



ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ



1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ดู เดย์ ตรึม จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) ที่มีคุณภาพสูงภายใต้เครื่องหมายการค้า “NAMU LIFE” โดยมีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “SNAILWHITE” ภายใต้แนวคิด “Beauty is Healthy” ที่เชื่อว่าผิวสวยที่แท้จริงคือผิวสวยสุขภาพดีในรูปแบบที่เป็นคุณ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้สะท้อนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพื่อการบำรุงทุกสภาพผิว ให้ลูกค้ามีผิวสุขภาพดีเปลี่ยนแปลงจากภายในอย่างเป็นธรรมชาติ โดยบริษัทฯ มีความใส่ใจในรายละเอียดทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพที่ดีเยี่ยม ตั้งแต่การมุ่งมั่นคัดสรรวัตถุดิบอย่างพิถีพิถันจากบริษัทผู้ผลิตชั้นนำในประเทศ โดยพิจารณาจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก อีกทั้ง บริษัทฯ ได้พัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ เพื่อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปลอดภัย มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกคนที่ร่วมกันแสวงหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานและสภาพแวดล้อมการทำงานให้ดีขึ้นต่อเนื่องอยู่เสมอ มีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจัดจำหน่าย เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพปลอดภัย ก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยในทุกขั้นตอนการดำเนินงานบริษัทฯ ได้มีฝ่ายควบคุมคุณภาพ เพื่อทำการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในเกณฑ์และมาตรฐานตามที่กำหนด ตลอดจนมีการวิจัยและพัฒนา คิดค้นผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ ควบคู่ไปกับการศึกษาทิศทางของตลาด เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในคุณภาพบรรจุภัณฑ์ที่ถูกออกแบบให้มีการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ด้านในอย่างปลอดภัย คงทน และง่ายต่อการใช้งาน รวมถึงกำหนดมาตรฐานการขนส่งและการจัดเก็บสินค้า โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นหลัก

นอกจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ “SNAILWHITE” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) แล้ว บริษัทฯ ยังได้เพิ่มทางเลือกในการดูแลรักษาผิวหนังและผิวกายให้กับผู้บริโภคที่มีปัญหาผิวหมองคล้ำด้วยการ จัดตั้งบริษัทย่อย และดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Oxe'Cure” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ที่มีปัญหาผิว และผิวบอบบางแพ้ง่าย และผิวหมองคล้ำ

บริษัทฯ ยังไม่หยุดเพียงแค่นี้ 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่นั่น หากแต่ยังศึกษาต่อยอด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวเพิ่มขึ้นอีก 1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองผู้บริโภค ที่มีปัญหาผิวแห้ง สูญเสียความชุ่มชื้น มีริ้วรอย หย่อนคล้อย อันเกิดจากสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่เปลี่ยนไป ทั้งมลภาวะและฝุ่นควัน ทำร้ายผิวอย่างหนัก ซึ่งปัญหาผิวต่างเหล่านี้ สามารถแก้ไขได้ด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “SÖS” (เอส เอส เอส) เพราะ SÖS นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น เน้นในเรื่องการดูแลผิว ตาม concept ของผลิตภัณฑ์ “Story of skin” การบำรุงอย่างล้ำลึกถึงชั้นผิวด้วยนวัตกรรม Hyaluron X3 เป็นการเติมน้ำให้ผิว สามารถใช้คู่กับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และยังสามารถใช้กับเครื่องสำอางได้ด้วย

และกลุ่มผู้บริโภคอีกหนึ่งกลุ่มที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญไม่แพ้กันคือกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์แบบชาวมิลเลนเนียล (Millennials) หรือผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี 1980 – 2000 เป็นกลุ่มผู้บริโภค Gen Y ที่กำลังจะกลายมาเป็นทั้งกลุ่มแรงงานหลักที่มีอิทธิพลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อที่สำคัญ เพราะอยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 18 - 37 ปี บริษัทฯ จึงได้ผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ภายใต้เครื่องหมาย “PRETTiIFACE” (พรีตตี้เฟส) เพราะความโดดเด่นของ PRETTiIFACE คือการผสมผสานส่วนผสมระหว่างประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีเข้าด้วยกัน ด้วย concept ของผลิตภัณฑ์



“Best Friend Forever” ให้ผู้บริโภคได้เริ่มดูแลผิวหน้าตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อคงความสุขภาพดี ผิวดูอ่อนเยาว์ โดยการสื่อสารจะเป็นในรูปแบบ A Girl's Best Sister เพื่อนที่อยู่ข้างๆ เสมอ คอยช่วยเหลือ อัปเดตข่าว และเทรนด์ใหม่ๆ สนุกกับการใช้ชีวิต

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ และค่านิยมองค์กร

วิสัยทัศน์

การเป็น 1 ใน 3 ของบริษัทชั้นนำด้านความงามในภูมิภาคเอเชีย

พันธกิจ

เราจะสร้างสรรค์ให้ทุกคนมีผิวสุขภาพดีเพื่อผิวสวยที่แท้จริง

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะก้าวเป็นอันดับ 1 ใน 3 ของบริษัทชั้นนำด้านความงามในภูมิภาคเอเชีย โดยมีเป้าหมายดังนี้

1. เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมถึงขยายช่องทางจัดจำหน่ายและการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และสามารถจดจำเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี
2. พัฒนาระบบภายในขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการทำงาน อีกทั้ง ยังรักษาความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า ในการช่วยเหลือพัฒนาสังคมและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

ค่านิยมองค์กร

- Dynamic : เติบโตอย่างคล่องแคล่วและพร้อมปรับตัวอยู่เสมอ
- Different : มีความแปลกใหม่และแตกต่างอย่างสร้างสรรค์
- Develop : มุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อความยั่งยืนและมั่นคง

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

1.2.1 ความเป็นมา

บริษัทฯ ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2553 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท โดยกลุ่มครอบครัวพรพัฒน์รักษ์ เพื่อประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตและบริการให้คำปรึกษาด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (OEM) ต่อมาในปี 2556 บริษัทฯ ได้มองเห็นโอกาสในการสร้างเครื่องหมายการค้า (Trademark) เป็นของตัวเอง เนื่องจากบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในการผลิต ประกอบกับมองเห็นโอกาสการเติบโตในอนาคตที่ดีของตลาด บริษัทฯ จึงเริ่มประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้า “NAMU LIFE” โดยมีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “SNAILWHITE” ซึ่งสะท้อนถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบ ในช่วงปี 2556 ถึง 2562 ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักมากขึ้น เห็นได้จากผลประกอบการของบริษัทฯ ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยสาเหตุหลักมาจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เน้นการใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงมีคุณประโยชน์ในการบำรุงผิวและเอกลักษณ์ที่โดดเด่นที่เน้นความสวยงามแบบธรรมชาติ ประกอบกับแผนการตลาดของบริษัทฯ ที่มีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับผลิตภัณฑ์การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

ย/ม



1.2.2 พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ. 2553	ก่อตั้งบริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตและบริการให้คำปรึกษาลิขสิทธิ์บำรุงผิว (OEM) บริษัทฯ โดยครอบครัวพรพัฒน์รักษ์ ในเดือนกันยายน 2553 ด้วยทุนจดทะเบียนและชำระแล้วเริ่มต้น 1 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท จำนวน 10,000 หุ้น
พ.ศ. 2556	เริ่มประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ภายใต้เครื่องหมายการค้า "NAMU LIFE" ตั้งชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า "SNAILWHITE" โดยมีครีมบำรุงผิวหน้าเป็นผลิตภัณฑ์แรก คือ NAMU LIFE SNAILWHITE SNAIL SECRETION FILTRATE MOISTURE FACIAL CREAM ("NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream") ในเดือนมีนาคม เริ่มนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) และกระจายสินค้าผ่านช่องทางผู้จัดจำหน่ายในร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)
พ.ศ. 2557	- เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 1 ล้านบาท เป็น 10 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ในเดือนมิถุนายน เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ - เริ่มขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) เพื่อเป็นการเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยเริ่มต้นขายผ่านห้างบิ๊กซี ร้านวัตสัน และร้านบูทัส ในเดือนพฤษภาคม สิงหาคม และกันยายน ตามลำดับ - เริ่มพัฒนาสินค้าใหม่ โดยการออกผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพิ่มอีก 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 ซึ่งเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุงผิวหน้า ให้ครอบคลุมการใช้งานของลูกค้ามากยิ่งขึ้น รวมถึงขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการบำรุงผิวกาย - เริ่มจัดทำและจัดจำหน่ายชุดของขวัญ (Gift Set) ซึ่งรวมหลายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไว้ด้วยกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าซื้อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษและเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว - เริ่มขยายธุรกิจไปในต่างประเทศด้วยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เข้าสู่ภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ ประเทศฮ่องกง จีน พม่า และกัมพูชา
พ.ศ. 2558	- ออกผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพิ่มอีก 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream (2) NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen และ (3) NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing ซึ่งเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุงผิวหน้า ให้ครอบคลุมการใช้งานของลูกค้ามากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะผู้บริโภคที่ต้องการครีมบำรุงชนิดเข้มข้น และลูกค้าในต่างประเทศที่มีอากาศหนาว รวมถึงขยายตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทครีมกันแดด และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า ซึ่งเป็นตลาดใหม่ของบริษัทฯ และมีมูลค่าตลาดค่อนข้างสูง - ขยายฐานการผลิตโดยการลงทุนซื้อที่ดินพร้อมโรงงาน ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเริ่มดำเนินการปรับปรุงโรงงานแห่งใหม่ในเดือนธันวาคม ด้วยมูลค่าเงินลงทุน 58 ล้านบาท - ก่อตั้งบริษัทย่อย บริษัท นามู ไลฟ์ พลัส จำกัด ("นามู ไลฟ์ พลัส") ในเดือนมีนาคม ด้วยทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท จำนวน 50,000 หุ้น โดยมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ณ วันที่



ปี	เหตุการณ์สำคัญ
	จัดตั้ง เท่ากับ 1,250,000 บาท มูลค่าหุ้นชำระแล้วหุ้นละ 25 บาท เพื่อประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ถือหุ้น ณ วันจัดตั้งในสัดส่วนร้อยละ 69 เริ่มผลิตผลิตภัณฑ์ขนาดเล็ก เช่น NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream ขนาด 5 มิลลิกรัม (“มล.”) NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen ขนาด 15 มล. NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing ขนาด 50 มล. และ NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream ขนาด 5 มล. โดยจำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อชั้นนำ เพื่อเป็นขนาดทดลอง เจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ หรือเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการพกพา
พ.ศ. 2559	- ในเดือนมีนาคม ได้มีการปรับโครงสร้าง โดยการออกหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 50 ล้านบาท ซึ่งทำให้ทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทฯ เพิ่มเป็น 60 ล้านบาท โดยการออกหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 500,000 หุ้น (1) ให้กับผู้ถือหุ้นเดิมกลุ่มครอบครัวพัฒนารักษ์ และ (2) เพื่อทำการแลกหุ้น (Share Swap) กับผู้ถือหุ้นเดิมของนามูไลฟ์ พลัส ในอัตราส่วน 4 หุ้นของนามูไลฟ์ พลัส ต่อ 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ทำให้ภายหลังการปรับโครงสร้าง บริษัทฯ ถือหุ้นใน นามูไลฟ์ พลัส ในสัดส่วนร้อยละ 99.74 - ทำการซื้อหุ้นในส่วนที่เหลือจำนวน 126 หุ้น ในราคา 100 บาทต่อหุ้น จากผู้ถือหุ้นเดิมของ นามูไลฟ์ พลัส ทำให้บริษัทฯ ถือหุ้นใน นามูไลฟ์ พลัส ในสัดส่วนร้อยละ 100 - ภายหลังการปรับโครงสร้าง บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 60 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท เพื่อเป็นเงินทุนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ - เพิ่มผลิตภัณฑ์ 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (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 และไตรมาส 4 ตามลำดับ ซึ่งเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุงผิวหน้า ให้ครอบคลุมการใช้งานของลูกค้ามากยิ่งขึ้น รวมถึงขยายตลาดไปจับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าด้วยนวัตกรรมใหม่ในรูปแบบของสบู่ก้อนในซองตาข่าย และผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำนวัตกรรมใหม่ที่มีลักษณะเนื้อครีมเป็นโลชั่น - ปรับปรุงโรงงานใหม่ในส่วนของการผลิต แล้วเสร็จในเดือนกันยายน และเริ่มดำเนินการผลิตในเดือนตุลาคม - ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเริ่มจัดตั้งและดำเนินการจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าของบริษัทฯ ภายใต้ชื่อร้าน Namu Life จำนวน 2 สาขา ที่สถานีรถไฟฟ้ายาม ในเดือนสิงหาคม และที่ห้างสรรพสินค้า Show DC ในเดือนพฤศจิกายน
พ.ศ. 2560	ออกผลิตภัณฑ์เพิ่ม 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 SPF (7) NAMU LIFE SNAILWHITE Gold Facial Cream และ (8) NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen CC ในครึ่งปีแรก ซึ่งเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุงและทำความสะอาดผิวหน้าเพื่อขยายตลาดและฐานลูกค้าเพิ่มเติม



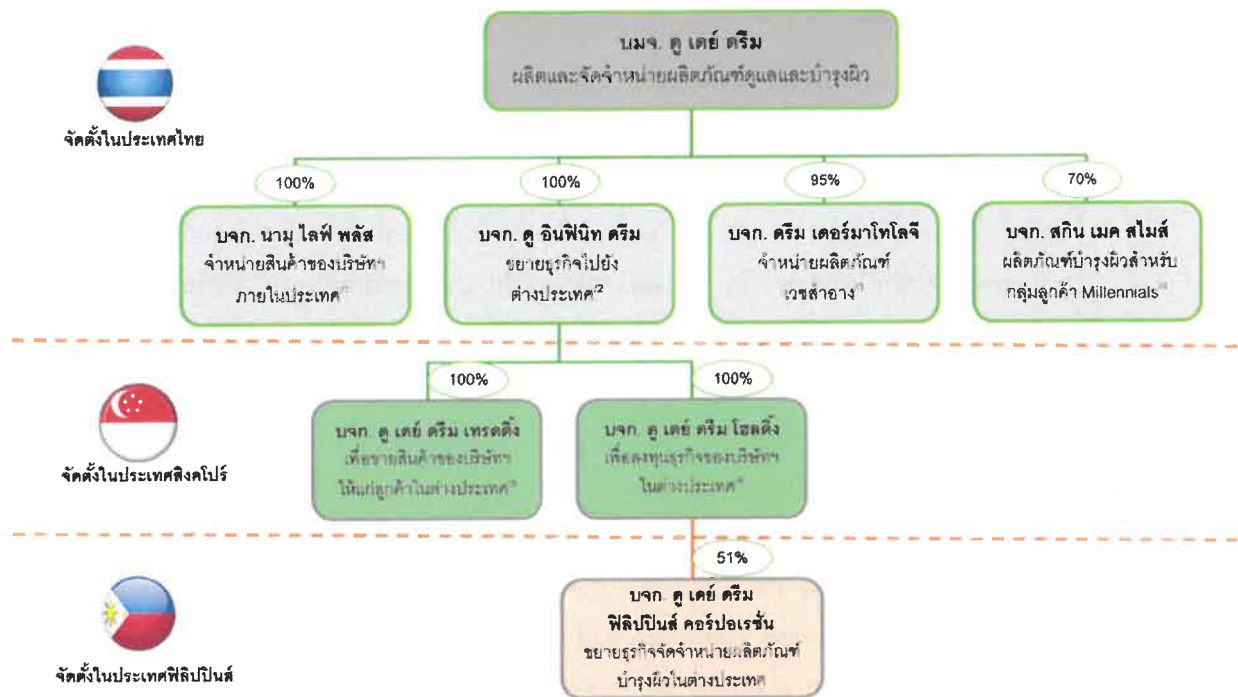
ปี	เหตุการณ์สำคัญ
	■ จัดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2560 ■ เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิมหุ้นละ 100.0 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.0 บาท และเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 225 ล้านบาท เป็น 318 ล้านบาท เพื่อรองรับการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และจัดสรร (1) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 76 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายแก่ประชาชน (IPO) (2) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 2 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ตามโครงการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) และ (3) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 15 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) ซึ่งเป็นนักลงทุนสถาบัน ■ ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2560 บริษัทฯ ได้มีมติให้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 15,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ในราคาหุ้นละ 29.87 บาท ให้แก่ North Haven Thai Private Equity Clarity Company (HK) Limited ("NHTPEC") ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อซื้อหุ้นบริษัทฯ โดยมี North Haven Thai Private Equity L.P. ("NHTPE") เป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมดทางอ้อม (NHTPE ถือหุ้นทั้งหมดใน North Haven Thai Private Equity Holding (HK) Limited ("NHTPEH") และ NHTPEH ถือหุ้นทั้งหมดใน NHTPEC) และเป็นบุคคลในวงจำกัด ภายใต้ नियามของประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ กจ. 17/2551 เรื่อง การกำหนดบทนิยามในประกาศเกี่ยวกับการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ ฉบับลงวันที่ 15 ธันวาคม 2551 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) ■ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2560 เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2560 บริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติแผนการจัดตั้งบริษัทย่อย 3 บริษัท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต ตลอดจนเพื่อผลประโยชน์ทางภาษีต่างๆ บริษัทย่อยดังกล่าว ได้แก่ (1) บจก. ดู อินฟินิตี ดรีม เพื่อเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ ("International Headquarter" หรือ "IHQ") ที่ถือหุ้นในบริษัทที่ประกอบธุรกิจในต่างประเทศของบริษัทฯ (2) บจก. ดู เดย์ ดรีม เทรดิง ในประเทศสิงคโปร์ เพื่อขายสินค้าของบริษัทฯ ให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศ (3) บจก. ดู เดย์ ดรีม โฮลดิ้ง ในประเทศสิงคโปร์ เป็น Holding Company เพื่อลงทุนในธุรกิจของบริษัทฯ ในต่างประเทศ โดยเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2560 บจก. ดู อินฟินิตี ดรีม ได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท และออกหุ้นใหม่จำนวน 1,000,000 หุ้น ในราคามูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกชำระแล้วร้อยละ 25 คิดเป็น 25,000,000 บาท และบริษัทฯ เข้าถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวจำนวน 999,997 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 100 ■ บริษัทฯ ได้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 76 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) และเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2560
พ.ศ. 2561	■ เดือนมีนาคม บริษัทฯ ได้ก่อตั้งบริษัทย่อย บจก. ดรีม เดอร์มาโทโลจี ด้วยทุนจดทะเบียน 50,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท จำนวน 500,000 หุ้น เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เวชสำอาง



