

แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี

สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

(วันสิ้นสุดรอบระยะเวลาบัญชี)

บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ : แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) นี้ เป็นข้อมูลขั้นต่ำที่บริษัทที่ออกหลักทรัพย์ ("บริษัท ") ต้องเปิดเผย โดยขอให้บริษัทพิจารณา
ข้อแนะนำ คู่มือการจัดทำ หรือแบบสอบถามการเปิดเผยข้อมูลในแบบ 56-1 ที่จัดไว้บนเว็บไซต์ของสำนักงาน เพื่อประกอบการจัดทำด้วย

สารบัญ

หน้า

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ	2
2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ	10
3. ปัจจัยความเสี่ยง	79
4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ	90
5. ข้อพิพาททางกฎหมาย	98
6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่นๆ	99

ส่วนที่ 2 การจัดการและการกำกับดูแลกิจการ

7. ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น	110
8. โครงสร้างการจัดการ	120
9. การกำกับดูแลกิจการ	133
10. ความรับผิดชอบต่อสังคม	173
11. การควบคุมภายในและการบริหารจัดการความเสี่ยง	182
12. รายการระหว่างกัน	188

ส่วนที่ 3 ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน

13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ	205
14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ	213

การรับรองความถูกต้องของข้อมูล	214
-------------------------------	-----

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ 1	รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม และเลขานุการบริษัท
เอกสารแนบ 2	รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย
เอกสารแนบ 3	รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายใน และหัวหน้างานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัท (Compliance)
เอกสารแนบ 4	รายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

1.1.1 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin Care) ที่มีคุณภาพสูงภายใต้เครื่องหมายการค้า “NAMU LIFE” โดยมีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “SNAILWHITE” ภายใต้แนวคิด “Beauty is healthy” ที่เชื่อว่า ผิวสวยที่แท้จริงคือผิวสวยสุขภาพดีในแบบที่เป็นคุณ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้สะท้อนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพื่อการบำรุงทุกสภาพผิว ให้ลูกค้ามีผิวสุขภาพดีเปล่งปลั่งจากภายในอย่างเป็นธรรมชาติ โดยบริษัทฯ มีความใส่ใจในรายละเอียดทุกขั้นตอนการผลิตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพที่ดีเยี่ยม ตั้งแต่การมุ่งมั่นคัดสรรวัตถุดิบอย่างพิถีพิถันจากผู้ผลิตวัตถุดิบชั้นนำในประเทศ โดยพิจารณาจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก พัฒนาระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพและสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปลอดภัย โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกคนที่ร่วมกันแสวงหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานและสภาพแวดล้อมการทำงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอและต่อเนื่อง ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจัดจำหน่ายเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพปลอดภัย โดยในทุกขั้นตอนการดำเนินงานบริษัทฯ ได้จัดตั้งแผนกควบคุมคุณภาพ เพื่อทำการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในเกณฑ์ และมาตรฐานที่ดีตลอดจนมีการวิจัยและพัฒนา คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแปลกใหม่อย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการศึกษาทิศทางของตลาด เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยบริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาสินค้า ที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใส่ใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ของทุกผลิตภัณฑ์ ที่ถูกออกแบบให้มีการเก็บรักษาวัตถุดิบด้านในอย่างปลอดภัย คงทน และง่ายต่อการใช้งาน รวมถึงกำหนดมาตรฐานการขนส่งและการจัดเก็บสินค้า โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นหลัก

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะก้าวเป็นอันดับ 1 ใน 3 ของบริษัทชั้นนำด้านความงามในภูมิภาคเอเชียด้วยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขยายช่องทางจัดจำหน่ายและทำการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และสามารถจดจำเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ บริษัทฯ จะพัฒนาระบบภายในขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน รักษาสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า และเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการให้ความช่วยเหลือ พัฒนาสังคมและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

1.1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจและค่านิยมของบริษัทฯ

วิสัยทัศน์ (Vision)

การเป็น 1 ใน 3 ของบริษัทชั้นนำด้านความงามในภูมิภาคเอเชีย

พันธกิจ (Mission)

เราจะสร้างสรรค์ให้ทุกคนมีผิวสุขภาพดีเพื่อผิวสวยที่แท้จริง

ค่านิยมองค์กร (Core value)

Dynamic: เติบโตอย่างคล่องแคล่ว และพร้อมปรับตัวอยู่เสมอ

Different: มีความแปลกใหม่ และแตกต่างอย่างสร้างสรรค์

Develop: มุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อความยั่งยืนและมั่นคง

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2553 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท โดยกลุ่มครอบครัวพรพัฒน์นารักษ์ เพื่อประกอบธุรกิจรับจ้างผลิต และบริการให้คำปรึกษาด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (OEM) ต่อมาในปี 2556 บริษัทฯ ได้มองเห็นโอกาสในการสร้างเครื่องหมายการค้า (Brand) เป็นของตัวเอง เนื่องจากบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในการผลิต ประกอบกับมองเห็นแนวโน้มการเติบโตในอนาคตที่ดีของอุตสาหกรรม บริษัทฯ จึงเริ่มประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้า “NAMU LIFE” โดยมีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “SNAILWHITE” ซึ่งสะท้อนถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบ โดยในช่วงปี 2556 ถึง ปี 2559 ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักมากขึ้นเห็นได้จากผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยสาเหตุหลักมาจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เน้นการใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงมีคุณประโยชน์ในการบำรุงผิว และเอกลักษณ์ที่โดดเด่นที่เน้นความสวยงามแบบธรรมชาติ ประกอบกับแผนการตลาดของบริษัทฯ ที่มีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับผลิตภัณฑ์ การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
2553	ก่อตั้งบริษัทฯ เพื่อประกอบธุรกิจรับจ้างผลิต และบริการให้คำปรึกษาผลิตภัณฑ์บำรุงผิว - บริษัทฯ ก่อตั้งในนาม บริษัท ดู เดย์ ครีม จำกัด โดยครอบครัวพรพัฒน์รักษ์ ในเดือนกันยายน 2553 โดยมีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจรับจ้างผลิต และบริการให้คำปรึกษาด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (OEM) ด้วยทุนจดทะเบียนและชำระแล้วเริ่มต้น 1 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท จำนวน 10,000 หุ้น
2556	เริ่มประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว - บริษัทฯ เริ่มประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว โดยตั้งชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “SNAILWHITE” ภายใต้เครื่องหมายการค้า “NAMU LIFE” โดยมีครีมบำรุงผิวหน้าเป็นผลิตภัณฑ์แรก ภายใต้ชื่อ NAMU LIFE SNAILWHITE SNAIL SECRETION FILTRATE MOISTURE FACIAL CREAM (“NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream”) ใน เดือนมีนาคม โดยเริ่มนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย และขยายไปสู่ช่องทางผู้จัดจำหน่ายร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) - บริษัทฯ มีการจ้างบุคคลภายนอกเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเสริม SOP100+ และเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 3
2557	เพิ่มทุนจดทะเบียน ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และขยายธุรกิจไปในต่างประเทศ - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 1 ล้านบาท เป็น 10 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ในเดือน มิถุนายน เพื่อให้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ - บริษัทฯ ได้เริ่มทำการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในการเข้าถึงผู้บริโภค โดยเริ่มต้นขายผ่านร้าน Big C, Watson และ Boots ในเดือนพฤษภาคม สิงหาคม และกันยายน ตามลำดับ - บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพิ่มอีก 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 ให้ครอบคลุมการใช้งานของ - ลูกค้ามากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะผู้บริโภคที่ต้องการเอสเซนส์เข้มข้นบำรุงผิวหน้าที่มีนวัตกรรมแปลกใหม่ในรูปแบบของสเปรย์ และมาสก์บำรุงผิวหน้า รวมถึงขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการบำรุงผิวกาย - นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เริ่มจัดทำและจัดจำหน่ายชุดของขวัญ (Gift Set) ซึ่งรวมเอาหลายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไว้ด้วยกันเป็นครั้งแรก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าซื้อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ ตรุษจีน และเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
----	------------------

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน บริษัทฯ จึงเริ่มขยายธุรกิจไปในต่างประเทศด้วยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เข้าสู่ประเทศฮ่องกง ประเทศจีน ประเทศพม่า และประเทศกัมพูชา

2558 ออกผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม ขยายฐานการผลิตที่โรงงานใหม่ และเปิดบริษัทย่อย

- บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพิ่มอีก 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream (2) NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen และ (3) NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing ซึ่งเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุงผิวหน้า ให้ครอบคลุมการใช้งานของลูกค้ามากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะผู้บริโภคที่ต้องการครีมบำรุงชนิดเข้มข้น และลูกค้าในต่างประเทศที่มีอากาศหนาว รวมถึงขยายตลาดไปผลิตภัณฑ์ประเภทครีมกันแดด และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า ซึ่งเป็นตลาดใหม่ของบริษัทฯ และมีมูลค่าตลาดค่อนข้างใหญ่
- บริษัทฯ ได้มีการขยายฐานการผลิตโดยการลงทุนซื้อที่ดินพร้อมโรงงาน ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและเริ่มดำเนินการปรับปรุงโรงงานแห่งใหม่ดังกล่าว โดยมีมูลค่าเงินลงทุน 58 ล้านบาทในเดือนธันวาคม
- บริษัทฯ ได้ทำการก่อตั้งบริษัทย่อย บริษัท นามูไลฟ์ พลัส จำกัด (“นามูไลฟ์ พลัส”) ในเดือนมีนาคม ด้วยทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท จำนวน 50,000 หุ้น โดยมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ณ วันที่จัดตั้ง เท่ากับ 1,250,000 บาท มูลค่าหุ้นชำระแล้วหุ้นละ 25 บาท เพื่อประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ถือหุ้น ณ วันที่จัดตั้งในสัดส่วนร้อยละ 69
- บริษัทฯ เริ่มผลิตผลิตภัณฑ์ในขนาดเล็ก เช่น NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream ขนาด 5 มิลลิลิตร (“มล.”) NAMU LIFE SNAILWHITE Sun Screen ขนาด 15 มล. NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing ขนาด 50 มล. และ NAMU LIFE NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream ขนาด 5 มล. โดยจำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อชั้นนำ เพื่อเป็นขนาดทดลองโดยเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ หรือเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการพกพา

2559 การปรับโครงสร้าง เพิ่มทุนจดทะเบียน เพิ่มสายผลิตภัณฑ์ และเตรียมความพร้อมในการทำงานของบริษัทฯ

- บริษัทฯ เลิกจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริม SOP100+ เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเป็นผลิตภัณฑ์ที่จ้างผลิต และบริษัทฯ ต้องการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเอง เพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนและคุณภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

- ในเดือนมีนาคม บริษัทฯ ได้มีการปรับโครงสร้างโดยการออกหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 50 ล้านบาท ซึ่งทำให้ทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นเป็น 60 ล้านบาท โดยการออกหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 500,000 หุ้น (1) ให้กับผู้ถือหุ้นเดิมกลุ่มครอบครัวพัฒนารักษ์ และ (2) เพื่อทำการแลกหุ้น (Share swap) กับผู้ถือหุ้นเดิมของ นามู โลฟท์ พลัส ในอัตราส่วน 4 หุ้น นามู โลฟท์ พลัส ต่อ 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ทำให้ภายหลังการปรับโครงสร้าง บริษัทฯ ถือหุ้นใน นามู โลฟท์ พลัส ในสัดส่วนร้อยละ 99.74
- นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ทำการซื้อหุ้นในส่วนที่เหลือจำนวน 126 หุ้น ในราคา 100 บาทต่อหุ้น จากผู้ถือหุ้นเดิมของ นามู โลฟท์ พลัส เพื่อให้บริษัทฯ ถือหุ้นใน นามู โลฟท์ พลัส ในสัดส่วนร้อยละ 100
- ต่อมา บริษัทฯ และผู้ถือหุ้นเดิมของ นามู โลฟท์ พลัส ได้ชำระค่าหุ้นในส่วนที่เหลือของ นามู โลฟท์ พลัส ในราคาหุ้นละ 75 บาท ซึ่งทำให้ นามู โลฟท์ พลัส มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วเท่ากับ 5,000,000 บาท มูลค่าหุ้นชำระแล้วหุ้นละ 100 บาท
- ภายหลังการปรับโครงสร้าง บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 60 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท เพื่อเป็นเงินทุนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
- บริษัทฯ มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ อีก 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 ไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ตามลำดับ ซึ่งเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุงผิวหน้า ให้ครอบคลุมการใช้งานของลูกค้ามากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะผู้บริโภคที่ต้องการครีมบำรุงผิวหน้าแบบเข้มข้น รวมถึงขยายตลาดไปจับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าด้วยนวัตกรรมใหม่ในรูปแบบของสบู่อ่อนในซองตาข่าย และผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำนวัตกรรมใหม่ที่มีเนื้อครีมคล้ายโลชั่น
- บริษัทฯ ได้มีการเตรียมความพร้อมของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการนำระบบ SAP Enterprise Resource Planning มาใช้เพื่อการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและรองรับการเติบโตขององค์กร
- บริษัทฯ ปรับปรุงโรงงานใหม่ในส่วนของการผลิตแล้วเสร็จในเดือนกันยายน และ เริ่มดำเนินการผลิตสำหรับโรงงานแห่งใหม่ในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในเดือนตุลาคม
- บริษัทฯ ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเริ่มจัดตั้งและดำเนินการจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าของบริษัทฯ ภายใต้อีช็อปร้าน Namu Life จำนวน 2 สาขา ที่สถานีรถไฟฟ้ามหานคร ในเดือนสิงหาคม และที่ห้างสรรพสินค้า Show DC ในเดือนพฤศจิกายน
- บริษัทฯ ได้ประกาศและจ่ายเงินปันผลจำนวนเงินทั้งสิ้น 407.2 ล้านบาท

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
2560	จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เพิ่มทุนจดทะเบียนเพื่อเตรียมตัว IPO และขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2560 ได้มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลจากกำไรจากการดำเนินงานสำหรับปี 2559 ให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 11 บาท คิดเป็นจำนวนเงินรวมทั้งสิ้น 24.75 ล้านบาทเพิ่มเติมจากที่จ่ายระหว่างกาลไปแล้ว 407.2 ล้านบาทในปี 2559 - บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์เพิ่มอีก 8 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream (2) NAMU LIFE SNAILWHITE Essential Toner และ (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 (8) NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen CC ในครึ่งปีแรก ซึ่งเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบำรุงและทำความสะอาดผิวหน้าเพื่อขยายตลาดและฐานลูกค้าเพิ่มเติม - บริษัทฯ จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ดู เดย์ ตรีม จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2560 - บริษัทฯ เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิมมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.0 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.0 บาท และเพิ่มทุนจดทะเบียน 225 ล้านบาท เป็น 318 ล้านบาท เพื่อบริหารจัดการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และจัดสรร (1) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 76 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายแก่ประชาชน (IPO) (2) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 2 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ กรรมการ ผู้บริหารและ/หรือพนักงาน ของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ตามโครงการการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) และ (3) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 15 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) ซึ่งเป็นนักลงทุนสถาบัน - ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2560 บริษัทฯ ได้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 15,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ในราคาหุ้นละ 29.87 บาท ให้แก่ North Haven Thai Private Equity Clarity Company (HK) Limited (“NHTPEC”) ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อซื้อหุ้นบริษัทฯ 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)

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
	- ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 6/2560 เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2560 บริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากกำไรสุทธิของบริษัทฯ ในอัตรา 0.93 บาทต่อหุ้น คิดเป็นจำนวนเงิน 210 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลดังกล่าวแล้วจำนวน 210 ล้านบาท เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2560 จากเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัทฯ - ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2560 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2560 บริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลในอัตรา 0.40 บาทต่อหุ้น คิดเป็นจำนวนเงิน 96 ล้านบาท โดยบริษัทฯ จะจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลดังกล่าวในช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน 2560 จากเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัทฯ - ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2560 เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2560 บริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติแผนการจัดตั้งบริษัทย่อย 3 บริษัทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต ตลอดจนเพื่อผลประโยชน์ทางภาษีต่างๆ บริษัทย่อยดังกล่าว ได้แก่ (1) บจ. ดู อินฟินิท ดรีม เพื่อเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ (“International Headquarter” หรือ “IHQ”) ที่ถือหุ้นในบริษัทที่ประกอบธุรกิจในต่างประเทศของบริษัทฯ (2) บจ. ดู เดย์ ดรีม เทรดิง ในประเทศสิงคโปร์ เพื่อขายสินค้าของบริษัทฯ ให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศ (3) บจ. ดู เดย์ ดรีม โฮลดิ้ง ในประเทศสิงคโปร์ เป็น Holding Company เพื่อลงทุนในธุรกิจของบริษัทฯ ในต่างประเทศ โดยเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2560 บจ. ดู อินฟินิท ดรีม ได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท และออกหุ้นใหม่จำนวน 1,000,000 หุ้น ในราคามูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกชำระแล้วร้อยละ 25 คิดเป็น 25,000,000 บาท และบริษัทฯ เข้าถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวจำนวน 999,997 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 100 ทั้งนี้ ปัจจุบัน บจ. ดู เดย์ ดรีม เทรดิง และ บจ. ดู เดย์ ดรีม โฮลดิ้ง บริษัทย่อยดังกล่าวจะจัดตั้งแล้วเสร็จในต้นปี 2561 - เมื่อเดือนธันวาคม บริษัทฯ ได้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 76 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) และเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2560

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีบริษัทย่อยจำนวน 2 บริษัทดังนี้



หมายเหตุ ¹ บจ. นามู โลฟ พลัส จัดตั้งขึ้นในเดือนมีนาคม 2558 เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัท ซึ่งภายหลังการปรับโครงสร้างของบริษัทฯ ในปี 2559 บริษัทฯ ได้ถือหุ้นในนามู โลฟ พลัส ในสัดส่วนร้อยละ 100

² บจ. ดู อินฟินิท ดรีม จัดตั้งขึ้นในเดือนตุลาคม 2560 เพื่อทำหน้าที่ขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศให้แก่บริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ได้ถือหุ้นในดู อินฟินิท ดรีม ในสัดส่วนร้อยละ 100

ทั้งนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 7/2560 เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2560 ได้มีมติอนุมัติแผนการจัดตั้งบริษัทย่อย 3 บริษัทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต ตลอดจนเพื่อผลประโยชน์ทางภาษีต่างๆ บริษัทย่อยดังกล่าว ได้แก่

- 1) บจ. ดู อินฟินิท ดรีม จัดตั้งในประเทศไทยเพื่อเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ (“International Headquarter” หรือ “IHQ”) ที่ถือหุ้นในบริษัทที่ประกอบธุรกิจในต่างประเทศของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2560 ได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทและออกหุ้นใหม่จำนวน 1,000,000 หุ้น ในราคามูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกชำระแล้วร้อยละ 25 คิดเป็น 25,000,000 บาทและบริษัทฯ เข้าถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวจำนวน 999,997 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 100
- 2) บจ. ดู เดย์ ดรีม เทรดิง จัดตั้งในประเทศสิงคโปร์ เพื่อขายสินค้าของบริษัทฯ ให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศ ได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2561
- 3) บจ. ดู เดย์ ดรีม โฮลดิ้ง จัดตั้งในประเทศสิงคโปร์ เป็น Holding Company เพื่อลงทุนในธุรกิจของบริษัทฯ ในต่างประเทศ ได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2561

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่น (OEM)

1) ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ “NAMU LIFE” โดยมีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “SNAILWHITE” สำหรับประเภทการใช้งานต่างๆ ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์บำรุง และทำความสะอาดผิวหนังและผิวกายและผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ทั้งผ่านร้านค้าของบริษัทฯ และผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งหนึ่งในบริษัทจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ คือ นามูไลฟ์ พลัส บริษัทย่อยของบริษัทฯ ซึ่ง ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีกลุ่มผลิตภัณฑ์ 6 กลุ่มย่อย ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (3) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า (4) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย (5) ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด และ (6) ชุดของขวัญ (Gift Set)

2) ธุรกิจรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่น (OEM)

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่นให้แก่ลูกค้า

(1) โครงสร้างรายได้

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

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

หมายเหตุ: ¹ บริษัทฯ ได้เลิกจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมตั้งแต่วันที่ 2559

² รายได้จากการขายอื่น ได้แก่ รายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์ให้แก่บริษัทที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่งซึ่งบริษัทฯ ได้เลิกจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวแล้วตั้งแต่ปี 2558

³ รายได้อื่นโดยหลักได้แก่ ดอกเบี้ยรับ และรายได้จากการให้บริการ

⁴ ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ซึ่งเป็นข้อมูลที่แสดงเปรียบเทียบภายใต้มาตรฐาน PAE ในงบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ โดยไม่ได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

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

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	งบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558 ⁴		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
<u>รายได้จากการขายรวม</u>						
1. ภายในประเทศ						
1.1.1 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ						
1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	697.3	72.9	935.9	75.5	850.2	50.5
2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย	47.3	4.9	34.4	2.7	57.1	3.4
3) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า	32.6	3.4	46.0	3.7	47.2	2.8
4) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย	-	-	9.6	0.7	133.8	7.9
5) ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดดคุณภาพสูง	27.4	2.9	54.5	4.4	57.7	3.4
6) ชุดของขวัญ	21.2	2.2	63.3	5.1	54.1	3.2
7) ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ¹	6.0	0.6	0.7	0.1	-	-
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ รวม	831.8	86.9	1,144.4	92.2	1,200.1	71.2
<u>หัก ส่วนลด²</u>	(77.2)	(8.0)	(55.6)	(4.5)	(38.7)	(2.3)
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ – สุทธิ	754.6	78.9	1,088.8	87.7	1,161.4	68.9
2.1.1 รายได้จากการรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่น (OEM)	2.5	0.2	1.9	0.2	0.3	0.0
3.1.1 รายได้จากการขายอื่น ³	18.0	1.9	-	-	-	-
รายได้จากการขายภายในประเทศรวม	775.1	81.0	1,090.7	87.9	1,161.7	69.0

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	งบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558 ⁴		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายรวม						
2. ต่างประเทศ						
1.1.1 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ						
1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	163.2	17.1	136.8	11.0	477.0	28
2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย	9.0	0.9	2.0	0.2	2.9	0.2
3) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า	4.8	0.5	2.7	0.2	24.7	1.5
4) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย	-	-	0.2	0.1	0.6	0.0
5) ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดดคุณภาพสูง	0.5	0.1	4.4	0.3	7.4	0.4
6) ชุดของขวัญ	1.4	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0
7) ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ¹	1.1	0.1	-	-	-	-
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ รวม	180.0	18.8	146.2	11.8	512.7	30.4
รายได้จากการขายต่างประเทศรวม	180.0	18.8	146.2	11.8	512.7	30.4
รายได้จากการขายรวม	955.1	99.8	1,201.5	99.7	1,674.5	99.4
รายได้อื่น ³	1.6	0.2	3.3	0.3	9.8	0.6
รวม	956.7	100.0	1,240.2	100.0	1,684.3	100.0

หมายเหตุ: ¹ บริษัทฯ ได้เลิกจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมตั้งแต่วันที่ 2559

² รายได้จากการขายอื่น ได้แก่ รายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์ให้แก่บริษัทที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่งซึ่งบริษัทฯ ได้เลิกจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวแล้วตั้งแต่วันที่ 2558

³ รายได้อื่นโดยหลักได้แก่ ดอกเบี้ยรับ และรายได้จากการให้บริการ

⁴ ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ซึ่งเป็นข้อมูลที่แสดงเปรียบเทียบภายใต้มาตรฐาน PAE ในงบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ โดยไม่ได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัท ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้า “NAMU LIFE” โดยมีชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ว่า “SNAILWHITE” ภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์ 6 กลุ่มย่อย ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (3) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า (4) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย (5) ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด และ (6) ชุดของขวัญ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของบริษัท มีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ รวมถึงสารสกัดเข้มข้นจากธรรมชาติ ที่จะช่วยบำรุงผิวหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับการบำรุงทุกสภาพผิว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัท มีผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ทั้งหมด 10 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

1.1.1 NAMU LIFE SNAILWHITE Secretion Filtrate Moisture Facial Cream หรือ “NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream”



NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream เป็นผลิตภัณฑ์แรกของบริษัท เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 1 ปี 2556 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์บุกเบิกในประเทศไทยที่มีส่วนผสมจากสารสกัดของเมือกหอยทาก ถูกผลิตภายใต้แนวคิดที่อยากให้คนไทยมีครีมบำรุงผิวหน้าที่ดี เหมาะสมกับสภาพผิวและสภาพภูมิอากาศของประเทศที่มีความร้อนชื้นอยู่ตลอดเวลา โดยเป็นครีมทาหน้าที่มีส่วนผสมจากสารสกัดจากเมือกหอยทากเข้มข้น เข้าบำรุงผิวอย่างล้ำลึก ช่วยในการบำรุงและฟื้นฟูผิว ลดริ้วรอย รอยดำ รอยแผลเป็น ช่วยในการยกกระชับผิวหน้า ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ รักษาอาการอักเสบของผิว กระตุ้นการสร้างเซลล์ใหม่ ช่วยลดเลือนริ้วรอย ป้องกันการเกิดแผลเป็น ลดรอยแผลจากสิ่ว ปรับสภาพผิวให้นุ่มเนียนเรียบ ใช้ได้กับริ้วรอยลึกและริ้วรอยตื้น ช่วยควบคุมความมัน ลดการก่อตัวของสิ่ว ทำให้ผิวหน้าเต่งตึงมีความยืดหยุ่น เพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างคอลลาเจน และอีลาสตินให้ทำงานดีขึ้น กักเก็บน้ำในผิว ทำให้ผิวดูชุ่มชื้น ขาวสว่างกระจ่างใส สุขภาพดี นอกจากนี้ NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream ถูกบรรจุในขวดบรรจุภัณฑ์จากประเทศเกาหลีซึ่งมีนวัตกรรมระบบปั๊มสุญญากาศที่ทำให้ผู้ใช้สะดวกต่อการใช้งาน สามารถกำหนดปริมาณการใช้แต่ละครั้งที่เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถใช้ได้จนหมดสุดท้าย และที่สำคัญช่วยให้ผู้ใช้ไม่ต้องสัมผัสกับเนื้อครีมในกระปุกโดยตรง ช่วยลดโอกาสปนเปื้อนจากเชื้อโรคภายนอกกับเนื้อครีมและลดการใช้สารกันเสียในผลิตภัณฑ์

1.1.2 NAMU LIFE SNAILWHITE SYN-AKE MIST



NAMU LIFE SNAILWHITE SYN AKE MIST หรือเอสเซนส์เข้มข้นสูตรน้ำ ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาสที่ 1 ปี 2557 ภายใต้แนวคิดของบริษัทฯ ที่อยากสร้างสรรคให้เอสเซนส์ไม่เป็นเพียงแค่เอสเซนส์ธรรมดาแต่ได้เพิ่มนวัตกรรมให้อยู่ในรูปแบบสเปรย์เพื่อให้ผู้บริโภคใช้งานสะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เลือกใช้หัวสเปรย์นาโนจากประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งถูกออกแบบและพัฒนาเพื่อส่งเสริมการใช้งานให้ดียิ่งขึ้น ด้วยนวัตกรรมของหัวสเปรย์นาโน ทำให้ละอองสเปรย์เอสเซนส์ละเอียด สามารถซึมเข้าสู่ผิวหน้าได้ดีและสามารถใช้ระหว่างวันหรือหลังแต่งหน้าได้โดยไม่ทำให้เครื่องสำอางหลุดลอกแต่จะช่วยให้เครื่องสำอางติดทนนานและบำรุงอย่างทั่วถึงตลอดวันโดยใช้เพื่อบำรุงผิวหน้าให้มีความเนียนนุ่ม ชุ่มชื้น อ่อนนุ่ม ผิวแลดูสุขภาพดี เหมาะสำหรับผิวที่แพ้ง่ายเนื่องจากไม่ใส่น้ำหอมและวัตถุกันเสีย 100% โดยมีส่วนผสมที่สำคัญถึง 3 ชนิด ประกอบด้วย Alpha-Arbutin (อัลฟ่า-อัลบูติน) มีส่วนช่วยทำให้ผิวขาวกระจ่างใส Syn-Ake ช่วยให้ผิวพรรณกระชับ และ Snail Secretion Filtrate (สารสกัดจากเมือกหอยทาก) ช่วยทำให้ผิวเนียนนุ่มและลดริ้วรอย

1.1.3 SNAILWHITE Mask Shot



NAMU LIFE SNAILWHITE Mask shot เป็นผลิตภัณฑ์แผ่นมาสก์บำรุงผิวหน้า ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาสที่ 1 ปี 2557 โดยแผ่นมาสก์ได้ถูกผลิตอย่างพิถีพิถันด้วยการทอเส้นด้ายหน้ากากได้น้ำซึ่งช่วยให้เจลบำรุงจับตัวในเส้นด้ายได้ดียิ่งขึ้น และถูกหุ้มอยู่ในทุกๆ อดู ทำให้สามารถซึมซับเข้าสู่ผิวหน้าได้อย่างรวดเร็ว โดยใช้ส่วนผสมของสารสกัดและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่มีเวลาบำรุงผิวนาน้อย เพราะผลิตภัณฑ์สามารถฟื้นฟูผิวให้อ่อนเยาว์ กระชับ แลดูกระจ่างใส ด้วยสารสกัดจากเมือกหอยทากและเซราไมด์เข้มข้นจากประเทศเกาหลีพร้อมด้วยสาร

สก็ดอัลฟา-อัลบูตินที่สามารถสร้างประสบการณ์การบำรุง และฟื้นฟูผิวอย่างล้ำลึก ทำให้โครงสร้างผิวแข็งแรง ขาวกระจ่างใส ลดเลือนริ้วรอยและจุดด่างดำ ปรับผิวให้เรียบเนียนชุ่มชื้นอย่างรวดเร็ว

1.1.4 NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream



NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream หรือครีมบำรุงผิวหน้าผสมสารสกัดเข้มข้นจากเกาหลี ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาสที่ 1 ปี 2558 ที่บริษัท ออกแบบเพื่อเสริมสร้างผิวพรรณให้มีความแข็งแรงจากภายใน และเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการการบำรุงเป็นพิเศษ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่ที่มีภูมิอากาศหนาวเย็น โดยบริษัทฯ ได้รับแรงบันดาลใจจากคุณสมบัติพิเศษของทองคำซึ่งสามารถช่วยให้เซลล์ผิวมีความแข็งแรงทำให้ผิวหน้าเต่งตึง อีกทั้งยังได้สารสกัดนานาชนิดที่อุดมไปด้วยคุณค่าที่ทำให้ผิวเนียนนุ่ม ช่วยฟื้นฟูบำรุงผิวให้กระชับและสดใส รูขุมขนเนียนขึ้นตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้ และมีเนื้อสัมผัสบางเบา นอกจากนี้ NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream ได้ถูกบรรจุในขวดบรรจุภัณฑ์จากประเทศเกาหลีซึ่งมีนวัตกรรมระบบปั๊มสุญญากาศที่ทำให้ผู้ใช้สะดวกต่อการใช้งาน สามารถกำหนดปริมาณการใช้แต่ละครั้งที่เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถใช้ได้จนหมดสุดท้าย และที่สำคัญทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องสัมผัสกับเนื้อครีมในกระปุกโดยตรงช่วยลดโอกาสปนเปื้อนจากเชื้อโรคภายนอกกับเนื้อครีมและลดการใช้สารกันเสียในผลิตภัณฑ์

1.1.5 NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle



NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle เป็นเซรั่มบำรุงผิวหน้าซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 2 ปี 2559 ที่ให้ความรู้สึกแตกต่างด้วยเนื้อเซรั่มที่บางเบาและซึมซาบสู่ผิวได้อย่างรวดเร็วไม่เหนอะหนะ สามารถซึมลึกเข้าสู่ผิวชั้นในได้อย่างล้ำลึก ภายใต้แนวคิด “เปลี่ยนผิวเสียเป็นผิวสวย” ที่จะช่วยบำรุงผิวที่ร่วงโรยแบบเข้มข้น พร้อมสารพัดพลังให้ผิวในขณะหลับด้วยสารสกัดจากธรรมชาติอันทรงคุณค่าสูตรเฉพาะของบริษัทฯ ทั้ง อัลฟ่า-อัลบูติน (Alpha-Arbutin) ก็กกาไวท์ (สารสกัดจากพืช 7 ชนิด) แกมมาไลโนเลอิกเพอร์ส ไลโปเบลเล ซอยยาห์ไกลโคลด์ พอร์โรว์ ผสานสารสกัดจากเมือกหอยทากที่เข้มข้น ที่จะช่วยบำรุงผิวให้ขาวกระจ่างใส เต่งตึง ผิวเรียบเนียนขึ้นตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้ เมื่อใช้เป็นประจำจะช่วยลดความหย่อนคล้อยของผิว กระชับรูขุมขน และช่วยให้ผิวนุ่มชุ่มชื้น ผลัดเซลล์ผิวที่หมองคล้ำให้กลับมาแลดูขาวกระจ่างใสเรียบเนียนอย่างเป็นธรรมชาติ ให้ตื่นรับวันใหม่พร้อมผิวสุขภาพดี แลดูอ่อนเยาว์ขึ้นในทุกๆวัน

1.1.6 NAMU LIFE SNAILWHITE Royal Jelly Facial Cream



NAMU LIFE SNAILWHITE Royal Jelly Facial Cream เป็นครีมนวัตกรรมใหม่ที่ช่วยฟื้นฟูผิวหน้า ด้วยสารสกัดหลักจากเมือกหอยทาก และสารสกัดเข้มข้นจากนมผึ้ง เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 3 ปี 2559 เพื่อเน้นขายลูกค้าชาวจีนในประเทศจีน และตามแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนสัญจรอย่างหนาแน่น โดยมีแนวคิดมาจากคุณสมบัติของนมผึ้ง ซึ่งมีลักษณะเป็นวุ้นสีขาว ที่กลายเป็นสีเหลืองอ่อนในเวลาต่อมา เพื่อเป็นอาหารสำหรับเลี้ยงตัวอ่อนของผึ้งในสามวันแรกของการเจริญเติบโต และเป็นอาหารสำหรับราชินีผึ้งตลอดชีวิต ซึ่งโดยปกติราชินีผึ้งมีอายุที่ยืนยาวกว่าผึ้งปกติ จากการศึกษาพบว่านมผึ้งมีคุณค่าทางโภชนาการและให้พลังงานมาก ช่วยในเรื่องการเผาผลาญ และเพิ่มความแข็งแรง มีชีวิตชีวามากขึ้น ลดความอ่อนล้า และลดริ้วรอยก่อนวัยได้เป็นอย่างดี ประมาณ 50% ของน้ำมันผึ้งคือโปรตีนในรูปแบบของกรดอะมิโน ซึ่งมี 8 ชนิดที่จำเป็น นอกจากนั้น NAMU LIFE SNAILWHITE Royal Jelly Facial Cream ยังถูกเสริมประสิทธิภาพด้วยสารสกัดจากธรรมชาติอีกหลายชนิด อาทิ ไฮยา โอลิโก (ไฮยาลูรอนิค แอซิด) มีขนาดเล็กกว่ากรดไฮยาลูรอนิคทั่วไปถึง 150 เท่า สามารถซึมลงสู่ชั้นผิวได้อย่างล้ำลึก ช่วยกักเก็บความชุ่มชื้นในชั้นผิว สารสกัดจากขิง ช่วยลดอาการระคายเคืองของผิวและกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต สารสกัดดอกลาเวนเดอร์ ลดเลือนริ้วรอยร่องลึก สารสกัดโสมเกาหลี เพิ่มความกระจ่างใสและปกป้องผิวจากรังสียูวี สารสกัดต้นบิซาโบโร ลดการอักเสบร้อนจากการเผชิญแสงแดด สารสกัดใบบัวบก ช่างเชื้อแบคทีเรียสาเหตุหลักของการเกิดสิวอักเสบ ทำให้ NAMU LIFE SNAILWHITE Royal Jelly Facial Cream เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการดูแลผิว ปกป้องผิวจากการทำลายด้วยแสงแดด มลภาวะเป็นพิษ และความเครียด ช่วยเติมเต็มความชุ่มชื้นที่สูญเสียไป พร้อมด้วยคุณสมบัติในการช่วยลดริ้วรอยฟื้นฟูบำรุงผิวให้รู้สึกกระชับแลดูอ่อนวัยในทุกสภาพผิว NAMU LIFE SNAILWHITE Royal Jelly Facial Cream ได้ถูกบรรจุในขวดบรรจุภัณฑ์

จากประเทศเกาหลีซึ่งมีนวัตกรรมระบบปั๊มสุญญากาศที่ทำให้ผู้ใช้สะดวกต่อการใช้งาน สามารถกำหนดปริมาณการใช้แต่ละครั้งที่เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถใช้ได้จนหมดสุดท้าย และที่สำคัญทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องสัมผัสกับเนื้อครีมในกระปุกโดยตรงช่วยลดโอกาสปนเปื้อนจากเชื้อโรคภายนอกกับเนื้อครีมและลดการใช้สารกันเสียในผลิตภัณฑ์

1.1.7 NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream



NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถฟื้นฟูบำรุงและปกป้องผิวในหนึ่งเดียว เพราะนอกจากจะมีคุณสมบัติที่ช่วยให้ผิวเรียบเนียน แลดูกระจ่างใสแล้ว ยังสามารถปกป้องผิวจากรังสียูวี และแสงสีฟ้า ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถทำร้ายผิวได้โดยตรง เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 1 ปี 2560 ด้วยความเชื่อที่ว่า การบำรุงผิวเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ เพราะผิวต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถปกป้องผิวจากมลภาวะภายนอก และด้วยการผสมผสานสารสกัดธรรมชาติ อันทรงคุณค่าจากสารสกัดนานาชนิด รวมทั้งสารสกัดหลักอย่างเมือกหอยทาก และสารสกัดดอกกราชาวดีสีม่วง (Soliberine) ที่ทำหน้าที่ต่อต้านอนุมูลอิสระ ปกป้องผิวจากการทำร้ายของแสงแดด รังสีความร้อน และแสงสีฟ้า กระตุ้นกระบวนการล้างพิษของเซลล์ และช่วยปรับสมดุลระดับภูมิคุ้มกันให้กับผิว ผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream จึงสามารถป้องกันผิวจากรังสียูวี รวมถึง แสงสีฟ้า ที่มาจก หน้าจอโทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อันเป็นสาเหตุหลักของริ้วรอยก่อนวัย จุดด่างดำ ความหมองคล้ำ ได้เป็นอย่างดี ช่วยทำให้ผิวของผู้ใช้กลับมาแข็งแรงดูเรียบเนียน กระจ่างใส ได้ยาวนานตลอดวัน NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream ได้ถูกบรรจุในขวดบรรจุภัณฑ์จากประเทศเกาหลีซึ่งมีนวัตกรรมระบบปั๊มสุญญากาศที่ทำให้ผู้ใช้สะดวกต่อการใช้งาน สามารถกำหนดปริมาณการใช้แต่ละครั้งที่เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถใช้ได้จนหมดสุดท้าย และที่สำคัญทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องสัมผัสกับเนื้อครีมในกระปุกโดยตรงช่วยลดโอกาสปนเปื้อนจากเชื้อโรคภายนอกกับเนื้อครีมและลดการใช้สารกันเสียในผลิตภัณฑ์

โดยในไตรมาส 3 ปี 2560 บริษัทฯ เริ่มผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream ในขนาด 7 มล. (Sachet) โดยเริ่มจัดจำหน่ายที่แรกใน 7-11 ซึ่งได้ผลตอบรับเป็นอย่างดีและมีแผนที่จะจัดจำหน่ายสินค้าขนาด Sachet ในร้านสะดวกซื้ออื่นๆ ซึ่งเป็นช่องทางที่มีการเติบโตของจำนวนสาขาสูง รวมถึง ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ในอนาคต นอกจากนี้ ในอนาคตบริษัทฯ ยังมีแผนที่จะผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในขนาด Sachet อีกด้วย



1.1.8 NAMU LIFE SNAILWHITE Overnight Firming Mask



NAMU LIFE SNAILWHITE Overnight Firming Mask เป็นครีมมาสก์บำรุงผิวหน้าสำหรับใช้ในเวลากลางคืน ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 2 ปี 2560 เพื่อเน้นขายลูกค้าชาวจีน โดยประกอบด้วยสารสกัดจากธรรมชาติเข้มข้น ที่ตรงเข้าแก้ไขปัญหาความหย่อนคล้อยและขาดความตึงกระชับของผิวหน้า ช่วยปรับสมดุลของระบบการสร้างคอลลาเจน ทำให้ผิวฝ่อกลับคืนความเต่งตึง ยกกระชับผิวที่หย่อนคล้อย ด้วยสารสกัด Actosome Inoceramide ที่ช่วยการเสริมเกราะป้องกันและกักเก็บความชุ่มชื้นในชั้นผิว ผิวไม่แห้งกร้าน และสาร Niacinamide ที่ช่วยปรับโทนสีผิว ลดเลือนจุดต่างดำ และต่อต้านอนุมูลอิสระ

1.1.9 NAMU LIFE SNAILWHITE 7 Days Mask Sheets



NAMU LIFE SNAILWHITE 7 Days Mask Sheets เป็นผลิตภัณฑ์มาสก์บำรุงผิวหน้า ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 2 ปี 2560 เพื่อเน้นขายลูกค้าชาวจีน ที่ผสมสารสกัดสูตรพิเศษจาก ต้นตะบองเพชรจากประเทศเม็กซิโก ช่วยฟื้นคืนความชุ่มชื้นสู่ผิวได้อย่างล้ำลึก ด้วยนวัตกรรม Nano Technology ที่ช่วยเพิ่มน้ำสู่ผิว ให้ผิวแลดูเด้งอím อ่อนเยาว์อย่างเป็นธรรมชาติ ช่วยลดเลือนริ้วรอยก่อนวัย

1.1.10 NAMU LIFE SNAILWHITE Gold Facial Cream



NAMU LIFE SNAILWHITE Gold Facial Cream เป็นครีมบำรุงผิวหน้าซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 2 ปี 2560 ที่มีคุณสมบัติช่วยย้อนวัยผิว เพื่อผิวอ่อนเยาว์และสุขภาพดี ด้วยสารสกัดเมือกหอยทากสายพันธุ์ Helix ผสาน Micro-alga สารสกัดจากสาหร่ายสีแดง ที่อยู่ในรูปโครงสร้างโพลีเมอร์ช่วยพุงผิวให้ตึงกระชับ ริ้วรอยแลดูจางลง พร้อม Ceramosides Hp สารสกัดจากเมล็ดข้าวสาลี ที่ช่วยกระตุ้นกระบวนการเติมน้ำให้ผิว ทำให้ผิวชุ่มชื้น ดูอุ่มฟู และกระจ่างใสเหมือนเด็กแรกสาว

1.2 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ได้แก่

1.2.1 NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster



NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster เป็นผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวกายสูตรเฉพาะของบริษัทฯ ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 3 ปี 2557 ภายใต้แนวคิดที่อยากให้คนไทยมีผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ที่สามารถทำให้ผิวสุขภาพดีเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ใช้ เหมาะกับสภาพอากาศของประเทศไทย ที่ร้อนชื้น โดยนำเอาส่วนผสมสารสกัด “แอสตาแซนธิน” ที่มีประสิทธิภาพในการต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติโดดเด่น 7 ประการ คือ (1) ปรับผิวกายให้เรียบเนียนนุ่ม ขาวกระจ่างใสแบบมืออู๋ (2) ช่วยลดริ้วรอยริ้วรอย ทำให้ผิวกายเต่งตึง กระชับ (3) ช่วยรักษาความชุ่มชื้น และน้ำในผิว สำหรับผิวแห้ง (4) ปกป้องผิวที่คล้ำเสีย จากแสงแดด ฝุ่นควัน และมลภาวะในชั้นผิว (5) เพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างคอลลาเจนและอีลาสติน (6) ช่วยทำให้ผิวชุ่มชื้น ชะลอความแก่ของผิว และ (7) ลดริ้วรอยก่อนวัยและต่อต้านอนุมูลอิสระ นอกจากนี้ NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster จะถูกบรรจุในขวดบรรจุภัณฑ์จากประเทศเกาหลีซึ่งมีนวัตกรรม

