



# ROJUKISS INTERNATIONAL

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

ไตรมาส 1 ปี 2569

### ภาพรวมเศรษฐกิจประเทศไทย

สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจมหภาคของประเทศไทยในปี 2569 ยังคงเติบโตในระดับทรงตัว ท่ามกลางความไม่แน่นอนของการค้าโลกและความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความผันผวนของราคาพลังงาน ต้นทุนโลจิสติกส์ และตลาดการเงิน โดยจากการประเมินล่าสุดของ ธนาคารแห่งประเทศไทย เศรษฐกิจไทยคาดว่าจะเติบโตประมาณ 1.3%–1.5% ในปี 2569 ซึ่งได้มีการปรับลดลงจากประมาณการก่อนหน้า สะท้อนถึงผลกระทบจากอุปสงค์จากต่างประเทศที่อ่อนแอลง ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ ความไม่แน่นอนของการค้าโลก และการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวที่ชะลอตัว

กิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศยังคงได้รับแรงสนับสนุนหลักจากการบริโภคภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม รูปแบบการใช้จ่ายยังคงมีความระมัดระวัง เนื่องจากระดับหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง การเติบโตของรายได้ที่ชะลอตัว และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่ามากขึ้น ผู้บริโภคมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ขณะที่การใช้จ่ายในสินค้าฟุ่มเฟือยยังคงมีการเลือกสรรมากขึ้น

ในขณะเดียวกัน การตัดสินใจลงทุนของภาคเอกชนอาจยังคงเป็นไปอย่างระมัดระวัง จากปัจจัยด้านการเปลี่ยนผ่านนโยบาย ระยะเวลาการจัดสรรงบประมาณภาครัฐ และความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกโดยรวม

แม้ภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2569 จะยังเติบโตในระดับทรงตัว แต่อุตสาหกรรมความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลของไทยยังคงมีแนวโน้มการเติบโตที่น่าสนใจ โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (skincare) ซึ่งคาดว่าจะเติบโตในระดับ mid-single digit ที่ประมาณ 4%–6% ภายใต้สมมติฐานว่าเศรษฐกิจไทยยังคงชะลอตัว แต่ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวยังคงแข็งแกร่ง

แนวโน้มสำคัญที่คาดว่าจะเติบโตโดดเด่นกว่าตลาดโดยรวม ได้แก่ กลุ่มสินค้าพรีเมียม (premiumization) เวชสำอาง (dermatological skincare) ผลิตภัณฑ์ชะลอวัย (anti-aging) ผลิตภัณฑ์กันแดด (sun care) และช่องทางการจำหน่ายอีคอมเมิร์ซ

### ผลการดำเนินงานที่สำคัญของไตรมาส 1/2569

ล้านบาท	ไตรมาส 1 ปี 2569	ไตรมาส 1 ปี 2568	% เปลี่ยนแปลง
รายได้จากการขายสินค้า	331.1	244.9	+35.2%
EBITDA	62.4	49.1	+27.0%
อัตรากำไร EBITDA	18.8	20.0	
กำไรสุทธิ	45.9	36.1	+27.3%
อัตรากำไรสุทธิ	13.9	14.7	

- ในไตรมาส 1/2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายเติบโตอย่างมีนัยสำคัญที่ 35.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน มาอยู่ที่ 331.1 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของกลุ่มผลิตภัณฑ์ Skincare และการขยายตัวของกลุ่ม Beauty care

- รายได้จากการขายของแบรนด์ Rojukiss ในไตรมาส 1/2569 เติบโต 38% เทียบกับไตรมาส 1/2568 โดยได้รับแรงหนุนจากสินค้าหลัก (Hero products) และสินค้าใหม่เปิดตัวในช่วงไตรมาส 1 ได้แก่ Face Eye Neck Repair Serum & Cream, Hydrogel mask สูตร Rice Ferment Brightening และ Cica-BHA, Gluta Nia-C10 Triple White Serum และ B12 Pink Vitamin Serum Treatment Pad นอกจากนี้ การ