ปี	เหตุการณ์สำคัญ
	Oxe'Cure โดยบริษัทฯ ถือหุ้น ณ วันจัดตั้งในสัดส่วนร้อยละ 95 และในเดือนเมษายน บริษัททยอยดังกล่าวได้เข้าซื้อเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์เวชสำอางแบรนด์ Oxe'Cure จาก บจก. เวลโกร เมด ■ ก่อตั้งบริษัทย่อย บจก. สกิน เมค สไมล์ ในเดือนมิถุนายน ด้วยทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท จำนวน 50,000 หุ้น โดยมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ณ วันที่จัดตั้ง เท่ากับ 1,250,000 บาท มูลค่าหุ้นชำระแล้วหุ้นละ 25 บาท เพื่อประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาผิวแห้ง ขาดความชุ่มชื้น ไม่กระจ่างใส มีริ้วรอยหย่อนคล้อย และสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีไลฟ์สไตล์ แบบชาว มินเลนเนียล (Millennials) ภายใต้เครื่องหมายการค้า SÖS (เอสอี โอ เอสอี) และ PRETTiiFACE (พรีตตีเฟส) โดยบริษัทฯ ถือหุ้น ณ วันจัดตั้งในสัดส่วนร้อยละ 70 ■ บริษัทฯ ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทฯ ในประเทศฟิลิปปินส์โดย บจก. ดู เดย์ ดรีม โฮลดิ้ง (บริษัทย่อย) เข้าซื้อหุ้นเพิ่มทุนใน บจก. ดู เดย์ ดรีม เคซีเอ ฟิลิปปินส์ คอร์ปอเรชั่น จำนวน 33,660,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 เปโซฟิลิปปินส์ คิดเป็นร้อยละ 51 ของหุ้นที่ออกจำหน่าย คิดเป็นมูลค่ารวม 33,660,000 เปโซฟิลิปปินส์ หรือเทียบเท่า 21.17 ล้านบาท และได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนตามกฎหมายของประเทศฟิลิปปินส์เป็นที่เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2561 ซึ่งได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็น บจก. ดู เดย์ ดรีม ฟิลิปปินส์ คอร์ปอเรชั่น ในเวลาต่อมา ■ บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์เพิ่ม 1 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ NAMU LIFE SNAILWHITE Icy Mask และได้มีการปรับปรุงขนาดและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบของ 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) NAMU LIFE SNAILWHITE Gold SPF และ (2) NAMU LIFE SNAILWHITE Serum เป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุงผิวน้ำเพื่อขยายตลาดและฐานลูกค้าเพิ่มเติม ในไตรมาสที่ 1 และไตรมาส 4 ของปี ตามลำดับ พร้อมทั้งมีการเพิ่มสูตรครีมอาบน้ำ 2 สูตร
พ.ศ. 2562	■ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2562 วันที่ 17 ธันวาคม 2562 มีมติ อนุมัติให้จัดตั้งบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท สกิน เมค สไมล์ จำกัด ("SMS") บริษัทย่อย และ GP Club Company Limited ("GPC") ซึ่งเป็นบริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลผิวขนาดใหญ่สัญชาติเกาหลี เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปยังกลุ่มประเทศในแถบเอเชีย ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการจัดตั้ง



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท และสัดส่วนการถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562



หมายเหตุ

1. บจก. นามู โลฟี่ พลัส จัดตั้งขึ้นในเดือนมีนาคม 2558 เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัทภายในประเทศ ซึ่งบริษัท ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100
2. บจก. ดู อินฟินิท ดรีม จัดตั้งขึ้นในเดือนตุลาคม 2560 เพื่อทำหน้าที่ขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศให้แก่บริษัท ซึ่งบริษัท ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100
3. บจก. ดรีม เดอร์มาโทโลจี จัดตั้งขึ้นในเดือนมีนาคม 2561 เพื่อขยายธุรกิจของบริษัท ไปสู่ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ซึ่งบริษัท ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 95
4. บจก. สกิน เมค สไมล์ จัดตั้งขึ้นในเดือนมิถุนายน 2561 เพื่อขยายธุรกิจของบริษัท ไปสู่ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับกลุ่มลูกค้า Millennials ซึ่งบริษัท ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 70
5. บจก. ดู เดย์ ดรีม เทรดิง จัดตั้งในประเทศสิงคโปร์ ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในเดือนมกราคม 2561 เพื่อทำหน้าที่จำหน่ายสินค้าของบริษัท ให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศ ซึ่งถือหุ้นโดย บจก. ดู อินฟินิท ดรีม ในสัดส่วนร้อยละ 100
6. บจก. ดู เดย์ ดรีม โฮลดิ้ง จัดตั้งในประเทศสิงคโปร์ ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในเดือนมกราคม 2561 เป็น Holding Company เพื่อลงทุนในธุรกิจของบริษัท ในต่างประเทศ ซึ่งถือหุ้นโดย บจก. ดู อินฟินิท ดรีม ในสัดส่วนร้อยละ 100
7. บจก. ดู เดย์ ดรีม ฟิลิปปินส์ คอร์ปอเรชั่น จัดตั้งในประเทศฟิลิปปินส์ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนตามกฎหมายของประเทศฟิลิปปินส์เป็นที่เรียบร้อยแล้วในเดือนสิงหาคม 2561 เพื่อขยายธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัท ในต่างประเทศ ซึ่งถือหุ้นโดย บจก. ดู เดย์ ดรีม โฮลดิ้ง ในสัดส่วนร้อยละ 51

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

- ไม่มี -

Signature



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่น (OEM) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) ภายใต้เครื่องหมายการค้า "NAMU LIFE" โดยมีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า "SNAILWHITE" สำหรับประเภทการใช้งานต่างๆ ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์บำรุงและทำความสะอาดผิวหน้า, ผิวกายและผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ทั้งผ่านร้านค้าของบริษัทฯ และผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งหนึ่งในบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ คือ นามูไลฟ์ พลัส บริษัทย่อยของบริษัทฯ ซึ่ง ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100

แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 6 กลุ่มย่อย ได้แก่

- (1) กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
- (2) กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย
- (3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า
- (4) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย
- (5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด
- (6) ชุดของขวัญ (Gift Set)



Signature



2) ธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทย่อย

2.1 บริษัท ตรีม เดอร์มาโทโลจี จำกัด ซึ่งเป็น 1 ในบริษัทย่อยของบริษัทฯ ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Oxe'Cure” (อ็อกซีเคียว) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ที่มีปัญหาผิวและผิบบอบบางแพ้ง่าย ด้วย concept อยากรักษาทุกคนว่า “Oxe'cure in Control” ทุกปัญหาผิวสามารถจัดการและแก้ไขได้ ซึ่งมีความหมายโดยรวม ดังนี้

Control all over you อ็อกซีเคียวนำเสนอสินค้าที่ช่วยให้ลูกค้าจัดการปัญหาได้ทั้งผิวน้ำและผิวกาย

Control all types of problems อ็อกซีเคียวช่วยแก้ไขปัญหาลักษณะต่างๆ

Control all the way อ็อกซีเคียวไม่เพียงแต่ช่วยแก้ไขปัญหามาก่อน แต่ช่วยป้องกันและปกป้องไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ

Control is yours อ็อกซีเคียวสนับสนุนให้ลูกค้ามีความมั่นใจ ส่งต่อความเชื่อว่าทุกปัญหาสามารถแก้ไขได้

เสน่ห์ของ Oxe'cure คือเป็นแบรนด์ที่สามารถเข้าใจปัญหาของลูกค้าอย่างถ่องแท้ เน้นการแก้ไขปัญหาเฉพาะจุดได้อย่างตรงไปตรงมาจัดการและควบคุมปัญหาเหล่านั้นได้อย่างปลอดภัย ยึดมั่นในคุณภาพของสินค้า ที่จะต้องได้รับการตรวจสอบจากแพทย์ผิวหนัง และสถาบันตรวจสอบก่อนจัดจำหน่าย

Oxe'cure เป็นแบรนด์ที่เหมาะสมกับผู้ที่มีปัญหาผิวที่เป็นผิว และผิวแพ้ง่าย ซึ่งพร้อมจะเข้าช่วยเหลือและแก้ไขให้แก่ผู้บริโภคอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ด้วยส่วนผสมที่คัดสรรมาเป็นอย่างดี ถูกออกแบบมาสำหรับผู้ใช้งานหลายช่วงอายุ โดยมีลักษณะนิสัย เป็นผู้ที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์แนวเวชสำอาง ถูกรับรองจากผู้เชี่ยวชาญ และชื่นชอบการเลือกซื้อสินค้าโดยเน้นผลลัพธ์หลังใช้เป็นหลัก โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของแบรนด์ ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น ทั้งเพศหญิงและเพศชาย อยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 18-35 ปี สินค้าจึงถูกออกแบบ ให้ใส่อยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง ง่ายต่อการใช้งาน มีสรรพคุณบรรยายอย่างชัดเจน เพื่อง่ายต่อความเข้าใจ นำเสนอในช่องทางและราคาที่กลุ่มวัยรุ่นสามารถเข้าถึงได้ ได้รับการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญและสถาบันตรวจสอบ ถึงคุณสมบัติและความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ผสมผสานกับการสื่อสารที่สร้างสรรค์ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจในปัญหาของลูกค้า ยึดมั่นในประสิทธิภาพและคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก พร้อมกับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อบรรลุซึ่งเป้าหมายและความเชื่อของแบรนด์

Oxe'cure แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 กลุ่มย่อย ได้แก่

- (1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวน้ำ
- (2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย
- (3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวน้ำ
- (4) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย





2.2 บริษัท สกิน เมค สไมล์ จำกัด เป็นอีก 1 บริษัทย่อย ของบริษัทฯ จัดตั้งเพื่อประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว สำหรับกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ชาว “มิลเลนเนียล” (Millennials) มีผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า SōS (อะซี โอ อะซี) มีปรัชญาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้ผู้บริโภคมีผิวสวยและสุขภาพผิวดีโดยปราศจากความยุ่งยากจึงคิดค้นให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่าย สามารถใช้งานได้อเนกประสงค์ และตอบสนองปัญหาผิวได้อย่างตรงจุด ด้วยอนุภาพของสารสกัดเข้มข้นมีคุณภาพสูง ที่ได้รับการพิสูจน์ผลลัพธ์จากผู้ใช้งานจริง และได้รับการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง ผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายจัดเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับบำรุงผิวหน้า ผลิตภัณฑ์จากประเทศญี่ปุ่น



ในปี 2562 มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ภายใต้ชื่อเครื่องหมายการค้า “

PRETTIIFACE” (พริตตี้เฟส) ซึ่งได้รับการคิดค้นและพัฒนาสินค้าเพื่อเข้าถึงเป้าหมายกลุ่มมิลเลนเนียล กลุ่มนักศึกษาและกลุ่มคนที่เพิ่งเริ่มต้นชีวิตวัยทำงาน แปรนด์พริตตี้เฟสจะนำเทรนด์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันมีกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเป็นหลัก ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์เสริมบำรุงผิวหน้า ซึ่งในอนาคตได้มีแผนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบโจทยความต้องการของผู้บริโภคได้ครอบคลุมมากขึ้น



ดู เดย์



3) ธุรกิจรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่น (OEM)

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและให้คำแนะนำสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าในรูปแบบครีม โดยลูกค้าของธุรกิจประเภทนี้ คือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีความต้องการเข้าสู่อุตสาหกรรมความงาม แต่มีเงินลงทุนจำกัด และไม่มีโรงงานเป็นของตนเอง

โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินรวม

โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินรวมสำหรับปี 2560 – 2562 สามารถสรุปได้ดังนี้

	2560	2561	2562
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ			
1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	78.81	68.62	63.42
2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย	3.56	3.02	4.08
3) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า	4.27	10.44	10.66
4) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย	7.98	7.55	6.72
5) ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด	3.87	2.46	2.60
6) ชุดของขวัญ	3.22	5.67	9.72
รายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ	101.71	97.76	97.2
หัก ส่วนลด	(2.30)	(1.93)	(5.66)
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ – สุทธิ	99.41	95.83	91.54
รายได้อื่นๆ ¹⁾	0.59	4.17	8.46
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ 1. รายได้อื่นโดยหลัก ได้แก่ ดอกเบี้ยรับและรายได้จากการให้บริการ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.1.1 ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ “NAMU LIFE” โดยมีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “SNAILWHITE” ภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์ 6 กลุ่มย่อย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของบริษัทฯ มีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ รวมถึงสารสกัดเข้มข้นจากธรรมชาติ ที่จะช่วยบำรุงผิวหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับการบำรุงทุกสภาพผิว ซึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าประกอบไปด้วย 11 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- 1.1 NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Moisture Cream เป็นผลิตภัณฑ์แรกของบริษัทฯ และเป็นผลิตภัณฑ์บุกเบิกในประเทศไทยที่มีส่วนผสมจากสารสกัดของเมือกหอยทากเข้มข้น



- 1.2 NAMU LIFE SNAILWHITE SYN-AKE MIST หรือเอสเซนส์เข้มข้นสูตรน้ำ
- 1.3 SNAILWHITE Mask Shot ผลิตภัณฑ์แผ่นมาสก์บำรุงผิวหน้า
- 1.4 NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream ครีมบำรุงผิวหน้าผสมสารสกัดเข้มข้นจากเกาหลี
- 1.5 NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle Intensive Repair เซรั่มบำรุงผิวหน้า
- 1.6 NAMU LIFE SNAILWHITE Royal Jelly Facial Cream ครีมสารสกัดหลักจากเมือกหอยทากนมผึ้ง
- 1.7 NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถฟื้นฟูบำรุงและปกป้องผิวในหนึ่งเดียว
- 1.8 NAMU LIFE SNAILWHITE Overnight Firming Mask ครีมมาสก์บำรุงผิวหน้าเวลากลางคืน
- 1.9 NAMU LIFE SNAILWHITE Gold Facial Cream ครีมเพื่อผิวแลดูอ่อนเยาว์และสุขภาพดี
- 1.10 NAMU LIFE SNAILWHITE 7 Days Mask Sheets มาส์กบำรุงผิวหน้า
- 1.11 NAMU LIFE SNAILWHITE ICY MASK มาส์กบำรุงผิวหน้าแบบสลิปปิ้งมาสก์

2) กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย

- 2.1 NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster ผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวกาย
- 2.1 NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster SPF30/PA+++ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย

3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า

- 3.1 NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing เจลคลีนซิ่งล้างเครื่องสำอาง
- 3.2 NAMU LIFE SNAILWHITE Whipp Soap สบู่ก่อนทำความสะอาดผิวหน้าในบรรจุภัณฑ์ตาข่ายวิบโพน
- 3.3 NAMU LIFE SNAILWHITE Essential Toner หนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้การทำความสะอาดผิวหน้า
- 3.4 NAMU LIFE SNAILWHITE Namu Facial Jelly Wash ผลิตภัณฑ์เจลล้างหน้าสูตรอ่อนโยน

4) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย

- 4.1 NAMU LIFE SNAILWHITE CRÈME BODY WASH Natural White สูตรบำรุงผิวขาวกระจ่างใส
- 4.2 NAMU LIFE SNAILWHITE CRÈME BODY WASH Deep Moisture สูตรเพิ่มความชุ่มชื้น
- 4.3 NAMU LIFE SNAILWHITE CRÈME BODY WASH Anti-aging สูตรลดเลือนริ้วรอย
- 4.4 NAMU LIFE SNAILWHITE CRÈME BODY WASH AROMA Rashall Rose สูตรกลิ่นช่วยผ่อนคลาย
- 4.5 NAMU LIFE SNAILWHITE CRÈME BODY WASH AROMA Swiss Lavender สูตรกลิ่นช่วยผ่อนคลาย

5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด

- 5.1 NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด SPF50+ และ PA+++
- 5.2 NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen CC ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดดสูตร CC ปรับผิวให้ดูกระจ่างใส

6) ชุดผลิตภัณฑ์และชุดของขวัญ

- 6.1 NAMU LIFE SNAILWHITE EXTRA CHARGE SET ชุดผลิตภัณฑ์เร่งฟื้นฟูผิวเสีย
- 6.2 NAMU LIFE SNAILWHITE GOLDEN SET ชุดผลิตภัณฑ์ต่อต้านริ้วรอยที่ดีที่สุดเพื่อผิวอ่อนเยาว์
- 6.3 NAMU LIFE SNAILWHITE ANTI-AGING COLLECTION ชุดผลิตภัณฑ์บำรุงและต่อต้านริ้วรอยที่ช่วยฟื้นฟูและยกกระชับผิวที่ดีที่สุด เพื่อผิวที่ดูอ่อนกว่าวัย



- 6.4 NAMU LIFE SNAILWHITE CLEANSE & RESTORE SET ชุดทำความสะอาดและบำรุงผิวหน้า
- 6.5 NAMU LIFE SNAILWHITE SUMMER GLOW SET ชุดของขวัญพิเศษต้อนรับลมร้อน
- 6.6 NAMU LIFE SNAILWHITE FACIAL SET ชุดของขวัญสุดคุ้ม
- 6.7 NAMU LIFE SNAILWHITE GOLD FACIAL SET ชุดสุดคุ้ม
- 6.8 NAMU LIFE SNAILWHITE LAN SET ชุดผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าครบวงจร
- 6.9 NAMU LIFE SNAILWHITE SIMILAN SET ชุดผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าครบวงจร
- 6.10 NAMU LIFE SNAILWHITE GOLD TRIPLE LIFT SERUM เซรั่มช่วยฟื้นฟูผิวเข้มข้น บำรุงล้ำลึกให้ริ้วรอยบริเวณใบหน้า และริ้วรอยบริเวณหางตาแลดูจางลง ช่วยให้ผิวแน่นกระชับ สว่างกระจ่างใส

2.1.2 ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เวชสำอางของบริษัทย่อย ภายใต้เครื่องหมายการค้า "Oxe'Cure" ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ที่มีปัญหาผิวและผิวบอบบางแพ้ง่าย โดยมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มย่อย รายละเอียดดังนี้

1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า

- 1.1 OXE'CURE FACIAL ACNE LOTION โลชั่นแต้มสิว
- 1.2 OXE'CURE ANTI-MELASMA CREAM ครีมทาหน้าเพื่อลดฝ้า กระ และจุดด่างดำให้จางลง
- 1.3 OXE'CURE ACNE CLEAR POTION โฟชั่นแต้มสิวสูตรใหม่จากประเทศญี่ปุ่น เข้มข้นด้วย Salicylic Acid 2%
- 1.4 OXE'CURE ACNE CLEAR POWDER MUD แป้งโคลนแต้มสิวสูตรใหม่จากประเทศญี่ปุ่น เข้มข้นด้วย Salicylic Acid 2%
- 1.5 OXE'CURE ACNE CLEAR POWDER LOTION แป้งน้ำเนื้อโลชั่นช่วยควบคุมความมันส่วนเกินบนใบหน้า ลดรูขุมขนอุดตัน ผลัดเซลล์ผิวให้เรียบเนียน จุดด่างดำดูจางลง

2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย

- 2.1 OXE'CURE BODY ACNE SPRAY สเปรย์สำหรับลดอาการอักเสบและป้องกันการเกิดสิวที่บริเวณแผ่นหลัง ลำตัว หน้าอก ลำคอ และแขน

3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า

- 3.1 OXE'CURE FACIAL LIQUID CLEANSER เจลล้างหน้าสูตรน้ำ สามารถทำความสะอาดผิวหน้าได้อย่างอ่อนโยน

4) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย

- 4.1 OXE'CURE BODY WASH สูตรรักษาสมดุลของผิว มี pH 5.5 ช่วยทำความสะอาดผิวโดยยังรักษาสภาวะสมดุลตามธรรมชาติ
- 4.2 OXE'CURE SULFUR SOAP ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสำหรับลดสิวและความมันบนผิว และสำหรับในปี 2562 Oxe'cure ได้ออกสินค้าใหม่ทั้งหมด 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่
 - 1. Oxe'cure Acne Clear Potion โฟชั่นแต้มสิวสูตรใหม่จากประเทศญี่ปุ่น เข้มข้นด้วย Salicylic Acid 2%
 - 2. Oxe'cure Acne Clear Powder Mud แป้งโคลนแต้มสิวสูตรใหม่จากประเทศญี่ปุ่น เข้มข้นด้วย Salicylic Acid 2%
 - 3. Oxe'cure Acne Clear Powder Lotion แป้งน้ำเนื้อโลชั่น ควบคุมความมันส่วนเกินบนใบหน้า ลดรูขุมขนอุดตัน ผลัดเซลล์ผิวให้เรียบเนียน จุดด่างดำดูจางลง