ระบบภูมิคุ้มกันที่ช่วยให้ผู้ใช้สะดวกต่อการใช้งาน สามารถกำหนดปริมาณการใช้แต่ละครั้งที่เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถใช้ได้จนหมดสุดท้าย และที่สำคัญทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องสัมผัสกับเนื้อครีมในกระปุกโดยตรงช่วยลดโอกาสปนเปื้อนจากเชื้อโรคภายนอกกับเนื้อครีมและลดการใช้สารกันเสียในผลิตภัณฑ์

1.2.2 NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster SPF30/PA++++



NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster SPF30/PA++++ เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 2 ปี 2560 โดยเป็นสูตรผสมสารป้องกันแสงแดด ด้วยสารสกัดเห็บกอยทาเก ผสานเอสตาแซนธินที่ช่วยกระตุ้นการสร้างคอลลาเจนในชั้นผิว และเซราไมด์ที่ช่วยเติมพลังความชุ่มชื้น ทำให้ผิวกายเนียนนุ่มน่าสัมผัส พร้อมคุณสมบัติในการปกป้องผิวจากรังสี UVA และ UVB ด้วยค่า SPF 30/PA+++ ช่วยฟื้นฟูบำรุงผิวกายที่แห้งเสียจากแสงแดด ให้กลับมามีสุขภาพดี ชุ่มชื้น แลดูกระจ่างใสอย่างเป็นธรรมชาติ

1.3 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหนัง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ทั้งหมด 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

1.3.1 NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing



NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing เป็นคลีนซิ่งล้างหน้า ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 2 ปี 2558 โดยได้รับแรงบันดาลใจจากการนำข้อดีของคลีนซิ่งสูตรน้ำและสูตรน้ำมันมาใช้ โดยผลิตภัณฑ์ถูกคิดค้นด้วยการนำเทคโนโลยี

Quick-Cleansing Technology (Oil-free) ที่มีคุณสมบัติที่สามารถล้างหน้าได้อย่างสะอาดหมดจดทั้งเครื่องสำอางและ คราบสกปรกได้ในขั้นตอนเดียว ไร้สารตกค้างบนใบหน้า ซึ่งเป็นที่มาของผิวอุดมดี อีกทั้งยังปราศจากแอลกอฮอล์ที่ทำให้ หน้าแห้งและแพ้ง่าย ด้วยส่วนผสมจากสารสกัดจากเมือกหอยทาก ประกอบด้วย Elastin, Collagen, Glycoaminoglycan, Vitamin, Alatonin, และ Glycolic Acid ที่จะช่วยฟื้นฟูผิวหน้าไปพร้อมกันภายในขั้นตอนการชำระล้าง นอกจากนี้ยังบรรจุ ในบรรจุภัณฑ์พิเศษที่นำเข้ามาจากเกาหลีด้วยหัวกดที่สามารถกันการซึมของน้ำ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์สะดวกแก่การวางไว้ใน ห้องน้ำและการพกพา

1.3.2 NAMU LIFE SNAILWHITE Whipp Soap



NAMU LIFE SNAILWHITE Whipp Soap เป็นสบู่ก้อนในบรรจุภัณฑ์ตาข่ายวิปโฟมคุณภาพสูงใช้สำหรับทำความสะอาดผิวหน้า ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายไตรมาส 3 ปี 2559 ภายใต้แนวคิดที่ให้ผู้ใช้ได้เข้าถึงประสบการณ์ใหม่ของสบู่บำรุงผิวหน้า โดยผลิตภัณฑ์ได้ถูกออกแบบด้วยนวัตกรรมสบู่ล้างหน้าแบบก้อนที่บรรจุในถุงตาข่ายซึ่งผู้บริโภคสามารถสร้างโฟมได้เพียงแค่น้ำลงไปที่สบู่ แล้วทำการถูเบาๆ บนสบู่พร้อมถุงตาข่ายบนฝ่ามือทั้งสองข้างจนกลายเป็นเนื้อวิปโฟม ไม่จำเป็นต้องบีบโฟมออกจากหลอดบรรจุภัณฑ์แล้วทำการตีเพื่อให้ได้โฟมเหมือนผลิตภัณฑ์ทั่วไป โดยตัวสบู่มีส่วนผสมของสารสกัดจากเมือกหอยทาก และสารสกัดจากธรรมชาติอื่นๆ เช่น สารสกัดจากใบของต้นแบร์เบอร์รี่ ไฮยาลูโรนิก เอซิด และสารสกัดจากพืช 3 ชนิด ได้แก่ ดอกโคกกระออม น้ำมันอูเลียม และน้ำมันดอกทานตะวัน ที่จะช่วยฟื้นฟูให้ผิวสุขภาพดี ขาวกระจ่างใสเนียนนุ่มชุ่มชื้น อ่อนเยาว์ และลดแบคทีเรีย นอกจากนี้ ซองบรรจุภัณฑ์ยังมีคุณภาพสูงและแตกต่างซึ่งออกแบบให้เป็นถุง Ziplock สามารถเปิดปิดได้อย่างง่ายดาย

1.3.3 NAMU LIFE SNAILWHITE Essential Toner



NAMU LIFE SNAILWHITE Essential Toner เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้การทำความสะอาดผิวหน้าสามารถจัดสิ่งสกปรกและมลภาวะที่ตกค้างบนผิวได้มากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Toner ถูกแบ่งออกเป็น 2 สูตร ได้แก่ สูตร Hydrating และสูตร Oil Control เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 1 ปี 2560 เพื่อเน้นขายลูกค้าชาวจีนในประเทศจีน และตามแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนสัญจรอย่างหนาแน่น โดยทั้งสองสูตร ได้ส่วนผสมหลักจาก สารสกัดของน้ำตั้นไผ่เกาหลี มีคุณสมบัติในการทำความสะอาดล้ำลึกอย่างอ่อนโยน กระตุ้นการสร้างคอลลาเจน ปรับสภาพผิวให้เต่งตึง ลดริ้วรอยแห่งวัย ให้ผิวแลดูมีสุขภาพดี นอกจากนี้ สูตร Hydrating ยังมีส่วนผสมหลัก จาก ลำต้นและดอกโธม์ ช่วยต้านอนุมูลอิสระ แบคทีเรีย ลดอาการระคายเคือง และให้ความชุ่มชื้นแก่ผิว ทำให้ผิวของผู้ใช้เรียบเนียน พร้อมล็อคความชุ่มชื้นยาวนานให้กับเซลล์ผิว ปกป้องผิวจากมลภาวะตลอดวัน และสูตร Oil Control ที่ได้ส่วนผสมหลักจากลำต้นและดอกอีพิโลเบียม เป็นสารสกัดที่ทำงานโดยยับยั้งการสร้างเอนไซม์ ที่ไปกระตุ้นให้ต่อมไขมันทำงานผิดปกติ ทำให้สามารถช่วยขจัดคราบมันส่วนเกินของผิว คืนความชุ่มชื้นหลังจากการล้างหน้า ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ในปัจจุบัน

1.3.4 NAMU LIFE SNAILWHITE Namu Facial Jelly Wash



NAMU LIFE SNAILWHITE Namu Facial Jelly Wash เป็นผลิตภัณฑ์เจลล้างหน้าสูตรอ่อนโยน ที่ถูกเปิดตัวในไตรมาส 1 ของปี 2560 เพื่อเน้นขายลูกค้าชาวจีนในประเทศจีน และตามแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนสัญจรอย่างหนาแน่น โดยมีสารสกัดหลักมาจากต้นตะบองเพชร สามารถช่วยเติมความชุ่มชื้นให้กับผิว ลดอาการ

สแนลไว รอยแดง ปกป้องการสูญเสียน้ำในชั้นผิว ทำให้ผิวดูกระชับ เผยผิวหน้าแลดูกระจ่างใส ให้สัมผัสผิวหน้าเนียนนุ่ม ชุ่มชื้นหลังการล้างหน้า ให้การล้างหน้าไม่ใช่เพียงแค่การทำความสะอาด แต่เป็นการบำรุงและฟื้นฟูผิวหน้าในขั้นตอนเดียว นอกจากนั้น ยังมีสารสกัดอื่นๆ ที่สำคัญ อาทิ UNRIPE GREEN APPLE EXTRACT หรือ สารสกัดจากผลแอปเปิ้ลสีเขียว ช่วยลดขนาดรูขุมขน ควบคุมความมันส่วนเกิน และ CENTELLA EXTRACT ซึ่งได้แก่ สารสกัดใบบัวบก ที่ช่วยยับยั้งเชื้อแบคทีเรีย ต้นเหตุของสิวอักเสบ สมนานผิวให้รอยสิวยาวเร็วขึ้น ลดเลือนจุดด่างดำ ทำให้ NAMU LIFE SNAILWHITE Namu Facial Jelly Wash ตอบโจทย์การชำระล้างสิ่งสกปรกและความมันส่วนเกินได้เป็นอย่างดี โดยไม่ทิ้งสิ่งตกค้าง พร้อมมอบการฟื้นฟูบำรุงผิวหน้าด้วยสารสกัดนานาชนิด ที่อุดมไปด้วยอาหารและวิตามินสำหรับผิวไปพร้อมกัน

1.4 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงโอกาสในการขยายผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ โดยการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ คือ

1.4.1 NAMU LIFE SNAILWHITE Crème Body Wash



NAMU LIFE SNAILWHITE Crème Body Wash เป็นผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำภายใต้นวัตกรรมที่ออกแบบให้เนื้อครีมอาบน้ำมีลักษณะเหมือนโลชั่นที่มีคุณสมบัติช่วยให้ผิวนุ่มชุ่มชื้น ผิวขาวกระจ่างใส พร้อมสารแอนตีแบคทีเรีย ให้ผิวสวยสุขภาพดี เริ่มจัดจำหน่ายเมื่อไตรมาส 4 ปี 2559 ด้วยสูตรที่หลากหลายให้เลือกตามความต้องการของผู้บริโภค โดยแต่ละสูตรนำเสนอคุณประโยชน์ทางด้านความงามที่ต่างกัน ทั้งหมด 3 สูตรคือ (1) สูตรบำรุงผิวขาวกระจ่างใส (Natural White) ซึ่งมีส่วนผสมของมะนาวคาเวียร์ (Caviar lime) ที่ช่วยบำรุงผิวหมองคล้ำให้แลดูขาวกระจ่างใสเปล่งประกาย (2) สูตรเพิ่มความชุ่มชื้น (Deep Moisture) ที่มีส่วนผสมของเบาบับ (Baobab) ช่วยบำรุงผิวให้คงความชุ่มชื้น ยาวนาน เนียนนุ่ม ไม่แห้งกร้าน และ (3) สูตรลดเลือนริ้วรอย (Anti-Aging) ซึ่งมีส่วนผสมของ คาคาตูพลัม (Kakadu Plum) ที่อุดมด้วยสารต่อต้านอนุมูลอิสระเข้มข้นช่วยบำรุงให้ผิวแลดูอ่อนเยาว์ ชุ่มชื้น

1.5 ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

1.5.1 NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen



NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen เป็นผลิตภัณฑ์ครีมกันแดดที่เนื้อครีมมีลักษณะเบาบาง ไม่เหนียวเหนอะหนะ สามารถปกป้องผิวได้อย่างล้ำลึกพร้อมบำรุงผิวให้ขาวกระจ่างใสตลอดวัน ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 3 ปี 2558 ถูกออกแบบภายใต้แนวคิดที่อยากให้คนไทยมีผลิตภัณฑ์ปกป้องผิวจากแสงแดด ที่สามารถอยู่ได้คงทนและยาวนานตลอดวัน เพราะความร้อนขึ้นทำให้หน้ามัน และทำให้เครื่องสำอางไม่ติดทนนาน บริษัทฯ จึงคิดค้นผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของคนไทยในปัจจุบันได้ ด้วยคุณสมบัติการป้องกัน SPF50+ และ PA++++ที่สามารถป้องกันและปกป้องทั้งแสง UVB และ UVA ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการผสมผสานสารกันแดดที่ให้ประสิทธิภาพสูงสุด ไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้ หรือสิวอุดตัน นอกจากนี้ยังมีส่วนผสมของซิลิโคนโมเลกุลเล็ก ซึ่งช่วยให้ครีมกันแดดกระจายการตกกระทบของแสงได้ดี ล้างออกง่าย และส่วนผสมจากดอกเอเดิลไวส์ ที่ให้การปกป้องและฟื้นฟูในระดับ DNA ของผิวจากการโดนแสงแดดทำร้าย

1.5.2 NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen CC



NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen CC เป็นผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดดสำหรับผิวหน้าที่เริ่มจัดจำหน่ายในช่วงไตรมาส 2 ปี 2560 โดยเป็นสูตรบางเบา ปกป้องแสงแดดและรังสี UVA/UVB สูงถึง 50 เท่า ด้วยสูตร CC ครีม ช่วยปรับผิวให้แลดูกระจ่างใส เรียบเนียนทันทีที่ทา สามารถปกปิดรอยแดง รอยดำ และป้องกันไม่ให้ผิวหมองระหว่างวัน พร้อมเข้าพื้บำรุงผิวอย่างล้ำลึกด้วยเมือกหอยทากสูตรเฉพาะของบริษัทฯ ผสานสารสกัดของดอกเอเดิลไวส์จากเทือกเขาแอลป์ ช่วยพื้บำรุงผิวและลดเลือนจุดต่างดำ พร้อมคงความอ่อนเยาว์อย่างเป็นธรรมชาติ

1.6 NAMU LIFE SNAILWHITE Gift Set



SNAILWHITE GIFT SET

ประกอบด้วย SNAILWHITE Facial Cream 1 กระปุก,
SNAILWHITE Mask Shot 5 แผ่น และ SNAILWHITE
SYN-AKE Mist 1ขวด



SNAILWHITE "NARAYA SET"

ประกอบด้วย SNAILWHITE Facial Cream 1 กระปุก,
SNAILWHITE Concentrate Facial Cream 1 กระปุก
และ
SNAILWHITE Miracle1ขวด



Festive Set 1 และ Festive Set 2

ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ต่างๆแล้วแต่ฤดูกาล



SNAILWHITE READY ON BOARD

ประกอบด้วย SNAILWHITE Facial Cream 1 กระปุก,
SNAILWHITE Concentrate Facial Cream 1 กระปุก,
SNAILWHITE Cleansing 1 ขวด, SNAILWHITE Crème
Body Wash 1 ขวด และ SNAILWHITE Sunscreen 1ขวด

บริษัทฯ มีการจัดจำหน่าย NAMU LIFE SNAILWHITE Gift Set ที่เป็นชุดของขวัญประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE ประเภทต่างๆ ซึ่งเริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 4 ปี 2557 ที่เป็นของขวัญสุดพิเศษเติมเปี่ยมไปด้วยคุณค่าการบำรุงจากธรรมชาติ เพื่อตอบสนองผู้บริโภคโดยเป็นหนึ่งในทางเลือกในการมอบของขวัญที่ไม่เพียงสวยงามแต่เติมเปี่ยมไปด้วยความหมายและคุณค่าให้กับคนพิเศษโดย NAMU LIFE SNAILWHITE Gift Set จะมีการจัดจำหน่ายในช่วงฤดูกาลหรือเทศกาลต่างๆ เช่น ฤดูร้อน หรือเทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ และตรุษจีนผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของบริษัทฯ เช่น Watson และ Boots นอกจากนี้ยังใช้กระเป๋าสตางค์ของ NARAYA ซึ่งเป็นแบรนด์กระเป๋าและสินค้าแฟชั่นชื่อดังซึ่งเป็นที่ยอมรับในกลุ่ม ลูกค้าชาวเอเชีย ในการจัดทำชุดของขวัญ NAMU LIFE SNAILWHITE “NARAYA SET” ที่ประกอบด้วยสินค้าของ NAMU LIFE SNAILWHITE และกระเป๋าเครื่องสำอางของ NARAYA ซึ่งสามารถดึงดูดผู้บริโภค รวมถึงนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก

สรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560
เรียงลำดับตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

สินค้า	ลักษณะของสินค้า	ขนาดต่อหน่วย	ราคาต่อหน่วย (ราคาบนชั้นวางสินค้า)	ปีที่เริ่มจำหน่าย
1. NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream	ครีมบำรุงผิวหน้าจากสารสกัดจากเห็ดหลินฮุย ทากเข้มข้น ช่วยบำรุงและฟื้นฟูผิว	50 มล.	950 บาท	2556
		30 มล.	690 บาท	2558
		5 มล.	139 บาท	2558
2. NAMU LIFE SNAILWHITE SYN-AKE MIST	เอสเซนส์เข้มข้นสูตรน้ำบำรุงผิวหน้า ทำให้ผิวนุ่ม ชุ่มชื้น อิ่มน้ำ	100 มล.	890 บาท	2557
3. NAMU LIFE SNAILWHITE Mask Shot	แผ่นมาสก์บำรุงผิวหน้าสำหรับฟื้นฟูผิวให้อ่อนเยาว์ ยกกระชับ และดูกระชับใส	5 ชิ้น	690 บาท	2557
		12 ชิ้น	1,668 บาท	2557
4. NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream	ครีมบำรุงผิวหน้าผสมสารสกัดเข้มข้นจากเกาหลีสำหรับการบำรุงผิวแบบล้ำลึกถึงขีดสุด	50 มล.	950 บาท	2558
		5 มล.	139 บาท	2559
5. NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle	เซรั่มบำรุงผิวหน้าช่วยให้ผิวขาวกระจ่างใส แต่งเติม กระชับรูขุมขน	30 มล.	1,190 บาท	2559
6. NAMU LIFE SNAILWHITE Royal Jelly Facial Cream	ครีมบำรุงผิวหน้าจากสารสกัดจากเห็ดหลินฮุย ทากผสมคุณค่าจากนํ้านมผึ้ง ช่วยฟื้นฟู เสริมความแข็งแรงให้กับผิว	50 มล.	950 บาท	2559
7. NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream	ครีมบำรุงผิวหน้าสูตรฟื้นฟูบำรุงและปกป้อง	50 มล.	950 บาท	2560
		7 มล.	39 บาท	2560
8. NAMU LIFE SNAILWHITE Overnight Firming Mask	ครีมมาสก์ผิวหน้าบำรุงผิวหน้ายาค้าคืน ช่วยให้ผิวน้ำกระชับ แต่งเติม ปรับโทนสีผิว ลดเลือนจุดด่างดำ	50 มล.	790 บาท	2560

สินค้า	ลักษณะของสินค้า	ขนาดต่อหน่วย	ราคาต่อหน่วย (ราคาบนชั้นวางสินค้า)	ปีที่เริ่มจำหน่าย
9. NAMU LIFE SNAILWHITE Gold Facial Cream	ครีมบำรุงผิวหน้าอ่อนวัยผิวจากสารสกัดเมือกหอยทากผสมสารสกัดจากสาหร่ายสีแดง ช่วยให้ผิวชุ่มชื้น อ่อนวัย กระชับใส	50 มล.	990 บาท	2560
10. NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster	ครีมบำรุงผิวกายช่วยฟื้นฟูผิวที่คล้ำเสียให้กลับมาขาวกระจ่างใส	200 มล.	399บาท	2557
11. NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster SPF 30/PA+++	ครีมบำรุงผิวกายสูตรผสมสารป้องกันแสงแดด ช่วยฟื้นฟูบำรุงผิวแห้งเสียจากแสงแดดให้ชุ่มชื้น กระชับใส	300 มล.	329 บาท	2560
		50 มล.	69 บาท	2560
12. NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing	คลีนซิ่งล้างหน้าปราศจากแอลกอฮอล์ที่มีความสามารถในการชำระล้างสูง	151 มล.	490 บาท	2558
		50 มล.	159 บาท	2558
13. NAMU LIFE SNAILWHITE Whipp Soap	สบู่วิปโฟมทำความสะอาดผิวหน้าในรูปแบบสบู่อ่อนในถุงตาข่าย	100 กรัม	159 บาท	2559
14. NAMU LIFE SNAILWHITE Essential Toner	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า เพื่อผิวชุ่มชื้น และควบคุมความมัน	150 มล.	350 บาท	2560
15. NAMU LIFE SNAILWHITE Namu Facial Jelly Wash	ผลิตภัณฑ์เจลล้างหน้าสูตรอ่อนโยน ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับผิว ชำระล้างสิ่งสกปรกและความมันได้เป็นอย่างดี	100 มล.	199 บาท	2560
16. NAMU LIFE SNAILWHITE Crème Body Wash	ครีมอาบน้ำพร้อมสารแอนติแบคทีเรีย ที่ช่วยให้ผิวนุ่มชุ่มชื้น ขาวกระจ่างใส	500 มล.	199 บาท	2559
		200 มล.	89 บาท	2560
		80 มล.	39 บาท	2560
17. NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen	ครีมกันแดดประสิทธิภาพสูงที่เนื้อครีมมีลักษณะบางเบา ไม่เหนอะหนะ ปกป้องผิวจากแสงแดดได้อย่างล้ำลึก	51 มล.	690 บาท	2558
		15 มล.	159 บาท	2558
18. NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen CC	ครีมกันแดดประสิทธิภาพสูงสูตร CC ครีมช่วยปรับผิวให้แลดูกระจ่างใส ปกปิดรอยแดง รอยดำและป้องกันผิวไม่ให้หมองคล้ำ	50 มล.	690 บาท	2560
19. NAMU LIFE SNAILWHITE Gift Set	ชุดของขวัญสุดพิเศษจาก NAMU LIFE SNAILWHITE	Gift Set	2,290 บาท	2557
		Festive Set 1	990 บาท	2558
		Festive Set 2	1,590 บาท	2558
		NARAYA Gift Set	2,590 บาท	2559
		Ready on board	599 บาท	2560

2. ธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM)

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตและให้คำแนะนำสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าในรูปแบบครีม โดยลูกค้าของธุรกิจประเภทนี้ คือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีความต้องการเข้าสู่อุตสาหกรรมความงามแต่มีเงินทุนจำกัด และไม่มีโรงงานเป็นของตนเอง

2.3 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

2.3.1 ปัจจัยความสำเร็จ

- การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค (Brand Awareness)

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

บริษัทฯ ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของบริษัทฯ รวมทั้งทำการตลาดเพื่อสร้างการจดจำเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงระดับ Superstar ซึ่งเป็นที่รู้จักดีและมีความโดดเด่นเรื่องความงามเป็นพรีเซนเตอร์ในการนำเสนอสินค้าเพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ และบริษัทฯ ทำการตลาดทางสื่อโฆษณาออกสถานที่ (Out of home) ทั้งสื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเมือง และนักท่องเที่ยว รวมถึงการใช้สื่อโทรทัศน์ ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างได้ทุกเพศ ทุกวัย และสร้างการจดจำเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยมีการสนับสนุนให้ผู้บริโภคทำการทดลองใช้สินค้า รวมถึงการจัดทำรีวิว (Review) โดยผู้ที่มีชื่อเสียงและการทำไวรัลคลิป (Viral Video) ผ่านทาง Facebook Youtube และ Instagram และการทำโฆษณาแฝง (Tie-in) รวมถึงการจัดงานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ จึงทำให้ผู้บริโภคมีการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) จากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวข้างต้น ส่งผลให้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักและสามารถสร้างความจดจำแก่ผู้บริโภคในวงกว้าง ที่แสดงให้เห็นจากยอดการติดตามผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของบริษัทฯ เช่น Line, Facebook และ Instagram ที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยในปัจจุบัน Line ของบริษัทฯ มียอดติดตามมากกว่า 9.9 ล้านผู้ติดตาม ในขณะที่ Facebook ของบริษัทฯ มียอดติดตามมากกว่า 191,759 ผู้ใช้ และ Instagram ของบริษัทฯ มียอดติดตามมากกว่า 85,900 ผู้ใช้ ด้วยเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้าซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ส่งผลให้ (1) ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มียอดขายเป็นอันดับ 1 ในผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากเห็ดหลินฮุยเป็นส่วนประกอบ (ตามข้อมูลของ The Nielsen Company) (2) ผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream และ NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream มียอดขายสูงสุดในลำดับที่ 1 และ 4 ของสินค้าบำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) ในช่องทางร้านค้าขนาดใหญ่ (ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะอย่าง) (3) ผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream และ NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream มียอดขายสูงสุดในลำดับที่ 1 และ 3 ของสินค้าบำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) ที่มีราคาสูงกว่า 800 บาทต่อชิ้น ในช่องทางร้านค้าขนาดใหญ่ (ไฮเปอร์มาร์เก็ต

ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะอย่างที่เน้นขายสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม) และ (4) บริษัทฯ มีอัตราการเติบโตที่สูงสุดในผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เทียบเคียง



คุณริสา – วริฐริสา ลิ้มธรรมมหิศร

พรีเซนเตอร์ ผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE

Facial Cream ในปี 2556



คุณออม – สุชาร์ มานะยิ่ง

พรีเซนเตอร์ ผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE

Mask Shot ในปี 2557



คุณอัม – พัชราภา ไชยเชื้อ

พรีเซนเตอร์ ผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE

Cleansing ในปี 2558



คุณใหม่ – ดาวิกา โฮร์เน่

พรีเซนเตอร์ ผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE

Crème Body Wash ในปี 2559

SNAIL
WHITE



คุณมิว – นิษฐา จิรยั่งยืน

พรีเซนเตอร์ ผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream ในปี 2560

■ คุณภาพ ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค

บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีคุณประโยชน์ในการบำรุงผิวต่อผู้บริโภค ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นลำดับแรก โดยบริษัทฯ ใส่ใจในรายละเอียดในทุกกระบวนการผลิต ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ กระบวนการผลิตที่พิถีพิถันตามมาตรฐานสากล ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและมีนวัตกรรม ที่จะช่วยส่งเสริมให้คุณภาพสินค้าและการใช้งานนั้นมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานหรือเป้าหมายที่บริษัทฯ ตั้งใจไว้

โรงงานของบริษัทฯ ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ ซึ่งเริ่มดำเนินการในช่วงปลายปี 2559 แทนโรงงานเดิม เป็นโรงงานที่ทันสมัย มีเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถปรับแต่งให้เข้ากับความต้องการและระบบการทำงานของบริษัทฯ ได้ และมีต้นทุนการซ่อมและบำรุงรักษาที่ไม่สูงมาก ซึ่งจากเทคโนโลยีและความสามารถในการผลิตที่ดี ทำให้บริษัทฯ สามารถผลิตสินค้าโดยใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบต่างๆ และใช้เวลาการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถควบคุมต้นทุนได้ดี โดยที่ยังคงไว้ซึ่งคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ กระบวนการผลิตของบริษัทฯ ยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการควบคุมการผลิตอย่างเคร่งครัด โดยบริษัทฯ มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าในทุกขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่ก่อนการตรวจรับวัตถุดิบ ระหว่างการผลิต ก่อนการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์และหลังการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ โดยแผนกควบคุมคุณภาพหรือ QC ของบริษัทฯ และได้รับการรับรองการผลิตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) นอกจากนี้ โรงงานของบริษัทฯ ยังได้รับมาตรฐาน ASEAN GMP (Good Manufacturing Practice) และ HALAL ปี 2560 และอยู่ระหว่างการพิจารณาที่จะได้รับมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO 9100) มาตรฐานระบบจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) และมาตรฐานระบบจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHSAS 18001) ในครั้งปีแรกของปี 2561 อีกด้วย

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคำนึงถึงความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ จึงจัดให้มีสติ๊กเกอร์ป้องกันสินค้าลอกเลียนแบบ (Anti-Counterfeit Sticker) ที่จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสินค้าของบริษัทฯ ได้อย่างรวดเร็วและแน่นอน มีนโยบายการรับประกันสินค้าที่ไม่ปลอดภัยหรือเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ผู้บริโภคจึงสามารถมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพ ปลอดภัย และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

รางวัลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ได้รับ ได้แก่

- รางวัล Cosmo Kiss Beauty Award 2015 ในสาขา “Best Facial Sheet Mask” ที่ NAMU LIFE SNAILWHITE Mask Shot ได้รับในปี 2558
- รางวัลผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามประจำปี 2559 หรือ Health, Wellness and Beauty Award 2016 (HWB Award 2016) จำนวน 3 รางวัล ได้แก่
 - (1) รางวัลสุดยอดครีมบำรุงผิวจากสารสกัดจากธรรมชาติเพื่อผิวกระจ่างใส (NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream)
 - (2) รางวัลสุดยอดครีมบำรุงผิวกายเพื่อผิวกระจ่างใส (NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster)
 - (3) รางวัลสุดยอดสินค้าขายดีประจำปี 2559
- รางวัลที่สุดของผลิตภัณฑ์ความงาม ในการคัดสรรผลิตภัณฑ์ความงามจากแบรนด์ดังกว่า 400 ชิ้น ในสาขา “ICONIC Whitening Facial Cleanser” จากนิตยสารแพรว ที่ NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing ได้รับในปี 2559
- รางวัล Top 5 Cleanser จาก Marie Claire BEST Beauty 2016 ในสาขา “Facial Cleansing ที่ดีที่สุดของผลิตภัณฑ์ความงาม”
- รางวัล OK! Beauty Choice 2016 ในสาขา “Best Cleanser” จากนิตยสาร OK!
- รางวัลผลิตภัณฑ์ความงามดีเด่น Lisa Beauty Choice Award Editor's Choice 2016 ที่ NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle ได้รับ
- รางวัลครีมอาบน้ำอันดับ 1 ที่ได้รับการรีวิวจากผู้ใช้งานจริงของเว็บไซต์ Cosmenet ที่ NAMU LIFE SNAILWHITE Crème Body Wash ได้รับในปี 2560
- รางวัล SME Excellence Award ในสาขา Manufacturing Business ธุรกิจการผลิต จากสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) ที่บริษัทฯ ได้รับในปี 2560
- รางวัล Iconic Brightening Facial Sunscreen ที่ NAMU LIFE SNAILWHITE Sunscreen ได้รับจากนิตยสารแพรว ในปี 2560
- รางวัล Lisa Beauty Choice Awards 2017 ในหมวด “Best Facial Serum” ที่ NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle ได้รับในปี 2560
- รางวัล Cleo Beauty Hall of Fame 2017 ในปี 2560 2 รางวัล ได้แก่
 - (1) NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle ได้รับรางวัล Best Whitening
 - (2) NAMU LIFE SNAILWHITE Mask Shot ได้รับรางวัล Best Mask

- รางวัล Best of New Product Launch ปี 2017 ที่ Snailwhite Shower Cream Natural White 500ml. ได้รับในหมวด Bath Care จาก Watsons



รางวัล OK! Beauty Choice 2016 ในสาขา "Best Cleanser" จากนิตยสาร OK!



รางวัล SME Excellence Award ในสาขา Manufacturing Business
จากสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA)

- ความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคด้วยช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมและหลากหลาย

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

ทั้งนี้ ในอนาคต บริษัทฯ มีแผนการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น รวมถึงการขยายไปสู่ตลาดต่างประเทศโดยการหาผู้ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพ รวมถึงพัฒนาช่องทางออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายสุดท้ายของบริษัทฯ ได้แก่ ผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยที่มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป ที่มีความต้องการทำความสะอาดและบำรุงผิวหน้าและผิวพรรณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลตัวเอง

2.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทฯ จำหน่ายสินค้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านตัวแทนจำหน่าย/บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

โดยกลุ่มบริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งหมด 5 ช่องทางหลัก ได้แก่ (1) ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) (2) ร้านค้าของบริษัทฯ (NAMU LIFE Shop) (3) ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) (4) ช่องทางธุรกิจออนไลน์ และ (5) ช่องทางการส่งออก (Export)

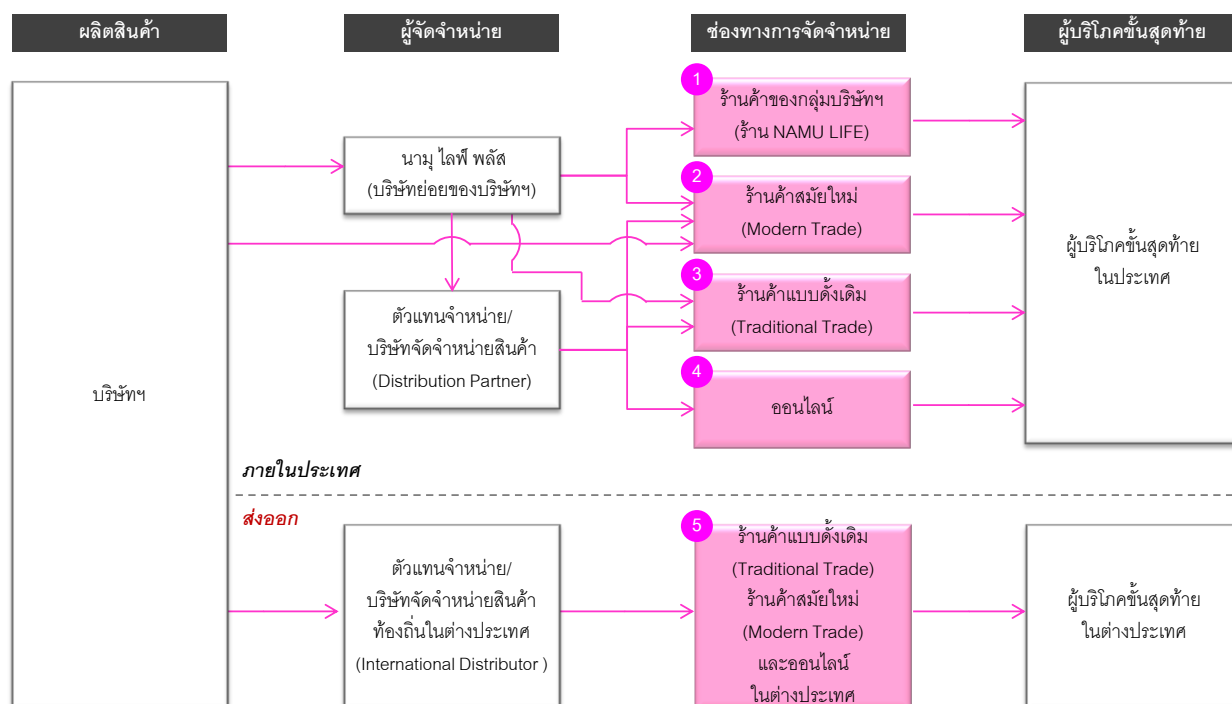
กลุ่มบริษัทฯ มีการเข้าทำสัญญาหรือข้อตกลงการค้ากับตัวแทนจำหน่าย/บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศและร้านค้าสมัยใหม่ในประเทศเพื่อกำหนดเงื่อนไขทางการค้าเป็นรายปี เช่น ราคาขาย ส่วนลด ค่าการตลาด ค่ากระจายสินค้า ค่าส่งเสริมการขาย และยอดขายเป้าหมาย เป็นต้น

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีตัวแทนจำหน่าย/บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศ (Distribution Partner) จำนวน 9 ราย โดยมีบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศรายใหญ่รายหนึ่งคือ เดอะ ไพร์ทิน ซึ่งเป็นตัวแทนขายสินค้าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และเป็นบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งของบริษัทฯ

สำหรับตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีตัวแทนจำหน่าย/บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นในต่างประเทศจำนวน 4 ราย โดยบริษัทฯ มีการเข้าทำสัญญาหรือข้อตกลงการค้ากับตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศหนึ่งรายคือ Riya Home (Holding) Limited ("Riya Home") ซึ่งเป็นตัวแทนขายสินค้าในประเทศจีนเพื่อกำหนดเงื่อนไขทางการค้าเป็นรายปี เช่น ราคาขาย ส่วนลด ค่าการตลาดและค่าส่งเสริมการขาย เป็นต้น และตัวแทนจำหน่าย/บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นในต่างประเทศ (International Distributor) อีกจำนวน 3 ราย ซึ่งซื้อสินค้ากับบริษัทฯ เป็นรายครั้ง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีการขายสินค้าในลักษณะขายขาดทั้งหมดยกเว้นการขายให้แก่ลูกค้าบางราย ซึ่งได้แก่ร้าน Watson ร้าน EVE AND BOY ร้านคิงเพาเวอร์ ห้างสรรพสินค้า Central และห้างสรรพสินค้า Robinson เท่านั้น ที่มีการขายสินค้าในลักษณะฝากขาย

ภาพรวมการจัดจำหน่ายสินค้าจากบริษัทฯ ถึงผู้บริโภคเป้าหมายสุดท้าย



ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหลักของบริษัทฯ อธิบายได้ดังนี้

1. ร้าน NAMU LIFE SHOP

กลุ่มบริษัทฯ เริ่มเปิดดำเนินการร้าน NAMU LIFE (NAMU LIFE shop) สาขาแรก บริเวณสถานีรถไฟฟ้ามหานคร ในปี 2559 เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ให้สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถศึกษา ทดสอบตลาด และทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น ตลอดจนช่วยประชาสัมพันธ์เครื่องหมายการค้า ซึ่งถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างเครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น โดยกลุ่มบริษัทฯ พิจารณาการขยายสาขาอย่างรัดกุมโดยเน้นในพื้นที่ที่สามารถประชาสัมพันธ์สินค้าได้ เช่น บริเวณที่มีนักท่องเที่ยวเยอะ และมีการสัญจรอย่างหนาแน่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีร้าน NAMU LIFE (NAMU LIFE shop) จำนวน 2 สาขา คือ สาขาแรก ที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้ามหานคร และสาขาที่ 2 ที่ศูนย์การค้า Show DC

2. ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade)

กลุ่มบริษัท ได้ให้ความสำคัญและเน้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) เนื่องจากเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างทั่วถึง มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ โดยกลุ่มบริษัท มุ่งเน้นการวางจำหน่ายในร้านค้าที่สามารถสร้างผลตอบแทนให้แก่กลุ่มบริษัท ได้รวมถึงร้านค้าที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจในตัวสินค้าของบริษัท ซึ่งรวมถึง

- ร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store)

ร้านค้าที่เน้นการขายสินค้าเฉพาะด้านที่เกี่ยวกับเวชภัณฑ์เครื่องสำอาง ดูแลผิว ดูแลเส้นผม ที่มีสินค้าที่หลากหลาย มีพนักงานคอยให้คำปรึกษาและช่วยเหลือ มีสาขากระจายอยู่ในแหล่งชุมชนใหญ่หรืออาจจะอยู่ในห้างสรรพสินค้า

ตัวอย่างร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store) ได้แก่ Boots, Watson, LAB Pharmarcy, Tsuruha, Eveandboy และ Matsumoto Kiyoshi

- ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store)

ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ที่มีการกระจายของสาขาตามชุมชนทั่วทุกพื้นที่ เน้นการบริหารจัดการที่ทันสมัย โดยสินค้าที่วางจำหน่ายมักเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และเน้นเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง

ตัวอย่างร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) ได้แก่ 7-Eleven และ Family Mart

- ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่

ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็น ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต และดิสเคาท์สโตร์ เป็นร้านค้าปลีกที่เน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคจำนวนมากและหลากหลาย และมักตั้งอยู่ในชุมชนและหัวเมืองใหญ่

ตัวอย่างร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ได้แก่ Tesco Lotus, BigC, Robinson, Gourmet market, Tops supermarket, Maxvalu, Makro และ Home Fresh Mart.

