธีราคาทุน

3. มาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่

3.1 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เริ่มมีผลบังคับใช้ในปีปัจจุบัน

ในระหว่างปี บริษัทฯและบริษัทย่อยได้นำมาตรฐานการรายงานทางการเงินและการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุง (ปรับปรุง 2559) รวมถึงแนวปฏิบัติทางบัญชีฉบับใหม่ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2560 มาถือปฏิบัติ มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการปรับปรุงถ้อยคำและคำศัพท์ การตีความและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้งานมาตรฐาน การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัตินี้ไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของบริษัทฯและบริษัทย่อย

3.2 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่จะมีผลบังคับในอนาคต

ในระหว่างปีปัจจุบัน สภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินและการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุง (ปรับปรุง 2560) จำนวนหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2561 มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการปรับปรุงและอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

ฝ่ายบริหารของบริษัทฯและบริษัทย่อยเชื่อว่ามาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงจะไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินเมื่อนำมาถือปฏิบัติ

4. นโยบายการบัญชีที่สำคัญ

4.1 การรับรู้รายได้

ขายสินค้า

รายได้จากการขายสินค้ารับรู้เมื่อบริษัทฯและบริษัทย่อยได้โอนความเสี่ยงและผลตอบแทนที่เป็นนัยสำคัญของความเป็นเจ้าของสินค้าให้กับผู้ซื้อแล้ว รายได้จากการขายแสดงมูลค่าตามราคาในใบกำกับสินค้าโดยไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับสินค้าที่ได้ส่งมอบหลังจากหักส่วนลดแล้ว

รายได้ค่าบริการ

รายได้ค่าบริการรับรู้เมื่อได้ให้บริการแล้วโดยพิจารณาถึงขั้นความสำเร็จของงาน

ดอกเบี้ยรับ

ดอกเบี้ยรับถือเป็นรายได้ตามเกณฑ์คงค้างโดยคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่แท้จริง

เงินปันผลรับ

เงินปันผลรับถือเป็นรายได้เมื่อบริษัทมีสิทธิในการรับเงินปันผล

4.2 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด หมายถึง เงินสดและเงินฝากธนาคาร และเงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูง ซึ่งถึงกำหนดจ่ายคืนภายในระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือนนับจากวันที่ได้มาและไม่มีข้อจำกัดในการเบิกใช้

4.3 ลูกหนี้การค้า

ลูกหนี้การค้าแสดงมูลค่าตามจำนวนมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ บริษัทฯและบริษัทย่อยบันทึกค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับผลขาดทุนโดยประมาณที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บเงินจากลูกหนี้ไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปพิจารณาจากประสบการณ์การเก็บเงินและการวิเคราะห์อายุหนี้ และตามสถานะปัจจุบันของลูกหนี้คงค้าง ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน รวมถึงแนวโน้มที่จะได้รับชำระเงินจากลูกหนี้โดยพิจารณาเป็นรายๆ ไป

4.4 สินค้าคงเหลือ

สินค้าสำเร็จรูปและสินค้าระหว่างผลิตแสดงมูลค่าตามราคาทุน (ตามวิธีเข้าก่อนออกก่อน) หรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า ราคาทุนของสินค้าสำเร็จรูปและสินค้าระหว่างผลิตวัดมูลค่าตามวิธีต้นทุนมาตรฐานซึ่งใกล้เคียงกับต้นทุนจริง ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงทางตรงและค่าโสหุ้ยในการผลิตวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และวัสดุสิ้นเปลืองแสดงมูลค่าตามราคาทุน (ตามวิธีเข้าก่อนออกก่อน) หรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า และจะถือเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนการผลิตเมื่อมีการเบิกใช้

4.5 เงินลงทุน

เงินลงทุนในบริษัทย่อยที่แสดงอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงมูลค่าตามวิธีราคาทุนสุทธิจากค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

4.6 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และค่าเสื่อมราคา

ที่ดินแสดงมูลค่าตามราคาทุน อาคารและอุปกรณ์แสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

ค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์คำนวณจากราคาทุนของสินทรัพย์โดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณดังนี้

อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	-	5 - 20 ปี
เครื่องจักรและอุปกรณ์	-	5 - 10 ปี
ยานพาหนะ	-	5 ปี

บริษัทฯ และบริษัทย่อยบันทึกค่าเสื่อมราคารวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน และไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดินและสินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง

บริษัทฯ และบริษัทย่อยตัดรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ออกจากบัญชี เมื่อจำหน่ายสินทรัพย์หรือคาดว่าจะไม่ได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตจากการใช้หรือการจำหน่ายสินทรัพย์ รายการผลกำไรหรือขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์จะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุนเมื่อบริษัทฯ และบริษัทย่อยตัดรายการสินทรัพย์นั้นออกจากบัญชี

4.7 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนแสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

บริษัทฯ และบริษัทย่อยตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่มีอายุการให้ประโยชน์จำกัดอย่างมีระบบตลอดอายุการให้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของสินทรัพย์นั้น บริษัทฯ และบริษัทย่อยจะทบทวนระยะเวลาการตัดจำหน่ายและวิธีการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตนดังกล่าวทุกสิ้นปีเป็นอย่างน้อย ค่าตัดจำหน่ายรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่มีอยู่การให้ประโยชน์จำกัด มีดังนี้

คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	-	3 - 10 ปี
เครื่องหมายการค้า	-	7 ปี

4.8 รายการธุรกิจกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัทฯ และบริษัทย่อย หมายถึง บุคคลหรือกิจการที่มีอำนาจควบคุมบริษัทฯ และบริษัทย่อย หรือถูกบริษัทฯ และบริษัทย่อยควบคุมไม่ว่าจะเป็นโดยตรงหรือทางอ้อม หรืออยู่ภายใต้การควบคุมเดียวกันกับบริษัทฯ และบริษัทย่อย

นอกจากนี้ บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันยังหมายรวมถึงบุคคลหรือกิจการที่มีสิทธิออกเสียงโดยตรงหรือทางอ้อมซึ่งทำให้มีอิทธิพลอย่างเป็นสาระสำคัญต่อบริษัทฯ และบริษัทย่อย ผู้บริหารสำคัญ กรรมการหรือพนักงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่มีอำนาจในการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

4.9 สัญญาเช่าระยะยาว

สัญญาเช่าอุปกรณ์ที่ความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของส่วนใหญ่ได้โอนไปให้กับผู้เช่าถือเป็นสัญญาเช่าการเงิน สัญญาเช่าการเงินจะบันทึกเป็นรายจ่ายฝ่ายทุนด้วยมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ที่เช่าหรือมูลค่าปัจจุบันสุทธิของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าแล้วแต่มูลค่าใดจะต่ำกว่า ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าหักค่าใช้จ่ายทางการเงินจะบันทึกเป็นหนี้สินระยะยาว ส่วนดอกเบี้ยจ่ายจะบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนตลอดอายุของสัญญาเช่า สินทรัพย์ที่ได้มาตามสัญญาเช่าการเงินจะคิดค่าเสื่อมราคาตลอดอายุการใช้งานของสินทรัพย์ที่เช่า

สัญญาเช่าอุปกรณ์ที่ความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของส่วนใหญ่ไม่ได้โอนไปให้กับผู้เช่าถือเป็นสัญญาเช่าดำเนินงาน จำนวนเงินที่จ่ายตามสัญญาเช่าดำเนินงานรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายในส่วนของกำไรหรือขาดทุนตามวิธีเส้นตรงตลอดอายุของสัญญาเช่า

4.10 เงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ แสดงงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการเป็นสกุลเงินบาท ซึ่งเป็นสกุลเงินที่ใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ

รายการที่เป็นเงินตราต่างประเทศแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการสินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นตัวเงินซึ่งอยู่ในสกุลเงินตราต่างประเทศได้แปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน

กำไรและขาดทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยนได้รวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน

4.11 การด้อยค่าของสินทรัพย์

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน บริษัทฯและบริษัทย่อยจะทำการประเมินการด้อยค่าของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์หรือสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนอื่นของบริษัทฯและบริษัทย่อยหากมีข้อบ่งชี้ว่าสินทรัพย์ดังกล่าวอาจด้อยค่า บริษัทฯและบริษัทย่อยจะรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าเมื่อมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์มีมูลค่าต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ทั้งนี้มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนหมายถึงมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขายของสินทรัพย์หรือมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์แล้วแต่ราคาใดจะสูงกว่า

บริษัทฯและบริษัทย่อยจะรับรู้รายการขาดทุนจากการด้อยค่าในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

4.12 ผลประโยชน์ของพนักงาน

ผลประโยชน์ระยะสั้นของพนักงาน

บริษัทฯและบริษัทย่อยรับรู้เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัสและเงินสมทบกองทุนประกันสังคมเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดรายการ

ผลประโยชน์หลังออกจากการของพนักงาน - โครงการผลประโยชน์หลังออกจากการ

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีภาระสำหรับเงินชดเชยที่ต้องจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อออกจากการตามกฎหมายแรงงาน ซึ่งบริษัทฯ และบริษัทย่อยถือว่าเงินชดเชยดังกล่าวเป็นโครงการผลประโยชน์หลังออกจากการสำหรับพนักงาน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยคำนวณหนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจากการของพนักงานโดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ (Projected Unit Credit Method) โดยผู้เชี่ยวชาญอิสระได้ทำการประเมินภาระผูกพันดังกล่าวตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย

ผลกำไรหรือขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยสำหรับโครงการผลประโยชน์หลังออกจากการของพนักงานจะรับรู้ทันทีในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น

4.13 ประเมินการหนี้สิน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยจะบันทึกประมาณการหนี้สินไว้ในบัญชีเมื่อภาระผูกพันซึ่งเป็นผลมาจากเหตุการณ์ในอดีตได้เกิดขึ้นแล้วและมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนว่าบริษัทฯ และบริษัทย่อยจะเสียทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจไปเพื่อปลดปล่อยภาระผูกพันนั้นและบริษัทฯ และบริษัทย่อยสามารถประมาณมูลค่าภาระผูกพันนั้นได้อย่างน่าเชื่อถือ

4.14 ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้ประกอบด้วยภาษีเงินได้ปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

ภาษีเงินได้ปัจจุบัน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยบันทึกภาษีเงินได้ปัจจุบันตามจำนวนที่คาดว่าจะจ่ายให้กับหน่วยงานจัดเก็บภาษีของรัฐโดยคำนวณจากกำไรทางภาษีตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎหมายภาษีอากร

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

บริษัทฯ และบริษัทย่อยบันทึกภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของผลแตกต่างชั่วคราวระหว่างราคาตามบัญชีของสินทรัพย์และหนี้สิน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานกับฐานภาษีของสินทรัพย์และหนี้สินที่เกี่ยวข้องนั้นโดยใช้อัตราภาษีที่มีผลบังคับใช้ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยรับรู้หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของผลแตกต่างชั่วคราวที่ต้องเสียภาษีทุกรายการ แต่รับรู้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสำหรับผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษีในจำนวนเท่าที่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยจะมีกำไรทางภาษีในอนาคตเพียงพอที่จะใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษีนั้น

บริษัทและบริษัทย่อยจะทบทวนมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ภายใต้การตัดบัญชีทุกสิ้นรอบระยะเวลารายงานและจะทำการปรับลดมูลค่าตามบัญชีดังกล่าวหากมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่บริษัทและบริษัทย่อยจะไม่มีกำไรทางภาษีเพียงพอต่อการนำสินทรัพย์ภายใต้การตัดบัญชีทั้งหมดหรือบางส่วนมาใช้ประโยชน์

บริษัทและบริษัทย่อยจะบันทึกภาษีเงินได้จากการตัดบัญชีโดยตรงไปยังส่วนของผู้ถือหุ้นหากภาษีที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับรายการที่ได้บันทึกโดยตรงไปยังส่วนของผู้ถือหุ้น

4.15 ตราสารอนุพันธ์ - สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า

ลูกหนี้และเจ้าหนี้ตามสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าจะถูกแปลงค่าด้วยอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน กำไรขาดทุนที่ยังไม่เกิดขึ้นจากการแปลงค่าเงินตราต่างประเทศดังกล่าวจะถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

4.16 การวัดมูลค่ายุติธรรม

มูลค่ายุติธรรม หมายถึง ราคาที่คาดว่าจะได้รับจากการขายสินทรัพย์หรือเป็นราคาที่จะต้องจ่ายเพื่อโอนหนี้สินให้ผู้อื่น โดยรายการดังกล่าวเป็นรายการที่เกิดขึ้นในสภาพปกติระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (ผู้ร่วมในตลาด) ณ วันที่วัดมูลค่า บริษัทและบริษัทย่อยใช้ราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องในการวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินซึ่งมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องกำหนดให้ต้องวัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม ยกเว้นในกรณีที่ไม่มีตลาดที่มีสภาพคล่องสำหรับสินทรัพย์หรือหนี้สินที่มีลักษณะเดียวกันหรือไม่สามารถหาราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องได้ บริษัทและบริษัทย่อยจะประมาณมูลค่ายุติธรรมโดยใช้เทคนิคการประเมินมูลค่าที่เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ และพยายามใช้ข้อมูลที่สามารถสังเกตได้ที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์หรือหนี้สินที่จะวัดมูลค่ายุติธรรมนั้นให้มากที่สุด

ลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมที่ใช้วัดมูลค่าและเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินในงบการเงินแบ่งออกเป็นสามระดับตามประเภทของข้อมูลที่ใช้ในการวัดมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

ระดับ 1 ใช้ข้อมูลราคาเสนอซื้อขายของสินทรัพย์หรือหนี้สินอย่างเดียวกันในตลาดที่มีสภาพคล่อง

ระดับ 2 ใช้ข้อมูลอื่นที่สามารถสังเกตได้ของสินทรัพย์หรือหนี้สิน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางตรงหรือทางอ้อม

ระดับ 3 ใช้ข้อมูลที่ไม่สามารถสังเกตได้ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับกระแสเงินในอนาคตที่กิจการประมาณขึ้น

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน บริษัทและบริษัทย่อยจะประเมินความจำเป็นในการโอนรายการระหว่างลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินที่ถืออยู่ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานที่มีการวัดมูลค่ายุติธรรมแบบเกิดขึ้นประจำ

5. การใช้ดุลยพินิจและประมาณการทางบัญชีที่สำคัญ

ในการจัดทำงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจและการประมาณการในเรื่องที่มีความไม่แน่นอนเสมอ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อจำนวนเงินที่แสดงในงบการเงินและต่อข้อมูลที่แสดงในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ผลที่เกิดขึ้นจริงอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณการไว้ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการที่สำคัญมีดังนี้

5.1 ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญของลูกหนี้

ในการประมาณค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญของลูกหนี้ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประมาณการผลขาดทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากลูกหนี้แต่ละราย โดยคำนึงถึงประสบการณ์การเก็บเงินในอดีต อายุของหนี้ที่คงค้างและสถานะเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ในขณะนั้น เป็นต้น

5.2 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์และค่าเสื่อมราคา

ในการคำนวณค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณอายุการให้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือเมื่อเลิกใช้งานของอาคารและอุปกรณ์ และต้องทบทวนอายุการให้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือใหม่หากมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น

นอกจากนี้ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องสอบทานการด้อยค่าของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ในแต่ละช่วงเวลาและบันทึกขาดทุนจากการด้อยค่าหากคาดว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ในการนี้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์รายได้และค่าใช้จ่ายในอนาคตซึ่งเกี่ยวข้องกับสินทรัพย์นั้น

5.3 สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

บริษัทและบริษัทย่อยจะรับรู้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสำหรับผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษีเมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่บริษัทและบริษัทย่อยจะมีกำไรทางภาษีในอนาคตเพียงพอที่จะใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวนั้น ในการนี้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการว่าบริษัทและบริษัทย่อยควรรับรู้จำนวนสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีเป็นจำนวนเท่าใด โดยพิจารณาถึงจำนวนกำไรทางภาษีที่คาดว่าจะเกิดในอนาคตในแต่ละช่วงเวลา

6. รายการธุรกิจกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

ในระหว่างปี บริษัทฯและบริษัทย่อยมีรายการธุรกิจที่สำคัญกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน รายการธุรกิจดังกล่าวเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าและเกณฑ์ตามที่ตกลงกันระหว่างบริษัทฯ บริษัทย่อย และบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันเหล่านั้นซึ่งเป็นไปตามปกติธุรกิจ โดยกิจการที่เกี่ยวข้องกันและรายการระหว่างกันสามารถสรุปได้ดังนี้

ชื่อกิจการ	ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ
บริษัท นามู ไลฟ์ พลัส จำกัด	บริษัทย่อย
บริษัท ดู อินฟินิท ครีม จำกัด	บริษัทย่อย
บริษัท พี เอ็ม เคมีคัล จำกัด	มีผู้ถือหุ้นและกรรมการร่วมกัน
บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)	มีผู้ถือหุ้นและกรรมการร่วมกัน
บริษัท ภัทรลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน)	มีผู้ถือหุ้นและกรรมการร่วมกัน
บริษัท เดอะ โฟร์ทีน จำกัด	เกี่ยวข้องกันโดยกรรมการ
RIYA HOME (HOLDING) LIMITED	มีผู้ถือหุ้นและกรรมการร่วมกัน (เป็นกิจการที่เกี่ยวข้องกันถึงเดือนมกราคม 2559 เท่านั้น)

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ		นโยบายการกำหนดราคา
	2560	2559	2560	2559	
รายการธุรกิจกับบริษัทย่อย					
(คัดออกจากงบการเงินรวมแล้ว)					
ขายสินค้าสุทธิจากส่วนลด	-	-	795,033	615,459	ตามอัตราที่ตกลงกัน
รายได้ค่าเช่า	-	-	90	88	ตามอัตราที่ตกลงกันตามสัญญา
รายได้ค่าบริการขนส่ง	-	-	10,138	18,822	ตามอัตราที่ตกลงกันซึ่งคิดเป็นร้อยละของยอดซื้อสินค้า
รายได้ค่าบริการจัดการ	-	-	10,004	17,505	ตามอัตราที่ตกลงกันตามสัญญาซึ่งคิดเป็นร้อยละของยอดขายสินค้า
เงินปันผลรับ	-	-	39,998	46,382	ตามที่ประกาศจ่าย
ค่าส่งเสริมการขายจ่าย	-	-	33,848	-	ตามอัตราที่ตกลงกันตามสัญญา