2.1.3 ธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เวชสำอางของบริษัทย่อย ภายใต้เครื่องหมายการค้า “SÖS” (เอส โอ เอส) และ “PRETTiiFACE” (พริตตี้เฟส) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาผิวแห้งขาดความชุ่มชื้น ไม่กระจ่างใส มีริ้วรอยหย่อนคล้อย และสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีไลฟ์สไตล์ แบบชาวมิลเลนเนียล (Millennials) โดยมีผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1) SÖS HYALURON X3 CONCENTRATE SERUM เซรั่ม ผสานด้วยไฮยาลูรอนเข้มข้น 3 โมเลกุล คือ Hyaluron ทำหน้าที่เคลือบ และปกป้องผิวจากการสูญเสียน้ำ Nano Hyaluron แก้ปัญหาริ้วรอยได้อย่างล้ำลึก และ Super Hyaluron ช่วยปรับผิวให้เรียบเนียน เต็มเต็มและคงความชุ่มชื้นได้ล้ำลึกและยาวนาน

2) PrettiiFace Wink Bright Whitening serum เซรั่มเพื่อผิวแลดูกระจ่างใส อมชมพู มีออรา

3) PrettiiFace Oasis Moisturizing serum เซรั่มเติมน้ำให้ผิว ผิวแลดูชุ่มชื้น

4) PrettiiFace Youth-iful serum เซรั่มช่วยลดเลือนริ้วรอย ผิวแลดูอ่อนเยาว์

5) PrettiiFace Pore-fecting serum เซรั่มเพื่อผิวแลดูเนียนเรียบ กระชับรูขุมขน

2.1.4 ธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM) ซึ่งบริษัทฯ รับจ้างผลิตและให้คำแนะนำสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าในรูปแบบครีม โดยลูกค้าของธุรกิจประเภทนี้ คือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีความต้องการเข้าสู่อุตสาหกรรมความงาม แต่มีเงินลงทุนจำกัด และไม่มีโรงงานเป็นของตนเอง

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายทางการตลาด

1) การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้าให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภค (Brand Awareness)

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ขยายจำนวนบริษัทย่อยเพิ่มขึ้น เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เวชสำอางบำรุงผิว นอกจากเครื่องหมายทางการค้าที่แตกต่างกันแล้ว ยังมีองค์ประกอบหลักต่างๆ ที่แตกต่างกันด้วยเช่น ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ นโยบายทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย ระดับราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นในแต่ละแบรนด์สินค้าได้มีการวางกลยุทธ์ที่แตกต่างให้เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการที่หลากหลาย

แบรนด์ “SNAILWHITE” (สเนลไวท์) เน้นในเรื่องการสร้างสรรพคุณผลิตภัณฑ์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของความเป็น Premium Mass คือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงแต่จำหน่ายในราคาที่จับต้องได้ เน้นทำการตลาดที่สร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ ด้วยการเลือกสรรบุคคลที่มีชื่อเสียงระดับ Superstar แฉวน้ำของเมืองไทย ที่มีความโดดเด่นเรื่องความงามและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย ในการเป็นพรีเซนเตอร์นำเสนอมผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างการจดจำและความน่าเชื่อถือในกลุ่มผู้บริโภค ในปี 2562 บริษัทฯ เน้นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ “Gold” ด้วยการนำเสนอมผลิตภัณฑ์ใหม่ NAMU LIFE SNAILWHITE Gold Triple Lift Serum ทั้งแบบขวดปั๊ม และแบบซอง เพื่อให้ธุรกิจเติบโตไปในทิศทางเดียวกันกับตลาดปัจจุบัน ที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ Anti-Aging Segment (ด้านริ้วรอย) มีอัตราการเจริญเติบโตสูงกว่า 5% เทียบเท่ากับ Whitening Segment (ผิวขาว) นอกจากนี้ ในช่วงปลายปี 2562 สเนลไวท์ยังได้กระตุ้นตลาดผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด Facial Sunscreen ด้วย เนื่องจากตลาดผลิตภัณฑ์กันแดดนั้นเป็นตลาดที่มีการเจริญเติบโตสูง (มากกว่า 8%) และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ เนื่องด้วยสภาวะแวดล้อม และมลภาวะที่สูงขึ้นในปัจจุบัน แม้ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เคยมีอยู่



แล้ว แต่ก็ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคในอัตราที่น่าพึงพอใจมากกว่า 20% ตลาดผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและบำรุงผิวในปี 2562

ที่ผ่านมาภาวะการแข่งขันที่ดุเดือด หลายแบรนด์เกิดขึ้นใหม่ มีสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดเกือบทุกสัปดาห์ รวมถึงการนำเสนอโปรโมชั่น และกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ เพื่อผลักดันสินค้ามีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น พฤติกรรมหนึ่งที่ตามมาและสามารถเห็นได้ชัดมากขึ้นคือ การทดลองสินค้าใหม่ๆ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้ผลิตทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ทั้ง แบรนด์ในประเทศ และ แบรนด์ต่างประเทศ มาพัฒนาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดบรรจุที่เล็กลง ทำให้มีราคาย่อมเยามากขึ้น กระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้และนำไปสู่การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองสภาพเศรษฐกิจที่ฝืดเคืองปัจจุบันได้ค่อนข้างรวดเร็ว ผลกระทบที่เห็นได้ชัดอีกอย่างหนึ่งคือ การเติบโตของช่องทางการขายในร้านสะดวกซื้อ อันเนื่องมาจากราคาของสินค้าขนาดของ ที่เหมาะสมกับช่องทางการขายมาก จนเรียกได้ว่าร้านสะดวกซื้อกลายเป็นหนึ่งช่องทางหลักในการจัดจำหน่าย และบริโภคสินค้าบรรจุภัณฑ์เล็ก หรือสินค้าขนาดของไปแล้ว แบรนด์สเนลไวท์ จึงพัฒนาสินค้าขนาดของเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่องทางนี้มากขึ้น เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคตลาด Mass มากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างจังหวัด ช่องทางการจัดจำหน่ายยังคงเน้นไปที่ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และการส่งออกต่างประเทศเป็นหลัก ที่กลุ่มลูกค้ามีกำลังซื้อที่ขนาดบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน ส่วนช่องทางร้านสะดวกซื้อที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว และร้านค้าปลีกดั้งเดิม จะเน้นการวางจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบของซองซอง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด

แบรนด์ "OXE'CURE" (ออกซีเคียว) ในปี 2562 นับเป็นปีแรกที่ บริษัท ดรีม เดอร์มาโทลจี้ จำกัด ได้เริ่มทำการจัดจำหน่ายและบริหารแบรนด์ ออกซีเคียว ต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 1 ปีเต็ม ทางแบรนด์จึงได้เน้นแผนกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์พัฒนาให้แบรนด์มีภาพลักษณ์ BRAND DNA ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ผ่านทางการปรับหน้าตาของเครื่องหมายการค้า บรรจุภัณฑ์ รวมถึงการจัดหมวดหมู่ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยมากขึ้น เสริมภาพลักษณ์การเป็นผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ดังนั้นที่มาของผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นจะถูกคิดค้นปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์จากการรวบรวมข้อมูลการวิจัยและพัฒนา ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์จากสถาบันต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีความโดดเด่นในเรื่องของผลลัพธ์ที่ช่วยตอบโจทย์ปัญหาและเห็นผลหลังใช้ที่ชัดเจน ช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะจุดได้เป็นอย่างดี กลุ่มเป้าหมายหลักของแบรนด์คือผู้ที่มีปัญหาผิวหรือกลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา และคนเริ่มต้นวัยทำงาน ดังนั้นการทำการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มนี้จึงเน้นไปที่การทำการตลาดในช่องทางออนไลน์เป็นหลักในช่วงแรก ในไตรมาสที่สองของปี 2562 ได้เริ่มเลือกใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ เพื่อสร้างการจดจำแบรนด์สินค้าให้กับผู้บริโภค เนื่องจากการห่างหายไปเป็นระยะเวลานาน และตามมาด้วยการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในไตรมาสที่สาม ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างมากคือ OXE'CURE Acne Clear Potion โฟชั่นแต้มสิวสูตรใหม่จากประเทศญี่ปุ่น และ พร้อมกันกับการออกผลิตภัณฑ์แต้มสิวในบรรจุภัณฑ์แบบซองครั้งแรกของแบรนด์ คือ OXE'CURE Acne Clear Powder Mud โคลนแต้มสิว ทั้งสองเป็นผลิตภัณฑ์แต้มสิวเหมือนกัน แต่แตกต่างกันที่เนื้อสัมผัสและบรรจุภัณฑ์ โดยที่ Potion มีลักษณะเป็นตะกอนแป้งน้ำบรรจุในขวดแก้ว ช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ ณ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในขณะที่ Mud จะเป็นแป้งโคลน บรรจุในซองซอง จำหน่ายอยู่ที่ร้านสะดวกซื้อ การโฆษณาของทั้งสองผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นเน้นไปที่ช่องทางออนไลน์ ซึ่งได้เสียงตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ออกซีเคียว นั้นจัดจำหน่ายผ่านตัวแทน บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งมีหน้าที่กระจายสินค้าทั่วประเทศไทย โดยขนาดบรรจุภัณฑ์แบบมาตรฐานมีการจัดจำหน่าย



ตั้งแต่ช่องทางร้านขายยาทั้งแบบปลีกและส่ง ร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ซึ่งประกอบไปด้วยร้านค้าชั้นนำที่มีสาขาจำนวนมาก ซูเปอร์มาร์เก็ต และช่องทางพิเศษอื่นๆ เช่น โรงพยาบาลและคลินิกรักษาผิว และรวมถึงร้านค้าปลีกออนไลน์ ส่วนร้านค้าปลีกสะดวกซื้อเน้นการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กที่เหมาะสมสำหรับการพกพาเดินทางและผลิตภัณฑ์แบบซองชาเซซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่งวางขาย ซึ่งตลาดได้ให้การตอบรับเป็นอย่างดี

แบรนด์ SÖS (เอสอี โอ เอสอี) ย่อมาจาก Stories of Skin หรือเรื่องเล่าจากผิว ที่ถือเป็น Slogan ของแบรนด์ เพราะเชื่อว่าผิวแต่ละคนนั้นแตกต่างกัน เพราะมีประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน เรื่องราวต่างๆจึงถูกบอกเล่าอยู่บนผิวที่ต่างรูปแบบกันไป ไม่ว่าจะเป็นผิวแห้ง ผิวมัน ผิวปัญหาผิว ผิวมีริ้วรอย หรือจุดต่างด่าง SÖS จึงเป็นแบรนด์ที่มุ่งเน้นพัฒนาสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคแก้ไขปัญหาผิวได้โดยยังสามารถสนุกไปกับทุกประสบการณ์ของช่วงชีวิต โดย Story แรกที่ทางแบรนด์นำเสนอสู่ตลาดคือ Water of Life ที่แบรนด์เชื่อว่าเป็นจุดเริ่มต้นของผิวที่สมบูรณ์และแข็งแรง ผิวที่มีสมดุลน้ำ จะสดใสแลดูอ่อนเยาว์ ผลิตภัณฑ์แรกที่ออกสู่ตลาดในปี 2562 คือ SÖS HYALURON X3 Serum เซรั่มไฮยาลูรอนเข้มข้น ที่นำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่นอุดมด้วยไฮยาลูรอน 3 โมเลกุลที่ทั้งซึมลึกลงสู่ผิวเพื่อเติมน้ำให้ผิวอย่างเร่งด่วนพร้อมทั้งกักเก็บความชุ่มชื้นที่ผิวชั้นนอกให้ไม่สูญหายไปกับมลภาวะต่างๆ ด้วยความเป็นการดูแลขั้นพื้นฐานสำคัญ ผลิตภัณฑ์แรกที่ออกวางจำหน่ายจึงมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นคนรุ่นใหม่ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย วัยรุ่นถึงวัยทำงาน มีรายได้เพียงพอแก่การจัดสรรงบประมาณในการบริโภคสินค้าความงาม การสื่อสารทางการตลาดเริ่มต้นด้วยการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หลังจากนั้นได้สร้างการรับรู้และจดจำชื่อแบรนด์ด้วยการใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในรูปแบบของ VTR สั้นๆ ในรายการที่ได้รับความนิยมเพื่อตอบโจทย์เรื่องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยการใช้เม็ดเงินโฆษณา Offline อย่างคุ้มค่าที่สุด สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายเน้นไปที่ร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ ช่องทางออนไลน์ และร้านค้าขายปลีกดั้งเดิมบางร้านที่มีศักยภาพในการช่วยกระจายสินค้าในแต่ละพื้นที่เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค

แบรนด์ PRETTiFACE “พริตตี้เฟส” เป็นการผสมผสานความโดดเด่นของสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีเข้าด้วยกัน ด้วย Concept ของผลิตภัณฑ์ “Best Friend Forever” ซึ่งจะเจาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นให้เริ่มดูแลผิวหน้าตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อคงความสุขภาพดี ผิวดูอ่อนเยาว์ โดยการสื่อสารจะเป็นในรูปแบบ A Girl's Best Sister เพื่อนที่อยู่ข้างๆเสมอ คอยช่วยเหลือ อัพเดทข่าว และเทรนด์ใหม่ๆ สนุกกับการใช้ชีวิต เป็นแบรนด์สินค้าของคนกลุ่มมิลเลนเนียล กำเนิดจากความคิดของคนสมัยใหม่ยุคมิลเลนเนียลที่เชื่อในการดูแลสุขภาพและความงามที่แตกต่างจากคน Generation ก่อนๆ ผู้บริโภคชาวมิลเลนเนียลจึงมองหาแบรนด์ใหม่ที่สามารถสะท้อนความคิด ทัศนคติ และความเชื่อในวิถีเดียวกัน จึงกำเนิดเป็น “พริตตี้เฟส” แบรนด์สินค้าความงามที่พัฒนาเพื่อผิวคนไทยโดยเฉพาะ ทุกสูตรสามารถใช้ได้กับทุกเพศ ไม่มีพรีเซนเตอร์ที่มีชื่อเสียงในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ เน้นการทำให้กลุ่มเป้าหมายที่สนใจใน ทำให้เกิดการตลาดโดยใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง และแบ่งปันผลลัพธ์ต่อคนรอบข้าง สำหรับภาพลักษณ์ของแบรนด์นั้นเลือกที่จะสะท้อนบุคลิกและทัศนคติไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยคาแรกเตอร์การ์ตูน 4 สาว ซึ่งทั้ง 4 สาวนี้มีเรื่องราวที่มา และวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน 4 แบบได้แก่ วัยมัธยมปลาย, วัยมหาวิทยาลัย, วัยเริ่มทำงาน, และวัยผู้จัดการ ซึ่งเป็นตัวแทนแสดงถึงกลุ่มเป้าหมายหลักของแบรนด์ได้อย่างดี เพราะพริตตี้เฟสเชื่อในคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิดจึงมาพร้อมกับ Slogan ที่ว่า “สวยอย่างซิส ต้องพริตตี้เฟส” ดังนั้นการทำการตลาดจึงได้เน้นการนำเสนอสินค้าให้ผู้คนได้ทดลองใช้จริง ตั้งแต่ Influencers ไปจนถึงบุคคลทั่วไป ผลิตภัณฑ์แรกของแบรนด์ที่ออกสู่ตลาดเป็น เซรั่มบำรุงผิวหน้า 4 สูตรเพื่อปัญหาที่ผิวที่แตกต่างกัน แต่สามารถใช้ร่วมกันได้ทั้ง 4 สูตรโดยให้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น ทุกสูตรอ่อนโยนต่อผิว



บอบบาง สามารถใช้ได้ตั้งแต่เด็กอายุ 7 ปีขึ้นไป ราคาของสินค้าทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของชาเซ่ จำหน่ายในราคาจับต้องได้ที่ 39 บาทที่ขนาดบรรจุ 6 มิลลิตร ซึ่งประกอบไปด้วยสารสกัดที่ออกฤทธิ์นำเข้าสู่จากต่างประเทศ ได้แก่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และเกาหลี ลักษณะของเป็นชาเซ่แบบมีฝาจุปิดเพื่อใช้ได้หลายครั้ง จึงสะดวกต่อการพกพาเดินทาง ช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นเน้นไปที่ช่องทางร้านค้าปลีกสะดวกซื้อและร้านค้าขายปลีกดั้งเดิมที่มีศักยภาพในการช่วยกระจายสินค้าในแต่ละพื้นที่ รวมถึงช่องทางออนไลน์ต่างๆ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ รวมถึงภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ นั้นได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีด้วยการได้รับรางวัลต่างๆ ที่บริษัทฯ ได้รับในปี 2558 – 2562 มีดังนี้

ปี	รางวัล	ผู้มอบรางวัล
2558	Cosmo Kiss Beauty Award 2015 สาขา Best Facial Sheet Mask จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Mask Shot	นิตยสาร Cosmopolitan
	Health, Wellness and Beauty Award 2015 (HWB Award 2016) จำนวน 2 รางวัล ได้แก่ 1) Best of the Best จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Snail Filtrate Moisture Facial Cream 2) Best Selling Natural Ingredient Moisture Facial Cream จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Snail Filtrate Moisture Facial Cream	WATSONS
	Iconic Beauty 2015 สาขา Iconic Skin Brightening Facial Cleanser จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing	นิตยสารแพรว
	Marie Claire Best Beauty 2015 สาขา Most Impressive Performance Body Care จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster	นิตยสาร Marie Claire
	ผลิตภัณฑ์ความงามดีเด่น Lisa Beauty Choice Award: Editor's Choice 2016 จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle Incentive Repair	นิตยสาร Lisa
2559	OK! Beauty Choice 2015 สาขา Best Cleanser	นิตยสาร OK!
	Top 5 Cleanser จาก Marie Claire BEST Beauty 2016 ในสาขา Facial Cleansing ที่ดีที่สุดของผลิตภัณฑ์ความงาม	นิตยสาร Marie Claire
	ดีที่สุดของผลิตภัณฑ์ความงาม ICONIC Whitening Facial Cleanser" จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing	นิตยสารแพรว
	Health, Wellness and Beauty Award 2016 (HWB Award 2016) จำนวน 3 รางวัล ได้แก่ (1) สุดยอดครีมบำรุงผิวจากสารสกัดจากธรรมชาติเพื่อผิวกระจ่างใส จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream (2) สุดยอดครีมบำรุงผิวกาย เพื่อผิวกระจ่างใส จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster (3) รางวัลสุดยอดสินค้าขายดีประจำปี	WATSONS
	Best of New Product Launch 2017 หมวด Bath Care จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Crème_Body Wash Natural White 500ml.	WATSONS
2560	Cleo Beauty Hall of Fame 2017 จำนวน 2 รางวัล	นิตยสาร CLEO