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัท มีการขายผ่านร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) จำนวนมากกว่า 13,000 สาขา ครอบคลุมกรุงเทพฯ ปริมณฑลและหัวเมืองใหญ่ เช่น ชลบุรี ระยอง ขอนแก่น อุบลราชธานี บุรีรัมย์ ภูเก็ต หาดใหญ่ เชียงใหม่ และนครราชสีมา โดยร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) มีเครดิตเทอมตั้งแต่ 30 – 90 วัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่มีเครดิตเทอมเฉลี่ย 30 – 60 วัน

3. ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)

ร้านค้าแบบดั้งเดิมมีการกระจายอยู่อย่างกว้างขวางทั่วประเทศไทย ซึ่งผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว เนื่องจากร้านค้าแบบดั้งเดิมมักอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับชุมชนที่อยู่อาศัยหรือตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยบริษัทฯ ขายผ่านนามู โลฟ พลัส และตัวแทนจำหน่าย/บริษัทจัดจำหน่ายสินค้า (Distribution Partner) ที่เป็นคู่ค้าของกลุ่มบริษัทฯ โดยร้านค้าแบบดั้งเดิมมีทั้งรูปแบบร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง เช่น ร้านค้าเครื่องสำอางท้องถิ่น ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น ร้านสะดวกซื้อท้องถิ่น ร้านขายยาท้องถิ่น และร้านค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคประจำท้องถิ่น รวมถึงห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นตามหัวเมืองใหญ่ เช่น Super Cheap ยงสงวน อัมพร และ บิ๊กกิม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีการขายผ่านร้านค้าแบบดั้งเดิมจำนวนมากกว่า 1,300 ร้าน ภายใต้ นามู โลฟ พลัส และตัวแทนจำหน่าย/บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ครอบคลุมกรุงเทพฯ ปริมณฑลและหัวเมืองใหญ่ เช่น ชลบุรี ระยอง เลย พระนครศรีอยุธยา ขอนแก่น อุบลราชธานี บุรีรัมย์ ภูเก็ต หาดใหญ่ เชียงใหม่ และนครราชสีมา โดยร้านค้าแบบดั้งเดิมมีเครดิตเทอมตั้งแต่ 0 – 60 วัน ในขณะที่ตัวแทนจำหน่าย/บริษัทจัดจำหน่ายสินค้า (Distribution partner) มีเครดิตเทอมตั้งแต่ 15-45 วัน ทั้งนี้ ในไตรมาส 4 ปี 2560 บริษัทฯ ได้เริ่มจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ผ่านร้านคิงเพาเวอร์ จำนวน 2 สาขา คือสาขาศรีวิชัย และสาขาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

4. ช่องทางธุรกิจออนไลน์ (Online)

บริษัทฯ ขายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเป็นการขายผ่านคู่ค้าของบริษัทฯ ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายรายย่อยและขายผ่านเว็บไซต์ NAMU LIFE (<https://shop.namulife.com>) ที่มีการร่วมมือกับคู่ค้าในการดำเนินการ รวมถึงช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Line, Facebook และ Instagram ที่ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อได้อย่างสะดวก

5. ช่องทางส่งออก (Export)

บริษัทฯ เริ่มส่งออกตั้งแต่ปี 2557 ผ่านตัวแทนจำหน่าย/บริษัทจัดจำหน่ายสินค้า ไปยังร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) รวมถึงช่องทางออนไลน์ในต่างประเทศ เนื่องจากเล็งเห็นถึงโอกาสและการเติบโตของสินค้าของบริษัทฯ ในต่างประเทศ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีการส่งออกสินค้าไปหลายประเทศ อาทิ จีน ฮองกง พม่า กัมพูชา ลาว โดยรายได้จากช่องทางการส่งออกเกือบทั้งหมดของบริษัทฯ มาจากประเทศจีนและฮองกงผ่าน Riya Home ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันสูงถึงประมาณร้อยละ 97 และร้อยละ 99 ของรายได้จากช่องทางการส่งออกในปี 2559 และในปี 2560 ตามลำดับ โดยปัจจุบันลูกค้าต่างประเทศของบริษัทฯ จ่ายชำระเป็นเงินสดยกเว้น Riya Home ที่มีเครดิตเทอม 90 วัน ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทฯ ซื้อขายสินค้ากับ Riya Home มาอย่างยาวนาน ซึ่ง Riya Home เป็นผู้จัดจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือ สั่งซื้อสินค้ากับบริษัทฯ ในปริมาณมาก และมีประวัติการชำระเงินที่ดี ประกอบกับการขนส่งไปยังประเทศจีนจำเป็นต้องใช้เวลานานซึ่งบางครั้งอาจใช้เวลากว่า 60 วัน แตกต่างจากการขนส่งไปยังประเทศใกล้เคียง อาทิ ประเทศพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศกัมพูชา ที่มีระยะเวลาขนส่งที่สั้นกว่า

ตัวอย่างการวางผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ณ ช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ



ร้านค้าเฉพาะอย่าง - Boots



ซูเปอร์มาร์เก็ต - Gourmet market



ร้านค้าแบบดั้งเดิม - ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น



ร้าน NAMU LIFE



ห้างสรรพสินค้า - Robinson



ช่องทางส่งออก - ประเทศฮ่องกง



ช่องทางออนไลน์ - เว็บไซต์ NAMU LIFE



ร้านสะดวกซื้อ - 7-Eleven



ร้าน คิงเพาเวอร์- King Power

รายได้จากการขายสินค้าแยกตามช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นจุดรับรู้รายได้ของบริษัทฯ

ช่องทางการจัดจำหน่าย	งบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายสินค้า						
1. ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade)	324.7	34.0	387.3	32.2	490.9	29.3
2. ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)	75.4	7.9	153.2	12.8	102.3	6.1
3. ตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้า/บริษัทจัดจำหน่าย สินค้า(Distribution Partner) ^{/1}	449.6	47.1	602.6	50.2	595.9	35.6
4. ส่งออก	180.0	18.8	146.2	12.2	512.8	30.6
5. ร้าน NAMU LIFE	-	-	1.5	0.1	8.0	0.5
6. อื่นๆ ^{/2}	2.6	0.3	1.7	0.1	3.2	0.2
รายได้จากการขายสินค้ารวมก่อนหักส่วนลด	1,032.3	108.1	1,292.5	107.6	1,713.1	102.3
ส่วนลด	(77.2)	(8.1)	(91.0)	(7.6)	(38.7)	(2.3)
รายได้จากการขาย – สุทธิ	955.1	100.0	1,201.5	100.0	1,674.4	100.0

หมายเหตุ: ^{/1} ตัวแทนจำหน่ายสินค้า โดยหลักจะขายแก่ร้านค้าแบบดั้งเดิม

^{/2} อื่นๆ เช่น การขายสินค้าสวัสดิการแก่พนักงานของบริษัทฯ และการขายโดยตรงสู่ลูกค้ารายย่อยที่มียอดซื้อแต่ละรายไม่เกิน 100,000 บาท

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 สัดส่วนรายได้จากการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยหลักจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นในประเทศจีน จากการที่บริษัทฯ เน้นการตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้าชาวจีนในประเทศจีนมากขึ้น เช่น การออกสินค้าเป็นการเฉพาะ (Exclusive) เพื่อขายเฉพาะประเทศจีนและการขยายช่องทางจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีนมากขึ้น เป็นต้น

โดยบริษัทฯ ได้วางแผนขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในอนาคต ซึ่งจะเน้นการขายผ่านร้านค้า NAMU LIFE และส่งออกมากขึ้น รวมถึงขยายช่องทางร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) เพิ่มขึ้นเนื่องจากเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีการออกแบบชั้นสินค้าที่สวยงาม เป็นระเบียบ มีความทันสมัย มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาบริหารจัดการ ซึ่งสามารถดึงดูดและเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

(1) การกำหนดราคาสินค้าและการปรับราคาสินค้า

1.1 ผลិតภัณฑ์ของบริษัทฯ ถูกคิดค้น และออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยมีฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฝ่ายกลยุทธ์และวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขาย ประเมินราคาขายที่เหมาะสมกับภาพลักษณ์และลักษณะของผลิตภัณฑ์ โดยแต่ละฝ่ายรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ สำหรับการกำหนดราคาและการปรับราคาสินค้าแต่ละชนิด โดยคำนึงถึงปัจจัยหลัก ดังต่อไปนี้ ต้นทุนสินค้า

บริษัทฯ กำหนดราคาสินค้า โดยคำนึงถึงต้นทุนสินค้าแต่ละชนิด เช่น ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรง ค่าใช้จ่ายในการผลิตอื่นๆ ซึ่งถูกคำนวณจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม ต้นทุนสินค้าเป็นเพียงหนึ่งในปัจจัยที่บริษัทฯ ใช้ในการพิจารณาสินค้าเพื่อกำหนดราคามาตรฐานที่ทำให้บริษัทฯ ไม่ขาดทุนในการขายเท่านั้น

1.2 สภาพการแข่งขันในตลาด

สภาพการแข่งขันในตลาด นับเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดปัจจัยหนึ่งในการกำหนดราคาสินค้า โดยบริษัทฯ มีฝ่ายกลยุทธ์และวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด ช่วยสำรวจราคาสินค้าของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ก่อนพิจารณากำหนดราคาสินค้าที่ส่งผลให้บริษัทฯ ได้เปรียบในเชิงธุรกิจเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และสามารถบรรลุส่วนแบ่งการตลาดเป้าหมายที่วางไว้ได้

1.3 การปรับราคาของคู่แข่งในตลาด

การปรับลดหรือเพิ่มราคาของสินค้าในตลาด มีผลกระทบต่อการศึกษาการปรับราคาสินค้าของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีทีมงานที่เกี่ยวข้อง คอยตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าตามช่องทางการจำหน่ายต่างๆ อยู่เสมอ เพื่อให้บริษัทฯ ปรับเปลี่ยนราคาไปตามความเหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ โดยบริษัทฯ จะไม่มีการปรับราคาตั้งของสินค้า (Shelf price) ลงแต่จะกำหนดโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นยอดขาย และมีการพิจารณาปรับราคาสินค้าขึ้นตามความเหมาะสม

1.4 สภาพเศรษฐกิจ

สภาพเศรษฐกิจนับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งมีผลต่อการกำหนดราคาสินค้า โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจที่สำคัญ เช่น อัตราเงินเฟ้อและ กำลังซื้อของผู้บริโภค เป็นต้น

1.5 การกำหนดตำแหน่งของเครื่องหมายการค้า (Brand Positioning)

บริษัทฯ กำหนดราคาสินค้าให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของสินค้า และเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ก่อนผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะถูกนำออกมาจำหน่าย บริษัทฯ ได้มีการกำหนดภาพลักษณ์ของสินค้านั้นๆ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่วางไว้ รวมทั้งให้มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้า และสินค้าที่มีอยู่เดิม

(2) กลยุทธ์ทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย

บริษัทฯ มีนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคเป็นวงกว้าง และสร้างความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้แก่ผู้บริโภค โดยบริษัทฯ มีความมุ่งมั่นและทุ่มเทในการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบริษัทฯ ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ผ่านการใช้ช่องทางสื่อสารทางการตลาดต่างๆ รวมถึงการใช้ฟรีเซนต์อร์ที่มีความโดดเด่นเรื่องความสวยงาม เพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ถึงสรรพคุณต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ และให้ตระหนักถึงความแตกต่างอย่างชัดเจนในตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าว ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้าได้สะท้อนแนวคิดของบริษัทฯ ที่ว่า “Beauty is Healthy ผิวสวยที่แท้จริงคือ ผิวสวยสุขภาพดีในแบบที่เป็นคุณ” ที่เป็นแนวคิดที่เน้นความสวยงามอย่างเป็นธรรมชาติ ตรงกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่ชื่นชอบความเป็นธรรมชาติ ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และส่งผลต่อความนิยมของเครื่องหมายการค้าบริษัทฯ โดยกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของ บริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

2.1 กลยุทธ์การสร้างเครื่องหมายการค้าด้วยการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว

การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบริษัทฯ เกิดจากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ โดยในช่วงแรก บริษัทฯ ตั้งใจศึกษาตลาดเพื่อนำไปพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ดังนั้น ผลิตภัณฑ์สินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “NAMU LIFE” ซึ่งรวมถึงกลุ่มผลิตภัณฑ์ “SNAILWHITE” จึงมีความแข็งแรงและมีความเป็นเอกลักษณ์ด้วยตัวผลิตภัณฑ์เอง โดยมีปัจจัยด้านคุณภาพสินค้าที่สร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์บำรุงผิวทั่วไป ด้วยราคาที่เหมาะสม และการกระจายสินค้าที่ทั่วถึง ซึ่งการเพิ่มขึ้นของยอดขายการติดตามผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของบริษัทฯ เช่น Line, Facebook และ Instagram แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ

2.2 กลยุทธ์การรักษาและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการรักษาและพัฒนาคุณภาพสินค้า เนื่องจากบริษัทฯ เชื่อว่า คุณภาพของสินค้าถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงวางกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเน้นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและประโยชน์ที่จะได้รับของแต่ละผลิตภัณฑ์ในหลายช่องทาง เพื่อให้การสื่อสารนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ทั้งในและนอกประเทศได้มากที่สุด และก่อให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

2.3 กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM)

นอกเหนือจากการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพที่ดี สร้างความแปลกใหม่ และความดูดี ให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อยู่เสมอแล้วนั้น การรักษาฐานลูกค้าเดิม การสร้างความพึงพอใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท หรือการสร้างการซื้อซ้ำ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ (Brand Loyalty) ในกลุ่มลูกค้าของบริษัท ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการดำรงอยู่ของ ธุรกิจ และการสร้างเสถียรภาพของรายได้ของบริษัท ดังนั้น บริษัท จึงวางแผนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ในการรักษา ฐานลูกค้า ดังนี้

- (1) การเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงสินค้า นอกจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่บริษัท มีอยู่ในปัจจุบันแล้วนั้น บริษัท ยังมีนโยบายขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ใน ต่างจังหวัด หรือต่างประเทศที่มีทิศทางของตลาดและความต้องการของกลุ่มบริโภคที่ใกล้เคียงกับคนไทย
- (2) การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้ามีความ แปลกใหม่อยู่เสมอ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป
- (3) การวางแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หรือ การทำ Customer Relationship Management (CRM) เพื่อให้ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเฉพาะเจาะจง โดยมีช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อ ออนไลน์และสื่อออฟไลน์ที่สามารถถาม-ตอบ ข้อสงสัย เหตุข้อใจ หรือสอบถามข้อมูลทั่วไปได้ตลอดเวลา สื่อออนไลน์ เช่น การส่ง ข้อมูลผลิตภัณฑ์และข้อมูลส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้าทาง e-mail การสื่อสาร ลูกค้าเป้าหมายโดยตรง และการจัดกิจกรรมต่างๆผ่าน Line Official ของบริษัท ที่มีผู้ติดตามมากกว่า 9 ล้านผู้ใช้ การโฆษณาออนไลน์ และสื่อออฟไลน์ เช่น กิจกรรมส่งเสริมการขาย งานแสดงสินค้า

2.4 กลยุทธ์ขยายฐานลูกค้า

นอกเหนือจากการรักษาฐานลูกค้าปัจจุบันแล้ว บริษัท ให้ความสำคัญกับการขยายฐานลูกค้าใหม่ เพื่อการ ขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยใช้กลยุทธ์ต่อไปนี้

- (1) การโฆษณาผ่านสื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ในประเทศไทย เพื่อให้ผู้บริโภคคุ้นเคยกับสื่อจนเกิดความสนใจ ในเครื่องหมายการค้าของบริษัท โดยฝ่ายการตลาดเน้นการใช้สื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ซึ่งนอกจากจะทำ ให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้าแล้ว ยังสามารถ อธิบายให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจสินค้ามากยิ่งขึ้น เช่น การรีวิวคุณสมบัติและผลลัพธ์ของสินค้าโดยผู้มีชื่อเสียง การทำไวรัลคลิป (Viral Video) ผ่านทาง Facebook Youtube และ Instagram และการทำโฆษณาแฝง (Tie-in) ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ผ่านรายการ และละครต่างๆที่ได้รับความนิยมสูง เช่น รายการ The Face Thailand และ ละครชุด ไดอารี่ ดิฉัน ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจลองใช้สินค้า และกลับมาซื้อสินค้าอีกครั้งในภายหลังด้วยคุณสมบัติของตัวสินค้าเอง
- (2) การออกสินค้าใหม่ เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มโอกาสทางการค้า จากคุณสมบัติและคุณประโยชน์ที่ แตกต่างออกไปเพื่อตอบสนองความต้องการ ที่หลากหลายมากขึ้นของลูกค้า

- (3) การสนับสนุนโครงการต่างๆของเยาวชน เช่น การสนับสนุนกิจกรรมงานฟุตบอลประเพณีจุฬา-ธรรมศาสตร์ รวมถึงโครงการต่างๆที่มีการนำเอาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปใช้ เช่น โครงการเรือเยาวชนเอเชียอาคเนย์ ปี 2559และการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ ได้รับเกียรติเป็นวิทยากรในงานสัมมนาต่างๆ เช่น งาน SCB SME Success ปีที่ 6 และงานสัมมนาในมหาวิทยาลัยต่างๆ ซึ่งจะเพิ่มการมีส่วนร่วมกับเยาวชน และเพิ่มการรับรู้ในเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ อีกด้วย

2.5 กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า (Customer Experience Management : CEM)

การสร้างความประทับใจและให้ผู้บริโภคเกิดประสบการณ์ที่ดีในการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ นับเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการทำกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าและเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า บริษัทฯ จึงมีการจัดกิจกรรมกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น ในปี 2558 บริษัทฯ จัดกิจกรรม Office Tour ร่วมกับ นิตยสาร Marie Claire เพื่อให้ความรู้ด้านเคล็ดลับความงาม การแต่งหน้า และการดูแลผิวหน้า กับพนักงานบริษัทจำนวนทั้งหมด 4 แห่ง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย



กิจกรรม Office Tour ร่วมกับ นิตยสาร Marie Claire

2.6 กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย

บริษัทฯ มีกลยุทธ์ส่งเสริมการขาย โดยมีการลดราคาสินค้าในบางช่วงเวลาผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เป็นครั้งคราว การจัดจำหน่าย SNAILWHITE NARAYA Gift Set ที่มีการแถมกระเป๋า NARAYA ให้กับผู้บริโภค และการแจกสินค้าทดลองผ่านทางโซเชียล เช่น Line และ Facebook รวมถึงการจัดทีมงานลงพื้นที่เพื่อแจกสินค้า เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าและกระตุ้นยอดขาย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคได้ร่วมเข้าสนุกและรับของรางวัลอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมการตลาดให้ผู้บริโภคมีแรงบันดาลใจในการทดลองใช้สินค้าก่อนจะกลับมาซื้อสินค้าอีกครั้งในภายหลัง

(3) ช่องทางการสื่อสารทางการตลาด

ช่องทางการสื่อสารทางการตลาดมีความสำคัญอย่างมากสำหรับบริษัทฯ ในการสร้างการรับรู้ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งการที่จะประสบความสำเร็จนั้น บริษัทฯ จะต้องเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารทางการตลาดต่างๆ อย่างเหมาะสมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด บริษัทฯ มุ่งเน้นการสื่อสารด้วยสื่อที่สามารถกระจายถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้าง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับเนื้อหาได้อย่างทั่วถึง โดยบริษัทฯ ได้เลือกใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบ เพื่อครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านคำจำกัดความ “ผิวสวยที่แท้จริงคือ ผิวสวยสุขภาพดีในแบบที่เป็นคุณ” หรือ “Beauty is Healthy”

ช่องทางการสื่อสารทางการตลาด แบ่งเป็น 2 ช่องทางหลัก ดังนี้

1) สื่อออฟไลน์ (Offline Channel)

(1) สื่อโทรทัศน์ (TV Commercial) และการทำโฆษณาแฝง (Tie-in)

บริษัทฯ เลือกใช้สื่อโทรทัศน์ (TV Commercial) เนื่องจากช่องทางนี้มีอำนาจในการกระจายสื่อสารได้อย่างกว้างขวางในระยะเวลาไม่นาน และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่หลากหลายได้อย่างทั่วถึงทั่วประเทศ รวมถึงการทำโฆษณาแฝง (Tie-in) ผ่านละครและรายการต่างๆ ที่ได้รับความนิยม เช่น รายการ The Face Thailand และ ละครชุด ไดอารี่ ดิบดี ซึ่งเป็นการโฆษณาที่แปลกใหม่และมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมาก



โฆษณา NAMU LIFE SNAILWHITE Crème Body Wash ที่ใช้ออกอากาศทางโทรทัศน์



การ Tie-in สินค้าในรายการ The Face Thailand ซีซั่น 3



การ Tie-in สินค้าในละครชุด ไดอารี่ ดิบดี ซีซั่น 2

(2) สื่อสิ่งพิมพ์ (Newspaper and Magazine)

บริษัทฯ ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการลงโฆษณาตัวสินค้า การประชาสัมพันธ์กิจกรรม ตลอดจนการ “Tie in” สินค้าในคอลัมน์ต่างๆ



โฆษณา NAMU LIFE SNAILWHITE Cleansing

ในนิตยสาร Don't Journal ฉบับเดือน

พฤษภาคม 2558



NAMU LIFE SNAILWHITE Crème Body

Wash

ในนิตยสาร Don't Journal ฉบับเดือน มกราคม

2560

(3) สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Outdoor Media)

บริษัทฯ ใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Outdoor Media) เพื่อกระตุ้นและช่วยตอกย้ำการจดจำของผู้บริโภค ต่อเครื่องหมายการค้าและสินค้าของบริษัทฯ เนื่องจากสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยเป็นสื่อที่ผู้บริโภค สามารถสังเกตเห็น เข้าถึงได้ง่าย และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยที่บริษัทฯ ใช้ เช่น สื่อโฆษณาขนาดใหญ่ริมถนน (Billboard) สื่อโฆษณาขนาดเล็กริมถนน (Mupi)



สื่อโฆษณาขนาดใหญ่ริมถนน

(Billboard)



สื่อโฆษณาขนาดเล็กริมถนน

(Mupi)



สื่อโฆษณาดิจิทัลขนาดใหญ่

ริมถนน



สื่อโฆษณามัลติมีเดีย

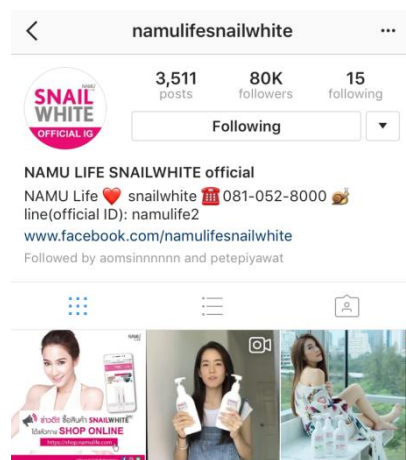
2) สื่อออนไลน์ (Online Channel)

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

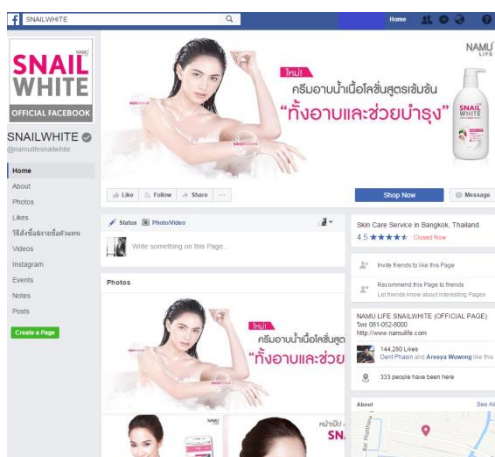
ตัวอย่างช่องทางการสื่อออนไลน์ที่บริษัทฯ ใช้สื่อสารกับผู้บริโภค



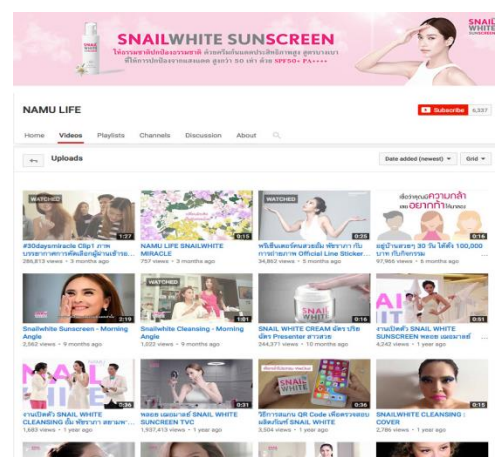
Line (NAMU LIFE)



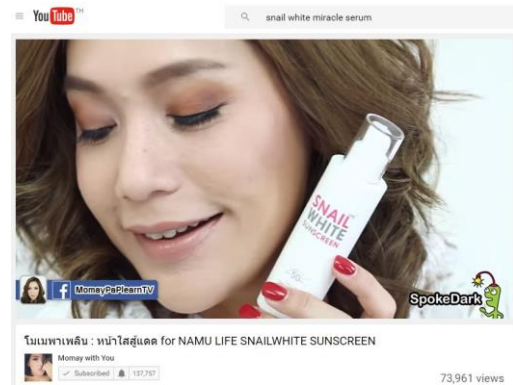
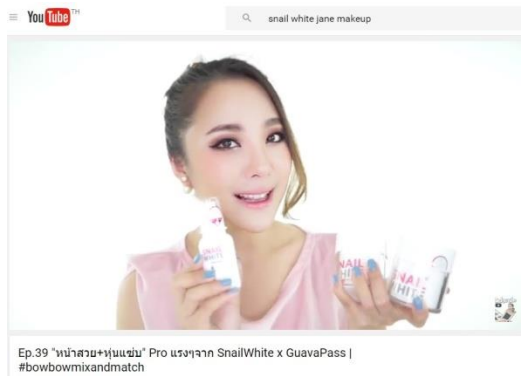
Instagram (namulifesnailwhite)



Facebook (@namulifesnailwhite)



Youtube (NAMU LIFE)



ตัวอย่างการรีวิว โดย Blogger ที่มีชื่อเสียง

2.4 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

(1). ตลาดในประเทศไทย

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) จัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพของประเทศไทย โดยถูกจัดเป็นอันดับ 2 ของ 10 ธุรกิจดาวรุ่ง โดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และอยู่ใน 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่ง ต่อเนื่องใน 3 ปีล่าสุด (ปี 2558-2560) เนื่องจากเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่ได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับการดำรงชีวิตของคนในปัจจุบัน โดยผู้บริโภคทั้งหญิงและชายมีความตระหนักมากขึ้นในการสร้างภาพลักษณ์และเสริมบุคลิกภาพให้ดูดียิ่งขึ้น รวมถึงการบำรุงผิวพรรณให้ดูดีอยู่เสมอ ตามความเชื่อที่ว่า ภาพลักษณ์ภายนอกที่ดีจะเป็นตัวบ่งบอกถึงสุขภาพและฐานะที่ดี ซึ่งผู้บริโภคมีการรับรู้และลอกเลียนแบบพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ความงามและบำรุงผิว จากสื่อสังคมออนไลน์ที่มากขึ้นด้วย จึงทำให้ผู้บริโภคที่ไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ความงามเริ่มหันมาทดลองใช้มากขึ้น เช่น กลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และกลุ่มสุภาพบุรุษที่เริ่มสนใจในการดูแลตัวเอง รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ความงามอยู่แล้วมีแนวโน้มการดูแลตนเองมากยิ่งขึ้นและพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีความพรีเมียมมากยิ่งขึ้น อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวยังได้รับอิทธิพลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และได้รับอานิสงค์จากการเพิ่มขึ้นของช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า และโอกาสในการขยายธุรกิจไปสู่ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวมีศักยภาพในการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

หากพิจารณาข้อมูลตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวในประเทศไทยของ The Nielsen Company ซึ่งเป็นการสำรวจมูลค่าตลาดเฉพาะช่องทางร้านค้าสมัยใหม่ Modern Trade ซึ่งเป็นช่องทางที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญโดยหากแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอยู่ ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) (2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Moisturizer) (3) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า (Cleanser) และ (4) ผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap) จะมีมูลค่าตลาดแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ระหว่างปี 2558 – 2560 เป็นดังนี้

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

ที่มา: The Nielsen Company

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

ที่มา: The Nielsen Company

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

ที่มา: The Nielsen Company

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

ที่มา: The Nielsen Company

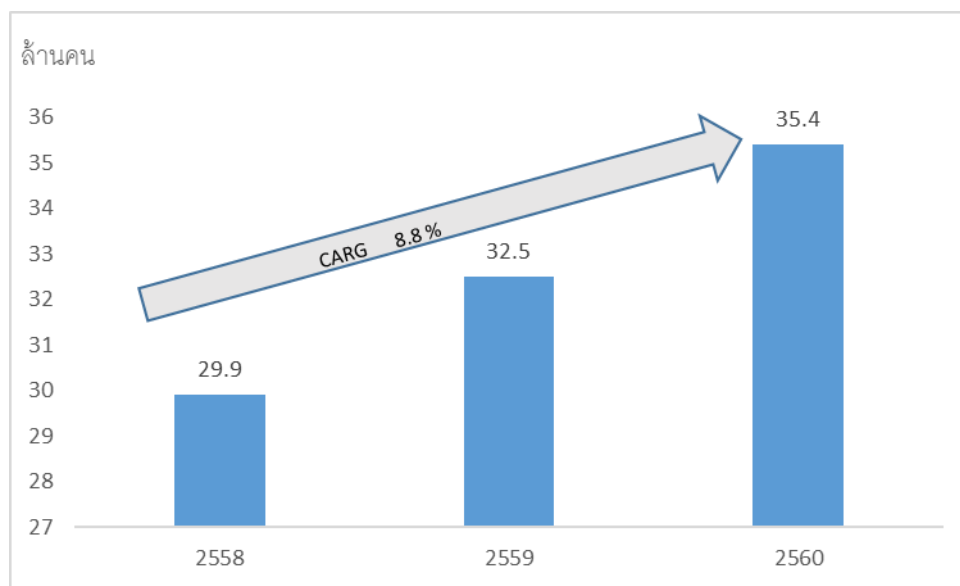
จากข้อมูล ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) มีมูลค่าสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดผลิตภัณฑ์อื่นๆ เนื่องจากผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับผิวหน้าที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับส่วนอื่นๆ ของร่างกาย โดยมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าไม่เปลี่ยนแปลงมากนักระหว่างปี 2558 – 2560 คืออยู่ที่ระดับประมาณ 9,300- 9,600 ล้านบาท หากพิจารณาตามประเภทของสินค้า ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเพื่อผิวขาวกระจ่างใสและปกป้องรังสี UV (UV/Whitening) มีมูลค่าตลาดสูงสุดในตลาดบำรุงผิวหน้าโดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.6 ของมูลค่าตลาดบำรุงผิวหน้าในปี 2560 ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ (SNAILWHITE Facial Cream) นั้นจัดอยู่ในประเภทดังกล่าว และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลัก ในตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าได้เป็นอย่างดี

สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นในกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า อาทิ ผลิตภัณฑ์ชะลอวัยและลดริ้วรอย (Anti-aging) มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงโอกาสของบริษัทฯ ในการขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ และบริษัทฯ ได้มีการค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบที่เหมาะสมมาอย่างต่อเนื่องเพื่อเตรียมพร้อมต่อการขยายธุรกิจในอนาคต เช่น ในไตรมาส 2 ปี 2560 บริษัทฯ ได้มีการออก NAMU LIFE SNAILWHITE Gold Facial Cream เพื่อเริ่มขยายเข้าสู่ตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มชะลอวัยและลดริ้วรอย (Anti-aging) เป็นต้น

สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Moisturizer) นั้น เป็นอีกหนึ่งในตลาดที่มีมูลค่าสูง โดยมีมูลค่า 7,181 ล้านบาท ในปี 2560 ซึ่งบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญ และมีผลิตภัณฑ์ SNAILWHITE Body Booster และ NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster SPF 30/ PA+++ ที่จัดอยู่ในกลุ่มดังกล่าวเพื่อให้สามารถตอบสนองผู้บริโภคในการดูแลและบำรุงผิวอย่างครอบคลุมมากขึ้น

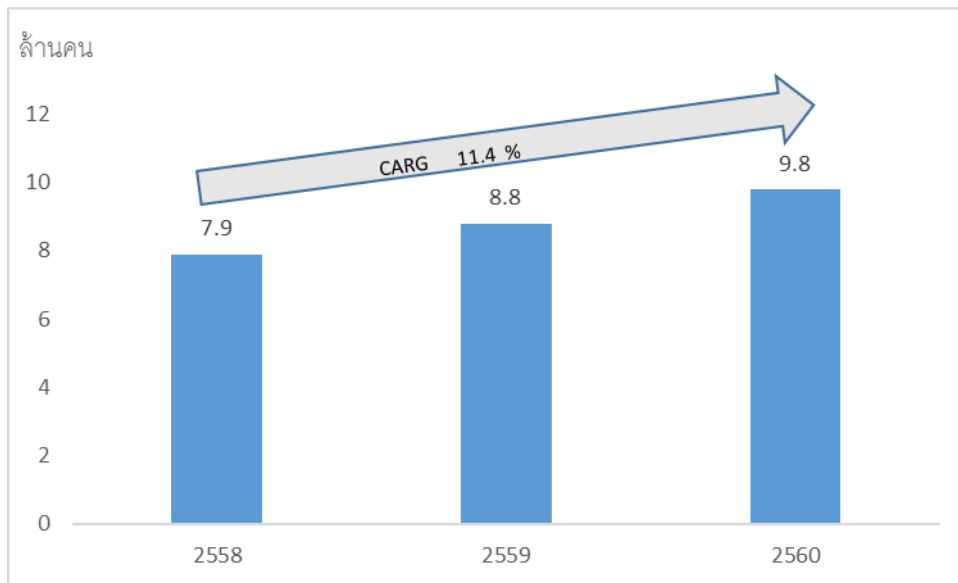
สำหรับ ตลาดผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap) มีมูลค่าตลาดที่น้อยกว่าสองประเภทข้างต้น แต่ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ระหว่าง ปี 2558 – 2560 อยู่ที่ร้อยละ 4.6 ส่วนหนึ่งคาดว่าเป็นผลจากการทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการหลายราย เพื่อดึงดูดผู้บริโภคมาใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากขึ้นโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สบู่เหลว ที่มีการเติบโตในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก โดยมีอัตราเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผิวที่สูงสุด ในปี 2559 ที่อัตราร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักอื่นในตลาดเดียวกัน ซึ่งคาดว่าเกิดจากการที่ผู้บริโภคมีความเอาใจใส่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ชำระล้างร่างกายมากขึ้น โดยบริษัท มีผลิตภัณฑ์ SNAILWHITE Crème Body Wash ที่จัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ ซึ่งมีความต้องการสูงในกลุ่มผู้บริโภค

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย



ที่มา: กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย



ที่มา: กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

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

ทั้งนี้ หากพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งเป็นชาติหลักที่สนใจซื้อสินค้าของบริษัทฯ จะพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจาก 7.9 ล้านคนในปี 2558 เป็น 9.8 ล้านคนในปี 2560 คิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ร้อยละ 11.4 ซึ่งสูงกว่าอัตราเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวม โดยหลักจากการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีกำลังซื้อสูงขึ้น และประเทศไทยมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นที่สนใจและได้รับความนิยมในกลุ่มชาวจีน อย่างไรก็ตาม ในปี 2560 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเป็น 9.8 ล้านคนจาก 8.8 ล้านคนในปี 2559 (อ้างอิงข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา) ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการปราบปรามทัวร์ศูนย์เหรียญในประเทศไทย ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

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

3.Snail white Snail Repair Recycled Cream

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



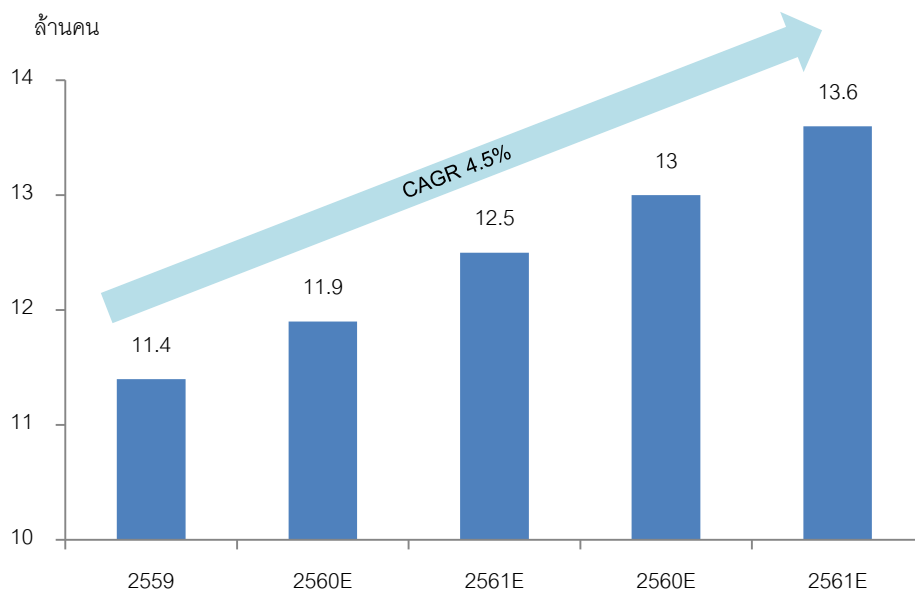
3.Snail white 蝸牛修復再生面霜

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



ที่มา : www.skyscanner.tw

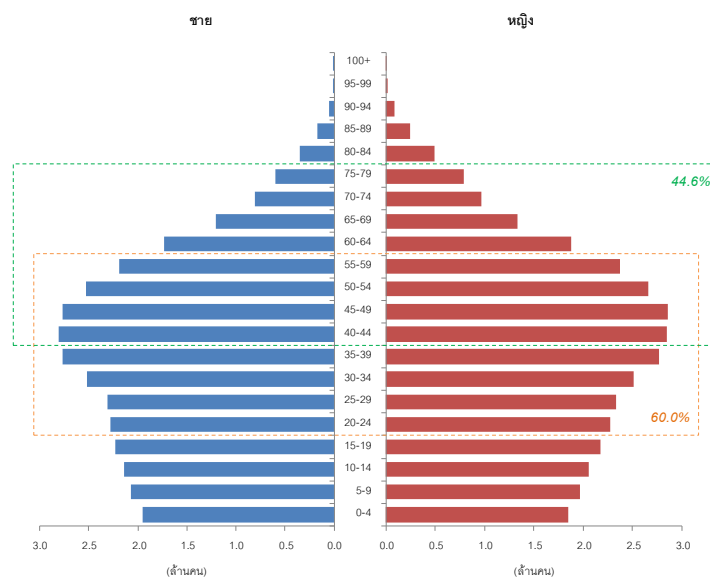
จำนวนผู้ใช้งานในตลาด E-Commerce ของประเทศไทย (2559-2561E)



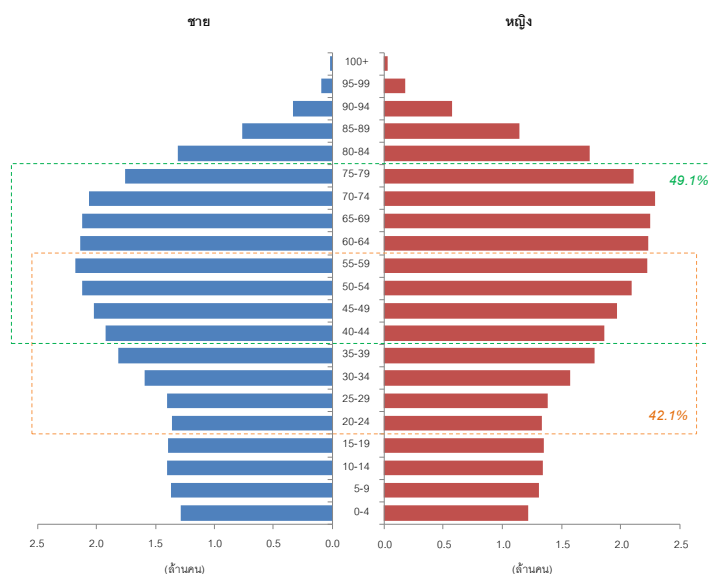
ที่มา: ข้อมูลจาก Statista

นอกจากนี้ ความนิยมของ E-Commerce เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) ในประเทศไทย โดยจากข้อมูลข้างต้น คาดการณ์ว่าจำนวนผู้ใช้งานในตลาด E-Commerce ในประเทศไทย จะมีจำนวนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากจำนวน 11.4 ล้านคนในปี 2559 เป็น 13.6 ล้านคนในปี 2561 คิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ร้อยละ 4.5 เนื่องจาก คาดว่าเกิดจากการที่ประเทศไทยมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้น รวมถึงวิธีการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์มีความสะดวกและปลอดภัยมากขึ้น รวมถึงการซื้อสินค้าผ่านช่องทาง E-Commerce เป็นช่องทางที่สะดวกและประหยัดเวลา

จำนวนประชากรตามอายุและเพศในประเทศไทยปี 2558



จำนวนประชากรตามอายุและเพศในประเทศไทยปี 2593E



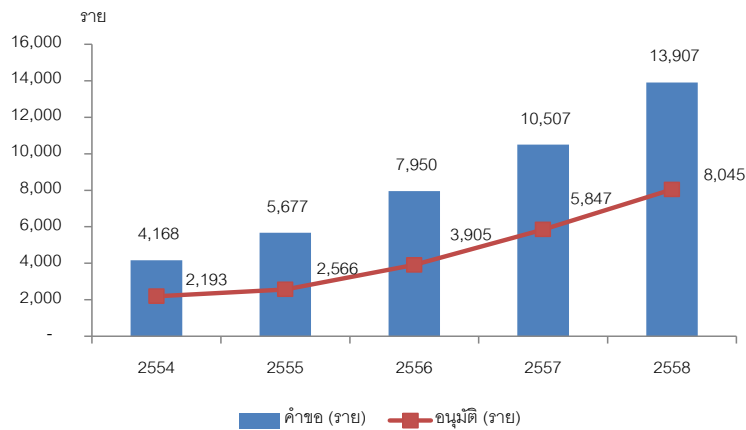
ที่มา: United Nations, World Population Prospects ฉบับแก้ไขปี 2558

นอกจากนี้ หากพิจารณาโครงสร้างประชากรในประเทศไทยอ้างอิงจาก United Nations, World Population Prospects จะพบว่าสัดส่วนประชากรที่มีอายุระหว่าง 40 ปี ถึง 79 ปี คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 44.6 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 49.1 ในปี 2593 และสัดส่วนประชากรวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20 ปี ถึง 59 ปี คาดว่าจะลดลงจากร้อยละ 60.0 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 42.1 ในปี 2593 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสัดส่วนประชากรอาวุโสจะมีปริมาณมากขึ้นเรื่อยๆ พร้อมกับการลดลงของประชากรในวัยทำงาน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากขึ้นดังกล่าว ส่งผลให้มีความต้องการในผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวพรรณเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่สามารถชะลอวัยและลดริ้วรอย เนื่องจากผู้คนมีความต้องการที่จะดูอ่อนกว่าวัย และรักษาความงามของสภาพผิวที่เปลี่ยนแปลงไป จึงถือเป็นโอกาสที่ดีในการทำธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคต

(1.1) ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวเป็นตลาดที่มีศักยภาพ มีมูลค่าตลาดสูงและมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภค และสภาพแวดล้อม ธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวจึงมีการแข่งขันสูง มีผู้ประกอบการจำนวนมากทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ซึ่งรวมถึงผู้ประกอบการต่างประเทศที่มีเครื่องหมายการค้าที่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

สถิติการขอจดทะเบียนผลิตและอนุมัติให้ผลิตเครื่องสำอาง



ที่มา: กระทรวงสาธารณสุข

โดยจากสถิติการขอจดทะเบียนผลิตเครื่องสำอางจากกระทรวงสาธารณสุข ตั้งแต่ปี 2554 – 2558 พบว่า มีสถิติที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนคำขอการจดทะเบียนผลิตและอนุมัติให้ผลิตเครื่องสำอาง โดยในปี 2558 มีผู้มาขอจดทะเบียนผลิตเครื่องสำอาง จำนวน 13,907 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 32.4 ในขณะที่อนุมัติให้ผลิตเครื่องสำอางในปี 2558 มีจำนวน 8,045 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 37.6 แสดงให้เห็นถึงความต้องการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ความงามที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีความคาดหวังมากขึ้นต่อคุณสมบัติที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ และมีความระมัดระวังและทุ่มเทเวลามากขึ้นเพื่อที่จะทำความรู้จักผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด รวมถึงการพิจารณารายการส่วนผสมประกอบต่างๆ และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตได้กล่าวไว้ จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้ประกอบการในการแข่งขันแบ่งรายได้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว ที่มีการแข่งขันสูง

ตัวอย่างสินค้าตามการวางตำแหน่งทางการตลาด



ที่มา: บริษัทฯ

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

หากพิจารณาตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวในประเทศไทย ตามข้อมูลของ The Nielsen Company ที่แสดงข้อมูลตามประเภทของหมวดผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) (2) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Moisturizer) (3) ผลิตภัณฑ์แผ่นมาสก์บำรุงผิวหน้า (Facial Mask) และ (4) ผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap) ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทฯ เทียบกับผู้ประกอบการอื่นๆ สามารถแสดงได้ดังนี้

ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer)

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

ที่มา: The Nielsen Company

หมายเหตุ: ¹ จัดลำดับโดยอ้างอิงข้อมูลในปี 2560

ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Moisturizer)

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

ที่มา: The Nielsen Company

หมายเหตุ: ¹ จัดลำดับโดยอ้างอิงข้อมูลปี 2560

ตลาดผลิตภัณฑ์แผ่นมาสก์บำรุงผิวหน้า (Facial Mask)

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

ที่มา: The Nielsen Company

หมายเหตุ: ¹ จัดลำดับโดยอ้างอิงข้อมูลปี 2560

ตลาดผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap)

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

ที่มา: The Nielsen Company

หมายเหตุ: ¹ จัดลำดับโดยอ้างอิงข้อมูลปี 2560

² บริษัทฯ เริ่มจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (NAMU LIFE SNAILWHITE Crème Body Wash) เมื่อปี 2559

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถรักษายอดขายและมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในหมวดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) อยู่ในลำดับที่ 8 ที่ร้อยละ 3.8 ในปี 2560 ซึ่งขึ้นมาจากลำดับที่ 9 ที่ร้อยละ 3.6 ในรอบปี 2559 ซึ่งหนึ่งในเหตุผลหลักที่ทำให้บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น นั้นมาจากกลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่ออกผลิตภัณฑ์ชนิดซอง (Sachet) SNAILWHITE Day Cream เพื่อขยายฐานลูกค้าในร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ได้ง่ายขึ้น อีกทั้งบริษัทฯ

ได้มีการออกผลิตภัณฑ์ Snailwhite Gold เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจเรื่องปัญหาวัยร่วงรอย (Anti-Aging) ที่มีกำลังซื้อสูงขึ้นด้วย ทั้งนี้ยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทฯ ติด 1 ใน 10 แปรณต์ที่มียอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในหมวดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ ปี 2557 จนถึงปัจจุบันในส่วนของตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (Body Moisturizer) ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้น อยู่ในลำดับ 15 ที่ร้อยละ 0.6 สำหรับปี 2560 เนื่องจากในช่วงไตรมาส 2 ปี 2560 บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster SPF เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในปี 2560 และมีการปรับขนาดของสินค้า NAMU LIFE SNAILWHITE Body Booster เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคและยังมีสินค้าขนาดทดลองวางขายในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงการตอบรับอันดีต่อสินค้าจากผู้บริโภค

สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์แผ่นมาสก์บำรุงผิวหน้า (Facial Mask) มีส่วนแบ่งการตลาดที่ร้อยละ 2.3 ในรอบปี 2560 ซึ่งปัจจุบัน ตลาดสินค้ากลุ่มมาสก์บำรุงผิวหน้าได้มีการออกผลิตภัณฑ์ที่ใช้นวัตกรรมใหม่ เพื่อเพิ่มความความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งกลุ่มสินค้าชนิดนี้เป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มมาสก์ที่ไม่ต้องล้างออก (Sleeping Mask) ซึ่งทางบริษัทได้ผลิตสินค้า Snail White Overnight Firming Mask เพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภค

ในส่วนของผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap) บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากลำดับที่ 57 ในปี 2559 เป็นลำดับที่ 16 ในปี 2560 ซึ่งคาดว่าเกิดจากการขยายช่องทาง การจัดจำหน่ายไปสู่ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience store) มากขึ้น ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงง่ายในส่วนของผลิตภัณฑ์สบู่เหลว (Liquid Soap) โดยผลิตภัณฑ์สบู่เหลวของบริษัทฯ (NAMU LIFE SNAILWHITE Crème Body Wash) เริ่มจัดจำหน่ายในไตรมาส 4 ปี 2559 ได้รับผลตอบรับอย่างดี และบริษัทฯ ได้มีการทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่นในตลาดและเพื่อดึงดูดผู้บริโภคมากขึ้น

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

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

ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer)			ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)		
ลำดับ ที่ ¹	เครื่องหมาย การค้า	ชื่อสินค้า	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
1	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream	4.4 (1)	3.7 (1)	2.7 (1)
2	Dermo Expertise	Revitalift Anti-Wrinkle and Firming Day Cream	0.0	1.4	1.6
3	Olay	Regenerist Micro-Sculpting Cream	0.9	1.2	1.3
4	Dermo Expertise	Revitalift Anti-Wrinkle and Firming Night Cream	0.1	1.1	1.3
5	Olay	Total Effect 7In1 Day Cream Normal Spf15	1.5	1.6	1.1
6	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream	0.1 (247)	0.8 (10)	1.1 (6)
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
56	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle ²	N/A	0.2 (131)	0.4 (56)

ที่มา: The Nielsen Company

หมายเหตุ: ¹ จัดลำดับโดยอ้างอิงข้อมูลปี 2560

² บริษัทฯ เริ่มจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle เมื่อไตรมาส 2 ปี 2559

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

ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer)			ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)		
ลำดับ ที่ ¹	เครื่องหมายการค้า	ชื่อสินค้า	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
1	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream	17.7 (1)	13.3 (1)	9.6 (1)
2	Olay	Regenerist Micro- Sculpting Cream	3.4	4.4	4.2
3	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream	0.4 (66)	3.0 (4)	3.5 (3)
4	Olay	Regenerist Advanced Anti-aging Micro- Sculpting Cream Moisturizer Night	2.2	3.3	3.4
5	Eucerin	Elastic Filler Serum In Oil	N/A	2.6	2.5
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
21	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle	N/A	0.8 (34)	1.2 (21)
30	NAMU LIFE SNAILWHITE (ลำดับ)	NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream SPF20 PA+++	N/A	N/A	0.9 (30)

ที่มา: The Nielsen Company

หมายเหตุ: ^{/1} จัดลำดับโดยอ้างอิงข้อมูลปี 2560

^{/2} ส่วนแบ่งการตลาดคำนวณจากมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) ที่มีราคามากกว่า 800 บาทต่อชิ้น

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

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

ทั้งนี้ บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายเดียวที่ใช้สารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์ ที่มียอดขายอยู่ในผลิตภัณฑ์ 100 ลำดับแรกที่มียอดขายสูงสุด นอกจากนี้ NAMU LIFE SNAILWHITE Facial Cream และ NAMU LIFE SNAILWHITE Concentrate Facial Cream ยังติดอันดับ 1 และอันดับ 3 ของสินค้าที่ขายดีที่สุดสำหรับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Moisturizer) ที่มีราคามากกว่า 800 บาทต่อชิ้นอีกด้วย และมี NAMU LIFE SNAILWHITE Miracle NAMU LIFE SNAILWHITE Day Cream และ NAMU LIFE SNAILWHITE Gold Facial Cream อยู่ในลำดับที่ 21 และ 30 ตามลำดับ

ทั้งนี้ สำหรับการเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่น บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ประกอบการที่จัดจำหน่ายสินค้าที่ใกล้เคียงกับสินค้าของบริษัทฯ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายค่อนข้างกว้าง นำเสนอราคาขายในระดับที่ใกล้เคียงกัน และที่สำคัญคือมีเครื่องหมายการค้าซึ่งเป็นที่จดจำของลูกค้า รวมทั้งมีการกระจายสินค้าที่เข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	NAMU LIFE SNAILWHITE	BEAUTY	KAMART	Oriental Princess	Cute Press	Smooth E	Skin Food	Yves Rocher	The Body Shop	Etude House
ผู้จัดจำหน่าย ¹	บริษัทฯ	บมจ. บิวตี้ คอมมูนิตี้	บมจ.คาร์ มาร์ท	บจ. โอ.พี. เนเชอรัล โปรดักส์	บจ.เอส เอสยูพี กรุงเทพ 1991	บจ. สมูท อี	บจ. มาลาดี	บจ.อีฟโร เซ่ (ประเทศ ไทย)	บจ.เอริวั นซ์ แคร์	บจ.คอส เมก้า
ปีที่ก่อตั้งบริษัท	2553	2543	2537	2528	2527	2539	2548	2535	2536	2543
จำนวนปีดำเนินงาน ²	8	18	24	33	34	22	13	26	25	18
ทุนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 (ล้านบาท)	225.0	302.3	396.0	78.0	70.0	10.0	160.0	12.5	55.0	1.0
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ (ล้านบาท) สำหรับปี 2559	1,240.2	2,539.5	1,430.3	2,519.7	1,225.7	1,205.0	619.3	577.3	341.9	10.9
อัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้จากการขายและบริการสุทธิใน 3 ปีที่ผ่านมา(CAGR)	65.6	36.7	21.3	(0.6)	1.6	5.0	9.5	7.8	(6.7)	(83.9)

ที่มา: งบการเงินบริษัท, BOL

หมายเหตุ: ¹ ตารางข้อมูลข้างต้นเป็นข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการประจำปี 2559 เท่าที่บริษัทฯ ทราบ บริษัทฯ ไม่อาจรับรองได้ว่าข้อมูลข้างต้นครอบคลุมผู้จัดจำหน่ายสินค้าทั้งหมดภายใต้เครื่องหมายการค้านี้

² บริษัทฯ เริ่มผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ NAMU LIFE SNAILWHITE ในปี 2556

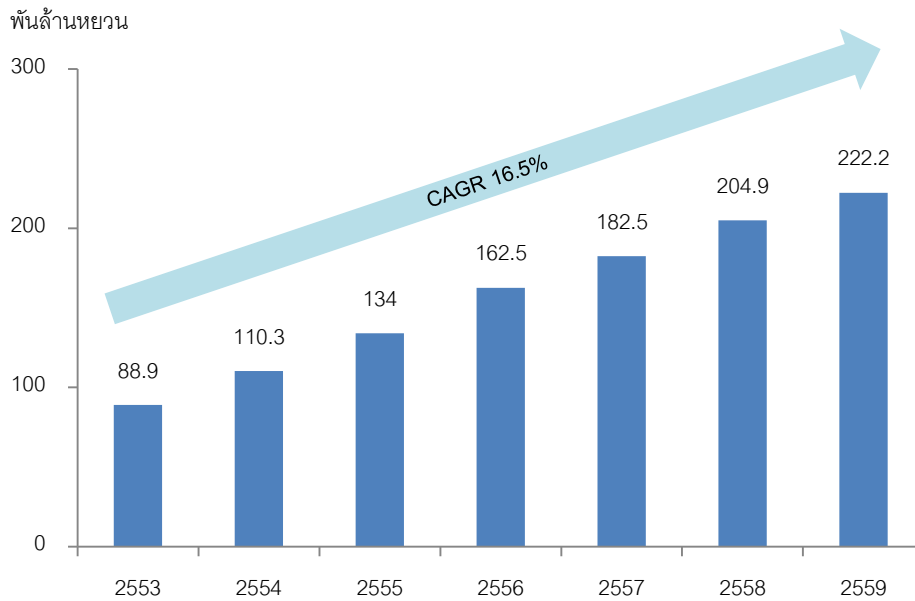
ตามข้อมูลคู่แข่งที่แสดงในตารางข้างต้น เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จะเห็นได้ว่าบริษัท มีการขยายตัวของรายได้ อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้รวมใน 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2557 – 2559) เท่ากับ ร้อยละ 65.6 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงที่สุดเทียบกับคู่แข่ง นอกจากนี้ บริษัท ยังมีศักยภาพในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากยังมีโอกาสจากตลาดส่วนอื่นๆ ที่บริษัท ยังไม่ได้มีผลิตภัณฑ์เพื่อจับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ชะลอวัยและริ้วรอย (Anti-aging) ผลิตภัณฑ์ควบคุมความมันของผิว (Oil Control) และผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชาย (For men) ดังนั้น แม้ว่าตลาดของผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวที่บริษัท ดำเนินธุรกิจอยู่นั้นจะมีอัตราการแข่งขันที่สูง แต่ บริษัท มีความเชื่อมั่นว่า ด้วยศักยภาพในการแข่งขัน ประกอบกับความมุ่งมั่นตั้งใจเพื่อที่จะสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่สุดในแต่ละปีบริโภคนั้น จะส่งผลให้บริษัท สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

(2) ตลาดในประเทศ

การส่งออกผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงปีที่ผ่านมา รวมถึงมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต เนื่องจากได้รับผลประโยชน์จากการจัดตั้งสมาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่เป็นการเปิดเสรีทางการค้า ส่งผลให้ภาชีนำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวนั้นลดลง รวมถึงผู้บริโภคต่างชาติมีมุมมองที่ดีต่อผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย จึงเป็นการเปิดโอกาสสำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศเมียนมาร์ ประเทศกัมพูชา ประเทศลาว และประเทศอื่นๆ รวมถึงประเทศจีน และฮ่องกง ที่มีกำลังซื้อในประเทศสูง ดังที่จะเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวนั้นเพิ่มจาก 82,609 ล้านบาทในปี 2558 เป็น 84,803 ล้านบาท ในปี 2559 (ตามข้อมูลการส่งออกเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว ของกรมศุลกากร) คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 2.7 แม้ว่าเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าของประเทศไทยจะชะลอตัว ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวไปยังต่างประเทศนั้นมีความเสี่ยง

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา รายได้จากช่องทางการส่งออก เกือบทั้งหมดของบริษัท มาจากประเทศจีน และประเทศฮ่องกง ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันสูงถึงประมาณร้อยละ 99 และร้อยละ 99 ของรายได้จากช่องทางการส่งออกทั้งหมดของบริษัท ในปี 2559 และปี 2560 ตามลำดับ โดยมีสาเหตุหลักมาจากการที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน โดยเริ่มจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวในประเทศไทย ได้ลองใช้สินค้า และถูกใจในคุณภาพ จึงมีการซื้อกลับไปเป็นของฝากและเกิดการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word of mouth) บริษัท จึงเห็นเป็นโอกาสที่ดีในการส่งออกไปยังประเทศจีนผ่านตัวแทนจัดจำหน่ายที่มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งผู้บริโภคชาวจีนมีมุมมองที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวของบริษัท ทั้งในด้านของคุณภาพที่เชื่อถือได้ ราคาที่สมเหตุสมผล และคุณสมบัติการบำรุงที่เหมาะสมกับสภาพผิว โดยบริษัท ได้ให้ความสำคัญกับตลาดในประเทศจีน ซึ่งตลาดประเทศจีนถือว่าเป็นหนึ่งในตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวที่มีอนาคตที่ดีสำหรับการส่งออก เนื่องจากชาวจีนมีรายได้ที่สูงขึ้น และให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพที่มากขึ้น

มูลค่าตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์ความงามในประเทศจีน



ที่มา: National Bureau of Statistics of China

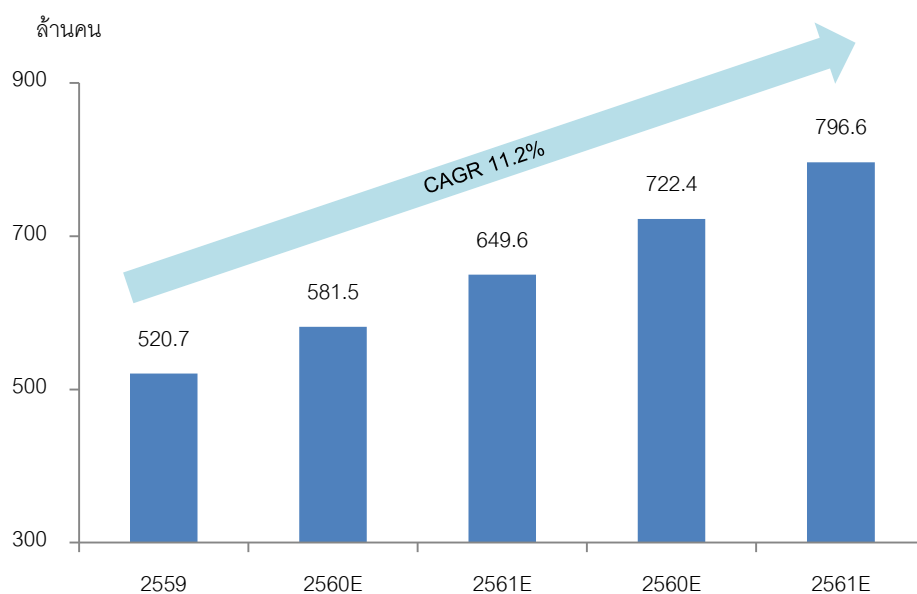
หมายเหตุ: ตลาดผลิตภัณฑ์ความงามในประเทศจีนประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skincare products) (2) ผลิตภัณฑ์แชมพูและผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม (Shampoos and hair care products) (3) ผลิตภัณฑ์แต่งหน้า (Make-up products) (4) ผลิตภัณฑ์กันแดด (Sunscreen products) (5) ผลิตภัณฑ์ชะลอวัยและลดริ้วรอย (Anti-aging products) (6) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกีฬา (Sports cosmetics) (7) ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง (Cosmeceuticals) และ (8) ผลิตภัณฑ์ความงามสกัดจากธรรมชาติ (Green/natural cosmetics)

จากข้อมูลข้างต้นมูลค่าตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์ความงามในประเทศจีนมีมูลค่าเท่ากับ 88.9 พันล้านหยวน (450.4 พันล้านบาท) ในปี 2553 และเพิ่มเป็น 222.2 พันล้านหยวน (1,125.6 พันล้านบาท) (หมายเหตุ : อัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงจากอัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ย ณ วันที่ 30 กันยายน 2560 เปิดเผยโดย ธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ 5.0659 บาท ต่อ 1 เรมินบิจิน (หยวน)) ในปี 2559 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ร้อยละ 16.5 ต่อปี ระหว่างปี 2553 - 2559 จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์ความงามในประเทศจีนมีมูลค่าตลาดและมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่สูง ซึ่งสาเหตุหลักมาจากขนาดและอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง จึงทำให้สภาพความเป็นอยู่และรายได้ของคนจีนนั้นดีขึ้น ผู้บริโภคชาวจีนจึงเริ่มหันมาดูแลตัวเองและซื้อผลิตภัณฑ์ความงามมากขึ้น รวมถึงกระแสนิยมของผู้คนวัยทำงานในเมืองทั้งผู้หญิง และผู้ชายที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ภายนอกให้ดูดี นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวจีน มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวที่มีคุณภาพ และราคาที่สูงขึ้น เมื่อมีรายได้หรือกำลังซื้อที่เพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย โดยช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศจีนได้แก่ ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าของผู้ประกอบการ (Brand store) รวมถึงร้านค้าดั้งเดิม (Traditional Trade) เช่น ร้านขายยา ซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายหลัก และร้านค้าปลีกและค้าส่งผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ และช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญและมีอัตราการเติบโตที่สูงอย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริโภคชาวจีนมีความนิยมในการซื้อผลิตภัณฑ์ความงามผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เนื่องจาก มีความสะดวกสบาย สามารถเลือกสินค้าได้หลากหลาย และมีบริการการส่งสินค้า

ประกอบกับร้านค้าต่างๆ ได้เริ่มขยายไปสู่การจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ที่สามารถสื่อสารข้อมูลกับผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น และให้ความสะดวกสบายต่อผู้บริโภคในการซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จาก การที่ในประเทศจีนมีแพลตฟอร์มการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย เช่น Tmall.com, Vip.com, Jumei.com, JD.com และ Vmei.com เป็นต้น

อนึ่ง ตลาดผลิตภัณฑ์ความงามในประเทศจีนยังมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีในอนาคต จากการคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของประเทศจีนยังสามารถเติบโตด้วยอัตราการเติบโตที่สูง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งผู้ชายและผู้หญิง ในการดูแลตัวเอง และการสร้างภาพลักษณ์ให้ดูดีที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ความงามที่มีคุณภาพดี และราคาที่สูงขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวจีนมีความนิยมในผลิตภัณฑ์ความงาม ที่เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้า หรือผู้ผลิตต่างชาติ เนื่องจากมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณภาพดี และมีความน่าเชื่อถือ โดยเห็นได้จากการที่เครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ความงามที่ถูกค้นหบบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (โดยเว็บไซต์ของ Baidu ที่เป็นโปรแกรมสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตชั้นนำของประเทศจีน) 5 อันดับแรก ได้แก่ Lancôme, Estée Lauder, Shiseido และ Osiao ตามลำดับ ซึ่งล้วนเป็นเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ความงามจากต่างประเทศ

จำนวนผู้ใช้งานในตลาด E-Commerce ของประเทศจีน (2559-2561E)



ที่มา: ข้อมูลจาก Statista

นอกจากนี้ เชนเดียวกับประเทศไทย ความนิยมของ E-Commerce เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิว (Skin Care) ในประเทศจีน โดยจากข้อมูลข้างต้นคาดการณ์ว่าจำนวนผู้ใช้งานในตลาด E-Commerce ในประเทศจีนจะมีจำนวนที่สูงขึ้นอย่างแข็งแกร่งจากจำนวน 520.7 ล้านคนในปี 2559 เป็น 796.6 ล้านคนในปี 2561 คิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ร้อยละ 11.2

NAMULIFE SNAILWHITE Facial Cream เป็นรายการสินค้าจากประเทศไทยที่ขายดีที่สุดในวัน Singles' Day (วันคนโสดของประเทศจีน) ปี 2558 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นที่นิยมและได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้บริโภคในประเทศจีน



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

บริษัทฯ ออกสินค้าเป็นการเฉพาะ (Exclusive) เพื่อขายเฉพาะประเทศจีนและมีการขายผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ในประเทศจีนในช่วงปี 2559 และครึ่งปีแรกของปี 2560 เป็นหลัก เช่น SNAILWHITE Overnight Firming Mask และ SNAILWHITE 7 Days Mask Sheets



ที่มา: <https://namulife.tmall.hk/>

ผลิตภัณฑ์ที่มีการออกเพื่อขายเน้นกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน



SNAILWHITE Royal
Jelly Facial Cream



SNAILWHITE
Essential Toner



SNAILWHITE Namu
Facial Jelly Wash

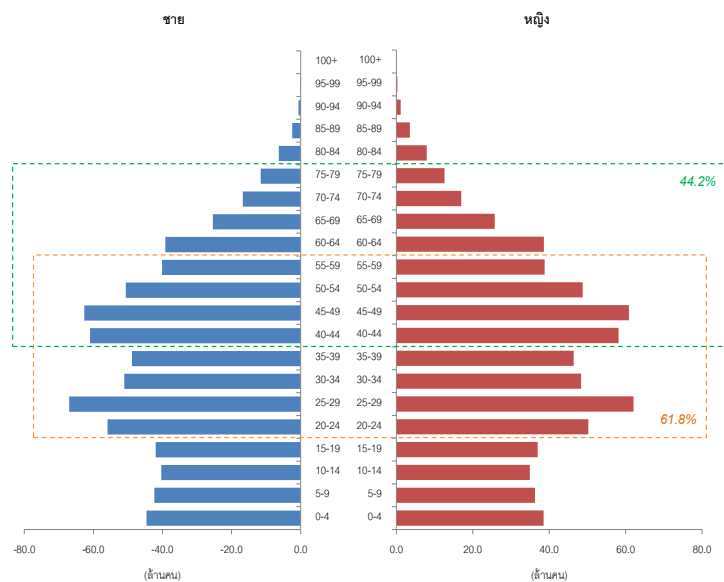


SNAILWHITE
Overnight firming
Mask



SNAILWHITE 7 Days
Mask Sheets

จำนวนประชากรตามอายุและเพศในประเทศจีนปี 2558



จำนวนประชากรตามอายุและเพศในประเทศจีนปี 2593E



ที่มา: United Nations, World Population Prospects ฉบับแก้ไขปี 2558

นอกจากนี้ หากพิจารณาโครงสร้างประชากรในประเทศจีนอ้างอิงจาก United Nations, World Population Prospects จะพบว่าสัดส่วนประชากรที่มีอายุระหว่าง 40 ปี ถึง 79 ปี คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 44.2 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 50.6 ในปี 2593 และสัดส่วนประชากรวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20 ปี ถึง 59 ปี คาดว่าจะลดลงจากร้อยละ 61.8 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 44.6 ในปี 2593 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสัดส่วนประชากรอาวุโสจะมีปริมาณมากขึ้นเรื่อยๆ พร้อมกับการลดลงของประชากรในวัยทำงาน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากขึ้นดังกล่าวคาดว่าจะส่งผลให้มีความต้องการในผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวพรรณเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่สามารถชะลอวัยและลดริ้วรอย เนื่องจากผู้คนมีความต้องการที่จะดูอ่อนกว่าวัย และรักษาความงามของสภาพผิวที่เปลี่ยนแปลงไป เช่นเดียวกับในประเทศไทย

2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์

การจัดหาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ การจัดหาวัตถุดิบ และโรงงานผลิต มีรายละเอียดดังนี้

2.5.1 การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตสินค้า ได้แก่ เคมีภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และสารเคมีที่เป็นองค์ประกอบหลัก เช่น สารสกัดจากเหือกหอยทาก อัลฟา-อัลบูติน (Alpha-Arbutin) และ ไฮยาลูโรนิก แอซิด บริษัทฯ มีการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบจากแผนประมาณการขายเพื่อให้ทราบถึงความต้องการใช้วัตถุดิบในการผลิต และส่งข้อมูลให้ฝ่ายจัดซื้อเพื่อส่งคำสั่งซื้อให้แก่ผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ โดยบริษัทฯ จะมีกำหนดสินค้าคงคลังสำรอง (Safety Stock) เพื่อป้องกันการขาดวัตถุดิบ โดยเฉลี่ยประมาณ 60 วัน และมีกระบวนการและขั้นตอนในการคัดเลือกผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ซึ่งจะ

พิจารณาเปรียบเทียบคุณสมบัติจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัตถุดิบจำนวนอย่างน้อย 2 - 3 ราย โดยมีปัจจัยในการพิจารณา ได้แก่ คุณสมบัติและคุณภาพของวัตถุดิบ ราคา คุณสมบัติและคุณภาพการให้บริการของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ซึ่งต้องเป็นไปตามแผนงานการผลิตและเงื่อนไขตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้เป็นสำคัญ สำหรับวัตถุดิบที่มีการสั่งซื้อเป็นประจำ จะมีการทบทวนราคาและคุณภาพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

สำหรับวัตถุดิบที่มีการสั่งซื้อจำนวนมากหรือมีการสั่งซื้อเป็นประจำ บริษัทฯ จะมีการประมาณการซื้อล่วงหน้า ทุกๆ ปี กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัตถุดิบดังกล่าว เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบและบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับวัตถุดิบที่มีความผันผวนทางด้านราคาบางรายการ บริษัทฯ อาจดำเนินการลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยการสั่งซื้อเป็นจำนวนมากก่อนที่จะปรับราคาสูงขึ้น และนำวัตถุดิบดังกล่าวจัดเก็บไว้ในสถานที่เก็บที่เหมาะสมที่สามารถควบคุมความสะอาดและคุณภาพของวัตถุดิบได้เป็นอย่างดี โดยบริษัทฯ มีการเจรจาทันทีกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัตถุดิบเพื่อให้ได้เงื่อนไขที่ดีจากการซื้อเป็นจำนวนมาก

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการจัดหาวัตถุดิบประเภทเคมีภัณฑ์ และสารเคมีจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในหลายประเทศ เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น และสวิตเซอร์แลนด์ ผ่านผู้จัดจำหน่ายในประเทศไทย สำหรับบรรจุภัณฑ์มีการจัดหาโดยตรงจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศเกาหลี โดยในปี 2559 บริษัทฯ มีการจัดซื้อจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 46.2 ของยอดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ไม่มีนโยบายสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายรายหนึ่งรายใดเป็นพิเศษ แต่จะพิจารณาคุณภาพของสินค้า ราคา จำนวนส่งมอบ และเงื่อนไขตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้เป็นสำคัญ โดยบริษัทฯ ได้รับระยะเวลาชำระค่าวัตถุดิบอยู่ที่ประมาณ 60-90 วัน

2.5.2 โรงงานผลิตและกำลังการผลิต

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ย้ายโรงงานผลิตจากโรงงานเดิม ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนเคหะร่มเกล้า เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ ไปยังโรงงานใหม่ ซึ่งตั้งอยู่ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อขยายฐานการผลิต โดยเริ่มดำเนินการผลิตที่โรงงานใหม่เมื่อเดือนตุลาคม 2559 ซึ่งมีกำลังการผลิตสูงสุดมากขึ้นประมาณ 4 เท่า ต่อเดือน (1 ช่วงเวลาการทำงาน (Shift)) จากโรงงานเดิมที่มีกำลังผลิตอยู่ประมาณ 400,000-500,000 ชิ้นต่อเดือน (1 ช่วงเวลาการทำงาน (Shift)) ดังนั้น บริษัทฯ คาดว่า กำลังการผลิตของโรงงานใหม่จะสามารถรองรับการเติบโตของบริษัทฯ ในช่วง 3 - 5 ปีข้างหน้า นอกจากนี้ โรงงานใหม่ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะนั้นยังมีพื้นที่สำหรับการขยายเพิ่มเติมอีกประมาณ 10 ไร่ ซึ่งบริษัทฯ มีแผนจะขยายโรงงานเพิ่มเติมในระยะที่ 2 รวมถึงจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางสำหรับใช้ประโยชน์ในอนาคต

โรงงานผลิตเดิมของบริษัทฯ ก่อนย้ายไปโรงงานผลิตแห่งใหม่ มีกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตจริงสำหรับปี 2557 2558 และ 2559 ดังนี้ ทั้งนี้ โรงงานผลิตเดิมของบริษัทฯ ไม่ได้มีการแยกประเภทเครื่องผสมระหว่าง ครีมนวดสูงและครีมนวดต่ำ จึงไม่ได้มีการเปิดเผยกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตจริงแยกตามประเภทครีมนวดดังกล่าว

กำลังผลิตโรงงานเก่า (ครีม)	หน่วย	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
กำลังการผลิตสูงสุด	ล้าน มล. ต่อปี	211.2	316.8	316.8
ปริมาณการผลิตจริง	ล้าน มล. ต่อปี	152.8	183.3	278.2
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	72.3	57.9	87.8

หมายเหตุ: กำลังการผลิตสูงสุดคำนวณจากกำลังการผลิตสูงสุดทั้งสิ้นของเครื่องจักร 1 ช่วงเวลา ช่วงเวลาละ 8

ชั่วโมงต่อวัน 4 ชั่วโมงช่วงเวลาต่อวัน 312 วัน

ต่อปี หักด้วยประมาณการสูญเสียจากการผลิต

ทั้งนี้โรงงานเก่าหยุดดำเนินการผลิตตั้งแต่เดือนกันยายน ปี 2559 เป็นต้นมา

ในปี 2560 โรงงานผลิตแห่งใหม่ของบริษัทฯ มีกำลังผลิตซึ่งสามารถแยกได้ตามประเภทครีมความหนืดสูง และครีมความหนืดต่ำดังนี้

กำลังผลิตโรงงาน ใหม่ ปี 2560	หน่วย	ครีมความหนืดสูง	ครีมความหนืดต่ำ	ครีม
กำลังการผลิตสูงสุด	ล้าน มล. ต่อปี	610.0	1,293.2	1,903.2

หมายเหตุ: กำลังการผลิตสูงสุดคำนวณจากกำลังการผลิตสูงสุดทั้งสิ้นของเครื่องจักร 1 ช่วงเวลา ช่วงเวลาละ 10

ชั่วโมงต่อวัน 244 วันต่อปี หักด้วยประมาณการสูญเสียจากการผลิต

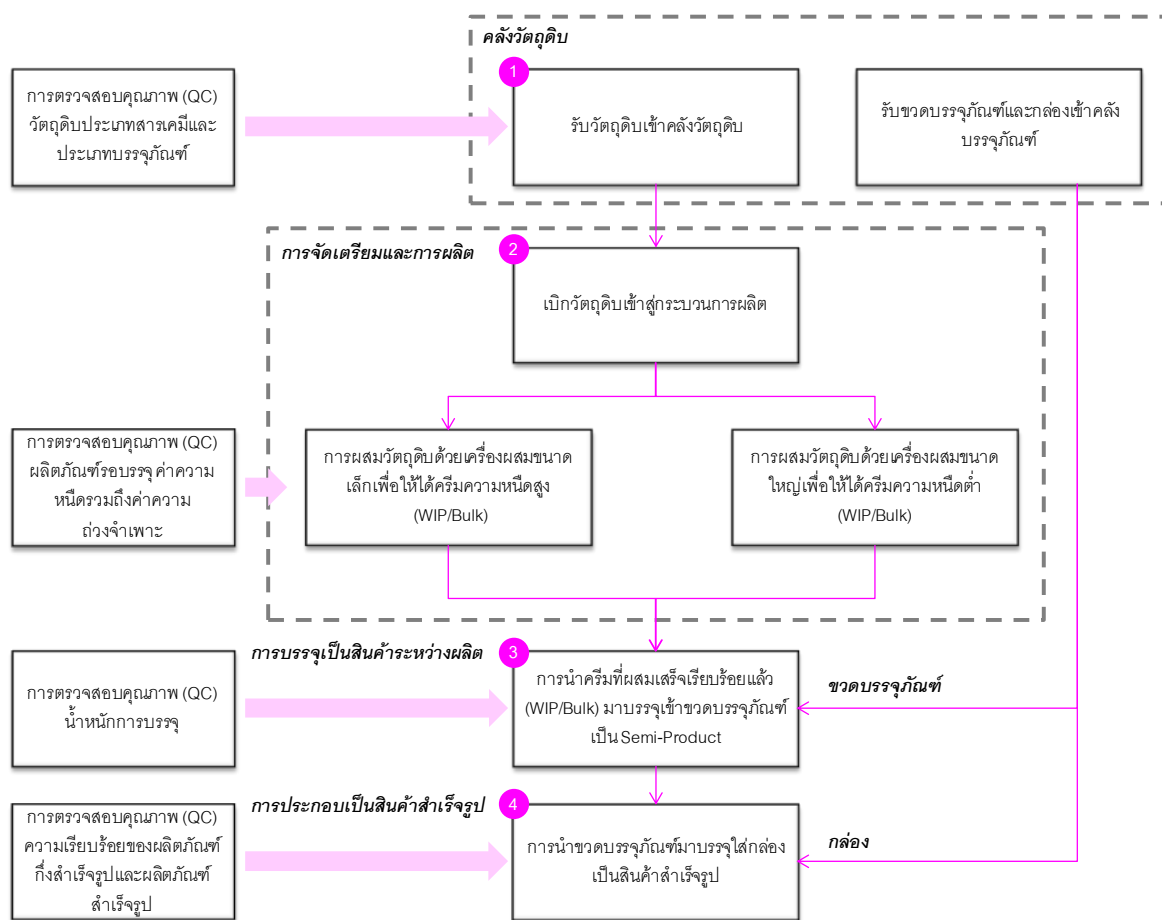
สำหรับปี 2560 โรงงานผลิตแห่งใหม่ของบริษัทฯ มีกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตจริงซึ่งสามารถแยกได้ตามประเภทครีมความหนืดสูง และครีมความหนืดต่ำดังนี้

กำลังผลิตโรงงานปี 2560	หน่วย	ครีมความหนืดสูง	ครีมความหนืดต่ำ	ครีม
กำลังการผลิตสูงสุด	ล้าน มล. ต่อปี	610.0	1,293.2	1,903.2
ปริมาณการผลิตจริง	ล้าน มล. ต่อปี	258.90	818.50	1,077.40
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	42.4	63.3	56.6

หมายเหตุ: กำลังการผลิตสูงสุดคำนวณจากกำลังการผลิตสูงสุดทั้งสิ้นของเครื่องจักร 1 ช่วงเวลา ช่วงเวลาละ 10 ชั่วโมง

ต่อวัน 265 วันสำหรับปี 2560 หักด้วยประมาณการสูญเสียจากการผลิต

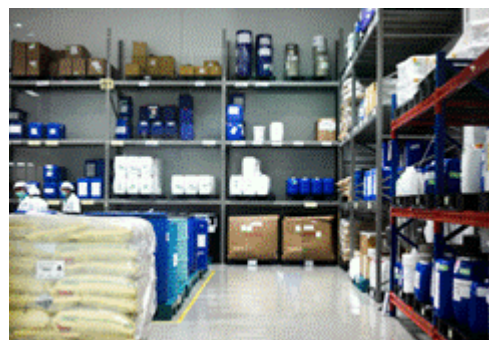
2.6 กระบวนการผลิต



กระบวนการผลิตของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.) คลังวัตถุดิบ

ขั้นตอนการผลิตสินค้าของบริษัทฯ นั้นจะเริ่มจากการที่ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบทำการจัดส่งวัตถุดิบมาที่คลังสินค้าของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ จะทำการตรวจสอบรายการวัตถุดิบที่ได้รับว่าถูกต้องและครบถ้วนตามจำนวน และมีการสุ่มตรวจทุกชุดการส่งวัตถุดิบ (Batch) ของปริมาณวัตถุดิบที่รับมา เพื่อตรวจสอบวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ สภาพสินค้า หีบห่อบรรจุ ขนาด และน้ำหนักตามที่กำหนดไว้ และลงบันทึกจำนวนวัตถุดิบในระบบบัญชีสินค้าคงเหลือ จากนั้นจะนำวัตถุดิบไปจัดเก็บในห้องเก็บสินค้าตามอุณหภูมิที่เหมาะสมของแต่ละประเภทวัตถุดิบ เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของวัตถุดิบให้มีคุณภาพ ภายใต้ระบบการบริหารจัดการแบบเข้าก่อนออกก่อน (First In First Out : FIFO) เพื่อให้วัตถุดิบหมุนเวียนสม่ำเสมอและลดความเสียหายจากสินค้าหมดอายุ ในส่วนของคลังวัตถุดิบนั้น บริษัทฯ มีทั้งส่วนของคลังภายในโรงงานของบริษัทฯ เพื่อจัดเก็บวัตถุดิบที่สำคัญที่มีการเบิกใช้บ่อย และการเช่าคลังสินค้าเพิ่มเติมจากภายนอก เพื่อจัดเก็บวัตถุดิบที่คงทน เช่น บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น



2.) การจัดเตรียมและการผลิต

ตามที่ฝ่ายผลิตจะใช้ข้อมูลการประมาณการขายของฝ่ายขาย มาใช้ในการวางแผนการผลิตและประมาณการใช้วัตถุดิบ และเบิกวัตถุดิบจากคลังวัตถุดิบ โดยในการวางแผนผลิตฝ่ายผลิตจะมีการกำหนดสินค้าคงคลังสำรอง (Safety Stock) ประมาณ 60 วันเพื่อป้องกันการขาดสินค้า

กระบวนการผลิตของฝ่ายผลิตจะแบ่งเป็นสายการผลิตตามประเภทผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มจากการนำวัตถุดิบมาผสมด้วยสัดส่วนต่างๆ ตามสูตร ซึ่งมีขั้นตอนการปฏิบัติงานในการจัดเตรียมและผสมให้พนักงานปฏิบัติตาม เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานเดียวกัน โดยวัตถุดิบแต่ละชนิดนั้นจะถูกผสมด้วยเครื่องปั่น ในขนาดที่ต่างกัน โดยครีมที่มีความหนืดต่ำหรือมีลักษณะเป็นน้ำ จะถูกผสมด้วยเครื่องผสมขนาดใหญ่ที่มีขนาดประมาณ 3,000 กิโลกรัม ส่วนครีมที่มีความหนืดสูงจะถูกผสมด้วยเครื่องผสมขนาดเล็กที่มีขนาด 200 - 300 กิโลกรัม หลังจากผลิตเสร็จจะมีฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์ไปตรวจสอบคุณภาพ เมื่อครีมได้คุณภาพที่ผ่านตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดแล้ว จะนำไปผ่านกระบวนการบรรจุเป็นสินค้าระหว่างผลิต (semi-product) ต่อไป



3.) การบรรจุครีมลงขวดบรรจุภัณฑ์ เป็นสินค้าระหว่างผลิต (semi-product)

ฝ่ายการผลิตจะนำครีมที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว มาทำการบรรจุขวดเพื่อให้เป็นสินค้าระหว่างผลิต ยกเว้นสำหรับสินค้าบางชนิดที่เป็นรายการสั่งพิเศษ (Made-to-order) ที่จะนำไปเข้าสู่กระบวนการประกอบใส่บรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปเลย สำหรับรายการปกติ สินค้าระหว่างผลิต จะเก็บไว้ที่คลังสินค้าเพื่อรอการปรับแต่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ซึ่งกำหนดโดยแผนการผลิต เพื่อดำเนินการประกอบหรือบรรจุลงกล่องเพื่อให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปต่อไป



4.) การนำขวดบรรจุภัณฑ์ใส่กล่องเป็นสินค้าสำเร็จรูป

ภายหลังจากที่บรรจุสินค้าเป็น สินค้าระหว่างผลิตแล้ว ฝ่ายผลิตจะประกอบและบรรจุสินค้านี้ลงกล่อง เพื่อให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปและรวมเป็นแพ็คเกจที่จะพร้อมขนส่งไปสู่ผู้จำหน่ายโดยหน่วยงานขนส่ง ซึ่งปัจจุบันขั้นตอนการประกอบและบรรจุลงกล่องนั้นบริษัทฯ ได้ใช้พนักงานเป็นหลัก เนื่องจากการประกอบและบรรจุสินค้านี้ลงกล่องนั้นเป็นขั้นตอนที่ต้องอาศัยความปราณีต อย่างไรก็ตาม ในอนาคตบริษัทฯ มีแผนที่จะนำเครื่องจักรที่สามารถปฏิบัติขั้นตอนการประกอบและบรรจุลงกล่องได้อย่างแม่นยำมาใช้ทดแทนพนักงานบางส่วน เพื่อลดต้นทุนและความผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้



การควบคุมคุณภาพ

บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพของสินค้า โดยในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน บริษัทฯ ได้จัดตั้งแผนกควบคุมคุณภาพ หรือ QC เพื่อทำการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในเกณฑ์ และมาตรฐานที่ดี ก่อนทำการจัดส่งให้ผู้บริโภค ตั้งแต่การรับวัตถุดิบจากการคัดสรรอย่างละเอียด จนถึงกระบวนการบรรจุ โดยมีขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพของแผนกควบคุมคุณภาพดังนี้

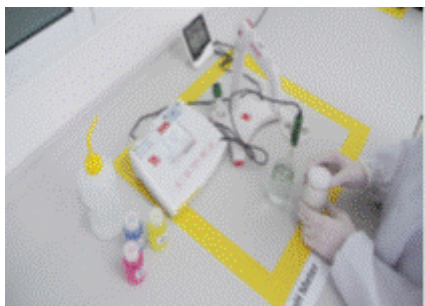
1. การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบประเภทสารเคมี



2. การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบประเภทบรรจุภัณฑ์



3. การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์รอบบรรจุ



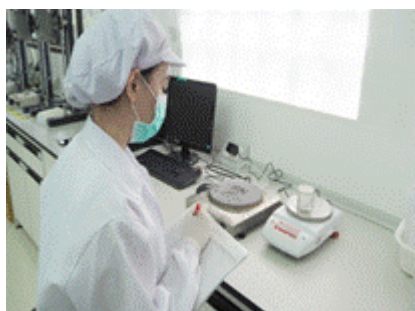
4. การตรวจสอบค่าความหนืด



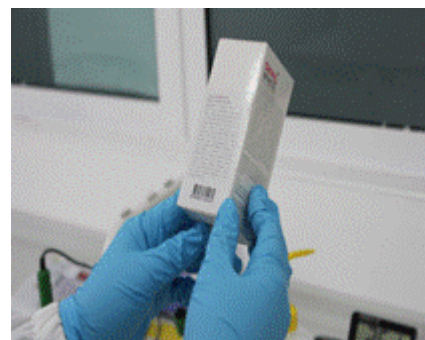
5. การตรวจสอบค่าความถ่วงจำเพาะ



6. การตรวจสอบน้ำหนักการบรรจุ



7. การตรวจสอบความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์ทั้งสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป



2.7 ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ

จากผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทฯ ที่กล่าวมาข้างต้นจัดเป็นเครื่องสำอางตามมาตรา 4 ของ พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางมีอยู่ 2 ฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ซึ่งกำกับดูแลการผลิต นำเข้าและขายเครื่องสำอาง และพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ซึ่งควบคุมดูแลการประกอบกิจการโรงงานตั้งแต่ขั้นตอนการจัดตั้งจนถึงขั้นตอนการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

2.7.1 การผลิตเครื่องสำอาง

บริษัทฯ ได้ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ภายในเขตประกอบการสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการจัดตั้งและการประกอบกิจการโรงงานดังกล่าว บริษัทฯ ได้ดำเนินการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 มาตรา 30 และมาตรา 12 ซึ่งกำหนดให้การประกอบกิจการโรงงานภายในเขตประกอบการอุตสาหกรรม ได้รับยกเว้นไม่ต้องได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน อย่างไรก็ตาม การประกอบกิจการโรงงานดังกล่าวจะต้องปฏิบัติตามกฎกระทรวงและบทบัญญัติอื่นที่ออกมาควบคุมการประกอบกิจการโรงงานตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ในกรณีนี้ บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎกระทรวงและบทบัญญัตินี้ดังกล่าวแล้ว ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้รับหนังสือรับรองการประกอบกิจการโรงงานในเขตประกอบการอุตสาหกรรมสำหรับการประกอบกิจการผลิตเครื่องสำอางจากกระทรวงอุตสาหกรรมแล้ว

2.7.2 การผลิตเพื่อจำหน่ายเครื่องสำอาง

สำหรับการผลิตเพื่อจำหน่ายเครื่องสำอางนั้น บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 มาตรา 14 ซึ่งกำหนดให้ผู้ที่จะประสงค์จะผลิตเครื่องสำอางเพื่อจำหน่ายต้องจดทะเบียนรายละเอียดยของเครื่องสำอางต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ในกรณีนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนรายละเอียดยของเครื่องสำอางเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ การจดทะเบียนรายละเอียดยของเครื่องสำอางดังกล่าว เป็นมาตรการที่อย. ออกมาเพื่อควบคุมการผลิตหรือการนำเข้าเครื่องสำอางเพื่อจำหน่ายในท้องตลาด โดยเป็นการป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภคจากการใช้ เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมที่ไม่ปลอดภัย เนื่องจากการจดทะเบียนรายละเอียดยของเครื่องสำอาง ผู้จดทะเบียนจะต้องระบุส่วนประกอบหรือสูตรของเครื่องสำอางนั้นๆ เพื่อให้อย. ทำการตรวจสอบ โดยเครื่องสำอางที่จะได้รับการจดทะเบียนต้องเป็นเครื่องสำอางที่ไม่มีส่วนประกอบเป็นสารต้องห้ามหรือมีส่วนประกอบเป็นสารต้องห้ามแต่ไม่เกินปริมาณที่อย. กำหนด

2.7.3 การรับจ้างผลิตเครื่องสำอาง

สำหรับการรับจ้างผลิตเครื่องสำอางนั้น บริษัทฯ ได้ทำการรับจ้างผลิตเครื่องสำอางให้แก่ผู้ว่าจ้าง โดยผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอางมีหน้าที่ต้องจดทะเบียนรายละเอียดยของเครื่องสำอางต่ออย. เช่นเดียวกับการผลิตเพื่อจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 มาตรา 14 เนื่องจากการรับจ้างผลิตเป็นรูปแบบในการผลิตเครื่องสำอางอย่างหนึ่ง ผู้รับจ้างผลิตจึงต้องดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรการที่ออกมาเพื่อควบคุมการผลิตเครื่องสำอางเช่นเดียวกันกับกรณีผลิตเพื่อจำหน่ายเครื่องสำอาง ในกรณีนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนรายละเอียดยของเครื่องสำอางที่รับจ้างผลิตต่ออย. เรียบร้อยแล้ว