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ		นโยบายการกำหนดราคา
	2560	2559	2560	2559	
<u>รายการธุรกิจกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>					
ขายสินค้าสุทธิจากส่วนลด	317,752	499,261	-	4,329	ตามอัตราที่ตกลงกัน
ซื้อสินค้า	15,784	15,748	15,784	15,748	ตามอัตราที่ตกลงกัน
ซื้ออุปกรณ์	155	775	155	775	ตามอัตราที่ตกลงกัน
ค่าส่งเสริมการขายจ่าย	21,918	26,735	-	-	ตามอัตราที่ตกลงกัน
ค่าเช่าจ่าย	1,272	1,377	-	1,152	ตามอัตราที่ตกลงกันตามสัญญา
ค่าบริการจ่าย	145	353	145	353	ตามอัตราที่ตกลงกันตามสัญญา
ค่าเบี้ยประกันภัย	93	-	93	-	ตามอัตราที่ตกลงกันตามสัญญา
<u>รายการธุรกิจกับกรรมการ</u>					
ดอกเบี้ยรับ	-	6	-	-	ตามอัตราที่ตกลงกันตามสัญญา

ยอดคงค้างระหว่างบริษัทฯ และบริษัทย่อย และกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
<u>ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น</u>				
บริษัทย่อย	-	-	261,431	11,570
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน	50,068	37,053	-	-
รวมลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	50,068	37,053	261,431	11,570
<u>เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น</u>				
บริษัทย่อย	-	-	36,158	6,818
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน	4,923	4,006	-	798
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	4,923	4,006	36,158	7,616

ยอดคงค้างของเงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่/เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกันและรายการเคลื่อนไหว
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 เป็นดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม			
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559			
	ยอดคงค้าง ต้นปี	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ยอดคงเหลือ ปลายปี
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บุคคล				
ที่เกี่ยวข้องกัน - กรรมการ	1,600	-	(1,600)	-
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน -				
กรรมการ	68,325	-	(68,325)	-

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559			
	ยอดคงค้าง ต้นปี	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ยอดคงเหลือ ปลายปี
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคล				
ที่เกี่ยวข้องกัน - กรรมการ	68,325	-	(68,325)	-

ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

ในระหว่างปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 บริษัทฯและบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานที่ให้แก่กรรมการและผู้บริหาร ดังต่อไปนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
ผลประโยชน์ระยะสั้น	33.20	26.09	29.73	22.97
ผลประโยชน์หลังออกจากราน	0.60	0.44	0.49	0.31
รวม	33.80	26.53	30.22	23.28

7. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

	(หน่วย: พันบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
เงินสด	57	41	46	35
เงินฝากธนาคาร - เงินฝากออมทรัพย์	4,376,652	41,145	4,327,118	18,507
เงินฝากธนาคาร - เงินฝากประจำ	38,253	3,251	38,253	3,251
เงินฝากธนาคาร - เงินฝากกระแสรายวัน	8,830	360	8,690	221
รวม	4,423,792	44,797	4,374,107	22,014
หัก: เงินฝากธนาคารที่นำไปค้ำประกันการใช้ไฟฟ้าและค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ	(35,273)	(3,251)	(35,273)	(3,251)
รวม	4,388,519	41,546	4,338,834	18,763

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำมีอัตราดอกเบี้ยระหว่างร้อยละ 0.1 ถึง 1.5 ต่อปี (2559: ร้อยละ 0.1 ถึง 1.5 ต่อปี)

8. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

		(หน่วย: พันบาท)	
		งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะกิจการ
		2560	2559
		2560	2559
<u>ลูกหนี้การค้า - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>			
อายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระ			
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ		50,068	37,053
ค้างชำระ			
ไม่เกิน 3 เดือน		-	-
3 - 6 เดือน		-	-
รวมลูกหนี้การค้า - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน		50,068	37,053
<u>ลูกหนี้การค้า - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน</u>			
อายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระ			
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ		271,204	94,999
ค้างชำระ			
ไม่เกิน 3 เดือน		71,748	31,485
3 - 6 เดือน		28,561	5,265
6 - 12 เดือน		1,353	2,626
มากกว่า 12 เดือน		152	3,905
รวม		373,018	138,280
หัก: ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ		(220)	(2,230)
รวมลูกหนี้การค้า - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน, สุทธิ		372,798	136,050
รวมลูกหนี้การค้า - สุทธิ		422,866	173,103
<u>ลูกหนี้อื่น</u>			
ลูกหนี้อื่น - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน		-	-
ลูกหนี้อื่น - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน			
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า		4,449	16,563
รายได้ค้างรับ		813	6,133
ลูกหนี้อื่น		1,048	1,119
รวมลูกหนี้อื่น		6,310	23,815
รวมลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น - สุทธิ		429,176	196,918

9. สินค้ำคงเหลือ

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม					
	การปรับลดราคาทุนให้เป็นมูลค่า					
	ราคาทุน		สุทธิที่จะได้รับ		สุทธิ	
	2560	2559	2560	2559	2560	2559
สินค้าสำเร็จรูป	89,808	53,148	-	-	89,808	53,148
สินค้าระหว่างผลิต	9,193	9,870	-	-	9,193	9,870
วัตถุดิบ	60,366	85,047	-	-	60,366	85,047
บรรจุภัณฑ์	133,116	115,654	-	-	133,116	115,654
วัสดุสิ้นเปลือง	4,987	4,055	-	-	4,987	4,055
รวม	297,470	267,774	-	-	297,470	267,774
หัก: ค่าเพื่อสินค้าเสื่อมสภาพ	(5,790)	(4,126)	-	-	(5,790)	(4,126)
รวม	291,680	263,648	-	-	291,680	263,648

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ					
	การปรับลดราคาทุนให้เป็นมูลค่า					
	ราคาทุน		สุทธิที่จะได้รับ		สุทธิ	
	2560	2559	2560	2559	2560	2559
สินค้าสำเร็จรูป	68,927	38,856	-	-	68,927	38,856
สินค้าระหว่างผลิต	9,193	9,870	-	-	9,193	9,870
วัตถุดิบ	60,366	85,047	-	-	60,366	85,047
บรรจุภัณฑ์	132,995	115,654	-	-	132,995	115,654
วัสดุสิ้นเปลือง	4,987	4,055	-	-	4,987	4,055
รวม	276,468	253,482	-	-	276,468	253,482
หัก: ค่าเพื่อสินค้าเสื่อมสภาพ	(5,433)	(4,126)	-	-	(5,433)	(4,126)
รวม	271,035	249,356	-	-	271,035	249,356

10. เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน

ยอดคงเหลือนี้ คือ เงินฝากประจำ ซึ่งบริษัทฯ ได้นำไปค้ำประกันวงเงินสินเชื่อและการออกหนังสือค้ำประกันธนาคารของบริษัทฯ

11. เงินลงทุนในบริษัทย่อย

11.1 เงินลงทุนในบริษัทย่อยตามที่แสดงในงบการเงินเฉพาะกิจการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บริษัท	ทุนเรียกชำระแล้ว		สัดส่วนเงินลงทุน		ราคาทุน		(หน่วย: พันบาท)	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม						เงินปันผลรับสำหรับปี	
	2560	2559	2560	2559	2560	2559	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	
			(ร้อยละ)	(ร้อยละ)				
บริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด	5,000	5,000	100	100	52,655	52,655	39,998	46,382
บริษัท ดู อินฟินิท ครีม จำกัด	25,000	-	100	-	25,000	-	-	-
รวม					77,655	52,655	39,998	46,382

11.2 ข้อมูลทางการเงินโดยสรุปของบริษัทย่อย ซึ่งเป็นข้อมูลก่อนการตัดรายการระหว่างกัน

สรุปรายการฐานะทางการเงิน

	บริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด		(หน่วย: ล้านบาท)
			บริษัท ดู อินฟินิท
			ครีม จำกัด
	31 ธันวาคม 2560	31 ธันวาคม 2559	31 ธันวาคม 2560
สินทรัพย์หมุนเวียน	398.5	157.0	25.0
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1.2	0.4	0.1
หนี้สินหมุนเวียน	304.1	44.3	0.4
หนี้สินไม่หมุนเวียน	0.7	0.3	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น	94.9	112.8	24.7
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อย	-	-	-

สรุปรายการกำไรขาดทุน

	บริษัท นามู โลฟฟ์ พลัส จำกัด		(หน่วย: ล้านบาท)
			บริษัท ดู อินฟินิท ครีม
			จำกัด
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีตั้งแต่ วันที่ 12 ตุลาคม 2560 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2560
	2560	2559	
รายได้	971.7	813.5	-
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	22.0	105.0	(0.3)
กำไรขาดทุนแบ่งให้ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	-	7.2	-
อัตรากำไรสุทธิในบริษัทย่อย	100.00	69.00 - 100.00	100.00

12. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม					
	อาคารและ ส่วนปรับปรุง		เครื่องจักร และอุปกรณ์	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ ระหว่างติดตั้ง และก่อสร้าง	รวม
	ที่ดิน	อาคาร				
ราคาทุน						
1 มกราคม 2559	59,596	36,091	20,288	12,119	21,357	149,451
ซื้อเพิ่ม	-	69,983	46,354	4,380	2,616	123,333
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	-	-	(5,300)	(332)	(5,632)
โอนเข้า (ออก)	-	17,037	1,390	-	(18,427)	-
31 ธันวาคม 2559	59,596	123,111	68,032	11,199	5,214	267,152
ซื้อเพิ่ม	-	5,878	23,432	6,700	26,023	62,033
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	(2,132)	(28)	-	(1,643)	(3,803)
โอนเข้า (ออก)	-	11,618	8,604	-	(20,222)	-
31 ธันวาคม 2560	59,596	138,475	100,040	17,899	9,372	325,382
ค่าเสื่อมราคาสะสม						
1 มกราคม 2559	-	2,237	2,862	3,179	-	8,278
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	4,986	8,252	2,786	-	16,024
ค่าเสื่อมราคาสะสม สำหรับส่วนที่จำหน่าย/ ตัดจำหน่าย	-	-	-	(2,288)	-	(2,288)
31 ธันวาคม 2559	-	7,223	11,114	3,677	-	22,014
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	6,637	14,903	3,489	-	25,029
ค่าเสื่อมราคาสะสม สำหรับส่วนที่จำหน่าย/ ตัดจำหน่าย	-	(216)	(7)	-	-	(223)
31 ธันวาคม 2560	-	13,644	26,010	7,166	-	46,820
มูลค่าสุทธิตามบัญชี						
31 ธันวาคม 2559	59,596	115,888	56,918	7,522	5,214	245,138
31 ธันวาคม 2560	59,596	124,831	74,030	10,733	9,372	278,562
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี						
2559 (จำนวน 9.32 ล้านบาท รวมอยู่ในต้นทุนการผลิต ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)						16,024
2560 (จำนวน 15.40 ล้านบาท รวมอยู่ในต้นทุนการผลิต ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)						25,029

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ					
	ที่ดิน	อาคารและ	เครื่องจักร และอุปกรณ์	ยานพาหนะ	สินทรัพย์	รวม
		ส่วนปรับปรุง อาคาร			ระหว่างติดตั้ง และก่อสร้าง	
ราคาทุน						
1 มกราคม 2559	59,596	36,091	20,220	12,119	21,357	149,383
ซื้อเพิ่ม	-	69,983	45,934	4,380	2,616	122,913
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	-	-	(5,300)	(332)	(5,632)
โอนเข้า (ออก)	-	17,037	1,390	-	(18,427)	-
31 ธันวาคม 2559	59,596	123,111	67,544	11,199	5,214	266,664
ซื้อเพิ่ม	-	5,878	22,658	6,700	26,023	61,259
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	(2,132)	-	-	(1,643)	(3,775)
โอนเข้า (ออก)	-	11,618	8,604	-	(20,222)	-
31 ธันวาคม 2560	59,596	138,475	98,806	17,899	9,372	324,148
ค่าเสื่อมราคาสะสม						
1 มกราคม 2559	-	2,237	2,860	3,179	-	8,276
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	4,986	8,139	2,786	-	15,911
ค่าเสื่อมราคาสะสม สำหรับส่วนที่จำหน่าย/ ตัดจำหน่าย	-	-	-	(2,288)	-	(2,288)
31 ธันวาคม 2559	-	7,223	10,999	3,677	-	21,899
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	6,637	14,631	3,489	-	24,757
ค่าเสื่อมราคาสะสม สำหรับส่วนที่จำหน่าย/ ตัดจำหน่าย	-	(216)	-	-	-	(216)
31 ธันวาคม 2560	-	13,644	25,630	7,166	-	46,440
มูลค่าสุทธิตามบัญชี						
31 ธันวาคม 2559	59,596	115,888	56,545	7,522	5,214	244,765
31 ธันวาคม 2560	59,596	124,831	73,176	10,733	9,372	277,708
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี						
2559 (จำนวน 9.32 ล้านบาท รวมอยู่ในต้นทุนการผลิต ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)						15,911
2560 (จำนวน 15.40 ล้านบาท รวมอยู่ในต้นทุนการผลิต ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)						24,757

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มียอดคงเหลือของยานพาหนะซึ่งได้มาภายใต้สัญญาเช่าทางการเงินและสัญญาเช่าซื้อ โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีเป็นจำนวนเงิน 10.73 ล้านบาท (2559: 5.90 ล้านบาท)

บริษัทฯ ได้นำที่ดิน อาคารและอุปกรณ์มูลค่าสุทธิตามบัญชีจำนวนประมาณ 52.92 ล้านบาท (2559: 104.57 ล้านบาท) ไปค้ำประกันวงเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินตามที่กล่าวไว้ในหมายเหตุ 17

13. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม			
	เครื่องหมายการค้า	คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	คอมพิวเตอร์	รวม
			ซอฟต์แวร์ระหว่างพัฒนา	
ราคาทุน				
1 มกราคม 2559	-	1,752	1,568	3,320
ซื้อเพิ่ม	-	4,739	616	5,355
โอนเข้า (ออก)	-	2,184	(2,184)	-
31 ธันวาคม 2559	-	8,675	-	8,675
ซื้อเพิ่ม	5,873	4,220	-	10,093
31 ธันวาคม 2560	5,873	12,895	-	18,768
ค่าตัดจำหน่ายสะสม				
1 มกราคม 2559	-	53	-	53
ค่าตัดจำหน่ายสำหรับปี	-	914	-	914
31 ธันวาคม 2559	-	967	-	967
ค่าตัดจำหน่ายสำหรับปี	187	1,115	-	1,302
31 ธันวาคม 2560	187	2,082	-	2,269
มูลค่าสุทธิตามบัญชี				
31 ธันวาคม 2559	-	7,708	-	7,708
31 ธันวาคม 2560	5,686	10,813	-	16,499
ค่าตัดจำหน่ายที่รับรู้ในกำไรหรือขาดทุนสำหรับปี				
2559				914
2560				1,302

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	เครื่องหมายการค้า	คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ระหว่างพัฒนา	รวม
ราคาทุน				
1 มกราคม 2559	-	1,752	1,568	3,320
ซื้อเพิ่ม	-	4,729	616	5,345
โอนเข้า (ออก)	-	2,184	(2,184)	-
31 ธันวาคม 2559	-	8,665	-	8,665
ซื้อเพิ่ม	5,873	4,149	-	10,022
31 ธันวาคม 2560	5,873	12,814	-	18,687
ค่าตัดจำหน่ายสะสม				
1 มกราคม 2559	-	53	-	53
ค่าตัดจำหน่ายสำหรับปี	-	914	-	914
31 ธันวาคม 2559	-	967	-	967
ค่าตัดจำหน่ายสำหรับปี	187	1,108	-	1,295
31 ธันวาคม 2560	187	2,075	-	2,262
มูลค่าสุทธิตามบัญชี				
31 ธันวาคม 2559	-	7,698	-	7,698
31 ธันวาคม 2560	5,686	10,739	-	16,425
ค่าตัดจำหน่ายที่รับรู้ในกำไรหรือขาดทุนสำหรับปี				
2559				914
2560				1,295

14. สินทรัพย์ภายใต้รอการตัดบัญชี/ค่าใช้จ่ายภายใต้

14.1 สินทรัพย์ภายใต้รอการตัดบัญชี

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 ส่วนประกอบของสินทรัพย์ภายใต้รอการตัดบัญชีประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
สินทรัพย์ภายใต้รอการตัดบัญชี				
กำไรระหว่างกันในสินค้าคงเหลือ	5,154	-	-	-
ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	44	446	2	446
ค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพ	1,159	825	1,086	825
ค่าเสื่อมราคาส่วนเกินของสินทรัพย์ถาวร และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	90	692	90	692
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	820	329	703	272
ขาดทุนทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้	76	-	-	-
รวม	7,343	2,292	1,881	2,235

14.2 ค่าใช้จ่ายภายใต้

ค่าใช้จ่ายภายใต้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 สรุปได้ดังนี้

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
ภาษีเงินได้ปัจจุบัน:				
ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับปี	67,131	83,414	60,494	57,061
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี:				
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจากการเกิด ผลแตกต่างชั่วคราวและการกลับรายการ				
ผลแตกต่างชั่วคราว	(5,013)	(649)	410	(602)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในงบกำไร ขาดทุนเบ็ดเสร็จ	62,118	82,765	60,904	56,459

รายการกระทบขอระหว่างกำไรทางบัญชีกับค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้มีดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
กำไรทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	413,181	417,956	443,809	335,765
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล	ร้อยละ 20	ร้อยละ 20	ร้อยละ 20	ร้อยละ 20
กำไรทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลคูณอัตราภาษี	82,636	83,591	88,762	67,153
รายการปรับปรุงค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้				
นิติบุคคลของปีก่อน	(745)	-	(745)	-
ผลกระทบทางภาษีสำหรับ:				
รายได้ที่ได้รับยกเว้นภาษี	(184)	-	(8,184)	(9,276)
ค่าใช้จ่ายต้องห้าม	3,084	1,052	2,396	1,012
ค่าใช้จ่ายที่มีสิทธิหักได้เพิ่มขึ้น	(21,325)	(2,430)	(21,325)	(2,430)
อื่น ๆ	(1,348)	552	-	-
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	62,118	82,765	60,904	56,459

15. เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

(หน่วย: พันบาท)