ปี	รางวัล	ผู้มอบรางวัล
	1) NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle Intensive Repair ได้รับรางวัล Best Whitening 2) NAMU LIFE SNAILWHITE Mask Shot ได้รับรางวัล Best Mask	
	Lisa Beauty Choice Awards 2017 หมวด “Best Facial Serum” จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle Incentive Repair	นิตยสาร Lisa
	Iconic Brightening Facial Sunscreen จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen	นิตยสารแพรว
	SME Excellence Award ในสาขาธุรกิจการผลิต (Manufacturing Business)	สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA)
	ครีมอาบน้ำอันดับ 1 ที่ได้รับการรีวิวจากผู้ใช้งานจากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Crème Body Wash	เว็บไซต์ Cosmenet
2561	Health, Wellness and Beauty Award 2018 (HWB Award 2018) ดังนี้ 1) สุดยอดสินค้าใหม่ในกลุ่ม Body Wash จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Crème Body Wash สูตร Natural White 2) ยอดขายอันดับหนึ่ง สินค้าที่ดี แอคน์ สเปรย์ จากผลิตภัณฑ์ Oxe'Cure Body Acne Spray	WATSONS
	C Channel Beauty Awards 2018 สาขา Best Anti-Aging Moisturizer จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE GOLD	C Channel
	Lisa Beauty Choice Awards 2018 หมวด “Best Day Cream” จากผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream SPF20 PA	นิตยสาร Lisa
	รางวัลหุ้นขวัญใจมหาชน (Popular Stock Award) ปีที่ 7 ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ผลการตัดสินจากนักลงทุน จำนวน 4,000 ตัวอย่าง ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2561 ตามหลักเกณฑ์ของยามาเนะ ซึ่งเป็นสากลทั่วโลก	นสพ.ข่าวหุ้นธุรกิจ
2562	Best Selling Acne Body Spray จากผลิตภัณฑ์ OXE'CURE BODY ACNE SPRAY	WATSONS HWB Awards
	รางวัลยอดเยี่ยม เซรั่มเติมน้ำให้ผิว Iconic High Performane Hydrating Serum จากผลิตภัณฑ์ SÖS HYALURON X3 CONCENTRATE SERUM	นิตยสารแพรว

2) ความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคด้วยช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมและหลากหลาย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในความสามารถในการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภคขั้นสุดท้าย โดยเป้าหมายหลักในการจัดจำหน่าย คือ การนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปสู่ผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าซึ่งมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นผ่านการทำการตลาดที่ประสบความสำเร็จในทุกพื้นที่ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและครอบคลุม โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) หรือร้านค้าของบริษัทฯ (NAMU LIFE Shop) รวมถึงมีการส่งออกไปยังต่างประเทศผ่านตัวแทนจำหน่ายท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละประเทศ และช่องทางออนไลน์ โดยปัจจัยดังกล่าวถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จที่ผ่านมาของบริษัทฯ



3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจในทุกๆ ด้าน รวมถึงการจัดการและบริหารความเสี่ยงองค์กร เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและนอกที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อเตรียมความพร้อมเมื่อประสบกับเหตุความเสี่ยง รวมทั้ง หาแนวทางในการจัดการและลดปัจจัยความเสี่ยงทุกรูปแบบที่จะเกิดขึ้นจนทำให้ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับที่สามารถควบคุมและยอมรับได้ โดยปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ความเสี่ยงทางด้านตลาด และความเสี่ยงทางการเงิน ของแต่ละแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ของบริษัทฯ ดังนี้

3.1 ปัจจัยความเสี่ยงของกลุ่มผลิตภัณฑ์ "SNAILWHITE"

3.1.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ (Business Operation Risk)

● ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักและบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจ

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าความสำเร็จของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้บริหารหลักและบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ทั้งด้านการผลิต การตลาด และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทฯ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีพนักงานที่มีประสบการณ์ และมีความรู้ความสามารถ โดยบริษัทฯ ได้ฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ อย่างไรก็ตาม หากบริษัทฯ ไม่สามารถรักษากลุ่มผู้บริหารและพนักงานที่มีความสามารถไว้ได้ หรือไม่สามารถหาบุคลากรมาทดแทนได้ภายในเวลาที่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการจูงใจและรักษานักบุคลากรของบริษัทฯ และมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถและความรับผิดชอบของบุคลากร การวางแผนทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ของบุคลากรแต่ละระดับอย่างชัดเจน รวมทั้งการจัดสรรผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้และความสามารถของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการสรรหาพนักงานใหม่ที่มีศักยภาพทดแทนบุคลากรที่สูญเสียไปอยู่เสมอ เพื่อให้บริษัทฯ มีบุคลากรเพียงพอสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ

● ความเสี่ยงจากการใช้สารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทุกประเภทมีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ และบริษัทฯ ได้ใช้ส่วนประกอบนี้ในการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทั้งนี้ เนื่องจากสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติ ซึ่งปริมาณที่มีในธรรมชาติไม่สามารถควบคุมได้ หากเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเมือกหอยทาก การขาดแคลน หรือความยากลำบากในการจัดหาสารสกัดจากเมือกหอยทาก รวมถึงหากความนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลน หรือเกิดความยากลำบากในการจัดหาสารสกัดจากเมือกหอยทาก โดยบริษัทฯ ได้มีการติดต่อและสั่งซื้อสารสกัดจากเมือกหอยทากจากผู้จัดจำหน่ายที่มีคุณภาพ และความน่าเชื่อถือหลายราย ซึ่งพร้อมที่จะจัดจำหน่ายสารสกัดจากเมือกหอยทากให้กับบริษัทฯ ในกรณีที่ผู้จัดจำหน่ายบางรายมีปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบให้กับบริษัทฯ รวมถึงมีการพัฒนาหาทางเลือกอื่นๆ ที่จะใช้เป็นส่วนประกอบหลักแทนเมือกหอยทากในอนาคต พร้อมกันนี้บริษัทฯ ยังได้มีการวางแผนการตลาดถึงการรับรู้ในเครื่องหมายการค้าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของ



บริษัทฯ แทนการแสดงถึงเม็ดเงินหายากที่เป็นส่วนผสมที่สำคัญเพื่อให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

● ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ผลิตขวดบรรจุภัณฑ์

บริษัทฯ ได้ใส่ใจในทุกขั้นตอนการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการคัดเลือกขวดบรรจุภัณฑ์ ที่จะต้องมีคุณภาพและมีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะช่วยส่งเสริมการใช้งานผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ซึ่งได้พิจารณาคัดสรรผู้จำหน่ายจากคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ แหล่งที่มาที่ได้มาตรฐาน นวัตกรรมที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และความต้องการของผู้บริโภค โดยในปัจจุบันบริษัทฯ จัดหาขวดบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่จากผู้ผลิตในประเทศเกาหลีรายหนึ่ง เนื่องจากผู้ผลิตดังกล่าวเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในด้านนวัตกรรมการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ เป็นเจ้าของสิทธิบัตรของขวดบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทฯ ต้องการใช้ โดยขวดบรรจุภัณฑ์ของผู้ผลิตรายดังกล่าว มีคุณภาพและลักษณะที่แตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น

ในปี 2560, 2561 และ 2562 บริษัทฯ ซื้อขวดบรรจุภัณฑ์เกือบทั้งหมดจากผู้ผลิตดังกล่าวซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.4, 37.0 และ 4.9 ของยอดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ของบริษัทฯ ตามลำดับ ดังนั้น หากผู้ผลิตรายดังกล่าวประสบปัญหาหรือติดข้อจำกัดใดๆ จนเป็นเหตุให้ไม่สามารถผลิตและจัดส่งขวดบรรจุภัณฑ์ให้กับบริษัทฯ ได้ตามที่ตกลง หรือเป็นเหตุให้ราคาบรรจุภัณฑ์มีราคาสูงขึ้น อาจส่งผลให้บริษัทฯ ต้องหาขวดบรรจุภัณฑ์จากผู้ผลิตรายอื่นที่มีคุณภาพใกล้เคียงที่สุด ซึ่งหากบริษัทฯ ไม่สามารถหาผู้ผลิตรายอื่นเพื่อผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ทดแทนได้อย่างทัน่วงที อาจส่งผลกระทบต่อแผนการผลิตสินค้าของบริษัทฯ และอาจทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถผลิตสินค้าได้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทฯ เสียโอกาสทางการค้า นอกจากนี้ เนื่องจากขวดบรรจุภัณฑ์ของผู้ผลิตดังกล่าวมีนวัตกรรมและคุณสมบัติเฉพาะบางประการที่เป็นสิทธิบัตรของผู้ผลิตรายดังกล่าว การจัดหาขวดบรรจุภัณฑ์ทดแทนจากผู้ผลิตรายอื่น อาจทำให้บริษัทฯ ต้องใช้ขวดบรรจุภัณฑ์ที่เปลี่ยนไป ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า หรือประสิทธิภาพการใช้งานของผลิตภัณฑ์ได้

อย่างไรก็ดี ผู้ผลิตรายดังกล่าวเป็นผู้ผลิตขวดบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวรายใหญ่รายหนึ่งในประเทศเกาหลี จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศเกาหลี และมีโรงงานหลายแห่งในหลายประเทศ โดยที่ผ่านมามีจุดเด่นในเรื่องการขนส่งที่ตรงต่อเวลาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น เป็นไปได้ยากที่ผู้ผลิตรายดังกล่าวจะประสบปัญหาหรือติดข้อจำกัดใดๆ จนเป็นเหตุให้ไม่สามารถผลิตและจัดส่งขวดบรรจุภัณฑ์ให้กับบริษัทฯ ในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ มีการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์จากผู้ผลิตรายดังกล่าวเป็นจำนวนมาก จึงทำให้สามารถเจรจาต่อรองกับผู้ผลิตเพื่อให้ได้เงื่อนไขทางการค้าที่ดี บริษัทฯ คำนึงถึงความเสี่ยงดังกล่าวจึงได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ในการหาผู้ผลิตขวดบรรจุภัณฑ์รายอื่นที่สามารถผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับผู้ผลิตรายดังกล่าวเพื่อป้องกันความเสี่ยงในอนาคตอีกด้วย

● ความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของโรงงานผลิตของบริษัทฯ

ธุรกิจของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับความสามารถของโรงงานผลิตของบริษัทฯ ในการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มีคุณภาพได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ไม่ได้คุณภาพตามข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการผลิตของโรงงานที่อาจหยุดชะงักจากการหยุดทำงานของเครื่องจักรนอกเหนือจากที่กำหนดไว้ตามแผนงาน ปัญหาการนัดหยุดงานของพนักงาน รวมทั้งภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย วาตภัย การผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ไม่ได้คุณภาพตามข้อกำหนด



ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการผลิตของโรงงานที่หยุดชะงักอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของโรงงาน บริษัทฯ จึงได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เพื่อควบคุมและพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เช่น การดำเนินการให้วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นต้น รวมทั้งบริษัทฯ ได้กำหนดกระบวนการตรวจสอบคุณภาพและประกันคุณภาพ และได้ถือปฏิบัติตามกระบวนการดังกล่าวอย่างเคร่งครัด เพื่อให้แน่ใจได้ว่าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทฯ ผลิตมีคุณภาพตามข้อกำหนดต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการดูแลซ่อมบำรุงเครื่องจักรของบริษัทฯ ตามกำหนดอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ โรงงานของบริษัทฯ ได้รับมาตรฐาน ASEAN GMP (Good Manufacturing Practice) และมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO 9001:2015) มาตรฐานระบบจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001:2015) และมาตรฐานระบบจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHSAS 18001:2007)

3.1.2 ความเสี่ยงทางด้านตลาด (Marketing Risk)

● ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมตลาดผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย

ธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายเป็นธุรกิจที่ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการและมีภาวะการแข่งขันที่สูง เนื่องจากมีความต้องการของตลาดสูง โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ผู้คนหันมาดูแลใส่ใจสุขภาพและความงามมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากต่างหันมาให้ความสนใจในการทำธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย ทั้งผู้ประกอบการในประเทศไทยและผู้ประกอบการจากต่างประเทศ โดยเฉพาะแรงกดดันจากคู่แข่งต่างประเทศ อาทิ ประเทศเกาหลีและประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในประเทศไทยอย่างมาก รวมถึงผู้ประกอบการรายเล็กเป็นจำนวนมากที่ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นไม่มากนัก ด้วยการแข่งขันดังกล่าวทำให้ผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าทดแทนที่มีลักษณะเดียวกันเป็นจำนวนมาก หลากหลายเครื่องหมายการค้า รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ความงามและดูแลร่างกาย กระแสนิยม และการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการในธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายจึงต้องสร้างความแปลกใหม่ ในขณะที่ยังต้องคงการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมีราคาที่เหมาะสม เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งและทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงความแตกต่างของสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ ผู้ผลิตแต่ละรายต่างนำเอาจุดแข็ง และพยายามสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และการแข่งขันที่รุนแรงนี้อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงได้กำหนดกลยุทธ์และให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจแก่บริษัทฯ ได้แก่ (1) การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้าให้เป็นจุดจำของผู้บริโภค (Brand Awareness) (2) คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค (3) ความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภค โดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมและหลากหลาย (4) การมุ่งมั่นในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และ (5) ทีมบริหารและบุคลากรที่เป็น



บุคคลรุ่นใหม่ มีความสามารถ และมีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งบริษัทฯ เชื่อว่าด้วยปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันในธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายได้ ถึงแม้ว่าจะมีการเข้ามาของผู้ประกอบการรายเล็กเป็นจำนวนมาก แต่การรักษามาตรฐานและคุณภาพในการผลิต การสร้างฐานลูกค้า และการทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จและต่อเนื่องนั้น เป็นสิ่งที่ทำได้ยากสำหรับผู้ประกอบการรายเล็กที่ต้องจ้างบุคคลภายนอกผลิต ไม่มีเงินลงทุนที่เพียงพอและขาดความรู้และความชำนาญในธุรกิจ

● ความเสี่ยงจากการลอกเลียนแบบสินค้า หรือการนำเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปใช้

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

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบต่องานทั้งทางด้านภาพลักษณ์ของสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค ซึ่งอาจถูกหลอกลวงจากสินค้าลอกเลียนแบบอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์และได้รับความเสียหายจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานได้ บริษัทฯ จึงได้จดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้า และมีการส่งทีมงานไปสำรวจตลาด หาสินค้าลอกเลียนแบบเพื่อรวบรวมหลักฐานให้เพียงพอต่อการดำเนินการทางกฎหมายกับผู้ขายและผู้ผลิตสินค้าลอกเลียนแบบ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการสื่อสารวิธีการตรวจสอบสินค้าลอกเลียนแบบไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น และมีการคิดค้นและสร้างสรรค์รูปแบบสินค้าให้มีความแปลกใหม่และชัดเจนอยู่เสมอ เช่น นวัตกรรมสติ๊กเกอร์ป้องกันสินค้าลอกเลียนแบบ (Anti – Counterfeit Sticker) ที่ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสินค้าของแท้ได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ รวมถึงการสาธิตและให้ความรู้ถึงวิธีแยกสินค้าลอกเลียนแบบแก่ผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัทฯ และผ่านตัวแทนจำหน่าย รวมถึงพัฒนาคุณภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าลอกเลียนแบบ เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และป้องกันความเสี่ยงจากอันตรายของสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

นอกจากนี้ บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่มีบุคคลภายนอกนำชื่อเครื่องหมายการค้าหรือชื่อผลิตภัณฑ์ทั้งในปัจจุบันและในอนาคตของบริษัทฯ ไปใช้ตั้งเป็นชื่อบริษัท ซึ่งหากบุคคลดังกล่าวกระทำการใดๆ ให้ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบอาจทำให้บุคคลอื่นสำคัญผิดว่าเป็นบริษัทฯ ได้ โดยหากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว และบริษัทฯ ไม่สามารถจัดการต่อผลกระทบดังกล่าวได้อย่างทันท่วงที่จะก่อให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่สามารถป้องกันไม่ให้บุคคลภายนอกนำชื่อเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปใช้เป็นชื่อบริษัทได้ เนื่องจากเป็นสิทธิของบุคคลอื่นๆ เหล่านั้น ซึ่งสามารถพึงกระทำได้ แต่บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์มากกว่า และไม่ได้มีความกังวลว่าการที่บุคคลอื่นนำชื่อผลิตภัณฑ์/เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปใช้เพื่อเป็นชื่อบริษัทนั้นจะส่งผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญ หากเปรียบเทียบกับกรณีเลียนแบบเครื่องหมายการค้าโดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้จดเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ในประเทศไทย และประเทศอื่นที่มีตัวแทนจำหน่ายหรือเป็นตลาดที่มีศักยภาพแล้ว รวมถึงในประเทศจีนแล้ว อีกทั้ง ในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้อนุญาตให้ตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในประเทศจีน คือ Riya



Home ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ คือ Namu Life ไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของชื่อของบริษัทย่อยคือ Namu Life (Beijing) Trading Co., Ltd เพื่อการทำการตลาดในประเทศจีน

อย่างไรก็ดี การที่บริษัทฯ ยอมให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปตั้งเป็นชื่อบริษัท เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้ผู้ซื้อสินค้าในประเทศนั้นๆ รู้สึกว่าได้ซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาต (Authorized Dealer) จริง โดยบริษัทฯ เชื่อว่า Riya Home จะไม่กระทำการใดๆ ให้ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบต่อบริษัทฯ เนื่องจากรายได้หลักของ Riya Home มาจากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในประเทศจีน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการเข้าทำสัญญาแนบท้ายสัญญาตัวแทนจำหน่ายระหว่างบริษัทฯ และ Riya Home เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2560 ซึ่งมีข้อกำหนดที่สำคัญโดยสรุปดังนี้ (1) เมื่อสัญญาตัวแทนจำหน่ายระหว่างบริษัทฯ และ Riya Home สิ้นสุดลง Riya Home และผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเปลี่ยนชื่อบริษัทให้ไม่มีคำว่า "Namu Life" "SnailWhite" หรือชื่ออื่นใดที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ อีก (2) ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ภายหลังจากสัญญาตัวแทนจำหน่ายระหว่างบริษัทฯ และ Riya Home สิ้นสุดลง Riya Home และผู้ที่เกี่ยวข้องต้องไม่เข้าทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งใช้เครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้องกับ คำว่า "Namu Life" "SnailWhite" หรือผลิตภัณฑ์อื่นใดที่มีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบ

● ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้าสัญชาติจีนเป็นหลัก

ที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคสัญชาติจีน เนื่องจากผู้บริโภคสัญชาติจีนมีมุมมองที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวของบริษัทฯ ทั้งในด้านคุณภาพที่เชื่อถือได้ ราคาที่สมเหตุสมผล และคุณสมบัติการบำรุงที่เหมาะสมกับสภาพผิว โดยบริษัทฯ มีการพึ่งพิงลูกค้าสัญชาติจีนทั้งทางตรงและทางอ้อม ผ่านการส่งออกไปยังประเทศจีนและประเทศฮ่องกง โดยตัวแทนจัดจำหน่ายในประเทศจีน คือ Riya Home และมีการขายสินค้าอย่างมีนัยสำคัญให้แก่ตัวแทนจัดจำหน่ายในประเทศไทย คือ บจก.เดอะ ไพร์ทิน ซึ่งมีลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีสัญชาติจีน รวมกันร้อยละ 48.1 ของยอดขายทั้งหมดก่อนหักส่วนลดทางการค้าของบริษัทฯ ในปี 2560 และลดลงในปี 2561 เหลือร้อยละ 13.1 เนื่องจากชาวเรือของนักท่องเที่ยวชาวจีนล่มในจังหวัดภูเก็ต ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาในประเทศไทยลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ เป็นอย่างมาก ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้าสัญชาติจีน หรือหากบริษัทฯ สูญเสียรายได้จากลูกค้าสัญชาติจีนจากปัจจัยต่างๆ อาทิ เศรษฐกิจโลกชะลอตัว การเปลี่ยนแปลงนโยบายจากภาครัฐ หรือปัจจัยอื่นใดที่ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเข้ามาในประเทศไทย หรือส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าสัญชาติจีน อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญได้