2.8 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการดำเนินงานอย่างมีคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญและมีมาตรการสำหรับป้องกันและควบคุมผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จากการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่ผ่านมานั้นไม่ได้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่มีเพียงแค้ไขมันซึ่งเป็นของเสียจากกระบวนการผลิต ซึ่งบริษัทฯ ได้ทำการบำบัดของเสียดังกล่าวให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานของสวนอุตสาหกรรม ก่อนจะทำการปล่อยน้ำออกจากโรงงาน ซึ่งจะถูกนำไปบำบัดผ่านทางถังบำบัดน้ำเสียของสวนอุตสาหกรรมต่อไป

2.9 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ที่อาจจะมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ และแนวทางในการป้องกันความเสี่ยง สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ความเสี่ยงจากการที่รายได้ของบริษัทฯ อยู่ภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชื่อ “SNAILWHITE” เพียงอย่างเดียว

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

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยใส่ใจรายละเอียดในทุกกระบวนการดำเนินงานรวมถึงจัดให้มีการตรวจสอบเพื่อควบคุมคุณภาพการผลิต เพื่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก บริษัทฯ จึงเชื่อว่า ความเสี่ยงจากการที่ภาพลักษณ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์จะถูกผลกระทบในเชิงลบนั้นมีโอกาสเกิดขึ้นได้น้อย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนที่จะออกเครื่องหมายการค้าอื่นสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของกลุ่มผู้บริโภคอื่นๆ ซึ่งจะเป็นการขยายฐานลูกค้าและกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกลุ่มผลิตภัณฑ์เดิมได้

3.1.2 ความเสี่ยงจากการที่รายได้ของบริษัทฯ กระจุกตัวอยู่ที่ผลิตภัณฑ์ SNAILWHITE Facial Cream

จากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา รายได้หลักของบริษัทฯ มาจากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ SNAILWHITE Facial Cream เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้ผลตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี โดยในปี 2558 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ SNAILWHITE Facial Cream คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59 ร้อยละ 57 และร้อยละ 43 ของยอดขายทั้งหมดก่อนหักส่วนลดทางการค้า ตามลำดับ ดังนั้น หากมีผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์และ/หรือ การลดลงของยอดขายของผลิตภัณฑ์ SNAILWHITE Facial Cream อาจทำให้ผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทฯ ลดลงอย่างมีนัยสำคัญได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้มีการคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนรายได้ของ SNAILWHITE Facial Cream ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวน 10 ผลิตภัณฑ์โดยในปี 2557 2558 และ 2559 และ บริษัทฯ มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์ในปี 2560 ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าสัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต่อยอดขายทั้งหมดของบริษัทฯ จะเพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งจะเป็นการกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผลิตภัณฑ์ SNAILWHITE Facial Cream ได้

3.1.3 ความเสี่ยงจากการที่ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทฯ มีสารสกัดจากเปลือกหอยทากเป็นส่วนประกอบหลัก

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทุกผลิตภัณฑ์มีสารสกัดจากเปลือกหอยทากเป็นส่วนประกอบที่สำคัญและบริษัทฯ ใช้ส่วนประกอบนี้ในการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ดังนั้น หากเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน การขาดแคลนหรือความยากลำบากในการจัดหาสารสกัดจากเปลือกหอยทาก เนื่องจาก สารสกัดจากเปลือกหอยทากเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติ ซึ่งปริมาณที่มีในธรรมชาติไม่สามารถควบคุมได้ รวมถึงหากความนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนหรือความยากลำบากในการจัดหาสารสกัดจากเปลือกหอยทาก โดยบริษัทฯ ได้มีการติดต่อและสั่งซื้อสารสกัดจากเปลือกหอยทากจากผู้จัดจำหน่ายที่มีคุณภาพ และความน่าเชื่อถือหลายราย ซึ่งพร้อมที่จะจัดจำหน่ายสารสกัดจากเปลือกหอยทากให้กับบริษัทฯ ในกรณีที่ผู้จัดจำหน่ายบางรายมีปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบให้กับบริษัทฯ รวมถึงมีการพัฒนาทางเลือกอื่นๆ ที่จะใช้เป็นส่วนประกอบหลักแทนเปลือกหอยทากในอนาคตพร้อมกันนี้บริษัทฯ ยังได้มีการวางแผนการตลาดถึงการรับรู้ในเครื่องหมายการค้าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แทนการแสดงถึงเปลือกหอยทากที่เป็นส่วนผสมที่สำคัญเพื่อให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

3.1.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

ในปี 2558 2559 และปี 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมก่อนหักส่วนลดทางการค้า จากลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรกซึ่งมีทั้งบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าและร้านค้าสมัยใหม่ คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 986.0 ล้านบาท และ 1,167 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.3 และ ร้อยละ 68.7 ของยอดขายทั้งหมดก่อนหักส่วนลดทางการค้าของบริษัทฯ ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ 2 รายแรก ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีน คือ Riya Home ซึ่งเคยเป็นบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งของบริษัทฯ และตัวแทนจำหน่ายในประเทศรายหนึ่ง คือ บริษัท เดอะ โฟร์ทีน จำกัด (“เดอะ โฟร์ทีน”) ซึ่งเป็นบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งของบริษัทฯ โดยปี 2559 และปี 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวมก่อนหักส่วนลดทางการค้าจาก Riya Home คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 142.0 ล้านบาท และ 509 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.0 และร้อยละ 29.7 ตามลำดับ และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าค้างค้างของ Riya Home เท่ากับ 57.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.5 ของลูกหนี้การค้าทั้งหมดของบริษัทฯ และบริษัทฯ มีรายได้จากการขายก่อนหักส่วนลดทางการค้าจากเดอะ โฟร์ทีน คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 499.3 ล้านบาทในปี 2559 และ 315.7 ล้านบาทในปี 2560 หรือ

คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.7 และร้อยละ 18.4ตามลำดับ และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าค้างค้างของ เดอะ โฟร์ทีน เท่ากับ 50.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.8 ของลูกหนี้การค้าทั้งหมดของบริษัทฯ รวมบริษัทฯ มีรายได้จากลูกค้ารายใหญ่ 2 รายแรกในปี 2560 เท่ากับ 824.9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48.1ของยอดขายก่อนหักส่วนลดทางการค้าตามลำดับ และบริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าค้างค้างของลูกค้ารายใหญ่ 2 รายแรก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 รวมเท่ากับ 107.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.4 ของลูกหนี้การค้าทั้งหมดของบริษัทฯ โดยกลุ่มบริษัทฯ มีสัญญาตัวแทนจำหน่ายกับ Riya Home เป็นระยะเวลา 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561 และจะต่อสัญญาโดยอัตโนมัติอีก 1 ปี ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2562 และมีสัญญาตัวแทนจำหน่ายกับเดอะ โฟร์ทีน เป็นระยะเวลา 1 ปี และจะต่อสัญญาโดยอัตโนมัติอีก 1 ปี ซึ่งสัญญาดังกล่าว จะสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียรายได้จากลูกค้าหลักดังกล่าวหรือลูกค้าหลักไม่ซื้อสินค้าจากบริษัทฯ หรือลูกค้าหลักดังกล่าวไม่ต่อสัญญา หรือลูกค้าดังกล่าวไม่ชำระหนี้การค้า กับบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อช่องทางจำหน่ายของบริษัทฯ และอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทฯ ได้

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

3.1.5 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้าสัญชาติจีน

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

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีแผนการขยายช่องทางส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ที่มีศักยภาพ ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีฐานลูกค้าในต่างประเทศที่หลากหลาย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศให้มากขึ้น ทั้ง

ช่องทางร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) และ การขายผ่านร้านค้าของบริษัท (NAMU LIFE Shop) เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและลดการพึ่งพิงลูกค้าสัญชาติจีน

นอกจากนี้ ในกรณีที่หนึ่งในบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าตามที่กล่าวข้างต้น หยุดทำการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท และหากลูกค้าสัญชาติจีนยังมีความต้องการในผลิตภัณฑ์ของบริษัท บริษัท เชื่อว่าจะสามารถมอบหมายให้บริษัทจัดจำหน่ายสินค้านำเข้าอื่นทำหน้าที่ทดแทน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสัญชาติจีนได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัท ไม่สามารถรับประกันได้ว่าบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าที่บริษัท หามาทดแทนจะสามารถจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ได้ดีเทียบเท่ารายเดิม อย่างไรก็ดี บริษัท มีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าทั้ง 2 ราย และคาดว่าจะยังคงความสัมพันธ์ทางการค้าอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ บริษัท ยังจัดตั้งหน่วยงานพัฒนาธุรกิจต่างประเทศขึ้นเพื่อการศึกษาและเสริมสร้างความเข้าใจลูกค้าทั้งในประเทศจีนและประเทศอื่นๆ ตลอดจนสนับสนุนการตลาดประเภทต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ในเครื่องหมายการค้าและผลิตภัณฑ์อย่างแพร่หลาย และเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากลูกค้าในกลุ่มปัจจุบัน

3.1.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ผลิตขวดบรรจุภัณฑ์

บริษัท ได้ใส่ใจในทุกขั้นตอนการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการคัดเลือกขวดบรรจุภัณฑ์ ที่จะต้องมีคุณภาพและมีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะช่วยส่งเสริมการใช้งานผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งบริษัท ได้คัดสรรผู้จัดจำหน่ายโดยพิจารณาจากคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ แหล่งที่มาที่ได้มาตรฐาน และนวัตกรรมที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท และความต้องการของผู้บริโภค โดยในปัจจุบันบริษัท จัดหาขวดบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่จากผู้ผลิตในประเทศเกาหลีรายหนึ่ง เนื่องจากผู้ผลิตดังกล่าว เป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในด้านนวัตกรรมการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ เป็นเจ้าของสิทธิบัตรของขวดบรรจุภัณฑ์ที่บริษัท ต้องการใช้ โดยขวดบรรจุภัณฑ์ของผู้ผลิตรายดังกล่าว มีคุณภาพและลักษณะที่แตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น โดยในปี 2559 และในปี 2560 บริษัท ซื้อขวดบรรจุภัณฑ์เกือบทั้งหมดจากผู้ผลิตดังกล่าวซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.4 และ ร้อยละ 35.3 ของยอดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ของบริษัท ตามลำดับ ดังนั้น หากผู้ผลิตรายดังกล่าวประสบปัญหาหรือติดขัดจำกัดใดๆ จนเป็นเหตุให้ไม่สามารถผลิตและจัดส่งขวดบรรจุภัณฑ์ให้กับบริษัทฯ ได้ตามที่ตกลง หรือเป็นเหตุให้ราคาบรรจุภัณฑ์มีราคาสูงขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อบริษัท ต้องการหาขวดบรรจุภัณฑ์จากผู้ผลิตรายอื่นที่มีคุณภาพใกล้เคียงที่สุด ซึ่งหากบริษัทฯ ไม่สามารถหาผู้ผลิตรายอื่นเพื่อผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ทดแทนได้อย่างทัน่วงที่ อาจส่งผลกระทบต่อแผนการผลิตสินค้าของบริษัท และอาจทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถผลิตสินค้าได้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ เสียโอกาสทางการค้า นอกจากนี้ เนื่องจากขวดบรรจุภัณฑ์ของผู้ผลิตดังกล่าว มีนวัตกรรมและคุณสมบัติเฉพาะบางประการที่เป็นสิทธิบัตรของผู้ผลิตรายดังกล่าว การจัดหาขวดบรรจุภัณฑ์ทดแทนจากผู้ผลิตรายอื่น อาจทำให้บริษัทฯ ต้องใช้ขวดบรรจุภัณฑ์ที่เปลี่ยนไปซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า หรือประสิทธิภาพการใช้งานของผลิตภัณฑ์ได้

อย่างไรก็ดี ผู้ผลิตรายดังกล่าว เป็นผู้ผลิตขวดบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวรายใหญ่รายหนึ่งในประเทศเกาหลี จัดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศเกาหลี และมีโรงงานหลายแห่งในหลายประเทศ โดยที่ผ่านมามีจุดเด่นในเรื่องการขนส่งที่ตรงต่อเวลาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น บริษัท คาดว่าเป็นไปได้

ยากที่ผู้ผลิตรายดังกล่าวจะประสบปัญหาหรือติดขัดข้อจำกัดใดๆ จนเป็นเหตุให้ไม่สามารถผลิตและจัดส่งขวดบรรจุภัณฑ์ให้กับบริษัท ในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัท มีการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัท มีการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์จากผู้ผลิตรายดังกล่าวเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ สามารถเจรจาต่อรองกับผู้ผลิตเพื่อให้ได้เงื่อนไขทางการค้าที่ดี บริษัท คำนึงถึงความเสี่ยงดังกล่าวจึงได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ในการหาผู้ผลิตขวดบรรจุภัณฑ์รายอื่นที่สามารถผลิตขวดบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับผู้ผลิตรายดังกล่าวเพื่อป้องกันความเสี่ยงในอนาคต

3.1.7 ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย

ธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการและมีสภาวะการแข่งขันที่สูง เนื่องจากมีความต้องการของตลาดสูง โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ผู้คนหันมาดูแลใส่ใจสุขภาพ และความงามมากยิ่งขึ้น และใช้เงินลงทุนเริ่มต้นไม่มากนัก ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากต่างหันมาให้ความสนใจในการทำธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย ทั้งผู้ประกอบการในประเทศไทย และผู้ประกอบการจากต่างประเทศ โดยเฉพาะแรงกดดันจากคู่แข่งต่างประเทศ อาทิ ประเทศเกาหลี และประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในประเทศไทยอย่างมาก รวมถึงผู้ประกอบการรายเล็กเป็นจำนวนมากที่ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นไม่มากนัก ด้วยการแข่งขันดังกล่าวทำให้ผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าทดแทนที่มีลักษณะเดียวกันเป็นจำนวนมาก หลากหลายเครื่องหมายการค้า รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ความงามและดูแลร่างกาย กระแสนิยม และการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการในธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายจึงต้องสร้างความแปลกใหม่ ในขณะที่ยังต้องคงการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมีราคาที่เหมาะสมเหตุผล เพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง และทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงความแตกต่างของสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ ผู้ผลิตแต่ละรายต่างนำเอาจุดแข็ง และพยายามสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และการแข่งขันที่รุนแรงนี้อาจส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ดี บริษัท ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงได้กำหนดกลยุทธ์และให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจแก่บริษัท ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ (1) การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้าให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภค (Brand Awareness) (2) คุณภาพ ความน่าเชื่อถือและปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค (3) ความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคโดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมและหลากหลาย (4) การมุ่งมั่นในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และ (5) ทีมบริหารและบุคลากรที่เป็นบุคคลรุ่นใหม่ มีความสามารถ และมีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งบริษัท เชื่อว่า ด้วยปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลให้บริษัท สามารถแข่งขันในธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายได้ ถึงแม้ว่าจะมีการเข้ามาของผู้ประกอบการรายเล็กเป็นจำนวนมาก แต่การรักษามาตรฐานและคุณภาพในการผลิต การสร้างฐานลูกค้า และการทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จและต่อเนื่องนั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยากสำหรับผู้ประกอบการรายเล็กที่ต้องจ้างบุคคลภายนอกผลิต ไม่มีเงินลงทุนที่เพียงพอและขาดความรู้และความชำนาญในธุรกิจ

3.1.8 ความเสี่ยงจากการลอกเลียนแบบสินค้า หรือการนำเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปใช้เป็นชื่อบริษัท

ด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ การทำการตลาดที่ประสบความสำเร็จ และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาก ส่งผลให้มีสินค้าลอกเลียนแบบที่มีความคล้ายคลึงในด้านรูปลักษณะภายนอก รวมถึงสินค้าที่ลอกเลียนแบบแนวคิดของบริษัทฯ ทำให้ผู้บริโภคสำคัญผิดคิดว่าเป็นสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งสินค้าลอกเลียนแบบที่ไม่ได้คุณภาพอาจก่อให้เกิดผลข้างเคียงจากการใช้งานต่อผู้บริโภค โดยหากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว และบริษัทฯ ไม่สามารถจัดการต่อผลกระทบดังกล่าวได้อย่างทันท่วงทีจะก่อให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบต่องค์กรทั้งทางด้านภาพลักษณ์ของสินค้า และความปลอดภัยของผู้บริโภค ซึ่งอาจถูกหลอกลวงจากสินค้าลอกเลียนแบบอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์และได้รับความเสียหายจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานได้ บริษัทฯ จึงได้จดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้า และมีการส่งทีมงานไปสำรวจตลาดเพื่อหาสินค้าลอกเลียนแบบ เพื่อรวบรวมหลักฐานให้เพียงพอต่อการดำเนินการทางกฎหมายกับผู้ขายและผู้ผลิตสินค้าลอกเลียนแบบ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการสื่อสารวิธีการตรวจสอบสินค้าลอกเลียนแบบไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น และมีการคิดค้นและสร้างสรรค์รูปแบบสินค้าให้มีความแปลกใหม่และชัดเจนอยู่เสมอ เช่น นวัตกรรมสติ๊กเกอร์ป้องกันสินค้าลอกเลียนแบบ (Anti – Counterfeit Sticker) ที่ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสินค้าของแท้ได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ รวมถึงการสาธิตและให้ความรู้ถึงวิธีแยกสินค้าลอกเลียนแบบแก่ผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัทฯ และผ่านตัวแทนจำหน่าย รวมถึงพัฒนาคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ของสินค้าของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าลอกเลียนแบบ เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และป้องกันความเสี่ยงจากอันตรายของสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

นอกจากนี้ บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่บุคคลภายนอกนำชื่อเครื่องหมายการค้าหรือชื่อผลิตภัณฑ์ทั้งในปัจจุบันและในอนาคตของบริษัทฯ ไปใช้ตั้งเป็นชื่อบริษัท ซึ่งหากบุคคลดังกล่าวกระทำการใดๆ ให้ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบอาจทำให้บุคคลอื่นสำคัญผิดว่าเป็นบริษัทฯ ได้ โดยหากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว และบริษัทฯ ไม่สามารถจัดการต่อผลกระทบดังกล่าวได้อย่างทันท่วงทีจะก่อให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่สามารถป้องกันไม่ให้บุคคลภายนอกนำชื่อเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปใช้เป็นชื่อบริษัทได้ เนื่องจากเป็นสิทธิของบุคคลอื่นๆ เหล่านั้น ซึ่งสามารถพึงกระทำได้ แต่บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์มากกว่า และไม่ได้มีความกังวลว่า การที่บุคคลอื่นนำชื่อผลิตภัณฑ์/เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปใช้เพื่อเป็นชื่อบริษัทนั้นจะส่งผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญ หากเปรียบเทียบกับกรณีการเลียนแบบเครื่องหมายการค้า โดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้จดเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ในประเทศไทย และประเทศอื่นที่มีตัวแทนจำหน่ายหรือเป็นตลาดที่มีศักยภาพแล้ว รวมถึงในประเทศจีนแล้ว

โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้อนุญาตให้ตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในประเทศจีน คือ Riya Home ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ คือ Namu Life ไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของชื่อของบริษัทย่อยคือ Namu Life (Beijing) Trading Co., Ltd เพื่อการทำการตลาดในประเทศจีน

อย่างไรก็ดี การที่บริษัทฯ ยอมให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ไปตั้งเป็นชื่อบริษัทเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้ผู้ซื้อสินค้าในประเทศนั้นๆ รู้สึกรู้ว่าได้ซื้อสินค้าจาก authorized dealer จริง โดยบริษัทฯ เชื่อว่า Riya Home จะไม่กระทำการใดๆ ให้ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบต่อบริษัทฯ เนื่องจาก รายได้หลักของ Riya Home มาจากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในประเทศจีน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการเข้าทำสัญญาแนบท้ายสัญญาตัวแทนจำหน่ายระหว่างบริษัทฯ และ Riya Home เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2560 ซึ่งมีข้อกำหนดที่สำคัญโดยสรุปดังนี้ (1) เมื่อสัญญาตัวแทนจำหน่ายระหว่างบริษัทฯ และ Riya Home สิ้นสุดลง Riya Home และผู้ที่เกี่ยวข้อง ต้องเปลี่ยนชื่อบริษัทให้ไม่มีคำว่า "Namu Life" "SnailWhite" หรือชื่ออื่นใดที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ อีก (2) ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ภายหลังจากสัญญาตัวแทนจำหน่ายระหว่างบริษัทฯ และ Riya Home สิ้นสุดลง Riya Home และผู้ที่เกี่ยวข้องต้องไม่เข้าทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งใช้เครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้องกับ คำว่า "Namu Life" "SnailWhite" หรือผลิตภัณฑ์อื่นใดที่มีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบ

3.1.9 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของโรงงานของบริษัทฯ

ธุรกิจของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับความสามารถของโรงงานของบริษัทฯ ในการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มีคุณภาพได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ไม่ได้คุณภาพตามข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการผลิตของโรงงานที่อาจหยุดชะงัก จากการหยุดทำงานของเครื่องจักรนอกเหนือจากที่กำหนดไว้ตามแผนงาน ปัญหาการนัดหยุดงานของพนักงาน รวมทั้งภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย วาตภัย การผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ไม่ได้คุณภาพตามข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการผลิตของโรงงานที่หยุดชะงักอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

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

3.1.10 ความเสี่ยงจากความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย (Product Liability) หรือความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคหรือการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้โดยตรงกับผิวหนังและผิวภายในซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญของร่างกาย ซึ่งค่อนข้างเป็นอวัยวะที่มีความละเอียดอ่อนสำหรับผู้บริโภค โดยหากมีความเสียหายเกิดขึ้นต่อผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากการผลิตที่บกพร่องของบริษัทฯ ที่สามารถพิสูจน์ได้ หรือเกิดจากการที่วัตถุดิบหลักที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตสินค้านั้นไม่ได้มาตรฐานเนื่องจากบริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมกระบวนการผลิตวัตถุดิบด้วยตนเอง จากผู้จัดจำหน่ายทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ผู้บริโภคอาจเรียกร้องหรือฟ้องร้องทางกฎหมายให้บริษัทฯ ชดเชยค่าเสียหาย ซึ่งอาจมีมูลค่าสูง และอาจต้องมีการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่ไม่ปลอดภัยหรือเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรและเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ รวมถึงใบรับรองมาตรฐานสินค้าหรือใบอนุญาตการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ให้ความสำคัญในคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก จึงได้มีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนการดำเนินงานตั้งแต่การคิดค้นผลิตภัณฑ์จนไปถึงการจำหน่ายให้แก่ลูกค้า โดยบริษัทฯ มีแผนกควบคุมคุณภาพ หรือ QC เพื่อทำการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของสินค้าอย่างเข้มงวดเพื่อให้อยู่ในเกณฑ์ และมาตรฐานที่ดี ตั้งแต่ก่อนรับวัตถุดิบการผลิต และในทุกๆ ขั้นตอนการผลิต และบริษัทฯ เลือกผู้ผลิตวัตถุดิบโดยพิจารณาจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก โดยคุณสมบัติและคุณภาพของวัตถุดิบ จะต้องเป็นไปตามแผนงานการผลิต และเงื่อนไขตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้เป็นสำคัญ นอกจากนี้ ในขั้นตอนการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทฯ มีการนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวส่งให้หน่วยงานภายนอกตรวจสอบ ก่อนทำการจัดส่งให้ผู้บริโภค

3.1.11 ความเสี่ยงจากการที่กรรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทฯ อาจไม่ครอบคลุมความเสี่ยงจากความเสียหายของบริษัทฯ ได้ทั้งหมด

แม้ว่าบริษัทฯ จะมีนโยบายประกันภัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความสูญเสียและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อทรัพย์สินหลักของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงมีความเสี่ยงจากการที่กรรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทฯ อาจไม่ครอบคลุมความเสี่ยงจากความเสียหายของบริษัทฯ ได้ทั้งหมด เช่น ความเสียหายจากการก่อการร้าย ความเสียหายจากน้ำท่วม หรือในกรณีที่มูลค่าความเสียหายมีจำนวนมากกว่าจำนวนประกันภัย นอกจากนี้ บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงที่ไม่สามารถต่อกรรมธรรม์ประกันภัยได้ในราคาที่เหมาะสมหากราคาของกรรมธรรม์ปรับตัวสูงขึ้น หรือบริษัทฯ อาจไม่สามารถต่อกรรมธรรม์ได้เลย ซึ่งทั้งหมดอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ณ ปัจจุบัน ประกันภัยของบริษัทฯ ซึ่งรวมถึงประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก ครอบคลุมความเสียหายประมาณ 1,048.6 ล้านบาทซึ่งครอบคลุมมูลค่าสินทรัพย์ถาวรทั้งหมดของบริษัทฯ และคุ้มครองความสูญเสียทางการค้าในบางส่วนอีกด้วย

3.1.12 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

ในปี 2559 และในปี 2560 บริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ในสัดส่วนร้อยละ 46.2 และร้อยละ 37.1 ของยอดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ของบริษัทฯ ตามลำดับ จากผู้จัดหาในต่างประเทศซึ่งโดยหลักได้แก่ บรรจุ

ภัณฑ์ที่ส่งจากผู้ผลิตในประเทศเกาหลี ซึ่งมีการชำระค่าสินค้าทั้งหมดเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าทั้งหมดเป็นเงินบาท จึงทำให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนในกรณีที่เงินบาทอ่อนค่าลง ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนของสินค้าสำเร็จรูปนั้นเปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการบริหารความเสี่ยงโดยจัดทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward contract) เพื่อทำการลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในระดับหนึ่ง ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 70 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบหลักของบริษัทฯ

3.1.13 ความเสี่ยงจากการละเมิดข้อกำหนดในสัญญาสินเชื่อ

ปัจจุบันบริษัทฯ มีการจัดหาเงินทุนบางส่วนจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้ในการลงทุนซื้อที่ดินพร้อมโรงงาน ปรับปรุงโรงงาน และอาคารแห่งใหม่ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีการเข้าทำสัญญาเงินกู้ระยะยาวกับสถาบันการเงิน โดยมีวงเงินกู้ยืมระยะยาวเป็นสกุลเงินบาทรวม 154.2 ล้านบาท ซึ่งสัญญาเงินกู้ระยะยาวบางสัญญาได้กำหนดให้ บริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดทางการเงินต่างๆ เช่น อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอื่นๆ นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดให้การผิดข้อตกลงหรือผิดเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง หรือผิดนัดชำระหนี้ หรือสัญญาอื่นใดที่บริษัทฯ ทำไว้กับสถาบันการเงิน มีผลเป็นการผิดนัดทั้งหมดของหนี้ที่ค้างตามสัญญาเงินกู้ระหว่างบริษัทฯ กับสถาบันการเงินดังกล่าวด้วย (cross-default clause) ดังนั้น หากบริษัทฯ ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดดังกล่าวได้ จะมีผลให้เจ้าหนี้เงินกู้สามารถเรียกเก็บดอกเบี้ยในอัตราดอกเบี้ยผิดเงื่อนไขกำหนดเงื่อนไขอื่นใดเพิ่มเติม หรืออาจดำเนินการยึดหลักประกันของบริษัทฯ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของบริษัทฯ อยู่ที่ 1.17 เท่า ซึ่งเกินกว่าข้อกำหนดในสัญญาสินเชื่อฉบับหนึ่ง ที่กำหนดไว้ว่า ผู้กู้ตกลงดำรงสัดส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E) ในงบการเงินแต่ละปีไม่เกิน 1.0 เท่า ตลอดระยะเวลาที่มีวงเงินสินเชื่อกับผู้ให้กู้ โดยเริ่มต้นตั้งตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นไป ส่งผลให้บริษัทฯ แสดงยอดเงินกู้ยืมคงเหลือดังกล่าวเป็นหนี้สินหมุนเวียนในงบแสดงฐานะทางการเงิน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดทางการเงินที่สำคัญ ในช่วงต้นปี 2560 บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการและได้รับผ่อนปรนเงื่อนไขการดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E) ของบริษัทฯ สำหรับงบการเงินปี 2559 จากผู้ให้กู้ และได้เปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E) ของบริษัทฯ จากไม่เกิน 1.0 เท่าเป็นไม่เกิน 2.0 เท่า แล้วตั้งแต่วันที่ 12 พฤษภาคม 2560 และได้จ่ายคืนเงินกู้ยืมตามสัญญาสินเชื่อดังกล่าวแล้วทั้งจำนวนในเดือนสิงหาคม 2560 อย่างไรก็ตาม สำหรับสัญญาเงินกู้อื่นๆ ที่เหลืออยู่ได้มีข้อกำหนดให้ดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน 1.5 เท่า ซึ่งบริษัทฯ ไม่ได้ผิดเงื่อนไขสัญญาเงินกู้ดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการติดตามเพื่อปฏิบัติตามเงื่อนไข และข้อกำหนดต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงยังรักษาความสัมพันธ์อันดีกับสถาบันการเงินต่างๆ อีกด้วย

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

3.2.1 ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50.0 ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ คือกลุ่มครอบครัวพรพัฒน์รักษ์ ซึ่งถือหุ้นทั้งหมดในบริษัทฯ จำนวน 223.6 ล้านหุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 71 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ เพียงพอที่จะทำให้ผู้ถือหุ้นหลักดังกล่าว มีอำนาจในการควบคุมบริษัทฯ และสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด หากผู้ถือหุ้นมาประชุมไม่ครบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงข้างมากของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุม และออกเสียงลงคะแนน หรือมติพิเศษที่ต้องใช้เสียง 3 ใน 4 ของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงในการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลเรื่องกับผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา

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

3.2.2 ความเสี่ยงในการปรับโครงสร้างองค์กรและการจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจของบริษัทฯ

โดยในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการเติบโตอย่างรวดเร็วทั้งในแง่ของฐานผู้บริโภค ช่องทางการจัดจำหน่าย และยอดขาย โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นจาก 438.0 ล้านบาทในปี 2558 เป็น 1,674 ล้านบาท ในปี 2560 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ (CAGR) 56 ต่อปี รวมถึงแนวโน้มการเติบโตในอนาคตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทฯ จำเป็นจะต้องมีการปรับโครงสร้างองค์กรจากองค์กรที่มีขนาดเล็กมีบุคลากรจำนวนไม่มากและต้องจัดหาบุคลากรเพิ่มเติมในแต่ละฝ่าย การดำเนินงานโดยเฉพาะบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เพื่อที่จะรองรับการเติบโตของธุรกิจ โดยบุคลากรของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจาก 133 คน ในปี 2560 เป็น 353 คน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงหากไม่สามารถปรับโครงสร้างองค์กรได้เหมาะสมต่อการบริหารจัดการ รวมถึงหากไม่สามารถจัดหาบุคลากรได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอกับ

การดำเนินงานที่เติบโตได้ทันท่วงที ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน รวมถึง ภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้มีการเตรียมพร้อมในด้านต่างๆ โดยมีการพัฒนาระบบการดำเนินงานภายในขององค์กร อย่างต่อเนื่อง เช่น การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัยเพื่อรองรับการดำเนินงานต่างๆของบริษัทฯ การปรับ โครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมและยืดหยุ่นต่อการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการทำงานและ เพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา การพัฒนานุคลากรของบริษัทฯ ด้วยการสรรหานุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถ เป็นบุคลากรรุ่นใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถปรับเปลี่ยนเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ และ การส่งบุคลากรไปฝึกอบรมให้ความรู้ในด้านต่างๆ รวมถึงการขยายโรงงานใหม่เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจของบริษัทฯ

3.2.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้บริหารหลักและพนักงานที่มีความสามารถ

ความสำเร็จของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับความสามารถของบริษัทฯ ในการจูงใจและรักษาผู้บริหารหลักและพนักงานที่มี ความรู้ ความสามารถในการทำงาน ซึ่งบุคคลเหล่านี้รวมถึง ผู้บริหาร และพนักงานซึ่งมีประสบการณ์ในการผลิต การทำ การตลาด และการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ บริษัทฯ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ที่มีประสบการณ์ และมีความรู้ความสามารถ โดยบริษัทฯ ได้ฝึกอบรมพนักงานของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ อย่างไรก็ตาม หากบริษัทฯ ไม่สามารถ รักษากลุ่มผู้บริหารและพนักงานที่มีความสามารถไว้ได้ หรือไม่สมารถหานุคลากรมาทดแทนได้ภายในเวลาที่เหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการจูงใจและรักษาบุคลากรของบริษัทฯ และมุ่งเน้นพัฒนา ความสามารถและความรับผิดชอบของบุคลากร การวางแผนทางอาชีพ (Career Path) ของบุคลากรแต่ละระดับอย่าง ชัดเจน รวมทั้งการจัดสรรผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้และความสามารถของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการ สรรหาพนักงานใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อทดแทนบุคลากรที่สูญเสียไป เพื่อให้บริษัทฯ มีบุคลากรเพียงพอสอดคล้องกับ แผนการดำเนินงานของบริษัทฯ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรหลัก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ประเภท ที่ดิน อาคาร เครื่องจักรและอุปกรณ์ ยานพาหนะ และสินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีตามงบการเงินรวมของบริษัทฯ เท่ากับ 278.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.1 ของสินทรัพย์รวม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ราคาตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน	เป็นเจ้าของ	59.6	หลักประกันวงเงินสถาบันการเงิน ในประเทศแห่งหนึ่ง
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เป็นเจ้าของ	124.8	บางส่วนติดหลักประกันวงเงิน สถาบันการเงินในประเทศแห่งหนึ่ง
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	74.0	บางส่วนติดหลักประกันวงเงิน สถาบันการเงินในประเทศแห่งหนึ่ง
4. ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	10.8	ภายใต้สัญญาเช่าซื้อและสัญญา เช่าทางการเงิน
5. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและ ก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ	9.4	- ไม่มี -
รวม		278.6	

หมายเหตุ: บริษัทฯ ได้นำที่ดิน อาคารและเครื่องจักรอุปกรณ์ มูลค่าสุทธิตามบัญชีจำนวนประมาณ 52.92 ล้านบาท เพื่อเป็นหลักประกันวงเงิน
กู้ยืมจากสถาบันการเงิน

4.1.1 ที่ดิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีที่ดิน ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 59.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.1 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ที่ตั้งและขนาดที่ดิน (ไร่-งาน-วา)	วัตถุประสงค์การ ถือครอง	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดินบนถนนร่มเกล้า กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ จำนวน 4 แปลง ขนาดพื้นที่รวม 2 ไร่	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เป็นเจ้าของ	20.8	หลักประกันวงเงิน สถาบันการเงินใน ประเทศแห่งหนึ่ง
ที่ดินที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 2 แปลง ขนาดพื้นที่รวม 19-0-55 ไร่	ที่ตั้งสำนักงานและ โรงงานผลิต ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว	เป็นเจ้าของ	38.8	หลักประกันวงเงิน สถาบันการเงินใน ประเทศแห่งหนึ่ง
รวม			59.6	

4.1.2 อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีอาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 124.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.3 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะและที่ตั้ง	วัตถุประสงค์การถือครอง	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
อาคารโรงงานที่สวน อุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์บำรุง ผิว	เป็นเจ้าของ	103.2	บางส่วนติด หลักประกันวงเงิน สถาบันการเงินใน ประเทศแห่งหนึ่ง
อาคารสำนักงานที่ ถนนเคหะร่มเกล้า กรุงเทพฯ	อาคารสำนักงาน	เป็นเจ้าของ	21.6	บางส่วนติด หลักประกันวงเงิน สถาบันการเงินใน ประเทศแห่งหนึ่ง
รวม			124.8	

4.1.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีเครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน และระบบไฟฟ้า ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 74.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.4 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

สินทรัพย์	สถานที่ตั้ง	วัตถุประสงค์ การถือครอง	ลักษณะ กรรมสิทธิ	มูลค่าตาม บัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
เครื่องจักรที่ใช้ ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ บำรุงผิว	สวนอุตสาหกรรม โรจนะ จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	ใช้ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ บำรุงผิว	เป็นเจ้าของ	45.1	บางส่วนติด หลักประกันวงเงิน สถาบันการเงินใน ประเทศแห่งหนึ่ง
ระบบไฟฟ้า และอุปกรณ์	สวนอุตสาหกรรม โรจนะ จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	ใช้ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ บำรุงผิว	เป็นเจ้าของ	28.9	- ไม่มี -
รวม				74.0	

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

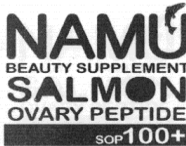
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีตามงบการเงินรวมของบริษัทฯ เท่ากับ 16.5 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.3 ของสินทรัพย์รวม

4.3 เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศไทยและต่างประเทศได้ดังนี้

ประเทศไทย

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	สำหรับ	ระยะเวลาคุ้มครอง
	ค392360	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ บำรุงผิว	26 ต.ค. 2555 – 25 ต.ค. 2565

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	สำหรับ	ระยะเวลาคุ้มครอง
	ค402274	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ บำรุงผิว	9 พ.ค. 2556 – 8 พ.ค. 2566
	ค398446	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	9 พ.ค. 2556 – 8 พ.ค. 2566
	ค402275	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ บำรุงผิว	7 พ.ค. 2556 – 6 พ.ค. 2566
	ค398444	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	7 พ.ค. 2556 – 6 พ.ค. 2566
	ค398445	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	9 พ.ค. 2556 – 8 พ.ค. 2566
	ค399259	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	9 พ.ค. 2556 – 8 พ.ค. 2566
	161112778	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ บำรุงผิว	27 มี.ค. 2558 - 26 มี.ค. 2568
	161112791	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ บำรุงผิว	14 พ.ค. 2558 - 13 พ.ค. 2568
	161108242	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ บำรุงผิว	21 พ.ค. 2558 - 20 พ.ค. 2568
	161108243	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ บำรุงผิว	21 พ.ค. 2558 - 20 พ.ค. 2568

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	สำหรับ	ระยะเวลาคุ้มครอง
	161108244	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว	21 พ.ค. 2558 - 20 พ.ค. 2568
	171102834	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว	21 พ.ค. 2558 - 20 พ.ค. 2568

ต่างประเทศ

บริษัทฯ ได้มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ในต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว มีระยะเวลาความคุ้มครอง 3 ปี นับจากวันที่ได้รับการจดทะเบียน

4.4 สรุปสัญญาที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินของบริษัทฯ

สรุปสัญญาของบริษัทฯ แยกตามประเภทสัญญา ดังนี้

4.4.1 สัญญาเช่า

สัญญา	วันทำสัญญาเช่า	ผู้ให้เช่า/ให้ใช้	ผู้เช่า/ใช้	สถานที่ตั้ง	วัตถุประสงค์ในการครอบครอง	ระยะเวลาเช่า	การต่อสัญญาเช่า
สัญญาเช่าสาขาที่ สยาม	1 กันยายน 2560	บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)	นามู โลฟ พัลส์	พื้นที่บนสถานี รถไฟฟ้า บีทีเอส สยาม	เช่าพื้นที่สำหรับร้าน NAMU LIFE เพื่อใช้เป็นสถานที่ขายสินค้า	- สัญญาเช่ามีอายุ 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ทำ สัญญา	- ผู้เช่าส่งหนังสือขอขยาย สัญญาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนสิ้นสุดสัญญา
สัญญาเช่าสาขาที่ Show DC	28 ธันวาคม 2559	บริษัท โชว์ ดี ซี คอร์ป จำกัด	นามู โลฟ พัลส์	ห้างสรรพสินค้า Show DC ชั้น 2	เช่าพื้นที่สำหรับร้าน NAMU LIFE เพื่อใช้เป็นสถานที่ขายสินค้า	- สัญญาเช่ามีอายุ 3 ปี เริ่ม ตั้ง แต่ วันที่ ทำ สัญญา	- ต่ออายุได้อีก 3 ปี
สัญญาเช่า ยานพาหนะ	29 กันยายน 2559	บริษัท ภัทรลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน)	นามู โลฟ พัลส์	-	เช่ายานพาหนะเพื่อเป็นสวัสดิการ แก่พนักงานฝ่ายขาย 8 คัน โดยมีค่า เช่าเท่ากับ 12,500-13,300 ต่อคัน ต่อเดือน	- สัญญาเช่ามีอายุ 4 ปี เริ่ม ตั้ง แต่ วันที่ 29 กันยายน 2559 หรือ 13 มีนาคม 2560	- ไม่มีการต่อสัญญาเช่าโดย ผู้เช่าส่งมอบทรัพย์สินที่เช่า คืนให้แก่ผู้ให้เช่าเมื่อครบ กำหนดสัญญา

4.4.2 สัญญาประกันภัย

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะเข้าทำประกันภัยในระดับที่เหมาะสม และสอดคล้องกับหลักปฏิบัติในอุตสาหกรรมเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับสินทรัพย์หลักของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีนโยบายที่จะต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยต่างๆ เมื่อครบอายุกรมธรรม์ อย่างไรก็ตาม ความคุ้มครองของการประกันภัยของบริษัทฯ อาจจะไม่เพียงพอหรืออาจจะไม่ครอบคลุมความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้ทั้งหมด

ทั้งนี้ ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ มีการทำกรมธรรม์ประกันภัยที่สำคัญดังนี้

	สำนักงานใหญ่	โรงงานโรจนะ	ยานพาหนะ
บริษัทประกัน	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)	บริษัทประกันภัย 4 แห่ง
ผู้เอาประกัน	บริษัทฯ	บริษัทฯ	บริษัทฯ
ประเภทกรมธรรม์	กรมธรรม์ประกันภัยความเสียหายทรัพย์สิน	กรมธรรม์ประกันภัยความเสียหายทรัพย์สิน	ประกันภัยรถยนต์
ผู้รับผลประโยชน์	บริษัทฯ	บริษัทฯ	บริษัทฯ, บริษัทสินเชื๋อเช่าซื้อ
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	- สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมฐานราก) รวมส่วนปรับปรุงต่อเติมอาคาร รั้ว กำแพง ประตู ป้อมยาม ทรัพย์สินในระหว่างการก่อสร้างหรือติดตั้ง - เพอร์นิเจอร์ตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบปรับอากาศ ระบบโทรคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบดับเพลิง หม้อแปลงไฟฟ้า ตู้ควบคุมไฟฟ้า เสาไฟฟ้า สายไฟฟ้า - เครื่องจักร อะไหล่ และอุปกรณ์ส่วนควบต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ	- สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมฐานราก) รวมส่วนปรับปรุงต่อเติมอาคาร รั้ว กำแพง ประตู - เพอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์ไฟฟ้า อุปกรณ์สำนักงาน ระบบไฟฟ้า ระบบประปา และระบบสาธารณูปโภค - เครื่องจักร อะไหล่ และอุปกรณ์ส่วนควบต่างๆ - สต็อกสินค้า วัตถุดิบ สินค้าระหว่างการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป - ขดใช้จากการที่ธุรกิจหยุดชะงัก	รถยนต์ที่เอาประกันภัย

	สำนักงานใหญ่	โรงงานโรจนะ	ยานพาหนะ
ทุนประกัน	70.5 ล้านบาท	978.1 ล้านบาท	ให้ คุ่ม ครอง เฉพาะ ข้อตกลงคุ่มครองที่มี จำนวนเงินเอา ประกันภัยตามที่ระบุไว้ เท่านั้น
ระยะเวลาเอาประกัน	4 มิถุนายน 2560 – 4 มิถุนายน 2561	31 มีนาคม 2560 – 31 มีนาคม 2561	ระยะเวลาประมาณ 1 ปี

4.5 เงินลงทุนในบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย โดยมีมูลค่าเงินลงทุนตามวิธีราคาทุน เท่ากับ 77.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.4 ของสินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะกิจการ รายละเอียดดังนี้

บริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	เงินลงทุนตามวิธีราคาทุน (ล้านบาท)
บริษัท นามู โลฟ พลาสติก จำกัด	100.0	5.0	52.6
บริษัท ดู อินฟินิท ครีม จำกัด	100.0	25.0	25.0