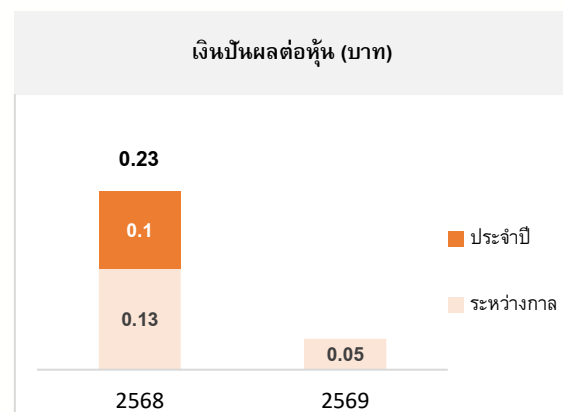
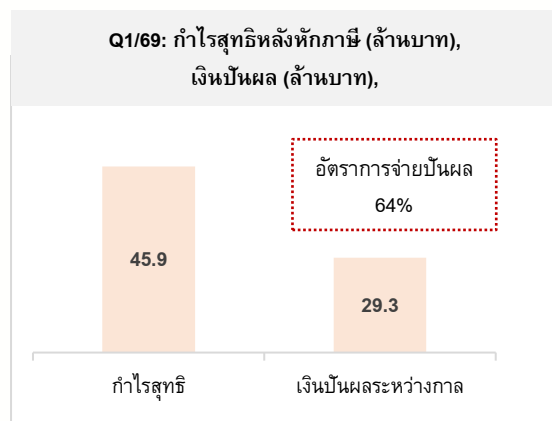
ปรับโฉมบรรจุภัณฑ์ใหม่ของแบรนด์ Sis2Sis ซึ่ง Relaunch ตั้งแต่ไตรมาส 4/2568 มียอดขายเติบโตถึง 47% จากไตรมาสเดียวกันปีก่อน

- รายได้จากการขายเติบโตในทุกช่องทางเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน ได้แก่ General Trade +112%, E-commerce +82%, ช่องทาง Export +44% และ Modern Trade +21% จากไตรมาสเดียวกันปีก่อนที่บริษัทฯ มีการบริหารจัดการสินค้าร่วมกับลูกค้าผู้ค้าปลีก
- กำไรสุทธิในไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 45.9 ล้านบาท เติบโต 27.3% เทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของยอดขายและกำไรขั้นต้น อย่างไรก็ตาม จากสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิลดลงเล็กน้อยอยู่ที่ 13.9% จาก 14.7% ในไตรมาส 1/2568

### เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 1/2569

จ่ายเงินปันผลระหว่างกาล และเปลี่ยนนโยบายการจ่ายเงินปันผลเป็นรายไตรมาส

- จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากกำไรสุทธิของบริษัท สำหรับผลการดำเนินงานในไตรมาส 1/2569 เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 29.3 ล้านบาท (อัตรากำไรสุทธิ 0.05 บาท) คิดเป็นอัตราการจ่ายปันผลที่ร้อยละ 64
- กำหนดรายชื่อผู้มีสิทธิได้รับเงินปันผล (Record date) วันที่ 27 พ.ค. 69 และจ่ายเงินปันผลในวันที่ 12 มิ.ย. 69
- บริษัทเปลี่ยนนโยบายการจ่ายเงินปันผลเป็นรายไตรมาส โดยได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 2/2569 วันที่ 13 พฤษภาคม 2569



**การดำเนินงานด้าน ESG:** ในไตรมาส 1/2569 บริษัทฯ ยังคงดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบ ESG อย่างต่อเนื่อง โดยได้ดำเนินมาตรการบริหารจัดการพลังงานจากสถานการณ์ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ผ่านการเพิ่มการทำงานแบบ Work From Home ชั่วคราว และเพิ่มประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ พร้อมทั้งจัดทำ Employee Survey เพื่อประเมินความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานทุกระดับ ขณะที่ด้านการกำกับดูแลกิจการ บริษัทฯ ยังคงยึดหลัก CG Code ปี 2560 เป็นแนวทางการดำเนินงาน โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับผลประเมินการกำกับดูแลกิจการระดับ “ดี” หรือ 3 ดาว จาก Thai IOD ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนดำเนินโครงการ ESG เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

การเติบโตของส่วนแบ่งการตลาด: Rojukiss ยังคงรักษาความเป็นผู้นำในกลุ่มผลิตภัณฑ์มาสก์หน้า โดยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 18.8% ในไตรมาส 1/2569 (เทียบกับ 16.1% ในไตรมาส 1/2568) จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง การทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และความต้องการซื้อของผู้บริโภคที่แข็งแกร่งในทุกช่องทาง

การเปิดตัวสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง: ในไตรมาส 1/2569 บริษัทได้เปิดตัวสินค้าใหม่หลายรายการ ได้แก่ Face Eye Neck Repair Serum & Cream, Hydrogel Mask สูตร Rice Ferment Brightening และ Cica-BHA, Gluta Nia-C10 Triple White Serum และ B12 Pink Vitamin Serum Treatment Pad