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

นอกจากนี้ ในกรณีที่หนึ่งในบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าตามที่กล่าวข้างต้น หยุดทำการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และหากลูกค้าสัญชาติจีนยังคงมีความต้องการในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ บริษัทฯ เชื่อว่าจะสามารถมอบหมายให้บริษัทจัดจำหน่ายสินค้ารายอื่นทำหน้าที่ทดแทน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสัญชาติจีนได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่สามารถรับประกันได้ว่าบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าที่บริษัทฯ หามาทดแทนจะสามารถจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ได้ดีเทียบเท่ารายเดิม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าทั้ง 2 ราย และคาดว่าจะยังคง



ความสัมพันธ์ทางการค้าอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดตั้งหน่วยงานพัฒนาธุรกิจต่างประเทศขึ้นเพื่อทำการศึกษาและเสริมสร้างความเข้าใจลูกค้าทั้งในประเทศจีนและประเทศอื่นๆ ตลอดจนสนับสนุนการตลาดประเภทต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ในเครื่องหมายการค้าและผลิตภัณฑ์อย่างแพร่หลาย ขยายตลาดไปประเทศอื่นๆ เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ฮองกง และประเทศในกลุ่ม CLM เพื่อลดการพึ่งพิงจากลูกค้าสัญชาติจีนและเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากลูกค้าในกลุ่มปัจจุบัน

● ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่

ในปี 2559, 2560 และ 2561 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมก่อนหักส่วนลดทางการค้าจากลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ 5 รายแรก ซึ่งมีทั้งบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าและร้านค้าสมัยใหม่ คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 986.0 ล้านบาท 1,167.0 ล้านบาท และ 696.0 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.3, 68.7 และ 54.6 ของยอดขายทั้งหมดก่อนหักส่วนลดทางการค้าของบริษัทฯ ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ 2 รายแรก ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีน คือ Riya Home และตัวแทนจำหน่ายในประเทศรายหนึ่ง คือ บจก.เดอะ ไพร์ทิน จำกัด โดยปี 2559, 2560 และ 2561 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมก่อนหักส่วนลดทางการค้าจาก Riya Home คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 142.0 ล้านบาท, 509 ล้านบาท และ 137.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.0, 29.7 และ 13.2 ตามลำดับ

ในปี 2562 ผลประกอบการยังคงลดลงต่อเนื่องทั้งจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีน คือ Riya Home และ บจก.เดอะ ไพร์ทิน จำกัด โดยคิดเป็นมูลค่า 18 ล้านบาท และ 34 ล้านบาท ตามลำดับ สืบเนื่องมาจากหลากหลายปัจจัยทั้งรัฐบาลจีนที่เข้มงวดมากขึ้น, ผู้ประกอบการรายใหม่นำสินค้าเข้าไปจัดจำหน่ายมากขึ้น, มีการแข่งขันทางด้านราคาที่สูงขึ้น บริษัทฯ จึงได้มีการขยายแผนงานการจัดจำหน่ายสินค้ากับตัวแทนรายอื่นเพิ่มเติมขึ้น โดยจะดำเนินงานควบคู่กับตัวแทนปัจจุบันเพื่อให้สามารถครอบคลุมช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม และยังส่งผลให้เกิดการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ เตรียมปรับปรุงร้าน NAMU LIFE (NAMU LIFE Shop) ที่สาขาสยามสแควร์ในรูปแบบที่ทันสมัยและจะมีกลยุทธ์ทางการตลาดมุ่งไปที่ผู้บริโภคโดยตรง พร้อมเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์กับพันธมิตร เช่น ลาซาด้า และเตรียมขยายไปยัง Shopee, CTrip เป็นต้น โดยทั้งหมดจะบริษัทฯ จะเป็นผู้ดำเนินงานกับคู่ค้าทางธุรกิจเอง

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีการติดต่อกับบริษัทจัดจำหน่ายสินค้ารายอื่นหลายราย ซึ่งพร้อมจะทำหน้าที่ทดแทนเพื่อกระจายสินค้าของบริษัทฯ ในกรณีที่บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าวมีปัญหาด้านความสัมพันธ์กับบริษัทฯ ด้านการขนส่งสินค้า หรือเรื่องอื่นใดอันส่งผลให้บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าหยุดทำการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และบริษัทฯ ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทำให้ผู้บริโภคชั้นสุดท้ายมีช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าลูกค้าของบริษัทฯ บางราย จะเลิกซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ก็ตาม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนการขยายร้าน NAMU LIFE (NAMU LIFE Shop) เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางการจำหน่ายสินค้าและลดการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

● ความเสี่ยงจากความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคหรือการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้โดยตรงกับผิวหน้าและผิวกาย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของร่างกาย เนื่องจากเป็นอวัยวะที่มีความละเอียดอ่อนสำหรับผู้บริโภค โดยหากมีความเสียหายเกิดขึ้นต่อผู้บริโภคจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่สามารถพิสูจน์ได้ หรือเกิดจากการที่วัตถุดิบหลักที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตสินค้านั้นไม่ได้มาตรฐาน เนื่องจากบริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมกระบวนการผลิตวัตถุดิบด้วยตนเอง จากผู้จัดจำหน่ายทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ผู้บริโภคอาจเรียกร้องหรือ



ห้องรับรองทางกฎหมายให้บริษัทฯ ชดใช้ค่าเสียหาย ซึ่งอาจมีมูลค่าสูง อาจต้องมีการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่ไม่ปลอดภัยหรือเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรและเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ รวมถึงใบรับรองมาตรฐานสินค้าหรือใบอนุญาตการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทำให้ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ให้ความสำคัญในคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก จึงได้มีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนการดำเนินงานตั้งแต่การคิดค้นผลิตภัณฑ์จนถึงการจำหน่ายให้แก่ลูกค้า โดยบริษัทฯ มีแผนกควบคุมคุณภาพ (QC) เพื่อทำการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของสินค้าอย่างเข้มงวดเพื่อให้อยู่ในเกณฑ์ และมาตรฐานที่ดี ตั้งแต่ก่อนรับวัตถุดิบการผลิต และในทุกๆ ขั้นตอนการผลิต และบริษัทฯ เลือกวัตถุดิบโดยพิจารณาจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือของคู่ค้าเป็นอันดับแรก โดยคุณสมบัติและคุณภาพของวัตถุดิบจะต้องเป็นไปตามแผนงานการผลิตและเงื่อนไขตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้เป็นสำคัญ นอกจากนี้ ในขั้นตอนการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทฯ มีการนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวส่งให้หน่วยงานภายนอกตรวจสอบก่อนทำการจัดส่งให้ผู้บริโภค

3.1.3 ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk)

● ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ ได้มีการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตจากต่างประเทศ อีกทั้ง ยังได้ส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทั้งจากการต้องชำระค่าวัตถุดิบและการรับชำระเงินจากลูกค้าเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ

ในปี 2560-2562 บริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ในสัดส่วนร้อยละ 37.1, 37.0 และ 4.9 ของยอดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ของบริษัทฯ ตามลำดับ จากผู้จัดหาในต่างประเทศ ซึ่งโดยหลักได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่สั่งจากผู้ผลิตในประเทศเกาหลี ซึ่งมีการชำระค่าสินค้าทั้งหมดเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าทั้งหมดเป็นเงินบาท จึงทำให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนในกรณีที่เงินบาทอ่อนค่าลง ส่งผลให้ต้นทุนของสินค้าสำเร็จรูบนั้นเปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการบริหารความเสี่ยงโดยจัดทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward contract) เพื่อทำการลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในระดับหนึ่งตามความเหมาะสม

3.2 ปัจจัยความเสี่ยงของกลุ่มผลิตภัณฑ์ "Oxe'Cure"

3.2.1 ความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ

1) ลูกค้าเลือกมากขึ้น และคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นในตลาด

● จากภาพรวมของเศรษฐกิจที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสินค้ามากขึ้นกว่าเดิม นอกจากนั้น การแข่งขันในตลาดที่รุนแรงมากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา ส่งผลให้แบรนด์ที่มีคู่แข่งมากขึ้น ผู้บริโภคจึงมีตัวเลือกมากขึ้นตามไปด้วย ลูกค้าจึงสามารถสับเปลี่ยนสินค้าที่ใช้ได้อย่างหลากหลาย ผลกระทบนี้ส่งผลโดยตรงกับแบรนด์ ในส่วนของอีกซีกเดียว ทางแบรนด์จึงเน้นการคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโดดเด่นเมื่อเทียบกับสินค้าตัวอื่นที่อยู่ในตลาด และสามารถดึงดูดลูกค้าได้เป็นอย่างดี



2) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตลอดปีของคู่แข่ง

● เมื่อลูกค้าสามารถมีตัวเลือกที่เพิ่มมากขึ้น และยังมีลักษณะการเลือกซื้อที่ยากขึ้น คู่แข่งทางการค้าต่างแข่งขันจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการลด แลก แจก แถม ตลอดปี ส่งผลให้แบรนด์ต้องวิเคราะห์และจับตามองการเปลี่ยนแปลงของทิศทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับตัวให้ทันต่อเหตุการณ์ต่างๆ และนำเสนอสินค้าได้อย่างเหมาะสม เพื่อรักษาตำแหน่งทางการค้า และฐานลูกค้าหลักได้อย่างมั่นคง

3) อำนาจการต่อรองของร้านค้า

● เมื่อมีผู้ประกอบการเข้ามานำเสนอสินค้ามากขึ้น พื้นที่จำกัดของร้านค้าจึงนับเป็นโอกาสทางการค้าที่ได้เปรียบในเชิงอำนาจการต่อรอง ส่งผลให้แบรนด์ต้องหากกลยุทธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางการค้า เพื่อผลประโยชน์ที่ลงตัวแก่ทุกฝ่ายมากที่สุด

3.3 ปัจจัยความเสี่ยงของกลุ่มผลิตภัณฑ์ “SOS” และ “PRETTiiFACE”

3.3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ (Business Operation Risk)

1) ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักและบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจ

เนื่องจาก บริษัท สกิน เมค สไมล์ จำกัด (บริษัทย่อย) ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายใต้เครื่องหมายการค้า SOS และ PRETTiiFACE มีผู้บริหารหลักและบุคลากรไม่มาก ดังนั้นบริษัทฯ จึงตระหนักถึงความสำคัญในการถ่ายทอดความรู้ ความสามารถ เพื่อ มุ่งเน้นพัฒนา บุคลากร หรือ Successor Plan และการวางแผนทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) รวมทั้งการจัดสรรผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้และความสามารถของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการสรรหาพนักงานใหม่ที่มีศักยภาพทดแทนบุคลากรที่สูญเสียไปอยู่เสมอ เพื่อให้บริษัทฯ มีบุคลากรเพียงพอสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ

2) ความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์

เนื่องจาก แบรนด์ SOS ดำเนินการผลิต โดยการว่าจ้างผลิตจากบริษัท COSME NATURALS, LIMITED (JAPAN) ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีมาตรการในการตรวจเช็คคุณภาพสินค้าในระดับสูง และมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ซึ่งสามารถมั่นใจในระบบและกระบวนการผลิตได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังตระหนักถึงความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินการว่าจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ และได้มีการวางแผนสำรองหาก โรงงานดังกล่าว ประสบภาวะต่างๆ หรือเกิดสภาวะการแข่งขันที่สูง บริษัทฯ จึงได้วางแผนสำรองด้วยการผลิตจากโรงงาน เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่างๆ และยังสามารถควบคุม พัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตได้

3.3.2 ความเสี่ยงทางการตลาด (Marketing Risk)

1) ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมตลาดผลิตภัณฑ์ความงาม

เนื่องจากธุรกิจนี้มีความต้องการของตลาดสูง จึงมีการแข่งขันสูงตามไปด้วย ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากต่างหันมาให้ความสนใจในการทำธุรกิจความงามทั้งผู้ประกอบการในประเทศไทยและผู้ประกอบการจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงได้กำหนดกลยุทธ์และให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจแก่บริษัทฯ ได้แก่ (1) การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้าให้เป็นจุดจำของผู้บริโภค (Brand Awareness) (2) คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค (3) กำหนดราคาขาย เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมและหลากหลาย



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

เนื่องจากบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจในรูปแบบอุตสาหกรรม ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบกิจการส่วนใหญ่จึงอยู่ในรูปแบบของทรัพย์สินถาวรที่ทางบริษัทฯ เป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์อยู่ ได้แก่ ที่ดิน อาคาร เครื่องจักรและอุปกรณ์ ยานพาหนะ และทรัพย์สินระหว่างติดตั้งก่อสร้าง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีมูลค่าสุทธิตามที่ปรากฏในงบการเงินรวมของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน - ที่ดินบนถนนร่มเกล้า กรุงเทพมหานคร จำนวน 4 แปลง มีเนื้อที่โดยรวมประมาณ 2 ไร่ เพื่อเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ - ที่ดินที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 2 แปลง มีเนื้อที่โดยรวมประมาณ 19 ไร่ เพื่อเป็นที่ตั้งโรงงานผลิตสินค้าของบริษัทฯ	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	59.60	หลักประกันวงเงินสถาบันการเงินในประเทศแห่งหนึ่ง
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร อาคารสำนักงาน ตั้งอยู่เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ 10240 โรงงานและคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 53 หมู่ที่ 9 ซอยสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ถนนโรจนะ ตำบลธนู อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	122.12	บางส่วนติดหลักประกันวงเงินกับสถาบันการเงินในประเทศแห่งหนึ่ง
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์ ที่ใช้ในการผลิตสินค้า	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	69.29	บางส่วนติดหลักประกันวงเงินกับสถาบันการเงินในประเทศแห่งหนึ่ง
4. ยานพาหนะ ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจและขนส่งสินค้า	ทั้งส่วนบริษัทฯ เป็นเจ้าของ และการเช่าซื้อ	5.53	ภายใต้สัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน
5. ทรัพย์สินระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง เครื่องจักรที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจและส่วนปรับปรุงอาคารสำนักงาน โรงงาน	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	1.39	- ไม่มี -
รวม		257.93	

หมายเหตุ: บริษัทฯ ได้นำที่ดิน อาคารและเครื่องจักรอุปกรณ์ มูลค่าสุทธิตามบัญชีจำนวนประมาณ 95.61 ล้านบาท เพื่อเป็นหลักประกันวงเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน

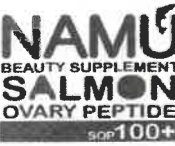
Signature



4.2 ทรัพย์สินไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายการทรัพย์สินไม่มีตัวตน คือ เครื่องหมายทางการค้าและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Software) โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีตามงบการเงินรวม เท่ากับ 99.29 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.00 ของสินทรัพย์รวม

อีกทั้ง บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และได้มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว มีระยะเวลาความคุ้มครอง 3 ปีนับจากวันที่ได้รับการจดทะเบียน โดยการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าทั้งหมดถือเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ รายละเอียดดังนี้

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	ระยะเวลาคุ้มครอง	
1		NAMU, TREE	ค392360	26 ต.ค. 2555 – 25 ต.ค. 2565
2		NAMU LIFE	ค402274	9 พ.ค. 2556 - 8 พ.ค. 2566
3		NAMU LIFE	ค398446	9 พ.ค. 2556 - 8 พ.ค. 2566
4		NAMU BEAUTY SUPPLEMENT	ค402275	7 พ.ค. 2556 - 6 พ.ค. 2566
5		NAMU BEAUTY SUPPLEMENT	ค398444	7 พ.ค. 2556 - 6 พ.ค. 2566
6		NAMU BEAUTY SUPPLEMENT, SALMON OVARY PEPTIDE, SOP 100 +"	ค398445	9 พ.ค. 2556 - 8 พ.ค. 2566
7		NAMU BEAUTY SUPPLEMENT, SOP 100 +"	ค399259	9 พ.ค. 2556 - 8 พ.ค. 2566
8		NAMU LIFE SNAIL WHITE CLEANSING	161112778	21 พ.ค. 2558 - 20 พ.ค. 2568



ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	ระยะเวลาคุ้มครอง
9	NAMU LIFE SNAIL WHITE SUNSCREEN	NAMU LIFE SNAIL WHITE SUNSCREEN 161112791	14 พ.ค. 2558 - 13 พ.ค. 2568
10	NAMU LIFE SNAIL WHITE BODYBOOSTER	NAMU LIFE SNAIL WHITE BODYBOOSTER 161108242	14 พ.ค. 2558 - 13 พ.ค. 2568
11	NAMU LIFE SNAIL WHITE	NAMU LIFE SNAIL WHITE 161108243	21 พ.ค. 2558 - 20 พ.ค. 2568
12	NAMU LIFE SNAILWHITE MASK SHOT	NAMU LIFE SNAIL WHITE MASK SHOT 161108244	21 พ.ค. 2558 - 20 พ.ค. 2568
13	NAMU LIFE SNAIL WHITE SYN-AKE MIST	NAMU LIFE SNAIL WHITE SYN-AKE MIST 171102834	21 พ.ค. 2558 - 20 พ.ค. 2568
14	NAMU LIFE SNAILWHITE WHIPP SOAP	NAMU LIFE SNAIL WHITE WHIPP SOAP 181121535	22 ก.ย. 2561 - 21 ก.ย. 2571
15	NAMU LIFE SNAILWHITE NAMU FACIAL JELLY WASH	NAMU LIFE SNAIL WHITE NAMU FACIAL JELLY WASH 181115000	16 ก.ย. 2561 - 15 มิ.ย. 2571
16	NAMU LIFE SNAIL WHITE SUNSCREEN CC	NAMU LIFE SNAIL WHITE SUNSCREEN C 181123374	26 เม.ย. 2560 - 25 เม.ย. 2570
17	NAMU LIFE SNAIL WHITE BODY BOOSTER SPF30	NAMU LIFE SNAIL WHITE BODY BOOSTER SPF30 181123360	26 เม.ย. 2560 - 25 เม.ย. 2570
18	NAMU LIFE SNAIL WHITE GOLD	NAMU LIFE SNAIL WHITE GOLD 181123355	26 เม.ย. 2560 - 25 เม.ย. 2570



ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	ระยะเวลาคุ้มครอง
19	 NAMU LIFE SNAIL WHITE 100% IN DAY CREAM	NAMU LIFE SNAIL WHITE NAMU FACIAL JELLY WASH 181123350	26 เม.ย. 2560 - 25 เม.ย. 2570