4.6 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในธุรกิจที่สอดคล้องกับเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และแผนกลยุทธ์ในการเติบโตของ บริษัทฯ ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีผลประกอบการหรือผลกำไรเพิ่มขึ้น หรือลงทุนในธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับ บริษัทฯ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ และเพื่อให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจหลักของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ บริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วมอาจพิจารณาการลงทุนในธุรกิจอื่นเพิ่มเติมหากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการเติบโตหรือสามารถต่อยอดทางธุรกิจ หรือเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีในการลงทุน โดยการพิจารณาการลงทุนของบริษัทฯ บริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วมนั้น บริษัทฯ จะทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของ การลงทุนและพิจารณาศักยภาพและปัจจัยความเสี่ยงจากการลงทุน โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์การลงทุนอย่างเหมาะสม ซึ่งจะต้องได้รับความเห็นชอบ และ/หรือการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการ บริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (แล้วแต่กรณี) ทั้งนี้ ในการขออนุมัติการลงทุนในบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมดังกล่าวจะต้องสอดคล้องเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ และบริษัทย่อย ไม่มีคดีความ คดีอนุญาโตตุลาการ หรือกระบวนการพิจารณาคดีอื่นใดที่มีนัยสำคัญและเกี่ยวข้องกับตรงกันบริษัทฯ และบริษัทย่อย ซึ่งเชื่อว่าจะส่งผลกระทบในทางลบอย่างร้ายแรงต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 หรือส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงิน ผลการดำเนินการ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ และแนวโน้มการดำเนินการในอนาคตของกลุ่มบริษัทฯ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 บริษัทฯ

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	: Do Day Dream Public Company Limited
ประเภทธุรกิจ	: ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงสะพานสูง เขต สะพานสูง กรุงเทพฯ 10240
ที่ตั้งโรงงาน	: 53 หมู่ 9 ถนนโรจนะ ตำบลธนู อำเภอกุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107560000109
โทรศัพท์	: 0 2917 3055
โทรสาร	: 0 2917 3054
เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท	: http://www.dodaydream.com
ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560	: 318 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560	: 316 ล้านบาท

6.2 บริษัทย่อย

6.2.1 บริษัท นามูไลฟ์ พลัส จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท นามูไลฟ์ พลัส จำกัด
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	: Namu Life Plus Company Limited
ประเภทธุรกิจ	: ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทฯ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงสะพานสูง เขต สะพานสูง กรุงเทพฯ 10240
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105558043406
โทรศัพท์	: 0 2917 1888
โทรสาร	: 0 2917 3054
เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท	: http://www.namulife.com
ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560	: 5 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560	: 5 ล้านบาท

6.2.2 บริษัท ดู อินฟินิท ดรีม จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท ดู อินฟินิท ดรีม จำกัด
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	: Do Infinite Dream Company Limited
ประเภทธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ ("International Headquarter" หรือ "IHQ") ที่ ถือหุ้นในบริษัทที่ประกอบธุรกิจในต่างประเทศ ของบริษัทฯ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า แขวงสะพานสูง เขต สะพานสูง กรุงเทพฯ 10240
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105560173851
โทรศัพท์	: 02 917 3055
โทรสาร	: 02 917 3054
ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560	: 100 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560	: 25 ล้านบาท

6.3 บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	:	0 2009 9000
โทรสาร	:	0 2009 9991

ผู้สอบบัญชี

ผู้สอบบัญชี	:	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	193/136-137 อาคารเลดริชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	0 2264 0777
โทรสาร	:	0 2264 0789-90

ที่ปรึกษากฎหมาย

ที่ปรึกษากฎหมาย	:	บริษัท วีระวงศ์, ชินวัฒน์ และพาร์ทเนอร์ส จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	540 อาคารเมอริควีทาวเวอร์ ชั้นที่ 22 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์	:	0 2264 8000
โทรสาร	:	0 2657 2222

6.4 รายละเอียดของสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจที่สำคัญ

ลักษณะของสัญญา	ระยะเวลา (โดยประมาณ)	คู่สัญญา	การต่ออายุสัญญา	การเลิกสัญญา	เงื่อนไขอื่นที่สำคัญ
สัญญาว่าจ้างจัดจำหน่ายสินค้า (Distribution Agreement) ในประเทศ	1 ปี	นามู โลฟิ และผู้แทนจำหน่าย (ทุกราย)	สัญญาส่วนใหญ่กำหนดว่า - ต่ออายุสัญญาออกไปอัตโนมัติและให้ขยายระยะเวลาออกไปอีกเป็นเวลาหนึ่งปี เว้นแต่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแสดงเจตนาของตนว่าจะไม่ต่ออายุสัญญาไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนหมดอายุสัญญา	สัญญาส่วนใหญ่กำหนดว่า - คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีหนี้สินล้มละลาย เลิกกิจการหรือผิดสัญญานี้หรือผิดนัดหนี้ใดๆ และไม่ดำเนินการแก้ไขเหตุผิดสัญญาภายใน 30 วัน - นามู โลฟิ มีสิทธิเลิกสัญญาโดยบอกกล่าวเป็นหนังสือล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 1 เดือน ถ้าผู้แทนจำหน่ายเลิกเป็นบริษัทที่ถือหุ้นร้อยละ 100 หรือถูกควบคุมโดยตรงโดยผู้ถือหุ้นในปัจจุบันของผู้แทนจำหน่าย - นามู โลฟิ มีสิทธิเลิกสัญญาโดยบอกกล่าวเป็นหนังสือล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือน ถ้า นามู โลฟิ หรือบริษัทในเครือของ นามู โลฟิ ทำความตกลงกับ	สัญญาส่วนใหญ่กำหนดว่า - นามู โลฟิ ในฐานะผู้จัดหาสินค้า ประสงค์แต่งตั้งผู้แทนจำหน่ายเป็นผู้แทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวและโดยผูกขาดซึ่งผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในอาณาเขตที่กำหนดไว้ - ผู้แทนจำหน่ายต้องซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จาก นามู โลฟิ แต่เพียงผู้เดียวและจะขายและส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าในอาณาเขตในนามของตนเอง - ผู้แทนจำหน่ายต้องไม่ผลิตหรือจัดจำหน่ายสินค้าที่แข่งขันกับผลิตภัณฑ์กับบริษัทฯ ภายในอาณาเขต และไม่เข้าทำความตกลงใดๆ เพื่อการเป็นตัวแทนจำหน่ายกับบุคคลหรือนิติบุคคลใดๆ ซึ่งแข่งขันโดยตรงหรือโดยอ้อมกับนามู โลฟิ - นามู โลฟิ จะขายสินค้าให้แก่ผู้แทนจำหน่ายตามราคาที่ระบุในรายการผลิตภัณฑ์ โดยให้ค่าตอบแทนในการกระจายสินค้าสำหรับ

ลักษณะของสัญญา	ระยะเวลา (โดยประมาณ)	คู่สัญญา	การต่ออายุสัญญา	การเลิกสัญญา	เงื่อนไขอื่นที่สำคัญ
				บุคคลภายนอกโดยแต่งตั้งให้เป็นผู้แทนจำหน่ายในเขตดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยไม่ต้องมีการจ่ายเงินชดเชยใดๆ - ผู้แทนจำหน่ายมีสิทธิเลิกสัญญาโดยส่งคำบอกกล่าวเป็นหนังสือล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือน โดยไม่ต้องมีการจ่ายเงินชดเชยใดๆ	ผู้แทนจำหน่ายเป็นอัตราร้อยละของราคาตามที่ตกลงกัน - ผู้แทนจำหน่ายจะต้องขายให้แก่ลูกค้าตามราคาที่ระบุในรายการผลิตภัณฑ์และตามแผนการส่งเสริมการขายที่นามู ไลฟ์ จัดขึ้น - นามู ไลฟ์ จะต้องชำระเงินงูใจในการขายและเงินงูใจของผู้แทนจำหน่าย ตามผลสำเร็จของเคพีไธตามที่ตกลงกัน - ผู้แทนจำหน่ายจะต้องส่งใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เช่น ส่วนลดตามแผนการส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายในการขายที่เกิดขึ้นจริง เงินงูใจในการขาย และเงินงูใจของผู้แทนจำหน่าย ตามผลสำเร็จของเคพีไธ เป็นต้น ให้แก่นามู ไลฟ์ เป็นรายเดือนโดยมีรายละเอียดตามที่นามู ไลฟ์ กำหนด
สัญญาว่าจ้างจัดจำหน่ายสินค้า (Distribution Agreement) ในต่างประเทศ	1 ปี ตั้งแต่วันที่ 26 มิถุนายน 2560	บริษัทและ Riya Home	สัญญากำหนดว่า - ต่ออายุสัญญาออกไปอัตโนมัติและให้ขยายระยะเวลาออกไปอีกเป็นเวลาหนึ่งปี เว้นแต่คู่สัญญาฝ่ายใด	สัญญากำหนดว่า - คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีสิทธิเลิกสัญญานี้โดยส่งคำบอกกล่าวเป็นลายลักษณ์อักษรตามเงื่อนไขที่ระบุในสัญญา	สัญญากำหนดว่า - บริษัท ในฐานะผู้จัดหาสินค้า ประสงค์แต่งตั้ง Riya Home เป็นผู้แทนจำหน่าย ในประเทศจีน โดยไม่มีสิทธิจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ นอกประเทศที่กำหนด

ลักษณะของสัญญา	ระยะเวลา (โดยประมาณ)	คู่สัญญา	การต่ออายุสัญญา	การเลิกสัญญา	เงื่อนไขอื่นที่สำคัญ
			ฝ่ายหนึ่งแสดงเจตนาของตนว่าจะไม่ต่ออายุสัญญา	- หากผู้แทนจำหน่ายผิดสัญญาใดๆ บริษัทฯ สามารถยกเลิกสัญญาโดยไม่ต้องบอกกล่าวล่วงหน้า	- ผู้แทนจำหน่ายต้องซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จากบริษัทฯ แต่เพียงผู้เดียว - ผู้แทนจำหน่ายซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ตามราคาและส่วนลดที่กำหนดในเอกสารแนบท้ายสัญญา - ผู้แทนจำหน่ายสามารถเบิกค่าโฆษณาและค่าการตลาดที่เกิดขึ้นจริงได้ไม่เกินอัตราที่ตกลงกัน - ผู้แทนจำหน่ายต้องไม่ผลิตหรือจัดจำหน่ายสินค้าที่แข่งขันกับผลิตภัณฑ์กับบริษัทฯ ภายในอาณาเขต และไม่เข้าทำความตกลงใดๆ เพื่อการเป็นตัวแทนจำหน่ายกับบุคคลหรือนิติบุคคลใดๆ ซึ่งแข่งขันโดยตรงหรือโดยอ้อมกับบริษัทฯ - บริษัทฯ เป็นเจ้าของสิทธิในเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และสิทธิทางทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ โดยผู้แทนจำหน่ายได้รับสิทธิในการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆ ตามที่ระบุในสัญญาเท่านั้น - ผู้แทนจำหน่ายต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา

ลักษณะของสัญญา	ระยะเวลา (โดยประมาณ)	คู่สัญญา	การต่ออายุสัญญา	การเลิกสัญญา	เงื่อนไขอื่นที่สำคัญ
					- ผู้แทนจำหน่ายตกลงที่จะรักษาข้อมูลทั้งหมดเป็นความลับ โดยไม่เปิดเผยแก่บุคคลภายนอก นอกจากมีการส่งหนังสือขออนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร - เมื่อสัญญาตัวแทนจำหน่ายระหว่างบริษัทฯ และ ผู้แทนจำหน่ายสิ้นสุดลง ผู้แทนจำหน่ายและผู้ที่เกี่ยวข้อง ต้องเปลี่ยนชื่อบริษัทให้ไม่มีคำว่า "NAMU LIFE" "SNAILWHITE" หรือชื่ออื่นใดที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ อีก - ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ภายหลังจากสัญญาตัวแทนจำหน่ายระหว่างบริษัทฯ และ ผู้แทนจำหน่ายสิ้นสุดลง ผู้แทนจำหน่ายและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องไม่เข้าทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งใช้เครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้องกับ คำว่า "NAMU LIFE" "SNAILWHITE" หรือผลิตภัณฑ์อื่นใดที่มีสารสกัดจากเมือกหอยทากเป็นส่วนประกอบ

ลักษณะของสัญญา	ระยะเวลา (โดยประมาณ)	คู่สัญญา	การต่ออายุสัญญา	การเลิกสัญญา	เงื่อนไขอื่นที่สำคัญ
สัญญาว่าจ้างผู้แสดงแบบ (Presenter)	1 ปี	บริษัทฯ และผู้แสดงแบบ (Presenter) หรือตัวแทนจัดหาผู้แสดงแบบ	- ไม่มีระบุ	สัญญาส่วนใหญ่กำหนดว่า - คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญา คู่สัญญาฝ่ายที่ไม่ใช่ฝ่ายผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที	สัญญาส่วนใหญ่กำหนดว่า - บริษัทฯ ในฐานะผู้ว่าจ้าง ตกลงให้ผู้รับจ้างเป็นผู้แสดงแบบ (Presenter) ในการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาและบันทึกเสียง ลงในภาพยนตร์โฆษณา และทำการถ่ายทำหนึ่งเพื่อจัดทำชิ้นงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ - ผู้รับจ้างต้องไปร่วมงานเปิดตัวสินค้ากับบริษัทฯ ณ สถานที่ วันและเวลาที่ทางบริษัทฯ และผู้รับจ้างตกลงกันตามจำนวนครั้งที่ระบุในสัญญา - ผู้รับจ้างตกลงอนุญาตให้ทีมงานของบริษัทฯ มีสิทธิทำการบันทึกภาพและเสียงของผู้แสดงแบบในขณะที่ทำงานที่ว่าจ้าง - ผู้รับจ้างและผู้แสดงแบบขอรับรองว่าในขณะที่เข้าทำสัญญา ผู้แสดงแบบไม่ได้เข้าทำสัญญา หรือมีหน้าที่ตามสัญญากับสินค้าคู่แข่ง

ลักษณะของสัญญา	ระยะเวลา (โดยประมาณ)	คู่สัญญา	การต่ออายุสัญญา	การเลิกสัญญา	เงื่อนไขอื่นที่สำคัญ
					- ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่มาปฏิบัติหน้าที่ตามสัญญาจ้างตามวัน เวลา และสถานที่ตามที่กำหนดในสัญญา ผู้รับจ้างยินยอมชำระค่าเสียหายให้กับบริษัทตามจำนวนเงินที่กำหนด ต่อครั้ง เว้นแต่จะเป็นเหตุสุดวิสัย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องรีบแจ้ง - ลิขสิทธิ์ในภาพในการแสดงที่ผู้รับจ้างได้ปฏิบัติให้ตกเป็นของบริษัทฯ เพียงผู้เดียว

6.5 รายละเอียดของสัญญาเงินกู้ที่สำคัญ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีการเข้าทำสัญญาเงินกู้ระยะยาวกับสถาบันการเงิน 2 แห่ง โดยมีวงเงินกู้ยืมระยะยาวเป็นสกุลเงินบาทรวม 154.2 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้กู้	วงเงินกู้ยืม	วงเงินที่เบิกใช้	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)	เงื่อนไขทางการเงินที่สำคัญ
สถาบันการเงิน แห่งหนึ่ง	60 ล้านบาท	60 ล้านบาท	ปีที่ 1-2 : MLR - 2.00 ต่อปี ตั้งแต่ ปีที่ 3 : MLR - 1.75 ต่อปี	- ดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน 2.5 เท่า - ค่าประกันโดยที่ดินอาคารและสิ่งปลูกสร้าง - ค่าประกันโดยนายสรวิศ ทรัพย์พัฒนารักษ์
สถาบันการเงิน แห่งหนึ่ง	40 ล้านบาท	40 ล้านบาท	ปีที่ 1-3 : 4.75 ต่อปี ตั้งแต่ ปีที่ 4 : MLR - 1.50 ต่อปี	- มีกำหนดชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยภายในระยะเวลา 5 ปี นับจากวันเบิกเงินกู้งวดแรก จ่ายชำระเป็นรายเดือนๆละ 805,000 บาท โดยชำระภายในวันทำการสุดท้ายของเดือน
สถาบันการเงิน แห่งหนึ่ง	28.5 ล้านบาท	28.5 ล้านบาท	MLR - 1.50 ต่อปี	- มีกำหนดชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยภายในระยะเวลา 5 ปี 6 เดือน นับจากวันเบิกเงินกู้งวดแรก จ่ายชำระเป็นรายเดือนๆละ 574,000 บาท โดยชำระภายในวันทำการสุดท้ายของเดือน โดยปลอดชำระหนี้เงินต้นเป็นระยะเวลา 6 เดือนนับจากวันที่เบิกเงินกู้งวดแรก
สถาบันการเงิน แห่งหนึ่ง	25.7 ล้านบาท	25.7 ล้านบาท	MLR - 1.50 ต่อปี	- มีกำหนดชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยภายในระยะเวลา 5 ปี 6 เดือน นับจากวันเบิกเงินกู้งวดแรก จ่ายชำระเป็นรายเดือนๆละ 517,000 บาท โดยชำระภายในวันทำการสุดท้ายของเดือน โดยปลอดชำระหนี้เงินต้นเป็นระยะเวลา 6 เดือนนับจากวันที่เบิกเงินกู้งวดแรก

นอกจากนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีวงเงินกู้ยืมระยะสั้นสกุลเงินบาทและสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ประกอบไปด้วย (1) วงเงินกู้ระยะสั้น ซึ่งหมายรวมถึง ตัวสัญญาใช้เงิน หรือ วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต หรือ วงเงินสัญญาซื้อขายล่วงหน้าและอนุพันธ์จำนวนรวม สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ 0.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ (2) หนังสือค้ำประกัน (Letter of guarantee) 35.3 ล้านบาท (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ข้อ 15 และ 17)

10. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibilities : CSR)

10.1 นโยบายภาพรวม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอยู่ภายใต้กรอบของธรรมาภิบาลที่ดี มีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ โดยมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ ตั้งมั่นที่จะดำรงตนให้เป็นบริษัทที่เป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม (Good Corporate Citizen) ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และสามารถบริหารจัดการให้เติบโตอย่างมั่นคงและเป็นที่ยอมรับในสังคม บนพื้นฐานของจริยธรรมและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งสามารถสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงผลกระทบในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ในทุกด้าน เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้อง

เพราะบริษัทฯ เชื่อว่า ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนให้ประเทศชาติเติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง ซึ่งจะเป็นแรงส่งเสริมที่ช่วยให้บริษัทฯ สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคตเช่นเดียวกัน ภายใต้ชื่อของบริษัทฯ “Do Day Dream” คือ “We DO to make everyDAY your DREAM” ทำทุกวันให้เป็นดังฝันของคุณ และ ภายใต้แบรนด์สินค้าของบริษัทฯ “Snail White”



10.2 การดำเนินงานและการจัดทำรายงาน

จากการที่บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม คณะกรรมการบริษัทมีแนวนโยบายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ เพื่อให้ฝ่ายจัดการนำไปศึกษาหรือปฏิบัติ โดยบริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมโดยแบ่งเป็น 8 หมวด ดังนี้

1) การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไว้ในจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย คู่ค้า คู่สัญญา ชุมชน สังคม

และสิ่งแวดล้อม ทั้งยังส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงการต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ ในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

(1) การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง ด้วยความสุจริต เป็นธรรม โปร่งใส เปิดเผยข้อมูลที่สำคัญ และสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งบริษัทฯ จะคำนึงถึงผลประโยชน์ และผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงมีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม

(2) ความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทฯ มีนโยบายดำเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ภายใต้หลักพื้นฐานทางจริยธรรม เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาเป็นแนวทาง เพื่อรักษาคุณภาพของการดำเนินงานทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

(3) การกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัยในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับภูมิภาค รวมถึงการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจที่เป็นสากล โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ต้องปฏิบัติตามกรอบของกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และต้องไม่มีส่วนรู้เห็น ช่วยเหลือ หรือกระทำการใดๆ อันเป็นการละเมิด ฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

(4) การกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญา

บริษัทฯ ไม่สนับสนุนการดำเนินการที่มีลักษณะเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ต้องปฏิบัติตามกรอบของกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และต้องไม่มีส่วนรู้เห็น ช่วยเหลือ หรือกระทำการใดๆ อันเป็นการละเมิด ฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา

(5) การส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ส่งเสริมให้ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ในองค์กรใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมและเพียงพอ และเกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงสื่อสาร ให้ความรู้ สนับสนุนและสร้างจิตสำนึกแก่พนักงาน รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในการบริหารการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

2) การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ โดยการดำเนินกิจการให้ถูกต้องตามกฎหมาย และเป็นประโยชน์ต่อสังคม สนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีคุณธรรมและเป็นพลเมืองที่ดี

นอกจากนี้ เนื่องจากบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการต่อต้านคอร์รัปชัน บริษัทฯ ได้ดำเนินการสมัครเพื่อเข้าร่วมเป็นหนึ่งในภาคีเครือข่ายต่อต้านคอร์รัปชัน เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2560 เพื่อร่วมประกาศเจตนารมณ์เป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition) โครงการนี้ดำเนินการโดยความร่วมมือของ 8 องค์กรชั้นนำ อันได้แก่ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย หอการค้าไทย หอการค้านานาชาติ สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย สมาคมธนาคารไทย สมาคมธุรกิจตลาดทุนไทย สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในการนี้ บริษัทฯ จึงได้มีการกำหนดนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy) เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติเพื่อป้องกันและต่อต้านปัญหาทุจริตคอร์รัปชันของบริษัทฯ ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้ทุกคนตระหนักถึงพิษภัยของการทุจริตคอร์รัปชัน สร้างค่านิยมที่ถูกต้อง และเพิ่มความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เพื่อให้การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ หากฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามนโยบายนี้ จะต้องถูกพิจารณาโทษทางวินัย และดำเนินคดีตามกฎหมายตามแต่กรณี โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- (1) ห้ามกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ ปฏิบัติ หรือละเว้นการปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่ หรือใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบ ฝ่าฝืนหลักกฎหมาย หลักจริยธรรม รวมทั้งดำเนินการหรือเข้าไปมีส่วนร่วมกับการคอร์รัปชันทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม และการแสวงหาผลประโยชน์อันมิควรได้ในรูปแบบต่างๆ เช่น การนำเสนอ การให้คำมั่นสัญญา การขอ การเรียกหรือรับผลประโยชน์หรือทรัพย์สิน การให้ผลประโยชน์หรือทรัพย์สิน รวมถึงประโยชน์อื่นใดกับเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือบุคคลอื่นใดที่ทำธุรกิจกับบริษัทฯ เป็นต้น การชักจูงสู่การกระทำที่ผิดกฎหมาย หรือการทำลายความไว้วางใจ หรือการกระทำอื่นใดที่เป็นทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงการเรียก รับ เสนอ หรือให้ทรัพย์สิน ประโยชน์อื่นใดกับเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือบุคคลอื่นใดที่ทำธุรกิจกับบริษัทฯ เป็นต้น
- (2) กำหนดหลักการสำหรับการให้ หรือรับของขวัญ หรือการบันเทิง ไว้เป็นส่วนหนึ่งของจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยพนักงานต้องไม่เสนอ เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับเงิน สิ่งของ การเลี้ยงอาหารและความบันเทิงต่างๆ หรือประโยชน์อื่นใด ที่อาจมีผลให้เกิดข้อสงสัยในพฤติกรรมทำให้สินบน และการทุจริต หากเป็นการรับของขวัญ ควรเป็นไปอย่างสมเหตุสมผล ไม่เกี่ยวข้องกับการผูกมัดทางธุรกิจ และไม่ควรเป็นเงินสดหรือเทียบเท่าเงินสด และต้องตระหนักอยู่เสมอว่าการกระทำหรือไม่กระทำใดๆ ต้องอยู่ภายใต้ความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้
- (3) กำหนดระเบียบจัดซื้อจัดจ้าง วัตถุประสงค์ในการทำรายการ การเบิกจ่ายเงิน หรือสัญญาใดๆ โดยในแต่ละขั้นตอนจะต้องมีหลักฐานประกอบอย่างชัดเจน และมีการกำหนดอำนาจอนุมัติในแต่ละระดับ

อย่างเหมาะสม โปร่งใส ไม่ขัดต่อกฎหมาย ระเบียบงาน และขั้นตอนปฏิบัติที่บริษัท กำหนดไว้ รวมทั้ง
จัดให้มีการตรวจสอบการปฏิบัติงานจัดซื้อจัดจ้างอย่างสม่ำเสมอ

- (4) มีการสื่อสารนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ไปยังหน่วยงานทุกระดับในบริษัท ผ่านช่องทาง
ต่างๆ เช่น การอบรมพนักงาน ระบบสื่อสารภายในของบริษัท เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องทราบและนํานโยบาย
ไปปฏิบัติ สามารถแจ้งเบาะแส ร้องเรียน ข้อเสนอแนะให้บริษัท ได้ทราบ เพื่อสืบสวนหาข้อเท็จจริง
ตามกระบวนการ และนำไปแก้ไขปรับปรุง เป็นต้น
- (5) จัดให้มีระบบการบริหารบุคลากร สร้างค่านิยมและวัฒนธรรมในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมี
การสื่อสารและเผยแพร่ความรู้แก่บุคลากรให้รับทราบและเข้าใจถึงนโยบายการต่อต้านการทุจริต
คอร์รัปชัน รวมถึงแนวปฏิบัติในด้านจริยธรรม
- (6) จัดให้มีการแจ้งบริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทอื่นที่บริษัท มีอำนาจในการควบคุม และตัวแทนทางธุรกิจ
เพื่อนํามาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันไปปฏิบัติ และเปิดเผยนโยบายและมาตรการต่อต้านการ
ทุจริตคอร์รัปชันแก่บุคลากรและสาธารณชน
- (7) กำหนดช่องทางการแจ้งเบาะแส โดยส่งเสริมให้มีการสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง เพื่อให้พนักงานและ
ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถแจ้งเบาะแสอันควรสงสัย ทั้งนี้ จะต้องมามีมาตรการการปกป้องผู้แจ้งเบาะแส
โดยมีการปกป้องตัวตนของผู้แจ้งเบาะแสและผู้ปฏิเสธการกระทำทุจริตคอร์รัปชันอย่างเข้มงวดไม่ให้
ได้รับผลกระทบใดๆ จากการกระทำดังกล่าว เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกลงโทษหรือถูกโยกย้ายที่ไม่เป็นธรรม
รวมถึงมีการแต่งตั้งบุคคลเพื่อตรวจสอบติดตามทุกเบาะแสที่มีการแจ้งเข้ามา
- (8) มีการพัฒนามาตรการการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันให้สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องรวมถึงหลัก
ปฏิบัติด้านศีลธรรม โดยจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสัมผัสเสี่ยงต่อการทุจริต
และคอร์รัปชัน และมีการจัดทำมาตรการเพื่อป้องกันอย่างเหมาะสม โดยมีการสื่อสารภายในองค์กร
อย่างสม่ำเสมอ
- (9) จัดให้มีระบบควบคุมภายในที่เพียงพอ และเหมาะสม เพื่อป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน และการ
ดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- (10) จัดให้มีนโยบายเรื่องการเกี่ยวโยงกัน โดยบริษัท จะพิจารณาความเหมาะสมก่อนที่จะทำการการที่
เกี่ยวโยงกันอย่างรอบคอบทุกรายการ รวมทั้งกำหนดราคาและเงื่อนไขของรายการที่เกี่ยวโยงกัน
เสมือนทำการการกับบุคคลภายนอก (Arm's length Basis)
- (11) หากกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานการกระทำใดๆ ที่ฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามนโยบายฉบับนี้ ไม่ว่า
ทางตรงหรือทางอ้อม จะได้รับการพิจารณาทางวินัยตามระเบียบที่บริษัท กำหนดไว้หรือมีโทษทาง
กฎหมาย

ทั้งนี้ บุคลากรของบริษัทฯ ต้องทำความเข้าใจและปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชันในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน หากพบเห็นการกระทำที่ขัดต่อนโยบายนี้ ให้แจ้งผู้บังคับบัญชา หรือหน่วยงาน/บุคคลที่รับผิดชอบให้ทราบโดยทันที

3) การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยมีความต้องการที่จะสร้างความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทั้งภายใน และภายนอกองค์กร โดยบริษัทฯ หมั่นตรวจตรา และดูแลไม่ให้อำนาจของบริษัทฯ เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ไม่สนับสนุนการบังคับใช้แรงงาน (Forced Labour) ต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก (Child Labour) ให้ความสำคัญและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายด้วยความเป็นธรรมบนพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติต่อบุคลากรของบริษัทฯ ทุกคนโดยเสมอภาคกัน ไม่แบ่งแยกถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ เพศ อายุ สีผิว ศาสนา สภาพร่างกาย ฐานะ ชาติตระกูล หรือสถานะอื่นที่มีได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงาน ตลอดจนส่งเสริมให้มีการเฝ้าระวังการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชนภายในบริษัทฯ และมีการกระตุ้นให้มีการปฏิบัติตามหลักการสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากล โดยความรับผิดชอบของธุรกิจด้านสิทธิมนุษยชนยังครอบคลุมไปถึงบริษัทในเครือ ผู้ร่วมทุน และคู่ค้า

4) การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะให้พนักงานทุกคนอยู่ร่วมกันภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานที่มีความสุขและยอมรับซึ่งกันและกัน มีการปฏิบัติต่อพนักงานทุกระดับเสมือนพี่น้อง ไม่มีการเอารัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน เคารพสิทธิของพนักงานตามหลักสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน ตลอดจนในด้านการดูแลพนักงาน บริษัทฯ มีการบริหารทรัพยากรบุคคลในทุกขั้นตอน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตั้งแต่การสรรหาบุคลากร การพัฒนาบุคลากร รวมทั้งมีการอบรมให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม และการจัดสวัสดิการอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีโอกาสที่จะก้าวหน้า มีการเรียนรู้ในทุกระดับขององค์กร และพัฒนาทักษะเพื่อยกระดับการทำงานให้มีความเป็นมืออาชีพบนสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม โดยนโยบายต่าง ๆ ของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

(1) การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการแก่พนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนทั้งในรูปของเงินเดือน โบนัสที่เป็นธรรมเหมาะสมตามศักยภาพ รวมถึงสร้างความมั่นคงในสายอาชีพและมีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพอย่างเป็นธรรม และจัดให้มีสวัสดิการด้านต่าง ๆ สำหรับพนักงานของบริษัทฯ ตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ประกันสังคม และนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด

(2) การพัฒนาความรู้ศักยภาพของพนักงาน และการฝึกอบรม

บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร โดยสนับสนุนให้พนักงานมีการพัฒนาความรู้ความสามารถ ศักยภาพ มีทัศนคติที่ดี มีคุณธรรมและจริยธรรม และการทำงานเป็นทีม โดยผ่านกระบวนการฝึกอบรม การสัมมนา การดูงาน เพื่อให้พนักงานได้รับการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้สนับสนุนการพัฒนาองค์กรและทรัพยากรบุคคล โดยเน้นกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดบทบาทหน้าที่ของพนักงานให้ชัดเจน การกำหนดผลตอบแทนที่เหมาะสม การพัฒนาระบบการประเมินและเพิ่มสมรรถนะการทำงานของพนักงาน

(3) นโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

บริษัทฯ กำหนดนโยบายที่สนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัยและมีสุขอนามัยในสถานที่ทำงานที่ดี โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างเต็มความสามารถ และจะเสริมสร้างให้พนักงานมีจิตสำนึกด้านความปลอดภัย อีกทั้งมีการให้ความรู้ผ่านการฝึกอบรมให้ความรู้กับพนักงานใน การทำงานและรักษาความปลอดภัยที่สำคัญ เช่น การอบรมป้องกันอัคคีภัย การอบรมใช้เครื่องจักรอย่างถูกวิธี กิจกรรมโรงงานสีขาว เป็นต้น และส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี และไม่ทำการใดที่เป็นผลร้ายต่อสุขภาพอนามัยแก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ รวมถึงดูแลสถานที่ทำงานให้ถูกสุขลักษณะและมีความปลอดภัยอยู่เสมอ

5) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงสุดให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจอันสูงสุดแก่ลูกค้า ดังนี้

- (1) บริษัทฯ คำนึงถึงคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าเป็นสำคัญ โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นที่การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และการผลิตที่มีมาตรฐาน เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพ และได้รับความพึงพอใจสูงสุดในราคาที่เหมาะสม
- (2) บริษัทฯ มีโครงการที่จะพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าที่หลากหลาย มีคุณภาพและมาตรฐาน และตรงความต้องการ
- (3) บริษัทฯ ยึดมั่นในการตลาดที่เป็นธรรม โดยมีนโยบายในการดำเนินการให้ลูกค้าได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของบริษัทฯ ที่ถูกต้อง ไม่บิดเบือน คลุมเครือ หรือโฆษณาเกินจริง เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอในการตัดสินใจ
- (4) บริษัทฯ ตั้งฝ่ายวิจัยและพัฒนาสินค้า ซึ่งมีหน้าที่คอยออกแบบ สร้างสรรค์ และดัดแปลงผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค
- (5) บริษัทฯ คำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้า และมุ่งมั่นที่จะให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยตามมาตรฐานและกฎระเบียบข้อบังคับด้านความปลอดภัยระดับสากล และตามที่กฎหมายกำหนด
- (6) บริษัทฯ ทำการขออนุญาตการผลิตที่ต้องตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ดังนี้
 - 1) บริษัทฯ ได้รับการอนุญาตการผลิตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (สำนักงาน อ.ย.)
 - 2) ผลิตภัณฑ์มีข้อความแสดงถึงวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างละเอียดเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภค

- 3) ผลิตภัณฑ์มีการกำหนดนโยบายรับคืนสินค้า หรือเรียกคืนสินค้า ในกรณีสินค้ามีปัญหาไว้เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ
- 4) มีการรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานขายและลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ทาง website, Call Center, Social media อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น
- 5) มีช่องทางเพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคในหลายช่องทาง เช่น ทาง website, Web board, Call Center, Social media
- 6) บริษัทฯ มีการประเมินหลักเกณฑ์การเลือกผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ เพื่อให้วัตถุดิบมีคุณภาพที่สูงที่สุด เพื่อความปลอดภัยและผลประโยชน์ของผู้บริโภค
- (7) บริษัทฯ จัดให้มีระบบลูกค้าสัมพันธ์เพื่อใช้ในการสื่อสารติดต่อกับลูกค้า รวมถึงการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
- (8) บริษัทฯ จะรักษาข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นความลับ และจะไม่ใช้ข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในทางที่มิชอบ
- (9) บริษัทฯ จัดให้มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัทฯ ให้ยั่งยืน

6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมในการให้ความสำคัญกับการดูแล รักษาสิ่งแวดล้อม รวมถึงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ โดยจะไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการทำลาย แต่จะคอยปกป้อง และป้องกัน รวมถึงสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อมต่อผู้คนในชุมชน รวมถึงปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงานทุกบริษัทฯ ทุกท่าน และบริษัทฯ ยังปฏิบัติตามมาตรฐาน กฎหมาย และกฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกัสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานที่กำกับดูแล

7) การร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม และยึดมั่นการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดี และปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน โดยบริษัทฯ จะมุ่งมั่นในการพัฒนาส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคม และชุมชนอันเป็นที่บริษัทฯ ตั้งอยู่ให้มีคุณภาพดีขึ้นพร้อมๆ กับการเติบโตของบริษัทฯ

บริษัทฯ ยึดถือนโยบายที่ต่อดูแลและสานสัมพันธ์กับชุมชนใกล้เคียง จึงสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนอย่างสม่ำเสมอ โดยดำเนินโครงการต่างๆ ที่คำนึงถึงความเหมาะสมและประโยชน์ที่ชุมชนและสังคมจะพึงได้รับเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน รวมถึงส่งพนักงานของบริษัทฯ เข้าร่วมกิจกรรมชุมชน พร้อมทั้งให้การสนับสนุนกิจกรรมในชุมชนอย่างเป็นประจำและสม่ำเสมอ

8) การมีนวัตกรรมและเผยแพร่นวัตกรรมซึ่งได้จากการดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ จะสนับสนุนให้มีความนวัตกรรมทั้งในระดับกระบวนการทำงานภายในองค์กร และในระดับความร่วมมือระหว่างองค์กร ซึ่งนวัตกรรมดังกล่าวหมายถึงการริเริ่มทำสิ่งต่างๆ ด้วยวิธีใหม่ๆ นอกจากนี้ ยังอาจหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด หรือการผลิต เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ เป้าหมายของนวัตกรรมคือการ

เปลี่ยนแปลงในเชิงบวก เพื่อให้สิ่งต่างๆ เกิดความเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ก่อให้เกิดผลผลิตที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมอย่างสูงสุด โดยบริษัทฯ มีแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

- (1) สำรวจกระบวนการต่างๆ ของธุรกิจของบริษัทฯ ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันว่า ก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือมีผลกระทบในทางลบต่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อมหรือไม่ อย่างไร พร้อมทั้งศึกษาหาแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทฯ จะศึกษา พิจารณา และวิเคราะห์กระบวนการทำงานอย่างละเอียด และครอบคลุมทุกด้าน เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาไปสู่การค้นพบนวัตกรรมทางธุรกิจ
- (2) เปิดแผนนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อกระตุ้นให้ธุรกิจและผู้ประกอบการรายอื่นได้ปฏิบัติตาม
- (3) วิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนานวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอ และอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ และเพื่อการเติบโตของบริษัทฯ และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ทั้งนี้ การเผยแพร่นวัตกรรมถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการสื่อสารและเผยแพร่ให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้รับทราบทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ อย่างทั่วถึง

10.3 กิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (After Process)

บริษัทฯ ได้ทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 บริษัทฯ ได้ร่วมโครงการ Chulalongkorn International Business Case Competition (CIBCC)

เมื่อวันที่ 23 – 28 พฤษภาคม 2560 บริษัทฯ ได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Chulalongkorn International Business Case Competition (CIBCC) ซึ่งเป็นโครงการแข่งขันวิเคราะห์ปัญหาธุรกิจที่จัดโดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี หลักสูตรนานาชาติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำหรับนักศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยบริษัทฯ ได้เป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนและเป็นเจ้าของโจทย์การแข่งขัน ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญในการสนับสนุนโครงการเพื่อสังคม ซึ่งธุรกิจของบริษัทฯ เป็นธุรกิจที่เยาวชนรุ่นใหม่ให้ความสนใจ และเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว การที่นักศึกษาได้สัมผัสหรือเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจจริงที่จะต้องเจอ จะเป็นการเตรียมพร้อมก่อนก้าวสู่โลกของการทำงานจริง รวมถึงเป็นโอกาสอันดีที่บริษัทฯ จะได้สร้างและกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยซึ่งเป็นผู้จัดโครงการ CIBCC อีกด้วย



11. การควบคุมภายในและการบริหารจัดการความเสี่ยง

11.1 การควบคุมภายในของบริษัท

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

บริษัทฯ ได้มีการออกแบบและปฏิบัติตามระบบการควบคุมภายใน และการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบต่างๆ อย่างเพียงพอ เพื่อลดความเสี่ยงที่สำคัญซึ่งอาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและธุรกิจของบริษัทฯ และเมื่อพบจุดบกพร่องของระบบ บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงและแก้ไขระบบดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความเหมาะสมกับความเสี่ยงและสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในปัจจุบันและอนาคต อีกทั้งสอดคล้องและเป็นไปตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการบริษัท รับผิดชอบในการกำกับดูแลให้บริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เพื่อปกป้องเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นและทรัพย์สินของบริษัทฯ โดยพิจารณาเรื่องดังต่อไปนี้

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

คณะกรรมการตรวจสอบ ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในด้านการสอบทานการมีประสิทธิภาพของระบบการควบคุมภายในและการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบต่างๆ ของบริษัทฯ ในการสอบทานคณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ซึ่งรวมถึงข้อมูลดังต่อไปนี้

- การให้ความเชื่อมั่นจากการทำงานของผู้ตรวจสอบภายใน ผ่านขั้นตอนการวางแผนการตรวจสอบประจำปี ซึ่งได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบ ในการวางแผนการตรวจสอบจะเน้นในเรื่องการพิจารณาประเมินความเสี่ยง และการควบคุมภายในที่สำคัญที่ได้ถูกวางไว้เพื่อลดระดับหรือป้องกันความเสี่ยงนั้น
- ได้รับการรายงานผลของการตรวจสอบและการควบคุมภายใน การปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในเรื่องที่มีสาระสำคัญอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกไตรมาส

- การพัฒนาระบบและการรับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตและการกระทำผิดกฎหมายหรือจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Whistleblowing Policy) เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางให้พนักงาน ผู้ถือหุ้น และบุคคลภายนอกซึ่งสามารถติดต่อกับคณะกรรมการตรวจสอบได้โดยตรง
- การให้ความเชื่อมั่นในเรื่องที่ตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบบัญชีภายนอก

ฝ่ายตรวจสอบภายใน เป็นหน่วยงานที่มีความเป็นอิสระและรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และรายงานด้านการดำเนินงานต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ฝ่ายตรวจสอบภายในทำหน้าที่ในการสนับสนุนการทำงานของคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทโดยการทำการประเมินความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายในที่สำคัญ

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

ประเด็นที่ตรวจพบจะถูกนำมาพิจารณาว่ามีผลกระทบในวงกว้างหรือไม่ ประเด็นจากการตรวจสอบที่สำคัญจะถูกรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบจะทำการติดตามการแก้ไขหรือปรับปรุงของผู้บริหารจนกว่าจะได้ข้อสรุปเป็นที่น่าพอใจ นอกจากนี้ รายงานที่สำคัญจะถูกนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอทั้งจากผู้บริหาร ฝ่ายตรวจสอบภายใน และฝ่ายกำกับดูแล โดยรายงานจะครอบคลุมในเรื่องทางธุรกิจ การเงิน การควบคุมภายใน การดำเนินงานและการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

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

1. สภาพแวดล้อมของการควบคุม (Control Environment)

สภาพแวดล้อมของการควบคุมถือเป็นรากฐานที่สำคัญของการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังให้หลักปฏิบัติและโครงสร้างแก่องค์ประกอบอื่นๆ ของระบบควบคุมภายใน ทั้งนี้ องค์ประกอบหลักของสภาพแวดล้อมการควบคุมของ บริษัทฯ มีดังนี้

- บริษัทฯ สนับสนุนให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี โดยมีการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินการ การควบคุม และการกำกับดูแลที่ชัดเจน และเหมาะสม

- บริษัท ยึดมั่นในปรัชญาและจรรยาบรรณธุรกิจผ่านการกระทำและพฤติกรรม ซึ่งมีส่วนสำคัญในการช่วยให้ระบบการควบคุมภายในสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ยังได้จัดทำคู่มือพนักงาน (Codes of Conduct) เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติให้แก่ กรรมการ ฝ่ายบริหาร และพนักงานทุกคน
- คณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหารในทุกระดับชั้นได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของคุณค่าความซื่อสัตย์ และมีจริยธรรม มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันโดยคำนึงถึงความเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี
- มีการจัดโครงสร้างการบริหารองค์กรให้เหมาะสมกับขนาดและการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยระบุถึงสายอำนาจการบังคับบัญชาและความรับผิดชอบที่ชัดเจน
- คณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหารได้กำหนดอำนาจในการดำเนินการและระดับวงเงินอนุมัติรายการประเภทต่างๆไว้เป็นลายลักษณ์อักษรในตารางอำนาจอนุมัติและระดับวงเงินอนุมัติ (Delegated of Authority Limit & Level)
- บริษัท ได้นำนโยบายการให้ข้อมูลการกระทำผิดและการทุจริตมาใช้ เพื่อเป็นช่องทางในการรายงานการทุจริต ความผิดพลาด และการบิดเบือนข้อเท็จจริงโดยฝ่ายบริหาร โดยคณะกรรมการตรวจสอบจะสอบทานรายงานการรับแจ้งข้อมูลการกระทำผิดและการทุจริตเป็นประจำทุกไตรมาส

2. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

ผู้บริหารมีการกำหนดนโยบาย มาตรฐานและข้อพึงปฏิบัติ เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง โดยเน้นย้ำว่าการบริหารความเสี่ยงถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์เชิงธุรกิจของบริษัท

คณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่ในการดำเนินการทบทวนกรอบนโยบายการบริหารความเสี่ยง และโครงสร้างการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะทางในการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องต่อทิศทางกลยุทธ์การดำเนินงานและแผนธุรกิจ พร้อมกำกับดูแลติดตามและสอบทานการรายงานการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญ เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป รายละเอียดของการประเมินความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ แสดงไว้ในรายงานประจำปีในหัวข้อ “ปัจจัยความเสี่ยง”

3. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้ความเสี่ยงที่สามารถยอมรับได้ เหมาะสมกับธุรกิจและการปฏิบัติงานของพนักงานในแต่ละฝ่าย การควบคุมภายในถูกกำหนดให้มีการปฏิบัติผ่านข้อกำหนดนโยบายและวิธีการปฏิบัติงานของบริษัทฯ และได้มีการสอบทานและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ การทำรายการธุรกรรมระหว่างบริษัทและบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน รวมทั้งข้อตกลงต่างๆ ทางการค้าได้มีการควบคุมดูแลอย่างระมัดระวังและรอบคอบ และเป็นไปตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและหน่วยงานกำกับดูแลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทฯยังสนับสนุนให้พนักงานให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามระบบการควบคุมภายในที่วางไว้ รวมทั้งกฎหมาย ข้อบังคับและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นรวมทั้งความเสี่ยงจากการทุจริตและการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายต่างๆ

4. ข้อมูลและการติดต่อสื่อสาร (Information & Communication)

ระบบสารสนเทศได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับความถูกต้อง เชื่อถือได้และทันต่อเวลาของข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงการสื่อสารข้อมูล เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบการตัดสินใจได้ทันเวลา ตลอดจนมีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการกำหนดแผนสำรองฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ สำหรับป้องกันในเรื่องความปลอดภัยของระบบสารสนเทศขณะที่มีอุบัติเหตุร้ายแรงจนระบบไม่สามารถปฏิบัติงานได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สามารถตรวจสอบความถูกต้องย้อนหลังได้ และระบบข้อมูลที่สามารถวิเคราะห์หรือบ่งชี้จุดที่อาจเกิดความเสี่ยง ซึ่งทำการประเมินและจัดการความเสี่ยงพร้อมทั้งบันทึกหรือรายงานผลไว้อย่างครบถ้วน โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ในการจัดเก็บข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ตามประกาศกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร บริษัทฯ ได้ลงทุนเพื่อสร้างระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพทั้งจากภายในและภายนอกบริษัทฯ และจัดให้มีการสื่อสารภายในองค์กรผ่านช่องทางหลายช่องทาง มีการจัดส่งเอกสารซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจสำหรับการประชุมผู้ถือหุ้นและการประชุมคณะกรรมการแก่ผู้ถือหุ้นและคณะกรรมการบริษัทล่วงหน้าก่อนการประชุมในระยะเวลาที่เหมาะสม

5. การติดตามผล (Monitoring)

จากระบบข้อมูลในปัจจุบันที่สามารถให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้และทันต่อเวลา ทำให้ฝ่ายบริหารและคณะกรรมการบริษัทสามารถควบคุมและติดตามผลการดำเนินงานผ่านรายงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้ได้ ในขณะเดียวกันก็สามารถสอบถาม ประเมิน และให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงแผนธุรกิจผ่านกระบวนการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพโดยฝ่ายตรวจสอบภายในทำการตรวจสอบการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

ฝ่ายตรวจสอบภายในปฏิบัติงานตามแผนการตรวจสอบที่ได้รับการอนุมัติและติดตามผลจากคณะกรรมการตรวจสอบ แผนการตรวจสอบซึ่งจัดทำขึ้นจากผลการประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยงของบริษัทฯ รวมถึงลำดับความสำคัญของบริษัทย่อยในกลุ่มบริษัทฯ กลุ่มธุรกิจหลักและกระบวนการที่เกี่ยวข้อง ผลของการตรวจสอบ การติดตาม การปรับปรุงแก้ไขจะนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท จนถึงปัจจุบัน ผลการตรวจสอบไม่พบ

ข้อบกพร่องของการควบคุมภายในที่มีสาระสำคัญ อย่างไรก็ตาม ได้มีการเสนอแนะเพื่อปรับปรุงระบบการควบคุมภายในบางจุดที่ตรวจพบ

คณะกรรมการบริษัทจะทำการสอบทานประสิทธิภาพของระบบการควบคุมภายในเป็นประจำอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง โดยคำนึงถึงความเสี่ยงที่มีสาระสำคัญ ประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และการบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นๆ โดยใช้แนวทางแบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในที่จัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

ตามกฎหมายว่าด้วยการตรวจสอบได้ระบุถึงหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับสูงของฝ่ายตรวจสอบภายในร่วมกับประธานกรรมการบริหารซึ่งสอดคล้องกับแนวทางตามประกาศตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเรื่อง “คุณสมบัติและขอบเขตการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบ พ.ศ. 2558”

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 2/2561 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2561 โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบเข้าร่วมประชุมด้วย คณะกรรมการบริษัทได้ประเมินประสิทธิภาพของระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ ใน 5 องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น และมีข้อสรุปว่าบริษัทฯ ได้กำหนดให้มีระบบการควบคุมภายในที่พอเพียงและเหมาะสมโดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีบุคคลากรอย่างเพียงพอที่จะดำเนินการตามระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งไม่พบข้อบกพร่องในระบบการควบคุมภายในที่สำคัญ

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ซึ่งเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ได้ให้ความเห็นในรายงานการตรวจสอบงบการเงินสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ว่าไม่ตรวจพบข้อบกพร่องในระบบการควบคุมภายในในด้านการบัญชีและการเงินที่สำคัญ

11.2 หัวหน้างานตรวจสอบภายในและหัวหน้างานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัท

นางสาว จุฬารัตน์ รัตตะพงษ์ ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบภายใน (Chief Audit Executive “CAE”) และหัวหน้างานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัท ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2559 ถึงปัจจุบัน ภายหลังจากการพิจารณาคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วนอย่างรอบคอบ คณะกรรมการตรวจสอบมีมติเห็นว่า นางสาวจุฬารัตน์ มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์การทำงานที่เหมาะสมกับการดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบภายในของบริษัทฯ ในการทำงานที่ผ่านมา นางสาวจุฬารัตน์ ได้นำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบถึงแนวทางและวิธีการปฏิบัติงานของฝ่ายตรวจสอบภายใน เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ทั้งกิจกรรมการตรวจสอบภายในโดยให้ความสำคัญกับบริษัทย่อยหรือหน่วยงานที่มีความเสี่ยงสูงจากการประเมินความเสี่ยงของบริษัทฯ และในการให้คำปรึกษาแก่หน่วยงานต่างๆ คณะกรรมการตรวจสอบได้ส่งเสริมความเป็นอิสระของผู้บริหารฝ่าย

ตรวจสอบภายใน และได้ทำการประเมินผลการปฏิบัติงานของนางสาวจุฬาร่วมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และสรุปว่าสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายและที่กำหนดไว้ในกฎบัตรอย่างดีเยี่ยม และเป็นไปตามมาตรฐานสากลการปฏิบัติงานวิชาชีพการตรวจสอบภายใน โดยรายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานผู้ตรวจสอบภายในและหัวหน้างานกำกับดูแลกิจการของบริษัท มีรายละเอียดในเอกสารแนบ 3

12. รายการระหว่างกัน

12.1 รายละเอียดบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งและความสัมพันธ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งและ ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ความสัมพันธ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560
1. บริษัท เดอะ โฟร์ทีน จำกัด (“เดอะ โฟร์ทีน”) - ผู้แทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ไปยังช่องทางจำหน่ายต่างๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้ขายโดยตรง	มีผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 98.0 คือ คุณพรเพ็ญ สรวงเกษม คู่สมรสของคุณนิติโรจน์ มโนม้าย ซึ่งเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นกรรมการและผู้ถือหุ้นในเดอะ โฟร์ทีน
2. บริษัท พี เอ็ม เคมิคัล จำกัด (“พี เอ็ม เคมิคัล”) - นำเข้าและจำหน่ายสารเคมี และผลิตและจำหน่ายสี พ่นรถยนต์ และสีทาอาคาร	- มีผู้ถือหุ้นใหญ่ร่วมกันคือ คุณสรวิชัย พรพัฒน์รักษ์ คุณสรวิญญา พรพัฒน์รักษ์ และ คุณสรนันทน์ พรพัฒน์รักษ์ ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 79.6 ร้อยละ 9.9 และ ร้อยละ 9.9 ตามลำดับ และถือหุ้นใน พี เอ็ม เคมิคัล ร้อยละ 37.5 ร้อยละ 25.0 และ ร้อยละ 17.5 ตามลำดับ - มีกรรมการร่วมกัน คือ คุณสรวิชัย พรพัฒน์รักษ์ กรรมการของบริษัทฯ ดำรงตำแหน่งกรรมการใน พี เอ็ม เคมิคัล
3. บริษัท ภัทรลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน) (“ภัทรลิสซิ่ง”) - บริการให้เช่ารถยนต์	มีกรรมการร่วมกัน คือ คุณนवलพรรณ ลำข้า กรรมการของบริษัทฯ ดำรงตำแหน่งกรรมการใน ภัทรลิสซิ่ง
4. คุณสรวิชัย พรพัฒน์รักษ์ (“คุณสรวิชัย”)	- คุณสรวิชัยฯ เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ ร้อยละ 56.7 - รองประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธานคณะกรรมการบริหาร และกรรมการบริหารความเสี่ยง
5. Riya Home (Holding) Limited (“Riya Home”) - ผู้แทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในประเทศจีน	เป็นบริษัทฯ ที่เคยมีความขัดแย้งกับบริษัทฯ กล่าวคือ คุณสรวิชัย พรพัฒน์รักษ์ และคุณนิติโรจน์ มโนม้ายเคยถือหุ้นใน Riya Home ในสัดส่วนร้อยละ 46.2 และร้อยละ 13.8 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากจากการทำการตลาดในประเทศจีนมีความท้าทาย ซึ่งต้องการความทุ่มเท และความเข้าใจอย่างมาก ดังนั้น เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำการตลาดให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้ประสบ

	ความสำเร็จ ณ วันที่ 27 มกราคม 2559 คุณสราวุฒิพรพัฒน์นารักษ์ และคุณนิติโรจน์ มโนลม้าย จึงตกลงขายหุ้นของ Riya Home ทั้งหมดที่ถืออยู่ให้แก่ผู้ถือหุ้นในส่วนที่เหลือของ Riya Home ซึ่งไม่ใช่บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกับบริษัทฯ เพื่อให้ประกอบธุรกิจต่อ ส่งผลให้ตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม 2559 เป็นต้นมา Riya Home ไม่ใช่บุคคลที่มีความขัดแย้งกับบริษัทฯ
--	--

12.2 รายละเอียดรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560

12.2.1 รายละเอียดรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 และจะยังคงมีต่อเนื่องในอนาคต

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
1 บริษัท เดอะ โฟร์ทีน จำกัด .	<u>ขายสินค้า</u> เดอะ โฟร์ทีน เป็นหนึ่งในผู้แทนจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ไปยังช่องทางจำหน่ายต่างๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้ขายโดยตรง โดยนามู ไลฟ์ พลัส บริษัทย่อยของบริษัท ขายสินค้าให้เดอะ โฟร์ทีนในลักษณะขายขาดในราคาขายสุทธิภายหลังหักค่าตอบแทนในการกระจายสินค้า โดยนามู ไลฟ์ พลัส เป็นผู้กำหนดราคาขายและกลยุทธ์ทางการตลาดที่เดอะ โฟร์ทีนขายให้แก่ลูกค้า ซึ่งนามู ไลฟ์ พลัส จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายที่เกิดขึ้นตามจริง โดยราคาขายและค่าตอบแทนในการจำหน่ายสินค้าที่จ่ายให้แก่ เดอะ โฟร์ทีน เป็นไปตามสัญญา และมีอัตราและเงื่อนไขทางการค้าที่สามารถเทียบเคียงได้กับที่นามู ไลฟ์ พลัส ให้แก่ผู้แทนจำหน่ายสินค้ารายอื่น ทั้งนี้ เดอะ โฟร์ทีนจะได้รับส่วนลดล่วงหน้าในอัตราที่ตกลงกันกับบริษัทฯ เพื่อครอบคลุมค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งทุกๆ สิ้นเดือนส่วนลด			เดอะ โฟร์ทีน เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้ารายใหญ่ที่มีส่วนสำคัญคิดเป็นประมาณร้อยละ 38.3 และร้อยละ 18.5 ของรายได้รวมก่อนหักส่วนลด ในการกระจายสินค้าให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในปี 2559 และ 2560 ตามลำดับ ซึ่งราคาที่ซื้อขายระหว่างกันเป็นไปตามราคามาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนดไว้อย่างชัดเจนเพื่อขายให้กับผู้แทนจำหน่ายสินค้าทุกราย โดยเดอะ โฟร์ทีนต้องขายต่อตามราคาที่บริษัทฯ กำหนด นอกจากนี้ ค่าตอบแทนที่ให้แก่ เดอะ โฟร์ทีน ในการจำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัทฯ เป็นไปตามสัญญา และมีอัตรา และเงื่อนไขทางการค้าที่สามารถเทียบเคียงได้กับที่นามู ไลฟ์ พลัส ให้แก่ตัวแทนจำหน่ายสินค้ารายอื่น อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะมีส่วนลดล่วงหน้าให้แก่เดอะ โฟร์ทีน ส่วนลดล่วงหน้าดังกล่าวนั้นก็เพื่อให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งได้แก่ส่วนลดในการขายสินค้าของผู้แทนจำหน่าย การทำการตลาดเพื่อการค้าตามที่ได้รับความเห็นชอบ และเงินงูใจของผู้แทนจำหน่ายตามผลสำเร็จของยอดขาย (KPI) เป็นต้น ซึ่งบริษัทฯ

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
	ล่องหนาดังกล่าว จะถูกหักกลับกับค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริง (1) ในกรณีที่ เดอะ โฟร์ทีน มีค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงสูงกว่าส่วนลดล่องหน้า บริษัทฯ จะจ่ายเงินส่วนต่างให้ เดอะ โฟร์ทีน หรือ (2) ในกรณีที่ เดอะ โฟร์ทีน มีค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงต่ำกว่าส่วนลดล่องหน้า บริษัทฯ จะเรียกเก็บเงินเพิ่มเติมจาก เดอะ โฟร์ทีน - รายได้จากการขายสินค้าสุทธิ 494.9 - ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 43.3 - ลูกหนี้การค้า 37.1 - ค่าใช้จ่ายค้างจ่ายสำหรับค่าตอบแทนในการจำหน่ายสินค้า 3.1			มีการชำระค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงแก่ผู้จัดจำหน่ายรายอื่นเช่นเดียวกัน โดยเดอะ โฟร์ทีน ต้องส่งใบแจ้งรายการขายและยอดค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงให้แก่บริษัทฯ เป็นรายเดือน ซึ่งค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงจะถูกหักกลับกับส่วนลดล่องหน้าดังกล่าว ซึ่ง (1) ในกรณีที่ เดอะ โฟร์ทีน มีค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงสูงกว่าส่วนลดล่องหน้า บริษัทฯ จะจ่ายเงินส่วนต่างให้ เดอะ โฟร์ทีน หรือ (2) ในกรณีที่ เดอะ โฟร์ทีน มีค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงต่ำกว่าส่วนลดล่องหน้า บริษัทฯ จะเรียกเก็บเงินเพิ่มเติมจาก เดอะ โฟร์ทีน ทำให้ เมื่อถึงเวลาที่ต้องจ่ายชำระเงินจริง เดอะ โฟร์ทีน ก็จะต้องจ่ายเงินในอัตราที่สามารถเทียบเคียงได้กับผู้แทนจำหน่ายรายอื่น ดังนั้น รายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล อย่างไรก็ดี เพื่อให้บริษัทฯ สามารถตรวจสอบความถูกต้องของยอดขายและสินค้าคงเหลือของ เดอะ โฟร์ทีน ณ วันที่ 9 เมษายน 2560 นามู ไลฟ์ พลัส และเดอะ โฟร์ทีน ได้เข้าทำบันทึกข้อตกลงเพื่อการตรวจสอบยอดสินค้าคงเหลือและยอดขาย นอกจากนี้ เพื่อลดสัดส่วนการกระจายสินค้าของ บริษัทฯ ผ่าน เดอะ โฟร์ทีน ในอนาคต บริษัทฯ มีแผนที่จะให้

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
				ตัวแทนจำหน่ายสินค้ารายอื่นเข้ามาเป็นผู้กระจายสินค้าให้บริษัท ในบางส่วนของอาณาเขตปัจจุบันที่ เดอะ ไพร์ทิน เป็นผู้รับผิดชอบ และ/หรือมีแผนที่จะขายตรงไปยังลูกค้าบางส่วนอาณาเขตปัจจุบันของเดอะ ไพร์ทิน เอง <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายการดังกล่าวมีความสมเหตุสมผล เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดย เดอะ ไพร์ทิน เป็นบริษัท ที่มีความสามารถในการกระจายสินค้าของบริษัท ไปยังช่องทางจำหน่ายต่างๆ ทั้งนี้ ราคาที่ซื้อขายระหว่างกัน เป็นไปตามราคารมาตรฐานที่นามู ไลฟ์ พลัส กำหนดไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ค่าตอบแทนที่ให้แก่ เดอะ ไพร์ทิน ในการจำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัท เป็นไปตามอัตรา และเงื่อนไขทางการค้าที่สามารถเทียบเคียงได้กับที่บริษัท ให้แก่ตัวแทนจำหน่ายสินค้ารายอื่น โดยมีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายตามจริง ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบและเห็นด้วยกับการทำบันทึกข้อตกลงระหว่างนามู ไลฟ์ พลัส และ เดอะ ไพร์ทิน ซึ่งเป็นการเพิ่มการตรวจสอบความถูกต้องของการขายสินค้านี้ระหว่างบริษัท และ เดอะ ไพร์ทิน ให้มากขึ้น

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
2 บริษัท พี เอ็ม เคมิคัล จำกัด .	การซื้อวัตถุดิบ และสีทาอาคาร บริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบบางประเภทซึ่งโดยหลักได้แก่น้ำแร่ชนิดพิเศษ และ สติกเกอร์ป้องกันสินค้าปลอม รวมถึงสีทาอาคารสำหรับโรงงานและสำนักงานของบริษัทฯ จาก พี เอ็ม เคมิคัล โดยราคาขายและเงื่อนไขการชำระราคาเป็นราคาต่อหน่วยสินค้า และมีการคิดค่าบริการขนส่งแยกต่างหากตามค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง - ซื้อวัตถุดิบ และสีทาอาคาร - ค่าบริการขนส่ง - เจ้าหน้าที่การค้า	16.5 0.4 0.8	15.9 0.1 0.0	รายการซื้อวัตถุดิบและสีทาอาคารดังกล่าวเป็นไปเพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ โดยราคาซื้อสินค้าโดยหลักมีราคาที่ต่ำกว่าผู้ขายรายอื่น โดยเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าปกติ รายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล อย่างไรก็ดี ณ วันที่ 1 มิถุนายน 2560 บริษัทฯ และ พี เอ็ม เคมิคัล ได้จัดทำบันทึกข้อตกลงเพื่อกำหนดคำตอบแทนให้แก่ พี เอ็ม เคมิคัล สำหรับการจัดซื้อน้ำแร่ชนิดพิเศษ และ สติกเกอร์ป้องกันสินค้าปลอม ในลักษณะต้นทุนบวกกำไรส่วนเพิ่ม (Cost Plus) ไม่เกินร้อยละ 5 เพื่อให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของพี เอ็ม เคมิคัล และสอดคล้องกับผู้ให้บริการจัดจำหน่ายทั่วไป และหากมีค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าเกิดขึ้น พี เอ็ม เคมิคัล จะคิดค่าใช้จ่ายดังกล่าวต่อบริษัทฯ ตามที่เกิดขึ้นจริง <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายการดังกล่าวเกิดขึ้นตามความจำเป็นตามการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทฯ การทำรายการดังกล่าวมีราคา และเงื่อนไขทั่วไปเสมือนกับที่บริษัทฯ ทำรายการกับบุคคลภายนอก ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบและเห็นด้วยกับการทำ

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
				บันทึกข้อตกลงระหว่างบริษัทฯ และ พี เอ็ม เคมิคัล ซึ่งเป็นการกำหนดราคากับบริษัทฯ ในลักษณะ Cost Plus ซึ่งจะช่วยให้รายการซื้อสินค้าดังกล่าวมีความเหมาะสมมากขึ้น
3 บริษัท ภัทรลิสซิ่ง จำกัด . (มหาชน)	<u>เช่ารถยนต์เพื่อการประกอบธุรกิจ</u> นามู ไลฟ์ พลัส มีการทำสัญญาเช่ารถเพื่อเป็นสวัสดิการให้แก่พนักงานขายรายเดือนทั้งหมด 2 สัญญา จำนวน 6 คัน และ 2 คัน ตามลำดับ และราคาเช่าคันละ 12,500 บาทต่อเดือน และ 13,300 บาทต่อเดือน ตามลำดับ โดยเริ่มเช่าตั้งแต่เดือนกันยายน 2559 และ มีนาคม 2560 ตามลำดับ และมีระยะเวลาตามสัญญา 4 ปี ทั้ง 2 สัญญา - ค่าเช่า - เจ้าหนี้ค่าเช่า	0.2 0.1	1.3 0.1	รายการค่าเช่ารถยนต์ดังกล่าวเป็นไปตามนโยบายบริษัทฯ เกี่ยวกับสวัสดิการของพนักงานขาย โดยในการพิจารณาเช่ารถยนต์ดังกล่าว บริษัทฯ ได้มีการคัดเลือกผู้ให้บริการตามนโยบายและหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้บริการของบริษัทฯ โดยภัทรลิสซิ่ง เป็นบริษัทให้เช่ารถยนต์ที่เป็นที่ยอมรับในตลาด และมีความน่าเชื่อถือ และค่าเช่าของ ภัทรลิสซิ่ง มีอัตราที่ต่ำกว่าคู่แข่ง และเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามปกติธุรกิจ ดังนั้นรายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายการดังกล่าวมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งการเช่ารถยนต์ดังกล่าวเพื่อเป็นสวัสดิการให้แก่พนักงานขายช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มความคล่องตัวในการติดต่อกับลูกค้า อัตราค่าเช่าที่คิดระหว่างกันเป็นอัตราราคาตลาด และเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามปกติธุรกิจ

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
4 บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)	ค่าเบี้ยประกันภัย บริษัทฯ มีการทำสัญญาประกันภัยรถยนต์ จำนวน 3 สัญญา โดยสัญญาเริ่มผลตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2560 และมีระยะเวลาตามสัญญา 1 - ค่าเบี้ยประกันภัย	-ไม่มี-	0.1	รายการค่าเบี้ยประกันภัยดังกล่าวเป็นไปตามนโยบายบริษัทฯ เกี่ยวกับการสรรหาผู้ให้บริการ โดยการพิจารณาผู้ให้บริการประกันภัย บริษัทฯ ได้มีการคัดเลือกผู้ให้บริการตามนโยบาย และหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้บริการของบริษัทฯ โดยบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทประกันภัยชั้นนำ ที่เป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ และค่าเบี้ยประกันภัย มีอัตราที่ต่ำกว่าคู่แข่ง และเงื่อนไขการชดเชยค่าเสียหายเป็นไปตามปกติธุรกิจ ดังนั้นรายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายการดังกล่าวมีความสมเหตุสมผล และเกิดขึ้นตามความจำเป็นตามการดำเนินธุรกิจ และมีความสำคัญเนื่องจากเป็นควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ในขณะที่บริษัทฯ ไม่ได้เสียประโยชน์เนื่องจากมูลค่าค่าเบี้ยประกันภัยเป็นราคาที่เหมาะสมและโดยทั่วไป
5 กรรมการและผู้บริหาร	<u>ขายสินค้าสวัสดิการพนักงาน</u> บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีนโยบายให้ผู้บริหารและพนักงานสามารถซื้อสินค้าของบริษัทฯ ได้ในราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด เป็นไปตามนโยบายเรื่องสวัสดิการ			รายการขายสินค้าดังกล่าวเป็นไปตามนโยบายบริษัทฯ เกี่ยวกับสวัสดิการของพนักงานบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดมาตรฐานและสิทธิจำกัดต่อคนเป็นรายเดือน แบ่งตามตำแหน่งอย่างชัดเจน โดยให้อัตราส่วนลดที่เท่ากันแก่พนักงาน

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
	ส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สำหรับผู้บริหาร และพนักงาน โดยมีมาตรฐานและสิทธิจำกัดเป็นรายเดือน แบ่งตามตำแหน่งอย่างชัดเจน - รายได้ - ลูกหนี้การค้า	0.7 0.1	1.2 0.0	ทุกราย ทั้งนี้ การให้ส่วนลดแก่กรรมการและผู้บริหารบริษัทฯ ซื้อสินค้านั้น เพื่อให้กรรมการและผู้บริหารนำไปเป็นสินค้าทดลองใช้ให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคนั้น นอกจากนี้ การให้ซื้อสินค้าในราคาสวัสดิการยังเป็นการช่วยเพิ่มขวัญกำลังใจความผูกพันต่อองค์กร และเป็นแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ประกอบกับช่วยเพิ่มความผูกพันและความรู้ความเข้าใจของพนักงานต่อสินค้าของบริษัทฯ <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายการดังกล่าวมีความสมเหตุสมผล เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และมีความสำคัญเนื่องจากกรรมการและผู้บริหารต้องมีการนำสินค้าไปเป็นสินค้าทดลองให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกจากนี้ยัง เป็นการตอบแทนพนักงานในขณะที่บริษัทฯ ไม่ได้เสียประโยชน์เนื่องจากราคาที่ขายเป็นราคาที่สูงกว่าต้นทุนการผลิตสินค้าของบริษัทฯ และจำนวนสินค้าที่ให้ซื้อต่อเดือนต่อคนมีการกำหนดปริมาณอย่างเหมาะสม

12.2.2 รายละเอียดรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 และจะไม่เกิดขึ้นในอนาคต

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
1. คุณสรวิศ ทรัพย์พัฒนารักษ์	<u>เงินกู้ยืม</u> บริษัทฯ (ผู้กู้) กู้ยืมเงินจากคุณสรวิศฯ (ผู้ให้กู้) ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2553 วงเงิน 100.00 ล้านบาท โดยไม่คิดอัตราดอกเบี้ย และมีกำหนดต้องชำระยอดคงค้างให้เสร็จสิ้นภายในวันที่ 30 มิถุนายน 2559 โดยผู้ให้กู้มีสิทธิเรียกร้องให้ผู้กู้ชำระหนี้ทั้งหมดหรือบางส่วนก่อนกำหนดตามแต่ผู้ให้กู้จะเห็นสมควร และสามารถเรียกเก็บดอกเบี้ย ร้อยละ 1.50 ต่อปีหากผู้กู้ยังไม่ได้ชำระยอดคงค้างภายในวันที่ 30 มิถุนายน 2559 อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้จ่ายชำระคืนหนี้ทั้งจำนวนพร้อมดอกเบี้ยเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2559 และคาดว่าบริษัทฯ จะไม่มีรายการดังกล่าวในอนาคต <u>เงินกู้ยืม</u> - เงินกู้ยืม – ต้นงวด - เพิ่มระหว่างปี - ลดระหว่างปี - เงินกู้ยืม – ปลายงวด	68.3 - 68.3 ==	-ไม่มี- -ไม่มี- -ไม่มี- -ไม่มี-	บริษัทฯ มีการกู้ยืมเงินจากคุณสรวิศฯ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ โดยได้มีการทำสัญญาลงนามจากทั้งสองฝ่าย ซึ่งมีการกำหนดเงื่อนไข และดอกเบี้ยอย่างชัดเจนภายหลังระยะเวลาคืนเงินกู้ที่กำหนด ดังนั้น รายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล ทั้งนี้ ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้จ่ายชำระคืนเงินดังกล่าวให้แก่คุณสรวิศฯ แล้วทั้งจำนวนเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2559 และคาดว่าบริษัทฯ จะไม่มีรายการดังกล่าวในอนาคต <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายการดังกล่าวเป็นการกู้ยืม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ โดยมีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าอัตราเงินกู้ที่บริษัทฯ ได้รับจากสถาบันการเงิน และมีเงื่อนไขการชำระเงินเป็นไปตามการกู้ยืมปกติ ดังนั้น รายการดังกล่าว จึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จ่ายคืนเงินกู้ยืมดังกล่าวให้แก่คุณสรวิศฯ ทั้งจำนวนแล้ว ส่งผลให้จะไม่มียอดคงค้างลูกหนี้ดังกล่าวในงบการเงินต่อไปในอนาคตแล้ว อย่างไรก็ตาม

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
	ดอกเบี้ย - ดอกเบี้ยจ่าย	0.01	-ไม่มี-	คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า บริษัทฯ ควรลดการพึ่งพิงหรือรับความช่วยเหลือทางการเงินจากบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัทฯ โดยบริหารสภาพคล่องในการดำเนินงานหรือระดมทุนในรูปแบบอื่นๆ ให้เพียงพอต่อความต้องการทางการเงินของบริษัทฯ
2. คุณสรวิชัย พรพัฒน์รักษ์	<u>คำประกันเงินกู้ยืมและค่าเช่ารถยนต์โดยไม่มีค่าตอบแทน</u> คุณสรวิชัยฯ เป็นผู้ค้ำประกันวงเงินกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ 4 แห่ง และค่าเช่ารถยนต์ตลอดอายุสัญญาเช่า ให้แก่บริษัทฯ เพื่อใช้ในการขยายกิจการ เพื่อใช้ในการดำเนินงานและเพิ่มสภาพคล่องของบริษัทฯ แบบไม่มีค่าตอบแทน โดยวงเงินสินเชื่อที่คุณสรวิชัยฯ เป็นผู้ค้ำประกันอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ - วงเงินกู้ยืม - วงเงินค่าเช่ารถยนต์	494.0 3.6	401.0 3.6	บริษัทฯ มีวงเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์ 4 แห่งเพื่อใช้ในการขยายกิจการ และเพิ่มสภาพคล่องของบริษัทฯ โดยวงเงินกู้ยืมดังกล่าว ค้ำประกันโดยการจดจำนองที่ดินของบริษัทฯ และค้ำประกันโดยคุณสรวิชัยฯ ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดโดยธนาคารพาณิชย์ที่ให้กู้ยืมเงิน และบริษัทฯ ได้ชำระเงินกู้ดังกล่าวแล้วทั้งจำนวน ในเดือน สิงหาคม 2560 สำหรับการค้ำประกันค่าเช่ารถยนต์ตลอดอายุสัญญาเช่าเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดโดยผู้ให้เช่ารถยนต์ ทั้งนี้ บริษัทฯ คาดว่าการพึ่งพิงหรือรับความช่วยเหลือทางการเงินจะลดน้อยลงหรือไม่เกิดขึ้นอีก ภายหลังจากที่บริษัทฯ เสนอขายหุ้นต่อประชาชนและนำหุ้นเข้าจดทะเบียนในครั้งใหม่ของบริษัทฯ แล้วเสร็จ

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
				<u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายการดังกล่าวเป็นการรับความช่วยเหลือทางการเงินจากการค้าประกัน วงเงินกู้ยืมเพื่อใช้ในการขยายกิจการ และเพิ่มสภาพคล่องของบริษัทฯ โดยมีได้จ่ายค่าตอบแทน ซึ่งรายการดังกล่าวมีความจำเป็นและสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า บริษัทฯ ควรลดการพึ่งพิงหรือรับความช่วยเหลือทางการเงินจากการค้าประกันส่วนบุคคลโดยกรรมการและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ
3. บริษัท พี เอ็ม เคมิคัล จำกัด	<u>การเช่าโกดังสินค้า</u> บริษัทฯ เช่าโกดังสินค้าจาก พี เอ็ม เคมิคัล จำนวน 1 แห่ง มีพื้นที่ประมาณ 800 ตารางเมตรตั้งอยู่ที่ ซอยเสรีไทย 87 ถนนเสรีไทย แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ เพื่อใช้ในการเก็บสินค้าคงเหลือประเภทวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทฯ ในอัตราค่าเช่าประมาณเดือนละ 96,000 บาทหรือคิดเป็นค่าเช่าประมาณ เดือนละ 120 บาทต่อตารางเมตร จ่ายชำระเป็นประจำทุกเดือน โดยเริ่มเช่าตั้งแต่เดือน มกราคม 2559 มีกำหนดระยะเวลา 1 ปี			การเช่าโกดังสินค้าจาก พี เอ็ม เคมิคัล เพื่อใช้ในการเก็บสินค้าคงเหลือของบริษัทฯ ประเภทวัตถุดิบในการผลิตในอัตราค่าเช่าประมาณเดือนละ 120 บาทต่อตารางเมตร เป็นอัตราค่าเช่าที่เทียบเคียงได้กับค่าเช่าโกดังในบริเวณใกล้เคียง ที่มีอัตราค่าเช่าระหว่าง 100 – 138 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน และเงื่อนไขการชำระราคา เป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าปกติ เช่นเดียวกับรายการเช่าทั่วไป โดยบริษัทฯ เลือกพื้นที่ของ พี เอ็ม เคมิคัล เนื่องจากสามารถตอบสนองทั้งพื้นที่ใช้สอยไม่ใหญ่เกินความจำเป็นและราคาเช่าต่อตารางเมตรก็เทียบเคียงได้กับพื้นที่เช่าใกล้เคียง และระยะทางก็ไม่ไกลจาก

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
	- ค่าเช่า - เงินมัดจำค่าเช่าที่จะได้รับคืน	1.2 0.2	-ไม่มี- -ไม่มี-	บริษัทฯ อย่างไรก็ดี รายการดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นในอนาคตเนื่องจากบริษัทฯ ได้เลิกเช่าโกดังสินค้ากับ พี เอ็ม เคมีคัล จำกัด แล้วตั้งแต่ต้นปี 2560 ภายหลังจากโรงงานแห่งใหม่ของบริษัทฯ ที่โรจนะได้เริ่มเปิดดำเนินการ <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายการดังกล่าวมีความสมเหตุสมผล เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยที่ทำเลที่ตั้งของพื้นที่เช่าอยู่ใกล้เคียงกับบริษัทฯ ซึ่งมีการสะดวกเหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ อัตราค่าเช่าที่คิดระหว่างกันเป็นอัตราราคาตลาด และเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามธุรกิจเช่าอาคารพาณิชย์ โดยทั่วไป อย่างไรก็ดี รายการดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นในอนาคตเนื่องจากบริษัทฯ ได้เลิกเช่าโกดังสินค้ากับ พี เอ็ม เคมีคัล จำกัด แล้วตั้งแต่ต้นปี 2560 ภายหลังจากโรงงานแห่งใหม่ของบริษัทฯ ที่โรจนะได้เริ่มเปิดดำเนินการ

12.2.3 รายละเอียดรายการระหว่างกันที่กำกับบุคคลที่เคยมีความขัดแย้ง สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)	ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2559	ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 2560	
1. Riya Home (Holding) Limited	<u>ขายสินค้า</u> Riya Home เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัท ในต่างประเทศ โดยบริษัท ขายสินค้าให้ Riya Home ในลักษณะขายขาดในราคาและเงื่อนไขการค้าที่ตกลง กัน - รายได้จากการขายสินค้าสุทธิ	4.3 (มูลค่ารายการระหว่าง วันที่ 1- 27 มกราคม 2559)	ไม่เข้าข่ายเป็น รายการระหว่างกัน	Riya Home เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าที่สำคัญของบริษัทฯ ใน ต่างประเทศ โดยบริษัท ขายสินค้าให้ Riya Home ใน ลักษณะขายขาดในราคาและเงื่อนไขการค้าที่ตกลงกันและ เหมาะสมกับสภาพตลาดและโครงสร้างราคาในตลาด ต่างประเทศนั้น ทั้งนี้ วันที่ 27 มกราคม 2559 คุณสรวิชัย พรพัฒน์รักษ์ และคุณนิติโรจน์ มโนลม้าย ได้ขายหุ้น Riya Home ที่ถืออยู่ทั้งหมดให้แก่ผู้ถือหุ้นในส่วนของ Riya Home ซึ่งไม่ใช่บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกับบริษัทฯ ส่งผลให้ ตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม 2559 เป็นต้นมา Riya Home ไม่ใช่ บุคคลที่มีความขัดแย้งกับบริษัทฯ <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายการดังกล่าวเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยราคาและเงื่อนไขการค้าที่ขายให้แก่ Riya Home เป็น อัตราที่ตกลงกันและเหมาะสมกับสภาพตลาดและโครงสร้าง ราคาในตลาดต่างประเทศนั้น อย่างไรก็ดี ปัจจุบัน Riya Home ไม่ใช่บุคคลที่มีความขัดแย้งกับบริษัทฯ แล้ว

12.3 มาตรการหรือขั้นตอนในการอนุมัติให้เข้าทำรายการระหว่างกัน

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

ในการทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ และบริษัทย่อย บริษัทฯ จะปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องของ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือ คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตลอดจนการปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการเปิดเผยรายการระหว่างกันในหมายเหตุประกอบงบการเงินที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) ด้วย ในการทำรายการดังกล่าวบริษัทฯ จะทำการตรวจสอบและดูแลธุรกรรมที่เกิดขึ้น โดยไม่มีผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ดังกล่าวมีส่วนในการตัดสินใจเกี่ยวกับรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้น

คณะกรรมการบริษัท ได้จัดให้มีขั้นตอนการอนุมัติรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันอยู่ภายใต้กรอบจริยธรรมที่ดี โดยผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการตรวจสอบโดยคำนึงถึงประโยชน์ของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นเป็นหลัก และดูแลให้การปฏิบัติเป็นไปตามเกณฑ์ของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลการทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันต่อสาธารณชนให้มีความถูกต้องและครบถ้วน

ในกรณีที่เป็นการรายการธุรกิจปกติหรือรายการสนับสนุนธุรกิจปกติของบริษัทฯ และเป็นรายการที่อาจเกิดขึ้นต่อเนื่องในอนาคต บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดกรอบของรายการดังกล่าวซึ่งจะต้องมีข้อตกลงทางการค้าในลักษณะเดียวกับที่วิญญูชนจะพึงกระทำกับคู่สัญญาทั่วไปในสถานการณ์เดียวกัน ด้วยอำนาจต่อการจัดการค้าที่ปราศจากอิทธิพลในการที่ตนมีสถานะเป็นกรรมการ ผู้บริหาร หรือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง และไม่ก่อให้เกิดการถ่ายเทผลประโยชน์ และ/หรือ สามารถแสดงให้เห็นได้ว่าการทำรายการดังกล่าวมีการกำหนดราคาหรือเงื่อนไขที่สมเหตุสมผลหรือเป็นธรรม และหากคณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติกรอบการทำรายการข้างต้นเป็นหลักการทั่วไป ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ ย่อมสามารถดำเนินการทำรายการที่มีลักษณะเป็นไปตามกรอบที่กำหนดไว้ไปได้ในทันทีโดยไม่ต้องนำรายการดังกล่าวเสนอขออนุมัติจากคณะกรรมการอีกครั้ง และบริษัทฯ จะจัดทำรายงานสรุปการทำธุรกรรมรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อรายงานในที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ และการประชุมคณะกรรมการบริษัทในทุกไตรมาส เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

หากมีการเข้าทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันที่เป็นธุรกรรมอื่น บริษัทฯ จะต้องเสนอให้คณะกรรมการตรวจสอบให้ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของราคา รวมถึงความสมเหตุสมผลของรายการนั้นๆ ในกรณีที่คณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความชำนาญในการพิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกันที่เกิดขึ้น บริษัทฯ จะจัดให้มีบุคคลที่มีความรู้ ความชำนาญ พิเศษ เช่น ผู้สอบบัญชีหรือผู้ประเมินราคาทรัพย์สินที่มีความเป็นอิสระเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกันดังกล่าว เพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการบริษัทหรือผู้ถือหุ้น แล้วแต่กรณี โดยที่ผู้ที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือมีส่วนได้ส่วนเสียในการทำรายการจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการพิจารณาอนุมัติการทำรายการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีความมั่นใจว่าการเข้าทำรายการดังกล่าวจะไม่เป็นการโยกย้าย หรือถ่ายเทผลประโยชน์ของบริษัทฯ แต่เป็นการทำรายการที่ได้คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นทุกรายเป็นสำคัญ

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะเปิดเผยรายการระหว่างกันไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชี
ของบริษัท รายงานประจำปี และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีของบริษัท (แบบ 56-1)

12.4 นโยบายเกี่ยวกับการเข้าทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันในอนาคต

ในกรณีที่มีการเข้าทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันในอนาคต บริษัทฯ จะปฏิบัติให้เป็นไปตาม
พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือ
ข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่ง
ประเทศไทย ทั้งนี้ การเข้าทำรายการดังกล่าวจะไม่เป็นการโยกย้าย หรือถ่ายเทผลประโยชน์ของบริษัทฯ แต่เป็นการทำรายการที่
ได้คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นทุกรายเป็นสำคัญ

ในกรณีที่เป็นการเข้าทำรายการธุรกิจปกติหรือรายการสนับสนุนธุรกิจปกติ และเป็นรายการที่เกิดขึ้นต่อเนื่องในอนาคต บริษัทฯ
จะกำหนดหลักเกณฑ์ และแนวทางในการปฏิบัติให้เป็นไปตามลักษณะการค้าโดยทั่วไป โดยอ้างอิงกับราคาและเงื่อนไขที่
เหมาะสมและยุติธรรม สมเหตุสมผล สามารถตรวจสอบได้ และนำเสนอให้คณะกรรมการตรวจสอบให้ความเห็นและ
คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้พิจารณาอนุมัติการดำเนินการทำรายการดังกล่าว

นอกจากนี้ หากมีการทำรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันหรือมีการเปลี่ยนแปลงข้อตกลงและเงื่อนไข
เกี่ยวกับธุรกรรมระหว่างกันกับผู้ถือหุ้นใหญ่ กรรมการ ผู้บริหารหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งหรือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกัน
ของบริษัทฯ กรรมการที่มีส่วนได้เสียจะไม่เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการในวาระที่เกี่ยวกับการพิจารณาการเข้าทำธุรกรรม
ดังกล่าว

12.5 แนวโน้มการทำรายการระหว่างกันในอนาคต

บริษัทฯ คาดว่าในอนาคตรายการค้าทั่วไป หรือสนับสนุนธุรกิจปกติของบริษัทฯ เช่น การขายสินค้า การซื้อวัตถุดิบ การ
เช่ารถยนต์ และการขายสินค้าสวัสดิการพนักงาน เป็นต้น จะยังคงเกิดขึ้น โดยบริษัทฯ จะดำเนินการให้ราคาและเงื่อนไขการ
ชำระราคาเป็นไปตามเงื่อนไขการค้าปกติ

สำหรับรายการขายสินค้าระหว่าง เดอะ ฟอร์ทีน และ นามู โลฟ พลัส นั้น ได้เข้าทำบันทึกข้อตกลงเพื่อการตรวจยอด
สินค้าคงเหลือและยอดขาย เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2560 ซึ่งตกลงให้นามู โลฟ พลัส หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจาก นามู โลฟ
พลัส ดำเนินการเข้าตรวจสอบยอดสินค้าคงเหลือ โดยวิธีการสุ่มตรวจสอบ และนับสินค้าคงเหลือ ณ คลังสินค้าของเดอะ ฟอร์ทีน
ตลอดจนตรวจสอบกระบวนการบันทึกรายได้และยอดขายซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงใบแจ้งหนี้ เงินสดรับ ยอดขาย ฯลฯ โดย
สามารถดำเนินการเข้าตรวจสอบ จำนวนไม่เกิน 2 ครั้ง ภายในรอบระยะเวลาบัญชีของทุกปี โดยแจ้งเป็นหนังสือให้ เดอะ ฟอร์ทีน
ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วัน ก่อนการเข้าตรวจสอบดังกล่าวเพื่อให้บริษัทฯ สามารถตรวจสอบธุรกรรมการขาย และ
ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในเชิงเศรษฐกิจของเดอะ ฟอร์ทีนเพิ่มเติมจากรายงานสรุปยอดประจำเดือนและเอกสารประกอบที่ได้รับ
จาก เดอะ ฟอร์ทีน