รางวัล HWB จาก Watsons: ผลิตภัณฑ์ Hydrogel Mask ได้รับรางวัล Watsons Thailand HWB Award ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จสำคัญของกลุ่มผลิตภัณฑ์มาสก์หน้า สะท้อนถึงความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งในเซกเมนต์นี้ รวมถึงความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการพัฒนานวัตกรรมสินค้า โดยการนำเทคโนโลยีไฮโดรเจลขั้นสูงมาใช้ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และประสบการณ์การใช้งานให้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

**สรุปผลการดำเนินงาน**

ตาราง 1 : งบกำไรขาดทุนรวมสำหรับงวด 3 เดือน

(หน่วย : ล้านบาท)

งบกำไรขาดทุนรวม	Q1 2569	%	Q1 2568	%	%YoY	Q4 2568	%	%QoQ
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	331.1	100.0	244.9	100.0	35.2	364.8	100.0	(9.2)
ต้นทุนขาย	(135.3)	(40.8)	(116.5)	(47.6)	16.1	(170.6)	(46.8)	(20.7)
กำไรขั้นต้น	195.9	59.2	128.4	52.4	52.7	194.2	53.2	0.9
รายได้อื่น	0.6	0.2	1.0	0.4	(42.5)	0.9	0.2	(31.1)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(99.0)	(29.9)	(62.0)	(25.3)	59.5	(83.3)	(22.8)	18.8
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(41.6)	(12.6)	(25.4)	(10.3)	64.5	(41.1)	(11.3)	1.3
กำไร(ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	3.7	1.1	4.0	1.6	(7.0)	(3.8)	(1.0)	(198.0)
รวมค่าใช้จ่ายและรายได้อื่น	(136.3)	(41.2)	(82.4)	(33.6)	65.5	(127.3)	(34.9)	7.1
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	59.6	18.0	46.0	18.8	29.6	66.9	18.3	(10.9)
ต้นทุนทางการเงิน	(0.1)	(0.0)	(0.1)	0.0	17.8	0.0	0.0	100.4
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	59.5	18.0	45.9	18.7	29.6	66.9	18.3	(11.0)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(13.6)	(4.1)	(9.8)	(4.0)	38.2	(22.6)	(6.2)	(39.8)
กำไรสุทธิรวม	45.9	13.9	36.1	14.7	27.3	44.3	12.1	3.7
- ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่	45.9	13.9	36.1	14.7	27.3	44.3	12.1	3.7

### รายได้จากการขายสินค้า

ในไตรมาส 1/2569 รายได้จากการขายและการให้บริการอยู่ที่ 331.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ 35.2% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว Skincare และกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ในทุกช่องทาง โดยเฉพาะช่องทาง General Trade, E-commerce และ Export อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายและการให้บริการลดลง 9.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (QoQ) เนื่องจากไตรมาส 4 โดยปกติเป็นช่วงฤดูกาลขายสูงสุดของธุรกิจ

### ต้นทุนขายและอัตรากำไรขั้นต้น

ในไตรมาส 1/2569 อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ในระดับแข็งแกร่งที่ 59.2% เพิ่มขึ้นจาก 52.4% ในไตรมาส 1/2568 และ 53.2% ในไตรมาส 4/2568 โดยได้รับแรงหนุนจากกลยุทธ์ในการการผลักดันสัดส่วนยอดขายของสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงเพิ่มขึ้น รวมถึงการเคลียร์สินค้าคงคลังของแบรนด์ที่ยุติการทำการจัดจำหน่ายเสร็จสิ้นแล้ว

### ค่าใช้จ่ายในการขาย

ในไตรมาส 1/2569 ค่าใช้จ่ายในการขายอยู่ที่ 99 ล้านบาท หรือคิดเป็น 29.9% ของยอดขาย เพิ่มขึ้นจาก 25.3% ในไตรมาส 1/2568 และเพิ่มขึ้นจาก 22.8% ในไตรมาส 4/2568 โดยการเพิ่มขึ้นดังกล่าวมาจากค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและค่าใช้จ่ายในการขายสูงขึ้น เพื่อสนับสนุนการผลักดันยอดขายออกสู่ผู้บริโภค (sell-out) ในช่องทาง Modern Trade และ Online รวมถึงการเพิ่มขึ้นเล็กน้อยของค่าใช้จ่าย KOL/KOC และบ่งส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายและรองรับการเปิดตัวสินค้าใหม่

ทั้งนี้สะท้อนถึงกลยุทธ์ของบริษัทในการเร่งลงทุนด้านการตลาดในช่วงต้นปี เพื่อสร้างโมเมนตัมของยอดขาย โดยคาดว่าสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จะปรับตัวเข้าสู่ระดับปกติในไตรมาสถัดไปให้สอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัท

### ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 1/2569 ค่าใช้จ่ายในการบริหารอยู่ที่ 41.6 ล้านบาท หรือคิดเป็น 12.6% ของยอดขาย เพิ่มขึ้นจาก 10.3% ในไตรมาส 1/2568 โดยสาเหตุหลักมาจากการกลับรายการผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Expected Credit Loss) ที่ลดลง (0.3 ล้านบาทในไตรมาส 1/2569 เทียบกับ 4.5 ล้านบาทในไตรมาส 1/2568) รวมถึงต้นทุนบุคลากรที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มจำนวนพนักงานเพื่อรองรับการขยายธุรกิจ ขณะที่เมื่อเทียบกับไตรมาส 4/2568 ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.8 ล้านบาท หรือ 1.3% จากไตรมาสก่อนหน้า

### กำไรสุทธิ (Net Profit)

ในไตรมาส 1/2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 45.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27.3% จากไตรมาสเดียวกันปีก่อน โดยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายและกำไรขั้นต้น อย่างไรก็ตาม จากสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายที่สูงขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิลดลงเล็กน้อยมาอยู่ที่ 13.9% จาก 14.7% ในไตรมาส 1/2568 ขณะที่อัตรากำไรสุทธิปรับตัวดีขึ้น จาก 12.1% ในไตรมาส 4/2568 จากยอดขายและกำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น

ท่ามกลางความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก บริษัทฯ ยังคงติดตามและบริหารประสิทธิภาพด้านต้นทุนอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งดำเนินงานอย่างมีวินัย โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของการขาย โดยเฉพาะการบริหารจัดการยอดขายกับร้านค้าปลีก เร่งการเติบโตของยอดขายสู่ผู้บริโภค (Sell out) รวมถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขาย และค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจในระยะยาว

### งบฐานะทางการเงิน ณ 31 มีนาคม 2569

#### สินทรัพย์รวม

รายการทรัพย์สิน	31 มีนาคม 2569		31 ธันวาคม 2568	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	376.0	27.1	379.5	29.6
สินทรัพย์ทางการเงิน	100.2	7.2	-	-
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	493.9	35.6	481.6	37.6
สินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญา	166.5	12.0	183.8	14.3
สินค้าคงเหลือ	180.7	13.0	171.4	13.4
สินทรัพย์อื่น	71.3	5.1	65.9	5.1
<b>สินทรัพย์รวม</b>	<b>1,388.6</b>	<b>100.0</b>	<b>1,282.2</b>	<b>100.0</b>

#### หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

รายการหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	31 มีนาคม 2569		31 ธันวาคม 2568	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	267.4	19.3	227.0	17.7
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	51.7	3.7	38.6	3.0
หนี้สินไม่หมุนเวียน	15.1	1.1	9.8	0.8
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>334.2</b>	<b>24.1</b>	<b>275.4</b>	<b>21.5</b>
ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว	300.0	21.6	300.0	23.4
กำไรสะสม – จัดสรรไว้เป็นทุนสำรองตามกฎหมาย	33.3	2.4	33.3	2.6
กำไรสะสม – ยังไม่จัดสรร	148.7	10.7	102.7	8.0
รายการอื่นในส่วนของผู้ถือหุ้น	572.3	41.2	570.8	44.5
<b>รวมส่วนของบริษัทใหญ่</b>	<b>1,054.3</b>	<b>75.9</b>	<b>1,006.8</b>	<b>78.5</b>
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,054.3</b>	<b>75.9</b>	<b>1,006.8</b>	<b>78.5</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,388.6</b>	<b>100.0</b>	<b>1,282.2</b>	<b>100.0</b>

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทมีสินทรัพย์รวมอยู่ที่ 1,388.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 106.4 ล้านบาทจากสิ้นปี 2568 โดยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ทางการเงินจำนวน 100.2 ล้านบาท จากเงินลงทุนระยะสั้น ขณะที่ลูกหนี้การค้าและสินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญารวมกันลดลง 5.0 ล้านบาท โดยเป็นการเพิ่มสินค้าตามปกติของธุรกิจ และสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 9.3 ล้านบาท เพื่อรองรับยอดขายในอนาคต

หนี้สินรวมของบริษัทฯ อยู่ที่ 334.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 58.8 ล้านบาทจากสิ้นปี 2568 สาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นจำนวน 40.4 ล้านบาท และหนี้สินหมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 13.1 ล้านบาท จากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาษี

ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ อยู่ที่ 1,054.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 47.5 ล้านบาทจาก ณ สิ้นปี 2568 โดยเป็นผลจากกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรร ซึ่งมาจากกำไรสุทธิในไตรมาส 1/2569 จำนวน 46.0 ล้านบาท

#### งบกระแสเงินสด

	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 1/2568
เงินสดต้นงวด ณ 31 ธันวาคม	379.5	293.0
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	98.9	59.6
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน	(102.1)	(1.8)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	(1.0)	(23.4)
(ขาดทุน) กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินและรายการเทียบเท่าเงินสด	0.6	(0.4)
<b>เงินสด ณ 31 มีนาคม 2569</b>	<b>376.0</b>	<b>327.1</b>

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 376 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจาก 379.5 ล้านบาท ณ ต้นปี

กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานยังคงแข็งแกร่งที่ 98.9 ล้านบาท เทียบกับ 59.6 ล้านบาทในไตรมาส 1/2568 สะท้อนผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นจากกำไรสุทธิ การบริหารสินค้าคงคลัง และเจ้าหนี้การค้า

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนอยู่ที่ 102.1 ล้านบาท จากการลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินระยะสั้น

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินอยู่ที่ 1.0 ล้านบาท โดยหลักมาจากการชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า

### แนวทางเชิงกลยุทธ์ และมุมมองของบริษัทในปี 2569

บริษัทสามารถสร้างผลงานที่โดดเด่นในไตรมาส 1/2569 โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของรายได้และความสามารถในการทำกำไร ซึ่งยิ่งตอกย้ำถึงรากฐานที่แข็งแกร่งที่ได้วางไว้ตั้งแต่ปลายปี 2568 การปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในด้านผลประกอบการ สภาพคล่อง และกระแสเงินสด สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของโมเดลธุรกิจและประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัท

ในขณะเดียวกัน บริษัทยังคงตระหนักถึงความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์และความไม่แน่นอนจากสถานการณ์สงครามในปัจจุบัน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก สถานการณ์ของห่วงโซ่อุปทาน และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ผู้บริหารยังคงติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด และได้ดำเนินมาตรการเชิงรุกเพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น อาทิ

การกระจายแหล่งจัดหาสินค้า (supply chain diversification) การบริหารสินค้าคงคลังอย่างรอบคอบ การควบคุมต้นทุนอย่างมีวินัย และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อลดผลกระทบและการเติบโตที่ยั่งยืน

แบรนด์ Rojukiss จะยังคงเป็นกลไกการเติบโตหลัก โดยได้รับการสนับสนุนจากการเร่งพัฒนานวัตกรรมในกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและมาสก์หน้า การเปิดตัวแคมเปญโฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ (Equity Advertising Campaign) ที่ออกอากาศตลอดทั้งปี การยกระดับดีไซน์บรรจุภัณฑ์ให้มีความพรีเมียมยิ่งขึ้น รวมถึงการขยายช่องทางจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่องทั้งในช่องทางโมเดิร์นเทรดและร้านค้าทั่วไป เพื่อเพิ่มการครอบคลุมทั่วประเทศอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทยังเดินหน้าต่อยอดการขยายไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า (Face Cleansers) และผลิตภัณฑ์กันแดด (Sunscreen) ผ่านการลงทุนและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

การขยายธุรกิจในต่างประเทศจะมีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้น โดยบริษัทตั้งเป้าสัดส่วนรายได้จากต่างประเทศที่ 8% ในปี 2569 ครอบคลุมการดำเนินงานใน 10 ประเทศ และมีเป้าหมายระยะยาวที่จะเพิ่มสัดส่วนดังกล่าวเป็น 20% ของรายได้รวมภายในปี 2573 กลยุทธ์นี้จะดำเนินการผ่าน 3 เสาหลัก ได้แก่

- A. โมเดลการจัดจำหน่ายโดยตรง (Direct Distribution Model) โดยมีผู้จัดการแบรนด์ Rojukiss ที่มีประสบการณ์ทำงานอยู่ในพื้นที่ โดยร่วมมือกับพันธมิตรระดับแนวหน้าในกลุ่มโมเดิร์นเทรดและอีคอมเมิร์ซ ซึ่งกลุ่มประเทศแรก ได้แก่ เวียดนาม ลาว กัมพูชา และอินโดนีเซีย
- B. โมเดลการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทน (Distributor-led Model) ในตลาดสำคัญอื่นๆ ของภูมิภาคเอเชีย
- C. โมเดลค้าส่ง (Wholesaler Model) เพื่อขยายตลาดสู่ภูมิภาคอื่นทั่วโลก โดยใช้กลยุทธ์การเข้าร่วมแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่อง