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสรุปสัญญาที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินของบริษัทฯ ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของสัญญา	
สัญญาเช่า	
1) สัญญาเช่าสาขาที่สยาม	
คู่สัญญา	บมจ. วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย เป็นผู้ให้เช่า และ บจก. นามูไลฟ์ พลัส (บริษัทย่อย) เป็นผู้เช่า
รายละเอียดสัญญา	เช่าพื้นที่บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส สยาม เพื่อใช้เป็นสถานที่ขายสินค้าสำหรับร้าน NAMU LIFE
อายุสัญญาเช่า	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 ถึง วันที่ 31 สิงหาคม 2562
เงื่อนไขการต่อสัญญา	เมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดตามกำหนดในสัญญา ผู้เช่าต้องส่งหนังสือขอขยายสัญญาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนสิ้นสุดสัญญา
2) สัญญาเช่ายานพาหนะ	
คู่สัญญา	บมจ. ภัทรลิสซิง เป็นผู้ให้เช่า และ บจก. นามูไลฟ์ พลัส (บริษัทย่อย) เป็นผู้เช่า
รายละเอียดสัญญา	เช่ายานพาหนะเพื่อเป็นสวัสดิการแก่พนักงานฝ่ายขาย
อายุสัญญาเช่า	4 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ทำสัญญา โดยปัจจุบันมีการทำสัญญาเช่า 2 ฉบับ ได้แก่ - ระยะเวลาสัญญา 29 กันยายน 2559 ถึงวันที่ 28 กันยายน 2563 และ - ระยะเวลาสัญญา 2 พฤษภาคม 2560 ถึงวันที่ 1 พฤษภาคม 2564
อัตราค่าเช่า	เช่ายานพาหนะจำนวน 6 คัน โดยมีค่าเช่าคันละ 12,500-13,300 ต่อเดือน ขึ้นอยู่กับประเภทของรถ
เงื่อนไขการต่อสัญญา	ไม่มีการต่อสัญญาเช่าโดยผู้เช่าส่งมอบทรัพย์สินที่เช่าคืนให้แก่ผู้ให้เช่าเมื่อครบกำหนดสัญญา
สัญญาประกันภัย	
1) ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินของสำนักงานใหญ่	
คู่สัญญา	บมจ. เมืองไทยประกันภัย
ประเภทประกันภัย	การประกันความเสียหายต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ในส่วนของสำนักงาน ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 32, 34, 36 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงราชวัตรพัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	- สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมฐานราก) รวมส่วนปรับปรุงต่อเติมอาคาร รั้ว กำแพง ประตู ป้อมยาม ทรัพย์สินในระหว่างการก่อสร้างหรือติดตั้ง - เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งติดตั้งติดตั้งเครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบปรับอากาศ ระบบโทรคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบดับเพลิง หม้อแปลงไฟฟ้า ตู้ควบคุมไฟฟ้า เสาไฟฟ้า สายไฟฟ้า - เครื่องจักร อะไหล่ และอุปกรณ์ส่วนควบต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ



รายละเอียดสำคัญของสัญญา	
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 8 มิถุนายน 2561 ถึงวันที่ 8 มิถุนายน 2562
วงเงินเอาประกันภัย	82,000,000 บาท
ผู้รับผลประโยชน์	บริษัทฯ
2) ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินของโรงงานโรจนะ	
คู่สัญญา	บมจ. เมืองไทยประกันภัย
ประเภทประกันภัย	การประกันความเสียหายต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ในส่วนของโรงงาน ตั้งอยู่เลขที่ 53 หมู่ที่ 9 ซอยสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ถนนโรจนะ ตำบลธนู อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	- สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมฐานราก) รวมส่วนปรับปรุงต่อเติมอาคาร รั้ว กำแพง ประตู - เพอร์มิเตอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งเครื่องจักร เครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์สำนักงาน ระบบไฟฟ้า ระบบประปา และระบบสาธารณูปโภค - เครื่องจักร อะไหล่ และอุปกรณ์ส่วนควบต่างๆ - สต็อกสินค้า วัตถุดิบ สินค้าระหว่างการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป - ชดใช้จากการที่ธุรกิจหยุดชะงัก
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 31 มีนาคม 2561 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2562
วงเงินเอาประกันภัย	978,110,000 บาท
ผู้รับผลประโยชน์	บริษัทฯ
3) ประกันภัยรถยนต์	
คู่สัญญา	บริษัทประกันภัย 4 แห่ง
ประเภทประกันภัย	ประกันภัยรถยนต์
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	รถยนต์ที่เอาประกันภัย
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี ตามระยะเวลาของสัญญาเช่า/ซื้อรถยนต์
วงเงินเอาประกันภัย	ให้คุ้มครองเฉพาะข้อตกลงคุ้มครองที่มีจำนวนเงินเอาประกันภัยตามที่ระบุไว้เท่านั้น
ผู้รับผลประโยชน์	บริษัทฯ / บริษัทสินเชื่อบุคคล

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทที่สอดคล้องกับเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และแผนกลยุทธ์ในการเติบโตของกลุ่มบริษัท ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีผลประกอบการหรือผลกำไรเพิ่มขึ้น หรือลงทุนในธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับบริษัทฯ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ และเพื่อให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจหลักของบริษัทฯ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทอาจพิจารณาการลงทุนในธุรกิจอื่นเพิ่มเติม หากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการเติบโต หรือสามารถต่อยอดทางธุรกิจ หรือเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของกลุ่มบริษัท ซึ่งสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีในการลงทุน

การพิจารณาการลงทุนของกลุ่มบริษัทนั้น บริษัทฯ จะทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุนและพิจารณาศักยภาพและปัจจัยความเสี่ยงจากการลงทุน โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์การลงทุนอย่างเหมาะสม ซึ่งจะต้องได้รับความ

บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)



เห็นชอบ และ/หรือการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (แล้วแต่กรณี) ทั้งนี้ ในการขอ
อนุมัติการลงทุนบริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วมดังกล่าวจะต้องสอดคล้องเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน
และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง

๔/๒๗



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ

ชื่อบริษัท:	บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน) Do Day Dream Public Company Limited
ชื่อย่อหลักทรัพย์:	DDD
ประเภทธุรกิจ:	ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่:	เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ 10240 โทรศัพท์: 02 917 3055 โทรสาร: 02 917 3054 เว็บไซต์บริษัทฯ: http://www.dodaydream.com เว็บไซต์ผลิตภัณฑ์: http://www.namulife.com http://www.oxecurethailand.com
ที่ตั้งโรงงาน:	เลขที่ 53 หมู่ 9 ถนนโรจนะ ตำบลธนู อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210 โทรศัพท์: 035 246 885 โทรสาร: 035 246 886
เลขทะเบียนบริษัท:	0107560000109
ทุนจดทะเบียน:	318,000,000 บาท (แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 318,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท)
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว:	317,887,700 บาท
นายทะเบียน:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์: 02 009 9000 โทรสาร: 02 009 9991 TSD Call Center: 02 009 9999
ผู้สอบบัญชี:	บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไทย สอบบัญชี จำกัด เลขที่ 195 ชั้น 48 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์: 02 677 2000 โทรสาร: 02 677 2222
ที่ปรึกษากฎหมาย:	บริษัท วีระวงศ์, ชินวัฒน์ และพาร์ทเนอร์ส จำกัด เลขที่ 540 ชั้น 22 อาคารเมอริควีทาวเวอร์ ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์: 02 264 8000 โทรสาร: 02 657 2222



6.2 ข้อมูลของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทุน

บริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น	ทุนจดทะเบียน / ทุนชำระแล้ว
บริษัทย่อยในประเทศ			
1. บริษัท นามูไลฟ์ พลัส จำกัด ที่ตั้ง: เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ 10240 โทรศัพท์: 02 917 1888 โทรสาร: 02 917 3054 http://www.namulife.com	ประกอบธุรกิจจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของ บริษัทฯ	100%	5 ล้านบาท (มูลค่าที่ตราไว้ 1 บาท) ชำระแล้วเต็มจำนวน
2. บริษัท ดู อินฟินิตี ตรีม จำกัด ที่ตั้ง: เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ 10240 โทรศัพท์: 02 917 3055 โทรสาร: 02 917 3054	ประกอบธุรกิจสำนักงาน ใหญ่ข้ามประเทศ ("IHQ" / "International Headquarter") ที่ถือหุ้น ในบริษัทที่ประกอบธุรกิจ ในต่างประเทศของบริษัทฯ	100%	100 ล้านบาท (มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท) ทุนชำระแล้ว 25 ล้านบาท (25%)
3. บริษัท ตรีม เดอร์มาโทโลจี จำกัด ที่ตั้ง: เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงราษฎร์ พัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ 10240 โทรศัพท์: 02 917 3055 โทรสาร: 02 917 3054	ประกอบธุรกิจจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง	95%	50 ล้านบาท (มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท) ชำระแล้วเต็มจำนวน
4. บริษัท สกิน เมค สไมล์ จำกัด ที่ตั้ง: เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงราษฎร์ พัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ 10240 โทรศัพท์: 02 917 3055 โทรสาร: 02 917 3054	ประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ บำรุงผิวสำหรับลูกค้า Millennials	70%	5 ล้านบาท (มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท) ทุนชำระแล้ว 1.25 ล้าน บาท (25%)
บริษัทย่อยต่างประเทศ			
6. บริษัท ดู เดย์ ตรีม เทรดิง จำกัด ถือหุ้นโดย บจก.ดู อินฟินิตี ตรีม จัดตั้งในประเทศสิงคโปร์ ที่ตั้ง: 1 Raffles Place #28-02, One Raffles Place, Singapore (048616)	ประกอบธุรกิจจำหน่าย สินค้าของบริษัทฯ ให้แก่ ลูกค้าในต่างประเทศ	100% โดยบริษัทย่อย	300,000 ดอลลาร์สหรัฐ (มูลค่าที่ตราไว้ 1 ดอลลาร์ สหรัฐ) ชำระแล้วเต็มจำนวน



บริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น	ทุนจดทะเบียน / ทุนชำระแล้ว
7. บริษัท ดู เดย์ ดรีม โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นโดย บจก. ดู อินฟินิตี้ ดรีม จัดตั้งในประเทศสิงคโปร์ ที่ตั้ง: 1 Raffles Place #28-02, One Raffles Place, Singapore (048616)	ประกอบธุรกิจ Holding Company เพื่อลงทุนใน ธุรกิจของบริษัทฯ ใน ต่างประเทศ	100% โดยบริษัทย่อย	2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (มูลค่าที่ตราไว้ 1 ดอลลาร์ สหรัฐ) ชำระแล้วเต็มจำนวน
8. บริษัท ดูเดย์ดรีม ฟิลิปปินส์ คอร์ปอเรชั่น ถือหุ้นโดย บจก. ดู เดย์ ดรีม โฮลดิ้ง จัดตั้งในประเทศฟิลิปปินส์ ที่ตั้ง: 2 nd Floor, F'7 Rallos Building, #49 Scout Rallos St, Brgy Laging Handa, Quezon City, 1103 Philippines	ประกอบธุรกิจจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของ บริษัทฯ ให้แก่ลูกค้าใน ต่างประเทศ	51% โดยบริษัทย่อย	66 ล้านเปโซฟิลิปปินส์ (มูลค่าที่ตราไว้ 1 เปโซ ฟิลิปปินส์) ชำระแล้วเต็มจำนวน



ส่วนที่ 2

การจัดการและการกำกับดูแลกิจการ



7. ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น

7.1 จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 318,000,000 บาท และทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 317,887,700 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 317,887,700 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

7.2 ผู้ถือหุ้น

7.2.1 รายชื่อกลุ่มผู้ถือหุ้นสูงสุด 10 รายแรกของบริษัทฯ ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2562 มีดังนี้

ลำดับ	รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	สัดส่วน การถือหุ้น (%)
1.	กลุ่มครอบครัวพรพัฒน์นารักษ์ ¹	215,945,700.00	67.94
2.	นายมงคล ประกิจชัยวัฒนา	30,428,400.00	9.67
3.	RAFFLES NOMINEES (PTE) LIMITED	15,700,000.00	4.94
4.	นางสาวฉันทนา จิรวิสุทธิภักดิ์	12,569,600.00	3.47
5.	นายโสภณ มิตรพันธ์พานิชย์	4,143,800.00	1.31
6.	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	2,361,965.00	0.73
7.	นายสุทธิลักษณ์ จิราธิวัฒน์	1,605,200.00	0.52
8.	นางสาวโสพิศ ภูสนาคม	1,400,000.00	0.44
9.	ไทยพาณิชย์เซิท อินเด็กซ์ ฟินด์	1,179,600.00	0.37
10.	นายศุภวัฒน์ วณิชประภา	1,160,000.00	0.36
11.	ผู้ถือหุ้นอื่น	31,505,735.00	10.25
		318,000,000.00	100.00

หมายเหตุ: ¹ ครอบครัวพรพัฒน์นารักษ์ ตามข้อมูลรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2562 ประกอบด้วย

1.	ดร.สราวุฒิ พรพัฒน์นารักษ์	จำนวนหุ้นที่ถือ	179,595,700 หุ้น	ร้อยละ	56.50
2.	นายสราชนนท์ พรพัฒน์นารักษ์	จำนวนหุ้นที่ถือ	22,275,000 หุ้น	ร้อยละ	7.01
3.	นางสรัญญา งามไพบูลย์สมบัติ	จำนวนหุ้นที่ถือ	12,275,000 หุ้น	ร้อยละ	3.86
4.	นายมนัส พรพัฒน์นารักษ์	จำนวนหุ้นที่ถือ	1,800,000 หุ้น	ร้อยละ	0.57
รวม			215,945,700.00 หุ้น	ร้อยละ	67.94

7.2.2 ถือหุ้นรายใหญ่ที่โดยพฤตินัยมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบาย การจัดการ หรือการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

กรรมการบริษัทซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มพรพัฒน์นารักษ์

- ดร.สราวุฒิ พรพัฒน์นารักษ์ ตำแหน่งในบริษัท รองประธานกรรมการ ประธานกรรมการบริหาร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และเป็นผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อแทนบริษัทฯ ตามหนังสือรับรองบริษัท



7.3 นโยบายการจ่ายปันผล

7.3.1 นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะกิจการ หลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและหลังหักสำรองต่างๆ ทุกประเภทที่กฎหมายและบริษัทฯ กำหนดไว้ในแต่ละปี ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาการจ่ายเงินปันผลโดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เพื่อผลประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นเป็นหลัก เช่น ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ การสำรองเงินไว้เพื่อลงทุนในอนาคต การสำรองเงินไว้เพื่อจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืม หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัทฯ และการจ่ายเงินปันผลนั้นไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานปกติของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ ตามที่คณะกรรมการบริษัทพิจารณาเห็นสมควรหรือเหมาะสม

คณะกรรมการบริษัทอาจพิจารณาจ่ายปันผลประจำปีของบริษัทฯ ได้ โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ซึ่งคณะกรรมการบริษัทมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลได้เป็นครั้งคราวเมื่อเห็นว่าบริษัทฯ มีผลกำไรสมควรควรจะทำเช่นนั้น แล้วให้รายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมคราวต่อไป

สำหรับ ข้อมูลการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ ในปี 2561 ผลประกอบการของบริษัทฯ มีกำไรสุทธิเฉพาะกิจการจำนวน 160.11 ล้านบาท จึงเห็นสมควรจัดสรรกำไรเป็นเงินปันผลในอัตราหุ้นละ 0.50 บาท รวมเป็นเงินปันผลทั้งหมดประมาณ 158.94 ล้านบาท บริษัทฯ กำหนดวัน Record Date เพื่อกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นในการรับเงินปันผลในวันที่ 12 มีนาคม 2562 และกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 15 พฤษภาคม 2562

การจ่ายเงินปันผล จากผลการดำเนินงานสำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561

กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	160,107,257	บาท
กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้น	0.50	บาท
สำรองตามกฎหมาย ไม่จัดสรร เนื่องจากบริษัทฯ มีสำรองครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว		
เงินปันผลระหว่างกาล_ต่อหุ้น *	-	บาท
เงินปันผลระหว่างกาล *	-	บาท
เงินปันผลประจำปี_ต่อหุ้น	0.50	บาท
เงินปันผลประจำปี	158,943,850	บาท
รวมจำนวนเงินปันผลที่จ่าย_ต่อหุ้น	0.50	บาท
รวมจำนวนเงินปันผลที่จ่าย	158,943,850	บาท
อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลต่อกำไรสุทธิ	99.27	%
จำนวนหุ้น	317,887,700	หุ้น

7.3.2 นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย

บริษัทย่อยมีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะกิจการ หลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและหลังหักสำรองต่างๆ ทุกประเภทที่กฎหมายและบริษัทย่อยกำหนดไว้ในแต่ละปี ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทย่อยจะพิจารณาการจ่ายเงินปันผลโดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เพื่อผลประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นเป็นหลัก เช่น ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทย่อย การสำรองเงินไว้เพื่อลงทุนในอนาคต การสำรองเงินไว้เพื่อจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืม หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัทย่อย และการจ่ายเงินปันผลนั้นไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานปกติของบริษัทย่อย อย่างมีนัยสำคัญ ตามที่คณะกรรมการบริษัทย่อยพิจารณาเห็นสมควรหรือเหมาะสม



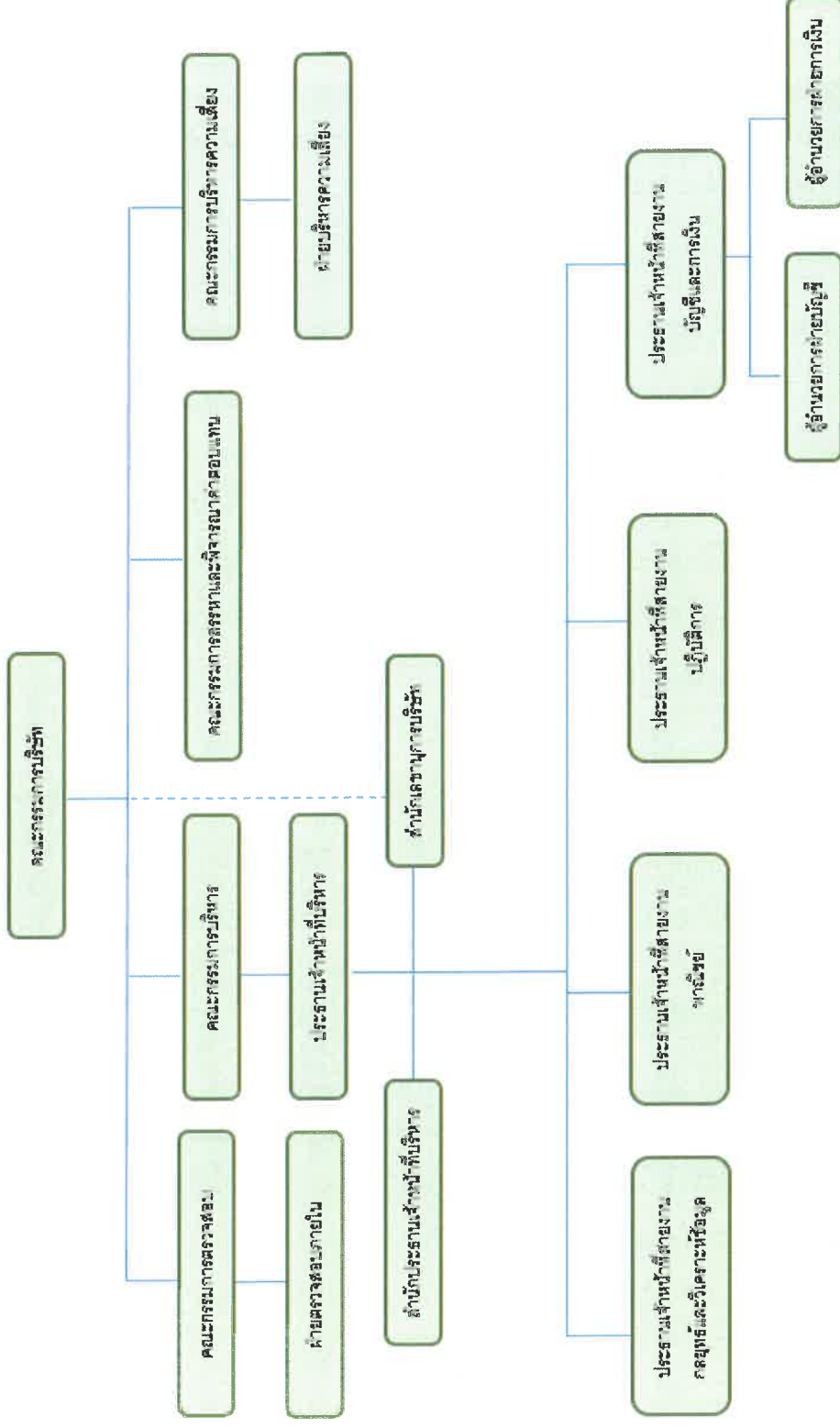
เงินกู้ยืม หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัทย่อย และการจ่ายเงินปันผลนั้นไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานปกติของบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ ตามที่คณะกรรมการบริษัทย่อยพิจารณาเห็นสมควรหรือเหมาะสม