	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559	2560	2559
ตัวสัญญาใช้เงิน	3.50 - 4.00	3.50 - 3.90	120,000	30,000	120,000	30,000
เจ้าหนี้ทรัสต์รีซิท	2.91 - 3.85	3.80 - 3.85	147,145	42,816	147,145	42,816
รวม			267,145	72,816	267,145	72,816

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ยอดคงเหลือของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินข้างต้นรวมเงินกู้ยืมที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศจำนวน 0.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินค้ำประกันโดยเงินฝากประจำของบริษัทฯตามที่กล่าวในหมายเหตุ 10

16. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
เจ้าหนี้การค้า - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	123	878	35,304	7,616
เจ้าหนี้การค้า - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน	113,614	110,793	102,488	97,133
เจ้าหนี้อื่น - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน	5,965	5,409	5,745	4,270
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	4,800	3,128	854	-
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน	174,695	50,535	153,242	47,857
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	299,197	170,743	297,633	156,876

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ยอดคงเหลือของเจ้าหนี้การค้าข้างต้นรวมเจ้าหนี้การค้าที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศจำนวน 0.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา (2559: 0.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา)

17. เงินกู้ยืมระยะยาว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 บริษัทฯมีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินในประเทศ ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

เงินกู้	วงเงินกู้ยืม (ล้านบาท)	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)	การชำระคืน	งบการเงินรวมและ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
				2560	2559
1	60	ปีที่ 1 - 2 : MLR - 2.00 ปีที่ 3 เป็นต้นไป MLR - 1.75	มีกำหนดชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยภายในระยะเวลา 7 ปี นับจากวันเบิกเงินกู้งวดแรก จ่ายชำระเป็นรายเดือนๆ ละ 970,000 บาท โดยชำระภายในวันทำการสุดท้ายของแต่ละเดือน	-	53,565
2	40	ปีที่ 1 - 3 : 4.75 ปีที่ 4 เป็นต้นไป MLR - 1.50	มีกำหนดชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยภายในระยะเวลา 5 ปี นับจากวันเบิกเงินกู้งวดแรก จ่ายชำระเป็นรายเดือนๆ ละ ไม่ต่ำกว่า 805,000 บาท โดยชำระภายในวันทำการสุดท้ายของแต่ละเดือน	-	33,363

(หน่วย: พันบาท)					
เงินกู้	วงเงินกู้ยืม (ล้านบาท)	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)	การชำระคืน	งบการเงินรวมและ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
				2560	2559
3	28.5	MLR - 1.50	มีกำหนดชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย ภายในระยะเวลา 5 ปี 6 เดือน นับจาก วันเบิกเงินกู้งวดแรกจ่ายชำระเป็นราย เดือนๆละไม่ต่ำกว่า 574,000 บาท โดย ชำระภายในวันทำการสุดท้ายของแต่ละ เดือน โดยปลอดชำระหนี้เงินต้นเป็น ระยะเวลา 6 เดือนนับแต่วันที่เบิกเงินกู้ งวดแรก	-	27,113
4	25.7	MLR - 1.50	มีกำหนดชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย ภายในระยะเวลา 5 ปี 6 เดือน นับจาก วันเบิกเงินกู้งวดแรกเป็นรายเดือนๆละ ไม่ต่ำกว่า 517,000 บาท โดยชำระ ภายในวันทำการสุดท้ายของแต่ละ เดือน โดยปลอดชำระหนี้เงินต้นเป็น ระยะเวลา 6 เดือนนับแต่วันที่เบิกเงินกู้ งวดแรก	-	9,523
5	70	ปีที่ 1 - 2 : MLR - 2.00 ปีที่ 3 เป็นต้นไป MLR - 1.75	มีกำหนดชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย ภายในระยะเวลา 4 ปี นับจากวันเบิก เงินกู้งวดแรกเป็นรายเดือนๆละ 1,450,000 และชำระหนี้ส่วนที่เหลือ ทั้งหมดในงวดสุดท้าย	68,550	-
รวม				68,550	123,564
หัก: ค่าธรรมเนียมทางการเงินรอตัดจ่าย				(356)	(641)
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากค่าธรรมเนียมทางการเงินรอตัดจ่าย				68,194	122,923
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี				(18,775)	(27,399)
หัก: เงินกู้ยืมระยะยาวส่วนที่จัดเป็นหนี้สินหมุนเวียน				-	(51,518)
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี				49,419	44,006

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เงินกู้ยืมระยะยาวค้ำประกันโดยการจดจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์ของบริษัทฯ รวมถึงการค้ำประกันโดยกรรมการและผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ อย่างไรก็ดีตาม ในเดือนมกราคม 2561 บริษัทฯ ได้ถอนการค้ำประกันโดยกรรมการและผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ แล้ว (2559: ค้ำประกันโดยการจดจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์ของบริษัทฯ จดจำนองที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน และรวมถึงการค้ำประกันโดยกรรมการและผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน) และภายใต้สัญญาเงินกู้ยืม บริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขทางการเงินบางประการตามที่ระบุในสัญญา เช่น การดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ ไม่สามารถดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นตามที่ระบุในสัญญาเงินกู้ยืมที่ 2 ถึงวงที่ 4 กับสถาบันการเงินแห่งหนึ่งได้ ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้แสดงยอดเงินกู้ยืมคงเหลือกับสถาบันการเงินแห่งนั้นทั้งจำนวนเป็นหนี้สินหมุนเวียนในงบแสดงฐานะการเงิน อย่างไรก็ดีตาม ในเดือนเมษายน 2560 บริษัทฯ ได้รับการผ่อนผันเงื่อนไขอัตราส่วนทางการเงินจากสถาบันการเงินผู้ให้กู้ สำหรับเงินกู้ยืม ณ วันสิ้นปี 2559 และในเดือนพฤษภาคม 2560 สถาบันการเงินแห่งนั้นได้เปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้แก่บริษัทฯ

เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2560 บริษัทฯ ได้มีการจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมวงที่ 2 ถึงวงที่ 4 ทั้งจำนวนก่อนครบกำหนด และเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2560 บริษัทฯ ได้มีการจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมวงที่ 1 ทั้งจำนวนก่อนครบกำหนด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ไม่มีวงเงินกู้ยืมระยะยาวตามสัญญาเงินกู้ยืมที่ยังไม่ได้เบิกใช้ (2559: 17.56 ล้านบาท)

18. หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน

	(หน่วย: พันบาท)	
	งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559
หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน	5,319	3,614
หัก: ดอกเบี้ยรอการตัดจำหน่าย	(664)	(480)
รวม	4,655	3,134
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	(1,449)	(1,451)
หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน		
- สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	3,206	1,683

บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงินเพื่อเช่ายานพาหนะเพื่อใช้ในการดำเนินงานของกิจการโดยมีกำหนดชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน อายุของสัญญามีระยะเวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 2 ถึง 4 ปี

บริษัทมีภาระผูกพันที่จะต้องจ่ายค่าเช่าขั้นต่ำตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ		
	2560		
	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 4 ปี	รวม
ผลรวมของจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายทั้งสิ้นตาม			
สัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน	1,751	3,568	5,319
หัก: ดอกเบี้ยรอการตัดจำหน่าย	(302)	(362)	(664)
มูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายทั้งสิ้นตาม			
สัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน	1,449	3,206	4,655

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ		
	2559		
	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 4 ปี	รวม
ผลรวมของจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายทั้งสิ้นตาม			
สัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน	1,702	1,912	3,614
หัก: ดอกเบี้ยรอการตัดจำหน่าย	(251)	(229)	(480)
มูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายทั้งสิ้นตาม			
สัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน	1,451	1,683	3,134

19. สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน

จำนวนเงินสำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานซึ่งเป็นเงินชดเชยพนักงานเมื่อออกจากงานแสดงได้ดังนี้

	(หน่วย: พันบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	
	2560	2559	2560	2559
ภาระผูกพันตามโครงการผลประโยชน์ต้นปี	1,646	1,688	1,359	1,642
ส่วนที่รับรู้ในกำไรหรือขาดทุน:				
ต้นทุนบริการในปัจจุบัน	2,286	914	1,832	683
ต้นทุนดอกเบี้ย	53	23	44	21
ส่วนที่รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น :				
ขาดทุนจากการประมาณการตามหลัก				
คณิตศาสตร์ประกันภัย				
ส่วนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงข้อ				
สมมติด้านประชากรศาสตร์	117	1,325	88	1,325
ส่วนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงข้อ				
สมมติทางการเงิน	253	42	210	41
ส่วนที่เกิดจากการปรับปรุงจาก				
ประสบการณ์	(183)	(730)	(19)	(737)
ผลประโยชน์ที่จ่ายในระหว่างปี	-	(1,616)	-	(1,616)
ภาระผูกพันตามโครงการผลประโยชน์ปลายปี	4,172	1,646	3,514	1,359

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานรับรู้ในรายการดังต่อไปนี้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

	(หน่วย: พันบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
ต้นทุนขาย	406	248	406	248
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	1,933	689	1,470	456
รวมค่าใช้จ่ายที่รับรู้ในกำไรหรือขาดทุน	2,339	937	1,876	704

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ระยะเวลาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการจ่ายชำระผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานของบริษัทฯ ประมาณ 27 ปี (2559: 27 ปี) และบริษัทฯ ไม่คาดว่าจะต้องจ่ายชำระผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานภายใน 1 ปีข้างหน้า