คณะกรรมการบริษัทย่อยอาจพิจารณาจ่ายเงินปันผลประจำปีของบริษัทย่อย โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อย เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลซึ่งคณะกรรมการบริษัทย่อยมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลได้เป็นครั้งคราวเมื่อเห็นว่าบริษัทย่อยมีผลกำไรสมควรพอจะทำเช่นนั้นได้ แล้วให้คณะกรรมการรายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อยทราบในการประชุมคราวต่อไป



8. โครงสร้างการจัดการ

ผังโครงสร้างองค์กร ณ วันที่ 20 สิงหาคม 2562



by/nd



8.1 คณะกรรมการบริษัท

โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท

โครงสร้างคณะกรรมการของบริษัท ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์หลากหลาย ในสาขาต่างๆ มีจำนวนกรรมการอย่างเพียงพอที่จะกำกับดูแลธุรกิจของบริษัทฯ จำนวน 9 คน เป็นกรรมการอิสระ 3 คน (1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งคณะ) เป็นกรรมการ และมีกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารจำนวน 4 คน (กึ่งหนึ่งของกรรมการทั้งคณะ) เพื่อให้มีการถ่วงดุลระหว่างกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารกับกรรมการที่เป็นผู้บริหาร โดยอย่างน้อย 1 คน มีประสบการณ์ด้านอุตสาหกรรม เครื่องสำอาง และอย่างน้อย 1 คน มีประสบการณ์ด้านบัญชีและการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 รายชื่อคณะกรรมการบริษัทตามหนังสือรับรองบริษัท ประกอบด้วย

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง
1. นายฤทธิไกร ธรรมรักษ์	รักษาการประธานกรรมการ และกรรมการบริหาร
2. ดร.สรวิชัย พรพัฒน์รักษ์	รองประธานกรรมการ ประธานกรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
3. นายภุช พอลเลิศ	กรรมการอิสระ ประธานกรรมการตรวจสอบ และประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง
4. นายณัฐวุฒิ เครือประดับ	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และประธานกรรมการสรรหาและพิจารณา ค่าตอบแทน
5. นายยุทธพงษ์ มา	กรรมการ
6. นายนิติโรจน์ มโนม้าย	กรรมการ กรรมการบริหารความเสี่ยง และกรรมการบริหาร
7. นายศุภวัฒน์ วณิชประภา	กรรมการ กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และกรรมการบริหาร
8. นายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์	กรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่สายงานบัญชีและการเงิน
9. ผศ.ดร.นพ.เทอดศักดิ์ ไรจน์สุรภิตติ ¹⁾	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
นางสาวยุพาพรรณ พวงพัวเพชร ²⁾	เลขานุการบริษัท

หมายเหตุ 1) ผศ.ดร.นพ.เทอดศักดิ์ ไรจน์สุรภิตติ ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน โดยมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2562

2) นางสาวยุพาพรรณ พวงพัวเพชร ได้รับการแต่งตั้งเป็นเลขานุการบริษัท โดยมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2562 มีผลวันที่ 22 สิงหาคม 2562

อำนาจอนุมัติของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีอำนาจอนุมัติเรื่องต่างๆ ของบริษัทฯ ตามขอบเขตหน้าที่ที่กำหนดโดยกฎหมาย ข้อบังคับบริษัท กฎบัตรคณะกรรมการบริษัท และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ซึ่งรวมถึงการกำหนดและทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจกลยุทธ์องค์กร แผนการดำเนินงาน นโยบายการบริหารความเสี่ยง แผนงบประมาณ และแผนธุรกิจประจำปี รวมถึงการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

อย่างไรก็ตาม จำนวนและรายชื่อกรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัทฯ กำหนดตามหนังสือรับรองของบริษัทฯ ซึ่งเป็นไปอย่างสอดคล้องกับข้อบังคับของบริษัทฯ

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทฯ



1. ดร.สราวุฒิ พรพัฒน์นารักษ์ นายนิติโรจน์ มโนลม้าย นายศุภวัฒน์ วณิชประภา กรรมการสองในสามคนนี้ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัทฯ หรือ

2. ดร.สราวุฒิ พรพัฒน์นารักษ์ หรือ นายนิติโรจน์ มโนลม้าย หรือ นายศุภวัฒน์ วณิชประภา ลงลายมือชื่อร่วมกับนายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์ หรือ นายฤทธิไกร ธรรมรักษ์ รวมเป็นสองคน และประทับตราสำคัญของบริษัทฯ

ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

1. ปฏิบัติหน้าที่บริหารจัดการและดำเนินกิจการของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับบริษัท มติคณะกรรมการบริษัท และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความรับผิดชอบ ระมัดระวัง และซื่อสัตย์สุจริต เพื่อรักษาผลประโยชน์ของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้น และมีหน้าที่ดูแลให้บริษัทฯ ปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวกับการห้ามจ่ายสินบน หรือการสนับสนุนการทุจริตคอร์รัปชัน

2. พิจารณากำหนดรายละเอียดและให้ความเห็นชอบวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ทิศทางธุรกิจ นโยบายทางธุรกิจ เป้าหมาย แนวทาง แผนการดำเนินงาน และงบประมาณของกลุ่มบริษัทตามที่คณะกรรมการบริหารและฝ่ายจัดการจัดทำ

3. กำกับดูแลการบริหารงานและผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหาร ประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ฝ่ายจัดการ หรือบุคคลใดๆ ซึ่งได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ดังกล่าว เพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ทิศทางธุรกิจ นโยบายทางธุรกิจ เป้าหมาย แนวทาง แผนการดำเนินงาน และงบประมาณที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

4. ติดตามผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นไปตามแผนการดำเนินงานและงบประมาณบริษัท

5. ดำเนินการให้กลุ่มบริษัทนำระบบงานบัญชีที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมาใช้ รวมทั้งจัดให้มีระบบควบคุมภายในและระบบการตรวจสอบภายในที่เพียงพอและมีประสิทธิผล รวมทั้งจัดให้มีกระบวนการประเมินความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายในของกลุ่มบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

6. จัดให้มีการทำงานการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันสิ้นสุดรอบระยะเวลาบัญชีของบริษัทฯ ให้มีความถูกต้อง เพื่อแสดงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานในรอบบัญชีที่ผ่านมาให้ตรงต่อความเป็นจริง ครบถ้วน และถูกต้อง เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป และตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี และลงลายมือชื่อเพื่อรับรองงบการเงินดังกล่าว เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นในการประชุมสามัญประจำปี เพื่อพิจารณาอนุมัติ

7. พิจารณาให้ความเห็นชอบการคัดเลือกและเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชี และพิจารณาคำตอบแทนที่เหมาะสม ตามที่คณะกรรมการตรวจสอบนำเสนอ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นในการประชุมสามัญประจำปี เพื่อพิจารณาอนุมัติ

8. จัดให้มีนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการตามหลักธรรมาภิบาลที่เป็นลายลักษณ์อักษร และการปรับใช้นโยบายดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่าบริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มด้วยความเป็นธรรม

9. พิจารณานุมัติแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) รวมถึงประกาศ ข้อบังคับ และ/หรือ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง เข้าดำรงตำแหน่ง ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากออกตามวาระ และพิจารณาให้ความเห็นชอบแต่งตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ออกตามวาระ และการกำหนดคำตอบแทนกรรมการ (ตามที่เสนอโดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน) เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณานุมัติ



10. แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย รวมถึงคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริหาร หรือคณะกรรมการชุดย่อยอื่นใด และกำหนดอำนาจหน้าที่ของ คณะกรรมการชุดย่อยดังกล่าว เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ และพิจารณากำหนดคำตอบแทน สำหรับกรรมการชุดย่อย (ไม่เกินกว่าจำนวนรวมที่ได้รับอนุมัติจากผู้ถือหุ้น)

11. พิจารณาแต่งตั้งผู้บริหารตามคำนิยามที่กำหนดโดยคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์หรือ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และเลขานุการบริษัท รวมทั้งพิจารณากำหนดคำตอบแทนของผู้บริหารดังกล่าว

12. พิจารณาอนุมัติการใช้จ่ายเงินเพื่อการลงทุน การดำเนินงานต่างๆ การกู้ยืมหรือการขอสินเชื่อใดๆ จากสถาบันการเงิน ตลอดจนการเข้าเป็นผู้ค้าประกัน เพื่อการประกอบธุรกิจตามปกติของบริษัทฯ บริษัทย่อย รวมทั้งบริษัทในเครือ โดยไม่จำกัดวงเงิน ภายใต้อัตราดอกเบี้ย ระเบียบของบริษัทฯ รวมทั้งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และคณะกรรมการ กำกับตลาดทุน

13. พิจารณาอนุมัติการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันระหว่างบริษัทฯ บริษัทย่อย บริษัทร่วม กับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ตามที่ กำหนดในพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) รวมทั้งกฎระเบียบที่ เกี่ยวข้องของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และพิจารณาอนุมัติหลักการเกี่ยวกับข้อตกลง ทางการค้าที่มีเงื่อนไขการค้าโดยทั่วไปในการเข้าทำธุรกรรมระหว่างกลุ่มบริษัทกับกรรมการ ผู้บริหาร หรือบุคคลที่มีความ เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบการดำเนินการให้ฝ่ายจัดการมีอำนาจดำเนินการธุรกรรมดังกล่าวภายใต้กรอบและขอบเขตของ กฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

14. จัดให้มีช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม และกำกับดูแลการเปิดเผยข้อมูล เพื่อให้มั่นใจว่ามีความถูกต้อง ชัดเจน โปร่งใส มีความน่าเชื่อถือ และมีมาตรฐานสูงสุด

15. พิจารณาอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล

16. พิจารณากำหนดและแก้ไขเปลี่ยนแปลงชื่อกรรมการซึ่งมีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทฯ

17. ขอความเห็นทางวิชาชีพจากองค์กรภายนอกเพื่อประกอบการตัดสินใจที่เหมาะสม (หากมีความจำเป็น)

18. ควบคุมการปฏิบัติงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและปกป้องผลประโยชน์ใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

19. จัดให้มีการประชุมผู้ถือหุ้นเป็นการประชุมสามัญประจำปีภายใน 4 เดือน นับแต่วันสิ้นสุดรอบระยะเวลาบัญชีของ บริษัทฯ

20. จัดให้มีการประชุมคณะกรรมการอย่างน้อยสี่ (4) ครั้งต่อปี

21. จัดทำรายงานประจำปีของคณะกรรมการ และรับผิดชอบในการจัดทำและการเปิดเผยงบการเงินของบริษัทฯ และ บริษัทย่อยเพื่อแสดงถึงฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในรอบปีที่ผ่านมา และนำเสนอต่อที่ ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาและอนุมัติ

22. พิจารณาผลการประเมินผลการดำเนินงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ ตามที่ได้รับการ เสนอแนะจากคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน เพื่อพิจารณาทบทวนผลงาน ปัญหาและอุปสรรคในแต่ละปี เพื่อ สามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ได้



23. ประเมินผลการทำงานของกรรมการทั้งคณะ รวมทั้งประเมินผลการทำงานของกรรมการรายบุคคล เพื่อพิจารณา ทบทวนผลงาน ปัญหาและอุปสรรคในแต่ละปี เพื่อสามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานใน ด้านต่างๆ ได้

24. กำกับและดูแลการบริหารจัดการและการดำเนินงานต่างๆ ของกลุ่มบริษัทให้เป็นไปตามนโยบายต่างๆ ของบริษัทฯ กฎหมายหลักทรัพย์ ตลอดจนประกาศ ข้อบังคับ และหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน สำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อาทิเช่น การทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน และการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินที่สำคัญ เท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายอื่น รวมทั้งจัดให้มีระบบการควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายในที่เพียงพอและเหมาะสม

คณะกรรมการบริษัทสามารถมอบอำนาจ และ/หรือ มอบหมายให้บุคคลอื่นปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนได้ โดยการ มอบอำนาจ หรือการมอบอำนาจช่วงดังกล่าวให้อยู่ภายในขอบเขตแห่งการมอบอำนาจตามหนังสือมอบอำนาจที่ให้ไว้ และ/หรือ ให้เป็นไปตามระเบียบ ข้อกำหนด หรือคำสั่งที่คณะกรรมการบริษัท และ/หรือบริษัท กำหนดไว้ ทั้งนี้ การมอบหมายอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทนั้น จะไม่มีลักษณะเป็นการมอบอำนาจ หรือมอบอำนาจช่วงที่ทำให้คณะกรรมการ บริษัทหรือผู้รับมอบอำนาจจากคณะกรรมการบริษัทสามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง (ตามนิยามที่ ประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือ ประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด) อาจมีส่วนได้เสีย หรืออาจได้รับประโยชน์ในลักษณะใดๆ หรือ อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดกับกลุ่มบริษัท ยกเว้นเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามนโยบาย และหลักเกณฑ์ที่ที่ ประชุมผู้ถือหุ้นหรือคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติไว้ และเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามธุรกิจปกติและเงื่อนไขการค้า ปกติ ซึ่งเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือประกาศของคณะกรรมการกำกับ ตลาดทุน และ/หรือ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด

25. สอบทานกฎบัตรคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง

วาระการดำรงตำแหน่ง

- กรรมการมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี โดยในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี ให้กรรมการต้องออกจาก ตำแหน่งตามวาระจำนวน 1 ใน 3 หรือจำนวนใกล้เคียงกับ 1 ใน 3 มากที่สุด ทั้งนี้ กรรมการที่พ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับ เลือกเข้ามาดำรงตำแหน่งใหม่อีกได้โดยไม่จำกัดจำนวนครั้ง

- ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากถึงคราวออกตามวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทคัดเลือกบุคคลเข้า ดำรงตำแหน่งกรรมการแทนในการประชุมคณะกรรมการบริษัทคราวถัดไป เว้นแต่วาระของกรรมการผู้นั้นจะเหลือน้อยกว่า 2 เดือน โดยบุคคลซึ่งเข้าเป็นกรรมการแทนจะอยู่ในตำแหน่งกรรมการได้เพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการที่เข้ามาแทน

- คณะกรรมการบริษัทกำหนดว่ากรรมการอิสระที่ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระมาแล้วเป็นระยะเวลา 9 ปี หรือ 3 วาระ ติดต่อกัน อาจขาดความเป็นอิสระ คณะกรรมการบริษัทจะทบทวนความเป็นอิสระที่แท้จริงของกรรมการอิสระผู้นั้นเป็นประจำทุกปี

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท ปี 2562



บริษัทฯ ได้กำหนดให้การประชุมคณะกรรมการบริษัทแต่ละครั้ง ต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะครบเป็นองค์ประชุม รวมทั้ง ในการลงมติแต่ละวาระ จะต้องมีการประชุมอยู่ไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการลงมติ

คณะกรรมการบริษัทคาดหวังว่ากรรมการจะใช้ความพยายามอย่างสมเหตุสมผลในการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยที่ตนเองดำรงตำแหน่งอยู่ แม้ว่าในบางโอกาสหรือสถานการณ์อาจทำให้กรรมการไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เป็นไปตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี กรรมการจะต้องเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของการประชุมคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยที่เกิดขึ้นตลอดปี โดยในปี 2562 มีรายละเอียดการเข้าร่วมประชุมของกรรมการ ดังนี้

รายชื่อกรรมการ	การเข้าร่วมประชุม / จำนวนการประชุม (ครั้ง)				
	คณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการสรรหาและพิจารณา คำตอบแทน	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	คณะกรรมการบริหาร
1. นายฤทธิไกร ธรรมรักษ์	6 / 7	-	-	-	11 / 13
2. ดร.สราวุฒิ พรพัฒน์รักษ์	7 / 7	-	-	1 / 1	12 / 13
3. นายฤทธิพล ฟอร์ดเลิศ	7 / 7	4 / 4	-	1 / 1	-
4. นายณัฐวุฒิ เครือประดับ	7 / 7	4 / 4	3 / 3	-	-
5. นายยุทธพงศ์ มา	5 / 7	-	-	-	-
6. นายนิติโรจน์ มโนม้าย	7 / 7	-	-	1 / 1	11 / 13
7. นายศุภวัฒน์ วณิชประภา	7 / 7	-	3 / 3	-	12 / 13
8. นายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์	7 / 7	-	-	-	-
9. ผศ.ดร.นพ.เทอดศักดิ์ ไรจน์สุรจิตติ ¹⁾	4 / 6	3 / 3	1 / 1	-	-
10. นางสาวณัฐฐินี เจนวัฒนาเวช ²⁾	-	-	-	-	2 / 2

หมายเหตุ 1) ผศ.ดร.นพ.เทอดศักดิ์ ไรจน์สุรจิตติ ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและพิจารณา
คำตอบแทน โดยมีมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2562

2) นางสาวณัฐฐินี เจนวัฒนาเวช ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการบริหาร โดยมีมติคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2562 มีผลตั้งแต่วันที่
14 พฤศจิกายน 2562

ในปี 2562 คณะกรรมการอิสระและกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารได้มีการประชุมร่วมกัน 1 ครั้ง ในวันที่ 25 มิถุนายน 2562 โดยไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารหรือฝ่ายบริหารเข้าร่วมการประชุม ทั้งนี้ เพื่อร่วมกันหารือเกี่ยวกับมุมมองของคณะกรรมการฯ ต่อการบริหารจัดการของบริษัทฯ ในรอบปีที่ผ่านมา และนำเสนอแนะที่มีความเห็นอย่างอิสระให้กับผู้บริหารของบริษัทฯ พิจารณานำไปปรับใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้ต่อไป

8.2 ผู้บริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีกรรมการบริหารและผู้บริหารที่มีความรู้และประสบการณ์ในการบริหารงาน จำนวน 8 คน ประกอบด้วย