สมมติฐานที่สำคัญในการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย สรุปได้ดังนี้

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
	(ร้อยละต่อปี)	(ร้อยละต่อปี)	(ร้อยละต่อปี)	(ร้อยละต่อปี)
อัตราคิดลด	2.89 - 2.95	3.31 - 3.24	2.89	3.24
อัตราการขึ้นเงินเดือน	5.00	5.00	5.00	5.00
อัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน	0 - 39	0 - 39	0 - 39	0 - 39

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสมมติฐานที่สำคัญต่อมูลค่าปัจจุบันของภาระผูกพันผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	2560			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	การเปลี่ยนแปลงของหนี้สิน		การเปลี่ยนแปลงของหนี้สิน	
	เพิ่ม (ลด)		เพิ่ม (ลด)	
	เพิ่มขึ้น 1%	ลดลง 1%	เพิ่มขึ้น 1%	ลดลง 1%
อัตราคิดลด	(676)	827	(563)	690
อัตราการขึ้นเงินเดือน	794	(664)	663	(553)
อัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน	(734)	389	(616)	384

(หน่วย: พันบาท)

	2559			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	การเปลี่ยนแปลงของหนี้สิน		การเปลี่ยนแปลงของหนี้สิน	
	เพิ่ม (ลด)		เพิ่ม (ลด)	
	เพิ่มขึ้น 1%	ลดลง 1%	เพิ่มขึ้น 1%	ลดลง 1%
อัตราคิดลด	(266)	872	(221)	271
อัตราการขึ้นเงินเดือน	314	(262)	262	(218)
อัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน	(291)	156	(243)	155

20. ทุนเรือนหุ้น

เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2559 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2559 ได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 10 ล้านบาท เป็น 60 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 500,000 หุ้น มูลค่าตราไว้หุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงิน 50 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2559 โดยหุ้นเพิ่มทุนส่วนหนึ่งจำนวน 3,843 หุ้น ได้ออกจำหน่ายเพื่อแลกกับหุ้นสามัญของบริษัท นามู ไลฟ์ พลัส จำกัดจำนวน 15,372 หุ้น ในราคามูลค่ายุติธรรม ผลแตกต่างระหว่างมูลค่ายุติธรรมของหุ้นที่ออกและราคาตราไว้จำนวน 47.66 ล้านบาท ได้แสดงไว้เป็นส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญในงบการเงิน

เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2559 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2559 ได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 60 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 1,650,000 หุ้น มูลค่าตราไว้หุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงิน 165 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2559

เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2560 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ มีมติอนุมัติในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- 1) เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นจากเดิมหุ้นละ 100 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท ทำให้จำนวนหุ้นสามัญของบริษัทฯเพิ่มจากเดิมจำนวน 2,250,000 หุ้น เป็น 225,000,000 หุ้น โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2560
- 2) เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 225 ล้านบาท เป็น 303 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 78 ล้านหุ้น โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2560
- 3) อนุมัติจัดสรรหุ้นสามัญที่ออกใหม่จำนวน 78,000,000 หุ้น ดังนี้
 - 3.1) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 76,000,000 หุ้นให้เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไป (Initial Public Offering)
 - 3.2) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 2,000,000 หุ้นให้สำรองไว้ให้แก่กรรมการ ผู้บริหารและ/หรือพนักงานของบริษัทฯและ/หรือบริษัทย่อย ตามโครงการการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯให้แก่กรรมการ ผู้บริหารและ/หรือพนักงานของบริษัทฯและ/หรือบริษัทย่อย (ESOP)

เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2560 มีมติอนุมัติในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ลดทุนจดทะเบียนจาก 303 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท โดยวิธีตัดหุ้นจดทะเบียนที่ยังไม่ได้นำออกจำหน่ายจำนวน 78 ล้านหุ้น โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนลดทุนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2560

- 2) เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 225 ล้านบาท เป็น 318 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 93,000,000 หุ้น มูลค่าตราไว้หุ้นละ 1 บาท รวมเป็นเงิน 93 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2560
- 3) อนุมัติจัดสรรหุ้นสามัญที่ออกใหม่จำนวน 93,000,000 หุ้น ดังนี้
- 3.1) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 15,000,000 หุ้นให้เสนอขายแก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) และเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2560 บริษัทฯ ได้ขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนดังกล่าวให้แก่ผู้ถือหุ้นรายหนึ่งในราคาหุ้นละ 29.87 บาท รวมเป็นเงิน 448.05 ล้านบาท โดยมีส่วนเกินมูลค่ามูลค่าหุ้นสามัญจำนวน 433.05 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2560
- 3.2) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 76,000,000 หุ้นให้เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไป (Initial Public Offering) ซึ่งในเดือนธันวาคม 2560 บริษัทฯ ได้เสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไปในราคาหุ้นละ 53 บาท รวมเป็นเงิน 4,028 ล้านบาท โดยมีส่วนเกินมูลค่ามูลค่าหุ้นสามัญ (สุทธิจากค่าใช้จ่ายในการเสนอขาย) จำนวน 3,867.21 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2560
- 3.3) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 2,000,000 หุ้นให้เสนอขายแก่กรรมการ ผู้บริหารและ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ตามโครงการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้แก่กรรมการ ผู้บริหารและ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP)

รายการกระทบบยอดจำนวนหุ้นสามัญ

	(หน่วย: หุ้น)	
	งบการเงินรวมและ	
	งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	
	2560	2559
หุ้นสามัญจดทะเบียน		
จำนวนหุ้นสามัญ ณ วันต้นปี	2,250,000	100,000
เพิ่มทุนจดทะเบียน มูลค่าหุ้นละ 100 บาท	-	2,150,000
เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญจากหุ้นละ 100 บาท เป็น		
หุ้นละ 1 บาท	222,750,000	-
เพิ่มทุนจดทะเบียน มูลค่าหุ้นละ 1 บาท	93,000,000	-
จำนวนหุ้นสามัญ ณ วันปลายปี	318,000,000	2,250,000

(หน่วย: ไร่)

	งบการเงินรวมและ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	
	2560	2559
หุ้นสามัญที่ออกและชำระแล้ว		
จำนวนหุ้นสามัญ ณ วันต้นปี	2,250,000	100,000
เพิ่มทุนเรียกชำระ - หุ้นละ 100 บาท	-	2,150,000
- หุ้นละ 1 บาท (เสนอขายแก่บุคคลในวงจำกัด)	15,000,000	-
- หุ้นละ 1 บาท (เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไป)	76,000,000	-
เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของสามัญจากหุ้นละ 100 บาท เป็น หุ้นละ 1 บาท	222,750,000	-
จำนวนหุ้นสามัญ ณ วันปลายปี	316,000,000	2,250,000

21. สิทธิในการซื้อหุ้นตามโครงการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯให้แก่กรรมการ ผู้บริหารและ/หรือ พนักงานของบริษัทฯและ/หรือบริษัทย่อย (ESOP)

เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2560 มีมติอนุมัติจัดสรรสิทธิในการซื้อหุ้นตามโครงการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้แก่กรรมการ ผู้บริหารและ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) จำนวน 2,000,000 สิทธิ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ชื่อหลักทรัพย์:	หุ้นสามัญของบริษัท ดู เคย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)
ประเภท:	หุ้นสามัญเพิ่มทุน
ชนิด:	หุ้นสามัญ ชนิดระบุผู้ถือ
วิธีการเสนอขาย:	บริษัทฯ จะเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน โดยการจัดสรรหุ้นสามัญของ บริษัทฯ (“การเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน”) ให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย
อายุของโครงการ:	1 ปี นับแต่วันที่ผู้ถือหุ้นอนุมัติ
จำนวนหุ้นสามัญที่เสนอขาย:	2,000,000 หุ้น
ราคาเสนอขายต่อหุ้น:	ราคายุติธรรม ณ วันที่มีการกำหนดรายชื่อบริษัทที่มีสิทธิได้รับ จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน (หุ้นละ 28.42 บาท)

ระยะเวลาการเสนอขาย: บริษัทฯ จะทำการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนภายใน 1 ปีนับจากวันที่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติให้บริษัทฯ เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามโครงการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้แก่กรรมการผู้บริหารและ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย โดยบริษัทฯ จะเสนอขายหุ้นสามัญดังกล่าวภายหลังจากที่หุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไปแล้ว ไม่น้อยกว่า 1 เดือน และจะดำเนินการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าวภายในวันที่ 17 กรกฎาคม 2561

มูลค่ายุติธรรมโดยประมาณของสิทธิซื้อหุ้นแต่ละสิทธิที่ออกเท่ากับ 0.0975 บาท คำนวณโดยใช้แบบจำลองการกำหนดราคาสิทธิตามแบบจำลอง Black-scholes Model

ในระหว่างปี บริษัทฯ รับรู้ค่าใช้จ่ายจากโครงการดังกล่าวจำนวน 0.12 ล้านบาท และแสดงรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีส่วนทุนจากการจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์จำนวน 0.12 ล้านบาท และแสดงไว้ในส่วนของผู้ออกหุ้น

22. สำรองตามกฎหมาย

ภายใต้บทบัญญัติของมาตรา 116 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 บริษัทฯ ต้องจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีส่วนหนึ่งไว้เป็นทุนสำรองไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิประจำปีหักด้วยยอดขาดทุนสะสมยกมา (ถ้ามี) จนกว่าทุนสำรองนี้จะมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียน สำรองตามกฎหมายดังกล่าวไม่สามารถนำไปจ่ายเงินปันผลได้

ในเดือนสิงหาคม 2560 บริษัทฯ ได้จัดสรรกำไรสะสมจำนวน 9.30 ล้านบาท ไปเป็นสำรองตามกฎหมาย ทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ได้จัดสรรสำรองตามกฎหมายไว้ครบถ้วนแล้ว

23. ค่าใช้จ่ายตามลักษณะ

รายการค่าใช้จ่ายแบ่งตามลักษณะประกอบด้วยรายการค่าใช้จ่ายที่สำคัญดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และวัสดุสิ้นเปลือง	468,155	330,009	471,492	341,766
เงินเดือนและค่าแรงและผลประโยชน์อื่นของพนักงาน	170,143	104,637	153,864	93,765
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	26,331	16,938	26,052	16,825
ค่าโฆษณา	299,082	224,669	298,862	224,504
ค่าธรรมเนียม	13,086	8,591	11,194	7,677
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	18,272	13,027	18,059	12,877
ค่าส่งเสริมการขาย	246,817	107,103	117,149	41,160
ค่าใช้จ่ายอื่น	17,338	11,432	15,514	9,430
รวม	1,259,224	816,406	1,112,186	748,004

24. กำไรต่อหุ้น

กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานคำนวณโดยหารกำไรสำหรับปีที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (ไม่รวมกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น) ด้วยจำนวนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของหุ้นสามัญที่ออกอยู่ในระหว่างปี โดยได้ปรับจำนวนหุ้นตามสัดส่วนที่เปลี่ยนไปจากการลดมูลค่าที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 100 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท ตามที่กล่าวไว้ในหมายเหตุ 20 และได้ปรับปรุงจำนวนหุ้นสามัญที่ใช้ในการคำนวณกำไรต่อหุ้นของปีก่อนหน้านำมาแสดงเปรียบเทียบ โดยถือเสมือนว่าการเปลี่ยนแปลงมูลค่าตราไว้ของหุ้นได้เกิดขึ้นตั้งแต่วันที่เริ่มต้นของปีแรกที่เสนอรายงาน

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (พันบาท)	351,063	328,002	382,905	279,307
จำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักที่ออกอยู่ในระหว่างปี (พันหุ้น)	234,279	1,399	234,279	1,399
จำนวนหุ้นสามัญที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท (พันหุ้น)	-	138,529	-	138,529
รวม (พันหุ้น)	234,279	139,928	234,279	139,928
กำไรต่อหุ้นส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (บาทต่อหุ้น)	1.50	2.34	1.63	2.00

กำไรต่อหุ้นปรับลดคำนวณโดยหารกำไรสำหรับปีที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (ไม่รวมกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น) ด้วยผลรวมของจำนวนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของหุ้นสามัญที่ออกอยู่ในระหว่างปีกับจำนวนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของหุ้นสามัญที่บริษัทฯ อาจต้องออกเพื่อแปลงหุ้นสามัญเทียบเท่าปรับลดทั้งสิ้นให้เป็นหุ้นสามัญ โดยสมมติว่าได้มีการแปลงเป็นหุ้นสามัญ ณ วันออกหุ้นสามัญเทียบเท่า

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (พันบาท)	351,063	328,002	382,905	279,307
จำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักที่ออกอยู่ในระหว่างปี (พันหุ้น)	234,279	1,399	234,279	1,399
จำนวนหุ้นสามัญที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท (พันหุ้น)	-	138,529	-	138,529
จำนวนหุ้นสามัญที่เพิ่มขึ้นจากผลกระทบของหุ้นสามัญเทียบเท่าปรับลด (พันหุ้น)	622	-	622	-
รวม (พันหุ้น)	234,901	139,928	234,901	139,928
กำไรต่อหุ้นปรับลดส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (บาทต่อหุ้น)	1.49	2.34	1.63	2.00

25. ข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

ข้อมูลส่วนงานดำเนินงานที่นำเสนอนี้สอดคล้องกับรายงานภายในของบริษัทฯ ที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานได้รับและสอบถามอย่างสม่ำเสมอเพื่อใช้ในการตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากรให้กับส่วนงานและประเมินผลการดำเนินงานของส่วนงาน ทั้งนี้ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานของบริษัทฯ คือ คณะกรรมการบริษัท

บริษัทฯ และบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจหลักในส่วนงานดำเนินงานที่รายงานเพียงส่วนงานเดียว คือ ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางค์

ข้อมูลเกี่ยวกับเขตภูมิศาสตร์

รายได้จากลูกค้าภายนอกกำหนดขึ้นตามสถานที่ตั้งของลูกค้า

	(หน่วย: ล้านบาท)	
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่	
	31 ธันวาคม	
	2560	2559
รายได้จากขายในประเทศ	1,178.92	1,094.37
รายได้จากการขายต่างประเทศ	495.52	142.48
รวม	1,674.44	1,236.85

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯและบริษัทย่อยมีรายได้จากลูกค้ารายใหญ่จำนวน 2 ราย เป็นจำนวนเงินรวมประมาณ 807.80 ล้านบาท (2559: มีรายได้จากลูกค้ารายใหญ่จำนวน 2 ราย เป็นจำนวนเงินรวมประมาณ 662.06 ล้านบาท)

26. เงินปันผล

ในระหว่างปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 บริษัทฯได้มีการอนุมัติจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น ดังนี้

เงินปันผล	อนุมัติโดย	เงินปันผลจ่าย (พันบาท)	เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น (บาท)
เงินปันผลสำหรับผลการดำเนินงานปี 2559 (อนุมัติจ่ายปันผล 431.96 ล้านบาท จ่ายไปแล้ว 407.21 ล้านบาท คงเหลือ 24.75 ล้านบาท)	ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2560	24,750	11.00 (จากจำนวน 2.25 ล้านหุ้น)
เงินปันผลระหว่างกาล	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 6/2560 เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2560	210,000	0.93 (จากจำนวน 225 ล้านหุ้น)
	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 8/2560 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2560	96,000	0.40 (จากจำนวน 240 ล้านหุ้น)
รวมเงินปันผลสำหรับปี 2560		330,750	
เงินปันผลระหว่างกาล	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 3/2559 เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2559	55,130	551.30 (จากจำนวน 0.1 ล้านหุ้น)
	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 6/2559 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2559	77,917	129.86 (จากจำนวน 0.6 ล้านหุ้น)
	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 7/2559 เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2559	105,417	46.85 (จากจำนวน 2.25 ล้านหุ้น)
	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 10/2559 เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2559	168,750	75.00 (จากจำนวน 2.25 ล้านหุ้น)
รวมเงินปันผลสำหรับปี 2559		407,214	

27. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทฯ บริษัทย่อยและพนักงานของบริษัทฯและบริษัทย่อยได้ร่วมกันจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พ.ศ. 2530 โดยบริษัทฯ บริษัทย่อยและพนักงานจะจ่ายสมทบเข้ากองทุนเป็นรายเดือนในอัตราร้อยละ 3 - 10 ของเงินเดือน และจะจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อพนักงานนั้นออกจากราชการตามระเบียบว่าด้วยกองทุนของบริษัทฯและบริษัทย่อย ในระหว่างปี 2560 บริษัทฯและบริษัทย่อยรับรู้เงินสมทบดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่ายจำนวน 4.74 ล้านบาท (ปี 2559: 1.76 ล้านบาท) (งบการเงินเฉพาะกิจการ: 4.27 ล้านบาท (ปี 2559: 1.60 ล้านบาท))

28. ภาระผูกพัน

28.1 ภาระผูกพันเกี่ยวกับสัญญาเช่าดำเนินงาน

บริษัทฯและบริษัทย่อยได้เข้าทำสัญญาเช่าดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการเช่าพื้นที่ เช่าอุปกรณ์และสัญญาบริการ โดยอายุของสัญญามีระยะเวลาตั้งแต่ 1 ถึง 3 ปี

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 บริษัทฯและบริษัทย่อยมีจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายในอนาคตทั้งสิ้นภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงานที่บอกเลิกไม่ได้ ดังนี้

	(หน่วย: ล้านบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
จ่ายชำระ				
ภายใน 1 ปี	12.16	13.30	6.94	13.30
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	3.49	4.90	0.43	4.90

28.2 การค้ำประกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯมีหนังสือค้ำประกันซึ่งออกโดยธนาคารในนามบริษัทฯเป็นจำนวน 0.27 ล้านบาท (2559: 0.27 ล้านบาท) ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับการค้ำประกันการใช้ไฟฟ้า

29. เครื่องมือทางการเงิน

29.1 นโยบายการบริหารความเสี่ยง

เครื่องมือทางการเงินที่สำคัญของบริษัทฯและบริษัทย่อยตามที่นิยามอยู่ในมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 107 “การแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูลสำหรับเครื่องมือทางการเงิน” ประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เงินฝากธนาคาร ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน เงินกู้ยืมระยะสั้น เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น เงินกู้ยืมระยะยาว และหนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน บริษัทฯและบริษัทย่อยมีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือทางการเงินดังกล่าวและมีนโยบายการบริหารความเสี่ยงดังนี้

ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น ฝ่ายบริหารควบคุมความเสี่ยงนี้โดยการกำหนดให้มีนโยบายและวิธีการในการควบคุมสินเชื่อที่เหมาะสม ดังนั้น บริษัทฯ และบริษัทย่อยจึงไม่คาดว่าจะได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการให้สินเชื่อ จำนวนเงินสูงสุดที่บริษัทฯ อาจต้องสูญเสียจากการให้สินเชื่อคือมูลค่าตามบัญชีของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นสุทธิจากค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญที่แสดงอยู่ในงบแสดงฐานะการเงิน

29.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของราคาตลาด

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของราคาตลาด หมายถึง ความเสี่ยงที่บริษัทฯ อาจได้รับความเสียหายอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนและราคาหลักทรัพย์ที่ส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีเงินลงทุนในหลักทรัพย์ ดังนั้น ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของราคาตลาดจึงมีเฉพาะความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยและความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเท่านั้น

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย คือ ความเสี่ยงที่มูลค่าของเครื่องมือทางการเงินจะเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในตลาด บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินฝากธนาคาร เงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวที่มีดอกเบี้ย หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่สำคัญสามารถจัดตามประเภทอัตราดอกเบี้ย และสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่สามารถแยกตามวันที่ครบกำหนด หรือ วันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ (หากวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ถึงก่อน) ได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

งบการเงินรวม						
2560						
อัตราดอกเบี้ยคงที่						
มีระยะเวลาครบกำหนด/ กำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่		อัตราดอกเบี้ย		อัตรา		
ภายใน		ปรับขึ้นลง		ดอกเบี้ย		
1 ปี	1 - 5 ปี	ตามราคาดตลาด	ไม่มีดอกเบี้ย	รวม	ที่แท้จริง	
						(ร้อยละต่อปี)
สินทรัพย์ทางการเงิน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	2.98	-	4,376.65	8.89	4,388.52	0.1 - 1.5
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	429.18	429.18	-
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน	35.27	-	-	-	35.27	0.9
หนี้สินทางการเงิน						
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	267.14	-	-	-	267.14	2.91 - 4.00
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	299.20	299.20	-
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	-	68.19	-	68.19	4.03
หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและ สัญญาเช่าทางการเงิน	1.45	3.21	-	-	4.66	4.10 - 6.96

(หน่วย: ล้านบาท)

งบการเงินรวม						
2559						
อัตราดอกเบี้ยคงที่						
มีระยะเวลาครบกำหนด/ กำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่		อัตราดอกเบี้ย		อัตรา		
ภายใน		ปรับขึ้นลง		ดอกเบี้ย		
1 ปี	1 - 5 ปี	ตามราคาดตลาด	ไม่มีดอกเบี้ย	รวม	ที่แท้จริง	
						(ร้อยละต่อปี)
สินทรัพย์ทางการเงิน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	-	41.14	0.41	41.55	0.1 - 1.5
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	196.92	196.92	-
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน	3.25	-	-	-	3.25	0.9
หนี้สินทางการเงิน						
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	72.82	-	-	-	72.82	3.5 - 3.9
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	170.74	170.74	-
เงินกู้ยืมระยะยาว	8.25	25.11	89.56	-	122.92	4.6 - 5.5
หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและ สัญญาเช่าทางการเงิน	1.45	1.68	-	-	3.13	4.10 - 6.96

(หน่วย: ล้านบาท)

งบการเงินเฉพาะกิจการ						
2560						
อัตราดอกเบี้ยคงที่		อัตราดอกเบี้ย ปรับขึ้นลง ตามราคาดาล	ไม่มีดอกเบี้ย	รวม	อัตรา ดอกเบี้ย ที่แท้จริง (ร้อยละต่อปี)	
มีระยะเวลาครบกำหนด/ กำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่	ภายใน					
	1 ปี	1 - 5 ปี				
สินทรัพย์ทางการเงิน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	2.98	-	4,327.12	8.73	4,338.83	0.1 - 1.5
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	400.93	400.93	-
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน	35.27	-	-	-	35.27	0.9
หนี้สินทางการเงิน						
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	267.14	-	-	-	267.14	2.91 - 4.00
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	297.63	297.63	-
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	-	68.19	-	68.19	4.03
หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและ สัญญาเช่าทางการเงิน	1.45	3.21	-	-	4.66	4.10 - 6.96

(หน่วย: ล้านบาท)

งบการเงินเฉพาะกิจการ						
2559						
อัตราดอกเบี้ยคงที่		อัตราดอกเบี้ย ปรับขึ้นลง ตามราคาดาล	ไม่มีดอกเบี้ย	รวม	อัตรา ดอกเบี้ย ที่แท้จริง (ร้อยละต่อปี)	
มีระยะเวลาครบกำหนด/ กำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่	ภายใน					
	1 ปี	1 - 5 ปี				
สินทรัพย์ทางการเงิน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	-	18.51	0.25	18.76	0.1 - 1.5
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	103.79	103.79	-
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน	3.25	-	-	-	3.25	0.9
หนี้สินทางการเงิน						
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	72.82	-	-	-	72.82	3.5 - 3.9
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	156.88	156.88	-
เงินกู้ยืมระยะยาว	8.25	25.11	89.56	-	122.92	4.6 - 5.5
หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและ สัญญาเช่าทางการเงิน	1.45	1.68	-	-	3.13	4.10 - 6.96

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องจากการซื้อสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯได้ตกลงทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุสัญญาไม่เกินหนึ่งปีเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 บริษัทฯมียอดคงเหลือของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินและเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ดังนี้

สกุลเงิน	หนี้สินทางการเงิน		อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย	
	2560	2559	2560	2559
	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(บาทต่อหน่วยเงินตราต่างประเทศ)	
เหรียญสหรัฐอเมริกา	0.77	1.89	32.85	36.00

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯมีสัญญาซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าคงเหลือดังนี้

สกุลเงิน	จำนวนที่ซื้อ	2559	
		อัตราแลกเปลี่ยนตามสัญญา	วันครบกำหนดตามสัญญา
	(ล้านบาท)	(บาทต่อหน่วยเงินตราต่างประเทศ)	
เหรียญสหรัฐอเมริกา	0.1	35.65	15 มิถุนายน 2560

29.3 มูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน

เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินส่วนใหญ่ของบริษัทฯจัดอยู่ในประเภทระยะสั้นหรือมีอัตราดอกเบี้ยใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยในตลาด บริษัทฯจึงประมาณมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงินใกล้เคียงกับมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบแสดงฐานะการเงิน

30. การบริหารจัดการทุน

วัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการทุนที่สำคัญของบริษัทฯ คือ การจัดให้มีโครงสร้างทุนที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯและเสริมสร้างมูลค่าการถือหุ้นให้กับผู้ถือหุ้น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนเท่ากับ 0.14 : 1 (2559: 1.07:1) และเฉพาะบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนเท่ากับ 0.14 : 1 (2559: 1.16:1)

31. เหตุการณ์ภายหลังรอบระยะเวลารายงาน

31.1 เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2561 บริษัท Do Day Dream Holding Pte. Ltd. ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทฯ ในประเทศสิงคโปร์และออกหุ้นใหม่จำนวน 2,000,000 หุ้น ในราคามูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 เหรียญสหรัฐอเมริกา เรียกชำระ 1 หุ้น และบริษัท ดู อินฟินิท คริม จำกัด เข้าถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวจำนวน 1 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 100 และถือเป็นเงินลงทุนในบริษัทย่อย

เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2561 บริษัท Do Day Dream Trading Pte. Ltd. ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทฯ ในประเทศสิงคโปร์และออกหุ้นใหม่จำนวน 300,000 หุ้น ในราคามูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 เหรียญสหรัฐอเมริกา เรียกชำระ 1 หุ้น และบริษัท ดู อินฟินิท คริม จำกัด เข้าถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวจำนวน 1 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 100 และถือเป็นเงินลงทุนในบริษัทย่อย

31.2 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 2/2561 มีมติให้เสนอที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติจ่ายเงินปันผลสำหรับผลการดำเนินงานปี 2560 ในอัตรา 0.21 บาทต่อหุ้น คิดเป็นจำนวน 66.36 ล้านบาท

32. การจัดประเภทรายการในงบการเงิน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้มีการจัดประเภทรายการบัญชีบางรายการในงบการเงินปีก่อนที่แสดงเป็นข้อมูลเปรียบเทียบใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดประเภทรายการบัญชีในปัจจุบัน การจัดประเภทรายการบัญชีดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อกำไรหรือส่วนของผู้ถือหุ้นตามที่ได้รายงานไว้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559		สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559	
	ตามที่จัดประเภทใหม่	ตามที่เคยรายงานไว้	ตามที่จัดประเภทใหม่	ตามที่เคยรายงานไว้
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ				
รายได้จากการขาย	1,236,847	1,201,469	1,004,234	1,004,234
ค่าใช้จ่ายในการขาย	354,471	319,093	277,495	277,495

33. การอนุมัติงบการเงิน

งบการเงินนี้ได้รับอนุมัติให้ออกโดยคณะกรรมการของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2561

**BEAUTY
IS
HEALTHY**

2017

**ANNUAL
REPORT**

**DODAYDREAM
PUBLIC
COMPANY
LIMITED**