รายชื่อผู้บริหาร	ตำแหน่ง
1. ดร.สราวุฒิ พรพัฒน์รักษ์	ประธานกรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO)
2. นายนิติโรจน์ มโนม้าย	กรรมการบริหาร
3. นายศุภวัฒน์ วนิชประภา	กรรมการบริหาร
4. นายฤทธิไกร ธรรมรักษ์	กรรมการบริหาร
5. นางสาวณัฐสินี เจนวัฒนาเวช	กรรมการบริหารและรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (DCEO)
6. นายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานบัญชีและการเงิน (CFO)
7. นายธิตี รัตตมณี	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานกลยุทธ์และวิเคราะห์ข้อมูล (CSO)
8. นางสาวสุภาพร ตั้งเทียนทอง	ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี

หมายเหตุ:

* ตามคำนิยามผู้บริหารของประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ พ.จ. 23/2551 เรื่อง กำหนดบทนิยามผู้บริหารเพื่อการปฏิบัติตามหมวด 3/1 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2551

** ผู้บริหาร หมายความว่า ผู้จัดการ หรือผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารที่รายงานแก่นักลงทุนจากผู้จัดการลงมา ผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งเทียบเท่ากับผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารรายที่สี่ทุกราย และให้หมายความรวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า ทั้งนี้ รายละเอียดของผู้บริหารปรากฏในเอกสารแนบ 1

8.3 เลขานุการบริษัท

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2562 ในวันที่ 14 สิงหาคม 2562 ได้มีมติแต่งตั้ง นางสาวยุพาพรณ พวงพิ้วเพชร ดำรงตำแหน่งเลขานุการบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามมาตรา 89/15 และมาตรา 89/16 ของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2551 ทั้งนี้ ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของเลขานุการบริษัท มีดังนี้

1. ให้คำแนะนำเบื้องต้นแก่กรรมการและผู้บริหารเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนด ภาวะเยียบ และข้อบังคับของบริษัทฯ และติดตามดูแลให้มีการปฏิบัติตามอย่างถูกต้อง รวมถึงรายงานการเปลี่ยนแปลงในข้อกำหนดกฎหมายที่มีนัยสำคัญแก่กรรมการและผู้บริหาร

2. ติดตามดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลและรายงานสารสนเทศที่เกี่ยวข้องตามระเบียบ ประกาศ และข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และคณะกรรมการกำกับตลาดทุน

3. จัดทำและเก็บเอกสารดังต่อไปนี้

(ก) ทะเบียนกรรมการ

(ข) หนังสือนัดประชุมคณะกรรมการ รายงานการประชุมคณะกรรมการ

(ค) หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นและรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น

(ง) รายงานประจำปีของบริษัทฯ

4. เก็บรักษารายงานการมีส่วนได้เสียที่รายงานโดยกรรมการหรือผู้บริหาร พร้อมทั้งจัดส่งสำเนารายงานดังกล่าวให้ประธานกรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบทราบภายใน 7 วันทำการนับแต่วันที่บริษัทฯ ได้รับรายงาน



5. คู่มือกิจกรรมของคณะกรรมการบริษัทและดำเนินการเรื่องอื่นใดให้เป็นไปตามกฎหมาย และ/หรือตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนประกาศกำหนด และ/หรือตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

6. ติดตามและดูแลให้การประชุมผู้ถือหุ้นและการประชุมคณะกรรมการบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับบริษัท และข้อพึงปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งติดตามให้มีการปฏิบัติตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นและมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท

7. ดำเนินการให้มีการจัดทำแบบประเมินผลการทำงานของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ เพื่อพิจารณาบทวนผลงาน ปัญหา และอุปสรรคในแต่ละปี เพื่อสามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ได้ รวมทั้งจัดทำสรุปผลการประเมินและแจ้งให้คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ เพื่อรับทราบผลการประเมินต่อไป

8. จัดทำระบบการเก็บรักษาเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการแสดงข้อมูลดังต่อไปนี้ รวมทั้งดูแลให้มีการเก็บรักษาเอกสารหรือหลักฐานดังกล่าวให้ถูกต้องครบถ้วนและสามารถตรวจสอบได้ในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปีนับแต่วันที่มีการจัดทำเอกสารหรือข้อมูลดังกล่าว

การเก็บรักษาเอกสารและหลักฐานข้างต้น ให้หมายความรวมถึงการเก็บรักษาด้วยระบบคอมพิวเตอร์หรือระบบอื่นใดที่สามารถเรียกดูได้โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงข้อความ

(1) การให้ข้อมูลประกอบการขอมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น

(2) งบการเงินและรายงานเกี่ยวกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ หรือรายงานอื่นใดที่ต้องเปิดเผยตามมาตรา 56 มาตรา 57 มาตรา 58 หรือ มาตรา 199 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

(3) ความเห็นของบริษัทฯ เมื่อมีผู้ทำคำเสนอซื้อหุ้นของบริษัทฯ จากผู้ถือหุ้นเป็นการทั่วไป

(4) การให้ข้อมูลหรือรายงานอื่นใดเกี่ยวกับกิจการที่บริษัทฯ จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ต่อผู้ถือหุ้นหรือประชาชนทั่วไปตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนกำหนด

9. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนประกาศกำหนดต่อไป

10. ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ความระมัดระวัง และความซื่อสัตย์สุจริต รวมทั้งต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับบริษัท มติคณะกรรมการ ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น และไม่กระทำการใดอันเป็นการขัดหรือแย้งกับประโยชน์ของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

11. ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบและความระมัดระวังเยี่ยงวิญญาณผู้ประกอบธุรกิจเช่นนั้นจะพึงกระทำภายใต้สถานการณ์อย่างเดียวกัน โดย

(1) การตัดสินใจได้กระทำไปด้วยความเชื่อโดยสุจริตและสมเหตุสมผลว่าเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ เป็นสำคัญ

(2) การตัดสินใจได้กระทำบนพื้นฐานข้อมูลที่เชื่อโดยสุจริตว่าเพียงพอ และ

(3) การตัดสินใจได้กระทำไปโดยตนไม่มีส่วนได้เสีย ไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมในเรื่องที่ตัดสินใจนั้น

ทั้งนี้ ในกรณีที่เลขานุการบริษัทพ้นจากตำแหน่งหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้คณะกรรมการแต่งตั้งเลขานุการบริษัทคนใหม่ภายใน 90 วันนับแต่วันที่เลขานุการบริษัทคนเดิมพ้นจากตำแหน่งหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้

8.4 คำตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร



การพิจารณาคำตอบแทนกรรมการเป็นไปอย่างสอดคล้องกับกับผลประกอบการของบริษัทฯ รวมถึงหน้าที่ ความสำเร็จ และผลการปฏิบัติงานของกรรมการแต่ละคน ซึ่งคำตอบแทนดังกล่าวอยู่ในระดับที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัท ในอุตสาหกรรมเดียวกันและบริษัทที่มีขนาดใกล้เคียงกันแล้ว และเพียงพอที่จะจูงใจและรักษากรรมการที่มีคุณภาพไว้กับบริษัทฯ ทั้งนี้ คำตอบแทนกรรมการต้องได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นประจำทุกปี

การพิจารณาคำตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูงเป็นไปตามหลักการและนโยบายที่ คณะกรรมการบริษัทกำหนด อีกทั้ง ให้เป็นไปอย่างสอดคล้องกับอัตราค่าตอบแทนในตลาดหรืออุตสาหกรรมด้วย อันจะสามารถ จูงใจและรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพให้ปฏิบัติงานให้กับบริษัทฯ ได้ในระยะยาว

คณะกรรมการจะเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการและผู้บริหารเป็นประจำทุกปี เพื่อนำไปใช้ในการพิจารณา กำหนดค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหาร โดยใช้บรรทัดฐานที่ได้ตกลงกันล่วงหน้ากับกรรมการและผู้บริหารตามเกณฑ์ที่เป็น รูปธรรม ซึ่งรวมถึงผลการปฏิบัติงานทางการเงิน ผลงานเกี่ยวกับการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในระยะยาว การ พัฒนาผู้บริหาร ฯลฯ และเสนอผลประเมินข้างต้นให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาให้ความเห็นชอบ และประธานกรรมการหรือ กรรมการอาวุโสควรเป็นผู้สื่อสารผลการพิจารณาให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารทราบ

8.4.1 คำตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

คำตอบแทนกรรมการ

ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2562 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2562 ได้มีมติกำหนดคำตอบแทนกรรมการ ดังนี้

ตำแหน่ง	รายเดือน (บาท)	ค่าเบี้ยประชุม (บาทต่อครั้ง)	โบนัสประจำปี	คำตอบแทนอื่น
ประธานกรรมการ	15,000	22,500	วงเงินไม่เกิน 1,000,000 บาท	ประกันสุขภาพ
กรรมการ	15,000	17,500		
ประธานกรรมการตรวจสอบ	-	22,500		
กรรมการตรวจสอบ	-	17,500		
ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน	-	17,500		
กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน	-	14,000		
ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง	-	17,500		
กรรมการบริหารความเสี่ยง	-	14,000		

หมายเหตุ:

* ค่าเบี้ยประชุมกรรมการและกรรมการชุดย่อยจะจ่ายตามที่เข้าประชุมจริง

** กรรมการบริหารหรือกรรมการที่เป็นผู้บริหารของบริษัทฯ จะไม่ได้รับคำตอบแทนตามรายละเอียดข้างต้น แต่จะมีการ จ่ายคำตอบแทนรายเดือนและสวัสดิการตามโครงสร้างคำตอบแทนของบริษัทฯ

*** คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาจัดสรรโบนัสประจำปีให้กับกรรมการภายใต้เงื่อนไขตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น หาก กรรมการท่านใดได้รับการแต่งตั้งระหว่างปี ให้จ่ายตามระยะเวลาที่เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการในปีนั้น



ในปี 2562 บริษัทฯ มีการจ่ายผลตอบแทนรวมให้แก่คณะกรรมการบริษัทโดยแยกเป็นรายบุคคล ตามรายละเอียดดังนี้

รายชื่อกรรมการ	ค่าตอบแทนรายเดือน (บาท)	ค่าเบี้ยประชุม (บาท)	โบนัสประจำปี (บาท)	รวม (บาท)
1. พลตำรวจเอกชัชวาลย์ สุขสมจิตร์ ¹⁾	61,500.00	45,000.00	46,122.89	152,622.89
2. ดร.สราวุฒิ พรพัฒน์รักษ์	-	-	-	-
3. นายกฤษ ฟอร์ด	180,000.00	230,000.00	46,122.89	456,122.89
4. นายณัฐวุฒิ เครือประดับ	180,000.00	227,500.00	46,122.89	453,622.89
5. นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ²⁾	60,000.00	14,000.00	46,122.89	120,122.89
6. นางนวลพรรณ ล่ำซำ ³⁾	15,000.00	-	-	15,000.00
7. ผศ.ดร.นพ.เทอดศักดิ์ โรจน์สุรจิตติ ⁴⁾	150,000.00	136,500.00	-	286,500.00
8. นายยุทธพงษ์ มา	-	-	-	-
9. นายนิติโรจน์ มโนม้าย	-	-	-	-
10. นายศุภวัฒน์ วนิชประภา	-	-	-	-
11. นายฤทธิไกร ธรรมรักษ์	-	-	-	-
12. นางสาวเสาวคนธ์ แหยมเจริญ ⁵⁾	-	-	-	-
13. นายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์	-	-	-	-
รวม	646,500.00	653,000.00	184,491.56	1,483,991.56

หมายเหตุ 1) พลตำรวจเอกชัชวาลย์ สุขสมจิตร์ ลาออกจากตำแหน่งประธานกรรมการ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 4 พฤษภาคม 2562

2) นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ลาออกจากตำแหน่งกรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและพิจารณาตอบแทน โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 22 เมษายน 2562

3) นางนวลพรรณ ล่ำซำ ลาออกจากตำแหน่งกรรมการ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 31 มกราคม 2562

4) ผศ.ดร.นพ.เทอดศักดิ์ โรจน์สุรจิตติ ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและพิจารณาตอบแทน โดยมีมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2562

5) นางสาวเสาวคนธ์ แหยมเจริญ ลาออกจากตำแหน่งกรรมการ และกรรมการบริหาร โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2562



คำตอบแทนของกรรมการบริหารและผู้บริหาร

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้จ่ายคำตอบแทนให้แก่กรรมการบริหารและผู้บริหารจำนวน 8 คน (รวมผู้บริหารที่ลาออกระหว่างปี 2562) เป็นจำนวน 39,668,816.21 บาท โดยคำตอบแทนดังกล่าวรวมถึงเงินเดือน โบนัส เบี้ยเลี้ยง เงินประกันสังคม และเงินสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และผลประโยชน์พนักงานอื่นๆ ตามที่บริษัทฯ กำหนด

8.4.2 คำตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน

นอกจากคำตอบแทนที่เป็นตัวเงินข้างต้นแล้ว บริษัทฯ ยังได้มีการจ่ายคำตอบแทนให้แก่กรรมการและผู้บริหาร โดยในปี 2562 บริษัทฯ ได้จัดสรรสวัสดิการประกันสุขภาพประจำปีให้กับคณะกรรมการในวงเงินไม่เกิน 240,000 บาท

8.5 บุคลากร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีบุคลากรทั้งหมด 264 คน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นพนักงานประจำ 206 คน และพนักงานรายวัน 58 คน โดยมีรายละเอียดจำแนกตามฝ่ายงาน ดังนี้

ฝ่าย/แผนก	จำนวน (คน)	ฝ่าย/แผนก	จำนวน (คน)
ฝ่ายบริหาร	11	แผนกการขาย	25
ศูนย์ควบคุมเอกสาร	3	แผนกกฎหมายและข้อบังคับ	1
แผนกผลิต	74	แผนกพัฒนาธุรกิจ	-
แผนกคลังสินค้า	19	แผนกตรวจสอบภายใน	2
แผนกควบคุมคุณภาพ	14	ฝ่ายการเงินองค์กร	4
แผนกทรัพยากรบุคคล	8	แผนกนักลงทุนสัมพันธ์	1
แผนกวิศวกรรม	9	ฝ่ายกลยุทธ์	-
แผนกการจัดการระบบสารสนเทศ	4	แผนกการเงิน	3
แผนกบัญชี	18	แผนกจัดซื้อ (โรงงาน)	4
แผนกธุรการ	27	สำนักเลขานุการบริษัท	2
แผนกการตลาด	8	แผนกซ่อมบำรุง	2
แผนกจัดซื้อ (ออฟฟิศ)	3	แผนกขนส่ง	10
แผนกวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์	9	ตัวแทนฝ่ายบริหารระบบการจัดการ ด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยและ ความปลอดภัย	1
แผนกปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ	1		
แผนกวางแผนความต้องการสินค้า	1		

คำตอบแทนพนักงาน

บริษัทฯ มุ่งดูแลพนักงานให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี มีความก้าวหน้า และความมั่นคงในอาชีพ โดยได้จัดให้มีผลตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบ ซึ่งได้แก่ เงินเดือน ค่าล่วงเวลา เงินช่วยเหลือค่าครองชีพ เงินโบนัส เงินประกันสังคม และเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ รวมไปถึงสวัสดิการที่ดีให้กับพนักงาน อาทิ การให้ซื้อสินค้าในราคาส่วนลดพนักงาน ค่า



รักษาพยาบาล (OPD) การทำประกันชีวิตและอุบัติเหตุให้กับพนักงาน การตรวจสอบสุขภาพประจำปี เงินช่วยเหลืองานศพพนักงาน หรือครอบครัวของพนักงานเสียชีวิต การจัดให้สถานพยาบาลจากภายนอกเข้ามาตรวจสอบสุขภาพ สำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานตามจุดที่มีความเสี่ยง บริษัทฯ ได้สอดคล้องแผนระยะยาวและจัดให้พนักงานได้ตรวจสอบสุขภาพอย่างทั่วถึงครบถ้วน หากตรวจพบว่ามีปัญหาทางด้านสุขภาพจะมีการส่งตรวจซ้ำและเปลี่ยนงานให้ทันที

ในปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้จ่ายผลตอบแทนให้แก่พนักงาน จำนวนทั้งสิ้น 117.431 ล้านบาท อีกทั้ง ได้มอบหมายให้ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ซีไอเอ็มบี-พรินซิเพิล จำกัด เป็นผู้จัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ภายใต้ชื่อกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซีไอเอ็มบี-พรินซิเพิล สมดุลตามอายุ ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 เป็นต้นมา

นโยบายการพัฒนาบุคลากร

บริษัทฯ มุ่งมั่นประกอบธุรกิจเพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส เป็นธรรม รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการเสริมสร้างพัฒนาศักยภาพให้แก่บุคลากร ปฏิรูปค่านิยมร่วม (Core Value) และวัฒนธรรมองค์กรสู่ความเป็นเลิศในทุกด้าน บริษัทฯ ตระหนักดีว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีค่าและเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร โดยมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพ มีคุณธรรมจริยธรรม ยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อองค์กรและสังคม นอกจากนี้ ยังสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม ซึ่งบริษัทฯ เชื่อว่าการปลูกฝังพนักงานให้เป็นคนดี มีความสามารถ จะช่วยส่งเสริมให้องค์กรเติบโตก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับบุคลากร จึงกำหนดนโยบายเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพ ทักษะ ความรู้ และความสามารถในการทำงานให้กับพนักงานทุกคนอย่างเหมาะสมและต่อเนื่องอย่างเท่าเทียมกัน ดังนี้

1) แผนงานการฝึกอบรมพนักงาน (Training Road Map) เพื่อกำหนดแผนการฝึกอบรมให้กับพนักงาน ทั้งในงานที่ต้องปฏิบัติตามหน้าที่ หรืองานอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้พนักงานในการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ปลอดภัย และเหมาะสมในแต่ละตำแหน่งงาน

2) การฝึกอบรมภายนอก (External Training) เพื่อพัฒนาศักยภาพ ความรู้ ความสามารถตามลักษณะงานที่เหมาะสม บริษัทฯ ได้ส่งพนักงานเข้ารับการอบรมหรือสัมมนาหลักสูตรต่างๆ กับสถาบันจัดอบรมภายนอก มีการส่งพนักงานไปปฏิบัติงานทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งส่งพนักงานไปอบรมกับศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อเตรียมการสำหรับเป็นวิทยากรและผู้ตรวจสอบการจัดระดับฝีมือช่างของโรงงาน

3) การฝึกอบรมภายใน (In-house Training) เพื่อพัฒนาแนวคิด ศักยภาพ ความรู้ และความสามารถในการปฏิบัติงาน บริษัทฯ ได้จัดให้มีผู้บริหารหรือพนักงานที่มีความรู้ความสามารถให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ นอกเหนือจากความรู้ในงาน และจัดอบรมภายในองค์กรอยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กรและสถานะการแข่งขันในปัจจุบัน

4) การฝึกอบรมความรู้ในงาน (OJT : On the Job Training) เพื่อพัฒนาพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงได้มีการฝึกอบรมให้ความรู้พนักงานทั้งในด้านทักษะทางเทคนิค (Technical Skill) และสมรรถภาพส่วนบุคคล (Soft Skill) อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น สำหรับพนักงานใหม่และพนักงานที่มีการเลื่อนตำแหน่ง บริษัทฯ ได้จัดหลักสูตรการเรียนรู้งานให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงาน



ข้อมูลสรุปค่าใช้จ่ายการอบรมและสัมมนา รวมถึงกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาผู้บริหารและพนักงาน ดังนี้

ค่าใช้จ่ายอบรมต่อคนต่อปี	ปี 2561	ปี 2562
สำหรับผู้บริหารและพนักงาน	755,523.22	256,927.84