สำหรับรายการซื้อ น้ำแร่ชนิดพิเศษ และ สติกเกอร์ป้องกันสินค้าปลอม จาก พี เอ็ม เคมิคัล ณ วันที่ 1 มิถุนายน 2560
บริษัทฯ และ พี เอ็ม เคมิคัล ได้เข้าทำบันทึกข้อตกลงเพื่อกำหนดค่าตอบแทนให้แก่ พี เอ็ม เคมิคัล สำหรับการจัดซื้อน้ำแร่ชนิด
พิเศษ และ สติกเกอร์ป้องกันสินค้าปลอม ในลักษณะต้นทุนบวกกำไรส่วนเพิ่ม (Cost Plus) ไม่เกินร้อยละ 5 เพื่อให้ครอบคลุม
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของพี เอ็ม เคมิคัล และสอดคล้องกับผู้ใช้บริการจัดจำหน่ายทั่วไป และหากมีค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง
สินค้าเกิดขึ้น พี เอ็ม เคมิคัล จะคิดค่าใช้จ่ายดังกล่าวต่อบริษัทฯ ตามที่เกิดขึ้นจริง

นอกจากนี้ สำหรับรายการเช่าพื้นที่ การกู้ยืมเงิน และการค้ำประกันจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทฯ คาดว่า รายการดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นต่อไปในอนาคต

บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 2

การจัดการและการกำกับดูแลกิจการ

7. ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น

7.1 จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

ณ วันที่ 21 กรกฎาคม 2560 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนจำนวน 318 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 318,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยเป็นทุนชำระแล้วจำนวน 240 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 240,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท

ทั้งนี้ ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2560 ได้มีมติอนุมัติจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวนไม่เกิน 93,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ตามรายละเอียดดังนี้

- (1) จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ จำนวนไม่เกิน 15,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด โดยเป็นการเสนอขายต่อผู้ลงทุนโดยเฉพาะเจาะจงซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 50 ราย ภายในรอบระยะเวลา 12 เดือนและ/หรือผู้ลงทุนสถาบันภายใต้ नियามของประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ กจ. 17/2551 เรื่อง การกำหนดบทนิยามในประกาศเกี่ยวกับการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ ฉบับลงวันที่ 15 ธันวาคม 2551 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) (“บุคคลในวงจำกัด”) ในราคาเสนอขายไม่ต่ำกว่ามูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นของบริษัทฯ (โปรดพิจารณารายชื่อบุคคลในวงจำกัดดังกล่าวในหัวข้อ 9.3)
- (2) จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ จำนวนไม่เกิน 76,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering)
- (3) จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ จำนวนไม่เกิน 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ตามโครงการการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) โดยรายละเอียดจะกล่าวในหัวข้อ 9.2

โดยบริษัทฯ ได้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนตาม (1) เป็นที่เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2560 และหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ประชาชน ในเดือนธันวาคม 2560 ที่ผ่านมา

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วทั้งสิ้น 316 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 316,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท

7.2 หุ้นสามัญเพิ่มทุน เพื่อเสนอขายให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ตามโครงการการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP)

ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2560 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ จำนวนไม่เกิน 2,000,000 หุ้น ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ตามโครงการการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) โดยบริษัทฯ มีวัตถุประสงค์และความจำเป็นดังนี้

- ก) เป็นการสร้างแรงจูงใจและตอบแทนการปฏิบัติงานของกรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยให้มีความตั้งใจในการทำงานเพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่บริษัทฯ และผู้ถือหุ้น
- ข) เป็นการสร้างแรงจูงใจให้กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยที่มีผลงานโดดเด่นและที่หาทดแทนได้ยากให้ทำงานกับบริษัทฯ ต่อไปในระยะยาวเพื่อการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ
- ค) รักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการทำงานกับบริษัทฯ ต่อไปในระยะยาว
- ง) ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของ ทำให้มีวัตถุประสงค์เป็นหนึ่งเดียวกับผู้ถือหุ้น และมุ่งสร้างความสำเร็จรุ่งเรืองให้แก่บริษัทฯ เป็นสำคัญ

ชื่อหลักทรัพย์	: หุ้นสามัญของ บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)
ประเภท	: หุ้นสามัญเพิ่มทุน
ชนิด	: หุ้นสามัญ ชนิดระบุชื่อผู้ถือ
วิธีการเสนอขาย	: บริษัทฯ จะเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนโดยการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ (“การเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน”) ให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย
อายุของโครงการต่อเนื่อง	: 1 ปี นับจากวันที่ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติ ซึ่งคือวันที่ 17 กรกฎาคม 2560
จำนวนของหุ้นสามัญที่เสนอขาย	: จำนวนรวมทั้งสิ้นไม่เกิน 2,000,000 (สองล้าน) หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 (หนึ่ง) บาท บริษัทฯ จะทำการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนเป็นโครงการ (โปรดดูรายละเอียดการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในหัวข้อ “ระยะเวลาการเสนอขาย”)
ราคาเสนอขายต่อหุ้น	: ราคาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานตามโครงการจะเท่ากับราคายุติธรรม ณ วันที่กำหนดรายชื่อพนักงานผู้มีสิทธิได้รับจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน ซึ่งเท่ากับ 28.42 บาทต่อหุ้น

ระยะเวลาการเสนอขาย

: บริษัทฯ จะทำการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนเป็นโครงการ โดยบริษัทฯ จะทำการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนภายใน 1 ปีนับจากวันที่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติให้บริษัทฯ เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานตามโครงการของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ จะเสนอขายหุ้นสามัญดังกล่าว ภายในหลังจากหุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ไปแล้วไม่น้อยกว่า 1 เดือน และดำเนินการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในโครงการทั้งหมดภายในวันที่ 17 กรกฎาคม 2561

บริษัทฯ จะเสนอขายให้แก่กรรมการและ/หรือผู้บริหารของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยที่ได้รับจัดสรรแต่ละรายได้รับภายใต้โครงการของบริษัทฯ โดยรายละเอียดของกรรมการและ/หรือผู้บริหารและจำนวนหุ้นที่ได้รับจัดสรรทั้งหมด ระบุภายใต้หัวข้อ “ผู้ที่ได้รับการจัดสรรและจำนวนที่ได้รับการจัดสรร”

สำหรับการเสนอขายให้แก่พนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย การเสนอขายให้แก่พนักงานคนใดให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการบริหารของบริษัทฯ หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริหารของบริษัทฯ หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ เป็นผู้มีความสามารถในการพิจารณากำหนดหรือแก้ไขตามที่เห็นสมควร และหากภายหลังการกำหนดรายชื่อพนักงานผู้มีสิทธิได้รับจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนแล้ว มีการเปลี่ยนแปลง เช่น พนักงานดังกล่าวสิ้นสภาพการเป็นพนักงาน ฯลฯ ให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการบริหารของบริษัทฯ หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริหารของบริษัทฯ หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ เป็นผู้มีความสามารถในการพิจารณากำหนดหรือแก้ไขตามที่เห็นสมควร ให้แก่พนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ท่านอื่นเพื่อให้ได้รับสิทธิในการรับจัดสรรแทนได้ภายในระยะเวลาเสนอขายและจัดสรร โดยให้เป็นไปตามเงื่อนไขการได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน โดยพนักงานแต่ละรายจะได้รับการจัดสรรไม่เกินร้อยละ 5 ของจำนวนหุ้นที่จัดสรร

“วันที่มีการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน” หมายถึงวันที่ที่ประชุมคณะกรรมการบริหารของบริษัทฯ หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริหารของบริษัทฯ หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ มีมติหรืออนุมัติกำหนดให้เป็นวันเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานตามโครงการ โดยบริษัทฯ จะกำหนดวันที่มีการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานเป็นวันเดียวกันกล่าวคือ ในช่วงเวลาระหว่างวันที่ 2 - 3 เมษายน 2561 อย่างไรก็ดี วันที่มีการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าวจะไม่เกินวันที่ 17 กรกฎาคม 2561

“วันที่มีการกำหนดรายชื่อพนักงานผู้มีสิทธิได้รับจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน” หมายถึง วันที่ที่ประชุมคณะกรรมการบริหารของบริษัทฯ หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริหารของบริษัทฯ หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ มีมติหรืออนุมัติรายชื่อพนักงานผู้มีสิทธิได้รับจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามโครงการ โดยบริษัทฯ จะกำหนดวันที่มีการกำหนดรายชื่อพนักงานผู้มีสิทธิได้รับจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนเป็นวันเดียวกันโดยจะกำหนดภายในเดือนกรกฎาคม 2560

เงื่อนไขการได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน	: กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงาน ซึ่งมีสิทธิได้รับจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจะต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ (1) สำหรับกรรมการหรือผู้บริหารจะต้องมีสถานะเป็นกรรมการ และ/หรือผู้บริหารของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย ณ วันที่จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนมาเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี และจะต้องดำรงสถานะเป็นกรรมการ และ/หรือผู้บริหารของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย ณ วันที่มีการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน (2) สำหรับพนักงาน จะต้องมีสถานะเป็นพนักงานของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย ณ วันที่มีการกำหนดรายนามพนักงานผู้มีสิทธิได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนมาเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี และจะต้องดำรงสถานะเป็นพนักงานของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย ณ วันที่มีการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน (3) จำนวนหุ้นสามัญที่กรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน แต่ละรายจะได้รับ ไม่จำเป็นต้องมีจำนวนเท่ากัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับตำแหน่ง ประสบการณ์ ความรับผิดชอบ อายุงาน ผลงานความสามารถ ประสิทธิภาพและการปฏิบัติงานที่ผ่านมา รวมถึงผลประโยชน์ที่คาดว่าจะทำให้แก่บริษัท และบริษัทย่อยในอนาคต (4) ในกรณีที่มีกรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย แสดงความประสงค์ที่จะไม่ใช้สิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนในวันกำหนดการใช้สิทธิ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท สามารถกำหนด รายชื่อ พนักงานของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย ท่านอื่นเพื่อให้ได้รับสิทธิในการรับจัดสรรแทนได้ ภายในระยะเวลาเสนอขายและจัดสรร โดยให้เป็นไปตามเงื่อนไขการได้รับการจัดสรรในข้อ (2) และ (3) ข้างต้น โดยพนักงานแต่ละรายจะได้รับการจัดสรรไม่เกินร้อยละ 5 ของจำนวนหุ้นที่จัดสรร																					
ผู้ที่ได้รับการจัดสรรและจำนวนที่ได้รับการจัดสรร	: รายนามกรรมการ และผู้บริหารซึ่งได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท และจำนวนหุ้นที่ได้รับการจัดสรรมีดังนี้ <table><tr><th>รายชื่อกรรมการ และผู้บริหาร</th><th>ตำแหน่ง</th><th>จำนวนหุ้นที่ได้รับจัดสรรทั้งหมด</th></tr><tr><td>นายสุภวัฒน์ วนิชประภา</td><td>กรรมการ และรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร</td><td>640,000 หุ้น</td></tr><tr><td>นายนิติโรจน์ มโนลม้าย</td><td>กรรมการ และรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร</td><td>360,000 หุ้น</td></tr><tr><td>นายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์</td><td>กรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่สายงานบัญชีและการเงิน</td><td>50,000 หุ้น</td></tr><tr><td>นายรุ่งโรจน์ ชัยศิริวิกรม</td><td>กรรมการ</td><td>50,000 หุ้น</td></tr><tr><td>นายธิดิ รัตตมณี</td><td>ประธานเจ้าหน้าที่สายงานกลยุทธ์และวิเคราะห์ข้อมูล</td><td>50,000 หุ้น</td></tr><tr><td>นายวุฒิ เครือน้ำคำ*</td><td>ประธานเจ้าหน้าที่สายงานปฏิบัติการ</td><td>50,000 หุ้น</td></tr></table>	รายชื่อกรรมการ และผู้บริหาร	ตำแหน่ง	จำนวนหุ้นที่ได้รับจัดสรรทั้งหมด	นายสุภวัฒน์ วนิชประภา	กรรมการ และรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	640,000 หุ้น	นายนิติโรจน์ มโนลม้าย	กรรมการ และรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	360,000 หุ้น	นายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์	กรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่สายงานบัญชีและการเงิน	50,000 หุ้น	นายรุ่งโรจน์ ชัยศิริวิกรม	กรรมการ	50,000 หุ้น	นายธิดิ รัตตมณี	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานกลยุทธ์และวิเคราะห์ข้อมูล	50,000 หุ้น	นายวุฒิ เครือน้ำคำ*	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานปฏิบัติการ	50,000 หุ้น
รายชื่อกรรมการ และผู้บริหาร	ตำแหน่ง	จำนวนหุ้นที่ได้รับจัดสรรทั้งหมด																				
นายสุภวัฒน์ วนิชประภา	กรรมการ และรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	640,000 หุ้น																				
นายนิติโรจน์ มโนลม้าย	กรรมการ และรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	360,000 หุ้น																				
นายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์	กรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่สายงานบัญชีและการเงิน	50,000 หุ้น																				
นายรุ่งโรจน์ ชัยศิริวิกรม	กรรมการ	50,000 หุ้น																				
นายธิดิ รัตตมณี	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานกลยุทธ์และวิเคราะห์ข้อมูล	50,000 หุ้น																				
นายวุฒิ เครือน้ำคำ*	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานปฏิบัติการ	50,000 หุ้น																				

	พนักงานอื่นๆ โดยพนักงานแต่ละรายจะได้รับการจัดสรรไม่เกินร้อยละ 5 ของจำนวนหุ้นที่จัดสรรในครั้งนี้		800,000 หุ้น
	รวม		2,000,000 หุ้น
	หมายเหตุ : นายวุฒิ เครือ่น้ำคำได้ลาออกจากการเป็นพนักงานของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ อยู่ระหว่างจัดสรรสิทธิในการจองซื้อหุ้นของนายวุฒิ เครือ่น้ำคำ ให้แก่พนักงานอื่นๆ ซึ่งพนักงานแต่ละรายดังกล่าวจะได้รับการจัดสรรไม่เกินร้อยละ 5 ของจำนวนหุ้นที่จัดสรรในครั้งนี้		
ระยะเวลาห้ามขายหุ้นสามัญ (Lock-up Period)	: กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยที่ได้รับการจัดสรรและใช้สิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนแล้ว ห้ามนำหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ได้รับจากการเสนอขายออกขายในระยะเวลา 1 เดือนนับจากวันที่มีการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน		
ตลาดรองของหุ้นสามัญเพิ่มทุน	: บริษัทฯ จะนำหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ออกแล้วไปจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ		
ผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น	: ผลกระทบต่อการลดลงของราคาต่อหุ้น (Price Dilution) เนื่องจากหุ้นของบริษัทฯ ยังไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงยังไม่มีราคาตลาดของหุ้นของบริษัทฯ และไม่สามารถคำนวณผลกระทบต่อราคาตลาดของหุ้นของบริษัทฯ ได้ โดยผลกระทบต่อการลดลงของราคาต่อหุ้นจะเกิดขึ้นเมื่อวันที่มีการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนและราคาใช้สิทธิมีมูลค่าต่ำกว่าราคาตลาด ณ วันที่มีการเสนอขายหุ้น อย่างไรก็ตาม หากคำนวณผลกระทบต่อการลดลงของราคาต่อหุ้น บนสมมติฐานที่ราคาตลาด ณ วันที่มีการเสนอขายหุ้นเท่ากับราคาเสนอขายหุ้นครั้งแรกแก่ประชาชนในครั้งนี้ที่เท่ากับ [•] บาทต่อหุ้น เทียบกับราคาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ที่เท่ากับ 28.42 บาทต่อหุ้น ผลกระทบต่อการลดลงของราคาต่อหุ้นจะเท่ากับร้อยละ [•] <u>ผลกระทบต่อส่วนแบ่งกำไรต่อหุ้น (Earning Per Share Dilution) และสิทธิในการออกเสียงของผู้ถือหุ้น (Control Dilution)</u> ในกรณีที่มีการจัดสรรหุ้นสามัญให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ทั้งจำนวน 2,000,000 หุ้น ส่วนแบ่งกำไรต่อหุ้นหรือสิทธิในการออกเสียงของผู้ถือหุ้นจะลดลงในอัตราร้อยละ 0.63 ของส่วนแบ่งกำไรหรือสิทธิในการออกเสียงเดิมโดยคำนวณเปรียบเทียบกับจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทจำนวน 318,000,000 หุ้น (ทุนจดทะเบียนชำระแล้วภายหลังจากที่บริษัทฯ เสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ประชาชน (IPO) และเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) ทั้งจำนวน		

7.3 ผู้ถือหุ้น

7.3.1 รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่

ณ วันที่ 11 มกราคม 2561 รายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ก่อนและหลังจากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน มีดังนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้น		หลังการเสนอขายหุ้น IPO	
		จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1	กลุ่มครอบครัวพรพัฒน์รักษ์*		
	1.1 ดร.สราวุฒ พรพัฒน์รักษ์	179,040,700	56.7
	1.2 นาง สรัญญา งามโพนาลัยสมบัติ	22,275,000	7.0
	1.3 นาย สรณนที พรพัฒน์รักษ์	22,275,000	7.0
	รวมกลุ่มครอบครัวพรพัฒน์รักษ์	223,590,700	70.8
2	North Haven Thai Private Equity Clarity Company (HK) Limited (“NHTPEC”)*	15,700,000	5.0
3	The Hong Kong And Shanghai Banking Corporation Limited	5,300,000	1.7
4	นายประชา คำวงศ์สุทธิพงศ์	4,940,200	1.6
5	กองทุนเปิดบัวหลวงหุ้นระยะยาว	3,798,800	1.2
6	ประชาชน	62,670,300	19.8
รวมทั้งหมด		316,000,000	100.00

*หมายเหตุ : NHTPEC ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อซื้อหุ้นบริษัท 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)

7.3.2 North Haven Thai Private Equity L.P.

9.3.2.1 ข้อมูลเบื้องต้นของ North Haven Thai Private Equity L.P. (“NHTPE”)

ลักษณะการดำเนินธุรกิจ	: NHTPE เป็นกองทุนปิดประเภท Private Equity (Closed-end Private Equity) ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ หุ้นส่วนสามัญ (General Partners) และหุ้นส่วนจำกัดความรับผิด (Limited Partners) โดยมีเงินทุนภายใต้การบริหารจัดการจำนวนประมาณ 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อการลงทุนในกิจการในประเทศไทย
หุ้นส่วนสามัญ (General Partner)	: NHTPE มีหุ้นส่วนสามัญ (General Partner) คือ Morgan Stanley Thai Private Equity GP, LLC (“MSTPE”) ซึ่งถือหุ้นโดย Morgan Stanley และธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (“ธนาคารกรุงเทพ”) ในสัดส่วนร้อยละ 90 และ ร้อยละ 10 ตามลำดับ โดย MSTPE อยู่ภายใต้การควบคุมและบริหารโดย Morgan Stanley MSTPE ควบคุมการตัดสินใจลงทุนทั้งหมดของ NHTPE และได้มีการแต่งตั้งผู้บริหารกองทุน (Manager) เพื่อบริหารจัดการกองทุน และดำเนินการทางด้านอำนวยการต่างๆ MSTPE เป็นผู้ระดมทุนจาก หุ้นส่วนจำกัดความรับผิด (Limited Partners) และแสวงหาโอกาสการลงทุนให้แก่กองทุน MSTPE ได้รับค่าตอบแทนในรูปแบบของค่าบริหารจัดการ (Management Fee) และส่วนแบ่งกำไรจากการลงทุน (Carried Interest) Morgan Stanley เป็นสถาบันการเงินชั้นนำที่เก่าแก่มากแห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกาที่มีประวัติยาวนานกว่า 80 ปี ซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก และเป็นสถาบันการเงินระดับโลกที่ให้คำปรึกษาด้านการลงทุน การจัดการ และการจัดหาเงินทุนให้แก่หน่วยงานภาครัฐ สถาบันต่างๆ นิติบุคคล และบุคคลธรรมดา ผ่านทางบริษัทย่อย และบริษัทร่วม (รายละเอียดข้อมูลของ Morgan Stanley ปรากฏในเว็บไซต์

	http://www.morganstanley.com/) ซึ่ง Morgan Stanley บริหารจัดการกองทุนที่ลงทุนในภูมิภาคเอเชียมากกว่า 20 ปี ธุรกิจกองทุน Private Equity ในภูมิภาคเอเชียของ Morgan Stanley มีสำนักงานกระจายอยู่ในหลายเมืองในภูมิภาคนี้ เช่น ฮองกง ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ โซล มุมไบ และโตเกียว และมีขนาดการลงทุนใน Private Equity รวมกว่า 14 พันล้านเหรียญสหรัฐ
หุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบ (Limited Partners)	: หุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบ (Limited Partners) ประกอบด้วย สถาบันที่มีความน่าเชื่อถือซึ่งรวมถึงกองทุนบำนาญ มูลนิธิ กองทุนประกันชีวิต กองทุนความมั่งคั่ง (Sovereign Wealth Funds) บริษัทประกัน และผู้ลงทุนรายบุคคลที่มีขนาดทรัพย์สินสุทธิสูง (High Net-Worth Individuals) Limited Partners ไม่มีอำนาจบริหารจัดการกองทุน และไม่มีอำนาจในการตัดสินใจที่จะให้กองทุนลงทุนใดๆ และไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการกิจการที่ NHTPE เข้าลงทุน ทั้งนี้ รายชื่อของ Limited Partners ซึ่งเป็นผู้ลงทุนใน NHTPE ไม่สามารถเปิดเผยได้เนื่องจากในธุรกิจการลงทุนแบบ Private Equity รายชื่อหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบ (Limited Partners) เป็นข้อมูลที่เป็นความลับอย่างยิ่งและอยู่ภายใต้ข้อกำหนดสัญญาที่ห้ามเปิดเผยรายชื่อของหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบ (Limited Partners) ทั้งนี้ ไม่มีบุคคลหรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกับบริษัทฯ ภายใต้ नियามของประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ กจ. 17/2551 เรื่อง การกำหนดบทนิยามในประกาศเกี่ยวกับการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ ฉบับลงวันที่ 15 ธันวาคม 2551 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) (“ประกาศ กจ. 17/2551”) เป็นหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบ (Limited Partners) ของ NHTPE และธนาคารกรุงเทพ กรรมการ และผู้บริหารของธนาคารกรุงเทพ บล. บัวหลวง กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพัน ผู้จัดการ หรือผู้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายหรือเทียบเท่าขึ้นไปที่รับผิดชอบงานด้านที่ปรึกษาทางการเงิน ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน หรือพนักงานที่ปฏิบัติงานในสายงานที่ปรึกษาทางการเงินของบล.บัวหลวง และผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลข้างต้น (รวมเรียกว่า “กลุ่มธนาคารกรุงเทพ”) จะลงทุนไม่เกินร้อยละ 10 ของเงินที่จะระดมทุนทั้งหมดของ NHTPE ในทุกๆ ขณะ
วัตถุประสงค์ในการลงทุน	: NHTPE มีวัตถุประสงค์ที่จะลงทุนในบริษัทในธุรกิจหลากหลาย (Portfolio Investments) โดยจะลงทุนในหุ้น และหลักทรัพย์ที่เกี่ยวข้องของบริษัทที่มีธุรกิจ/การดำเนินการในประเทศไทย และในธุรกิจ/บริษัทที่ได้รับประโยชน์จากการขยายตัวของกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศไทย และการเชื่อมโยงของเศรษฐกิจระหว่างประเทศในกลุ่ม กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม (CLMV) ซึ่งการลงทุนจะผ่านการเจรจาต่อรองแบบในวงจำกัด โดยการลงทุน Portfolio Investments ยังอาจครอบคลุมถึงหุ้นของบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และหุ้นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และหลักทรัพย์ประเภทอื่น
ผู้บริหารกองทุน (Manager)	: Morgan Stanley Private Equity Asia, Inc (“MSPEA”) เป็นบริษัทที่ถือหุ้นทั้งหมดโดย Morgan Stanley MSPEA ได้รับการแต่งตั้งจาก MSTPE ให้เป็นผู้บริหารกองทุน (Manager) NHTPE

	MSPEA ทำหน้าที่เป็นผู้บริหารจัดการกองทุน ซึ่งรวมไปถึงการวิเคราะห์ และการจัดโครงสร้างการลงทุน และการดำเนินการทางด้านอำนวยการต่างๆ เช่น การติดตามผลการดำเนินงานของกิจการที่กองทุนเข้าลงทุน MSPEA ได้รับคำตอบแทนในรูปแบบการบริหารจัดการจาก MSTPE จากการให้บริการดังที่กล่าวข้างต้น โดยอำนาจการตัดสินใจในการลงทุนหรือจำหน่ายเงินลงทุนใดๆ ของกองทุน จะขึ้นอยู่กับคณะกรรมการลงทุนที่มีสิทธิในการออกเสียง (Voting members of Investment Committee) ซึ่งเป็นบุคลากรของ Morgan Stanley ทั้งหมด
คณะกรรมการลงทุน (Investment Committee)	: คณะกรรมการลงทุน (Investment Committee) ประกอบด้วยบุคลากรมืออาชีพในสายงานการเงินและมีประสบการณ์ในธุรกิจ private equity และตลาดทุน คณะกรรมการลงทุน (Investment Committee) ประกอบด้วยบุคลากรของ Morgan Stanley ซึ่งมีหน้าที่ในการพิจารณาและอนุมัติการลงทุนหรือจำหน่ายเงินลงทุนใดๆ ของ NHTPE และกรรมการที่ไม่มีสิทธิออกเสียง (Non-voting member) ซึ่งประกอบด้วย นายยุทธพงศ์ มา นายชอง โท และนายวราวัตร ฐิติमित

ความสัมพันธ์ระหว่าง NHTPEC กับบริษัท

ความสัมพันธ์ระหว่าง NHTPEC กับบริษัท	: ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2560 บริษัทฯ ได้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 15,000,000 หุ้นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ในราคาหุ้นละ 29.87 บาท ให้แก่ NHTPEC ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อซื้อหุ้นบริษัท โดยมี NHTPE เป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมดทางอ้อม (NHTPE ถือหุ้นทั้งหมดใน NHTPEH และ NHTPEH ถือหุ้นทั้งหมดใน NHTPEC) และเป็นบุคคลในวงจำกัด ภายใต้ नियามของประกาศ กจ. 17/2551 เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2560 ส่งผลให้ NHTPEC เป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 6.25 ของหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วของบริษัทฯ ก่อนการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนในครั้งนี้ และร้อยละ 4.75 ของหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วของบริษัทฯ หลังการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนในครั้งนี้
สรุปเงื่อนไขที่สำคัญในการลงทุนซึ่งยังจะมีผลใช้บังคับหลังจากที่บริษัทฯ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ	: หุ้นสามัญเพิ่มทุนที่จัดสรรให้แก่ NHTPEC จำนวน 15,000,000 หุ้น จะถูกห้ามขายเป็นระยะเวลาไม่เกิน 12 เดือนนับจากวันที่หุ้นของบริษัทฯ เริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยหลังจากวันที่หุ้นของบริษัทฯ ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ครบ 6 เดือน NHTPEC จะสามารถทยอยขายหุ้นที่ถูกสั่งห้ามขายได้ร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด และเมื่อครบกำหนดระยะเวลา 12 เดือน NHTPEC จะสามารถขายหุ้นที่ถูกสั่งห้ามขายส่วนที่เหลือได้ทั้งหมด

7.3.3 ข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ที่มีผลกระทบต่อการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ หรือการบริหารงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย และสาระสำคัญต่อการดำเนินงาน

กลุ่มผู้ถือหุ้นและ NHTPEC (โดย NHTPEC จะถือหุ้นร้อยละ 4.75 ภายหลังการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ประชาชน) มีการทำข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นซึ่งข้อตกลงที่สำคัญลงวันที่ 11 กรกฎาคม 2560 อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ถือหุ้นและ NHTPEC ตกลงที่จะยกเลิกข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นระหว่าง กลุ่มผู้ถือหุ้น และ NHTPEC เมื่อแบบแสดงรายการข้อมูลและร่างหนังสือชี้ชวนของบริษัทฯ มีผลบังคับใช้ ตามข้อตกลงเพื่อยกเลิกสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้นลงวันที่ 16 ตุลาคม 2560 อย่างไรก็ตาม ข้อกำหนดการห้าม

ขายหุ้น (lock-up provision) จะยังมีผลบังคับใช้ ถึงแม้ว่าข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นรายใหญ่จะถูกยกเลิกไปแล้วก็ตาม ทำให้หุ้นสามัญเพิ่มทุนที่จัดสรรให้แก่ NHTPEC จำนวน 15,000,000 หุ้น จะถูกห้ามขายเป็นระยะเวลา 12 เดือนนับจากวันที่หุ้นของบริษัทฯ เริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยหลังจากวันที่หุ้นของบริษัทฯ ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ครบ 6 เดือน NHTPEC จะสามารถทยอยขายหุ้นที่ถูกสั่งห้ามขายได้ร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดที่ถูกห้ามขาย และเมื่อครบกำหนดระยะเวลา 12 เดือนนับจากวันที่หุ้นของบริษัทฯ เริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ NHTPEC จะสามารถขายหุ้นที่ถูกสั่งห้ามขายส่วนที่เหลือได้ทั้งหมด

7.4 ข้อจำกัดการโอนหุ้นของบริษัทฯ

หุ้นของบริษัทฯ โอนกันได้โดยเสรีโดยไม่มีข้อจำกัด และหุ้นที่ถือโดยคนต่างด้าวในขณะใดขณะหนึ่งต้องมีจำนวนรวมกันไม่เกินกว่าร้อยละ 49 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ การโอนหุ้นรายใดที่จะทำให้อัตราส่วนการถือหุ้นของคนต่างด้าวของบริษัทฯ เกินอัตราส่วนข้างต้น บริษัทฯ มีสิทธิปฏิเสธการโอนหุ้นบริษัทฯ หน้านั้นได้

7.5 การออกหลักทรัพย์อื่น

บริษัทฯ ไม่มีการออกหลักทรัพย์อื่น

7.6 นโยบายการจ่ายเงินปันผล

นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ

คณะกรรมการบริษัทอาจพิจารณาจ่ายเงินปันผลประจำปีของบริษัทฯ ได้ โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลซึ่งคณะกรรมการบริษัทมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลได้เป็นครั้งคราวเมื่อเห็นว่า บริษัทฯ มีผลกำไรสมควรพอจะทำเช่นนั้น แล้วให้รายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมคราวต่อไป

บริษัทฯ มีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะกิจการหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและหลังหักสำรองต่างๆ ทุกประเภทที่กฎหมายและบริษัทฯ กำหนดไว้ในแต่ละปี ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาการจ่ายเงินปันผลโดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เพื่อผลประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นเป็นหลัก เช่น ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ การสำรองเงินไว้เพื่อลงทุนในอนาคต การสำรองเงินไว้เพื่อจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืม หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัทฯ และการจ่ายเงินปันผลนั้นไม่มีผลกระทบต่อภาระการดำเนินงานปกติของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ ตามที่คณะกรรมการบริษัทพิจารณาเห็นสมควรหรือเหมาะสม

นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย

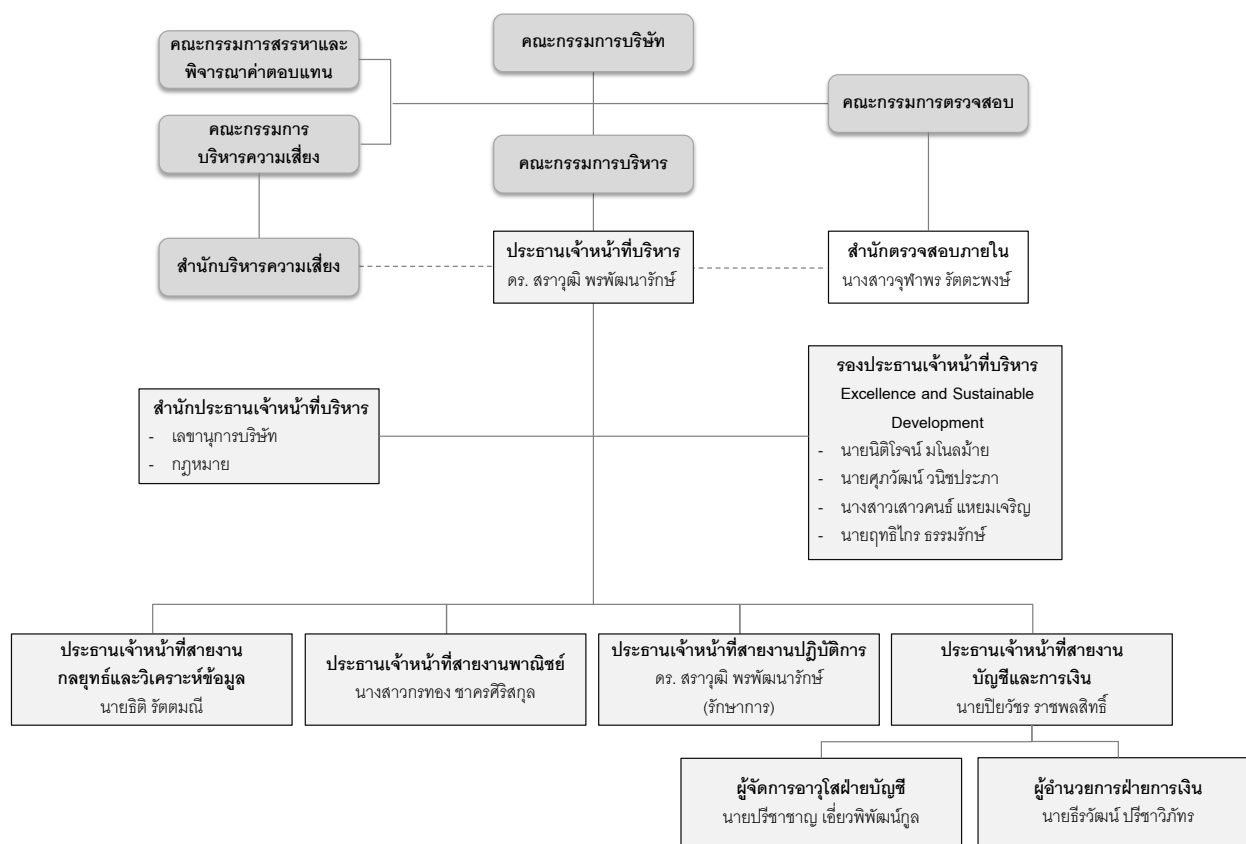
คณะกรรมการบริษัทย่อยอาจพิจารณาจ่ายเงินปันผลประจำปีของบริษัทย่อย โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อย เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลซึ่งคณะกรรมการบริษัทย่อยมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลได้เป็นครั้งคราวเมื่อเห็นว่าบริษัทย่อยมีผลกำไรสมควรพอจะทำเช่นนั้นได้ แล้วให้คณะกรรมการรายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อยทราบในการประชุมคราวต่อไป

บริษัทย่อยมีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะกิจการหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและหลังหักสำรองต่างๆ ทุกประเภทที่กฎหมายและบริษัทย่อยกำหนดไว้ในแต่ละปี ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทย่อยจะพิจารณาการจ่ายเงินปันผลโดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เพื่อผลประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นเป็นหลัก เช่น ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทย่อย การสำรองเงินไว้เพื่อลงทุนในอนาคต การสำรองเงินไว้เพื่อจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืม หรือเป็น

เงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัทย่อย และการจ่ายเงินปันผลนั้นไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานปกติของบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ ตามที่คณะกรรมการบริษัทย่อยพิจารณาเห็นสมควรหรือเหมาะสม

8. โครงสร้างการจัดการ

แผนภาพโครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560



โครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ประกอบด้วย คณะกรรมการ 5 ชุด คือ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และ คณะกรรมการบริหาร

8.1 คณะกรรมการชุดต่างๆ

8.1.1 คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วย กรรมการจำนวน 12 ท่าน ดังนี้

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

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามแทนบริษัทฯ ตามหนังสือรับรองบริษัทฯ

กรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อผูกพันบริษัทฯ เป็นดังนี้

1. นายสราวุฒิ พรพัฒน์รักษ์ นายนิติโรจน์ มโนลม้าย นายศุภวัฒน์ วนิชประภา กรรมการสองในสามคนนี้ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัทฯ หรือ
2. นายสราวุฒิ พรพัฒน์รักษ์ หรือ นายนิติโรจน์ มโนลม้าย หรือ นายศุภวัฒน์ วนิชประภา ลงลายมือชื่อร่วมกับนายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์ หรือ นายรุ่งโรจน์ ชัยศิริวิกรม หรือ นางสาวเสาวคนธ์ แหยมเจริญ หรือ นายฤทธิไกร ธรรมรักษ์ รวมเป็นสองคน และประทับตราสำคัญของบริษัทฯ

การประชุมคณะกรรมการ

รายละเอียดจำนวนครั้งของการประชุม และจำนวนครั้งที่กรรมการแต่ละท่านได้เข้าร่วมประชุมในปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 เป็นดังนี้

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งที่เข้าประชุม/จำนวนครั้ง การประชุม	
		1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 2559	1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 2560
1. พลตำรวจเอกชัชวาลย์ สุขสมจิตร์ ¹	ประธานกรรมการ กรรมการอิสระ	3/3	10/11
2. ดร.สราวุฒิ พรพัฒน์รักษ์	รองประธานกรรมการ	11/11	11/11
3. นายนิติโรจน์ มโนลม้าย	กรรมการ	11/11	10/11
4. นายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์	กรรมการ	11/11	10/11
5. นายรุ่งโรจน์ ชัยศิริวิกรม	กรรมการ	11/11	11/11
6. นายศุภวัฒน์ วณิชประภา	กรรมการ	11/11	10/11
7. นางสาวเสาวคนธ์ แหยมเจริญ	กรรมการ	11/11	11/11
8. นายฤทธิไกร ธรรมรักษ์	กรรมการ	11/11	10/11
9. นายกฤษ พอลเลิศ ¹	กรรมการอิสระ	3/3	11/11
10. นางนวลพรรณ ล่ำซำ ¹	กรรมการอิสระ	1/3	6/11
11. นายณัฐวุฒิ เครือประดับ ¹	กรรมการอิสระ	3/3	11/11
12. นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ²	กรรมการอิสระ	-	5/5

หมายเหตุ: ¹ ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 3/2559 เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2559 ได้มีมติอนุมัติการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท

² ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 4/2560 เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560 ได้มีมติอนุมัติการแต่งตั้งนายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ให้ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท แทนนายวิน พรหมแพทย์ ที่ลาออกจากการเป็นกรรมการอิสระ ดังนั้น นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ จึงยังไม่ได้เข้าร่วมประชุมกรรมการบริษัท ก่อนวันที่ 13 มิถุนายน 2560

8.1.2 คณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วย กรรมการจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

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

โดย นายกฤษ พอลเล็ค และ นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ เป็นกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้และประสบการณ์ที่จะสามารถสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินของบริษัท

การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ

รายละเอียดจำนวนครั้งของการประชุม และจำนวนครั้งที่กรรมการตรวจสอบแต่ละท่านได้เข้าร่วมประชุมในปี 2559 และ 2560 เป็นดังนี้

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งที่เข้าประชุม/จำนวนครั้ง การประชุม	
		1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 2559	1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 2560
1. นายกฤษ พอลเล็ค	กรรมการอิสระ และ ประธานกรรมการตรวจสอบ	3/3	8/8
2. นายณัฐฐะวุฒิ เครือประดับ	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	3/3	8/8
3. นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ²	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	-	3/3

หมายเหตุ: ^{1/} ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 4/2560 เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560 ได้มีมติอนุมัติการแต่งตั้งนายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ให้ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบแทนนายวิน พรหมแพทย์ ที่ลาออกจากการเป็นกรรมการตรวจสอบ ดังนั้น นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ จึงยังไม่ได้เข้าร่วมประชุมกรรมการตรวจสอบ ก่อนวันที่ 13 มิถุนายน 2560

8.1.3 คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน ประกอบด้วย กรรมการจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. นายณัฐฐะวุฒิ เครือประดับ ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน
 2. นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน
 3. นายศุภวัฒน์ วณิชประภา กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน
- นางสาวรุ่งทิพย์ งามเอกอุดมพงศ์ เลขานุการคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

การประชุมคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งที่เข้าประชุม/จำนวนครั้ง การประชุม	
		1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 2559 ¹	1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 2560
1. นายณัฐฐะวุฒิ เครือประดับ	ประธานกรรมการสรรหาและ พิจารณาคำตอบแทน	-ไม่มี-	2/2
2. นายศุภวัฒน์ วณิชประภา	กรรมการสรรหาและ พิจารณาคำตอบแทน	-ไม่มี-	2/2
3. นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ²	กรรมการสรรหาและ พิจารณาคำตอบแทน	-ไม่มี-	2/2

หมายเหตุ : ¹ นับตั้งแต่มีการแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนตามมติคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 10/2559 เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2559 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน ยังไม่มีการประชุมเนื่องจากยังไม่มีเรื่องต้องพิจารณาภายใต้ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

² ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 4/2560 เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560 ได้มีมติอนุมัติการแต่งตั้งนายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ให้ดำรงตำแหน่งกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนแทนนายวิน พรหมแพทย์ ที่ลาออกจากการเป็นกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน ดังนั้น นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ จึงยังไม่ได้เข้าร่วมประชุมกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน ก่อนวันที่ 13 มิถุนายน 2560

8.1.4 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงประกอบด้วย กรรมการจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. นายกฤษ ฟอร์ดเล็ด ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง
 2. ดร.สราวุธ พิพัฒน์นารักษ์ กรรมการบริหารความเสี่ยง
 3. นายนิติโรจน์ มโนลม้าย กรรมการบริหารความเสี่ยง
- นางสาวจุฬารัตน์ รัตตะพงษ์ เลขานุการคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

การประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งที่เข้าประชุม/จำนวนครั้ง การประชุม	
		1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 2559 ¹	1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 2560
1. นายกฤษ พอลเลิศ	ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง	-ไม่มี-	1/1
2. ดร.สราวุฒิ พรพัฒน์รักษ์	กรรมการบริหารความเสี่ยง	-ไม่มี-	1/1
3. นายนิตโรจน์ มโนลม้าย	กรรมการบริหารความเสี่ยง	-ไม่มี-	1/1

หมายเหตุ : ¹ นับตั้งแต่มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ตามมติคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 10/2559 เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2559 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงยังไม่มีการประชุมเนื่องจากยังไม่มีเรื่องต้องพิจารณาภายใต้ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

8.1.5 คณะกรรมการบริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คณะกรรมการบริหารประกอบด้วย กรรมการจำนวน 5 ท่าน ดังนี้

1.	ดร.สราวุฒิ	พรพัฒน์รักษ์	ประธานกรรมการบริหาร
2.	นายฤทธิไกร	ธรรมรักษ์	กรรมการบริหาร
3.	นายรุ่งโรจน์	ชัยศิริวิกรม	กรรมการบริหาร
4.	นายธิตติ	รัตตมณี	กรรมการบริหาร
5.	นายปิยวัชร	ราชพลสิทธิ์	กรรมการบริหาร
	นางสาวรุ่งทิพย์	งามเอกอุดมพงศ์	เลขานุการคณะกรรมการบริหาร

8.2 ผู้บริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คณะผู้บริหาร ประกอบด้วย ผู้บริหารจำนวน 10 ท่าน ดังนี้

1.	ดร.สราวุฒิ	พรพัฒน์รักษ์	ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและรักษาการประธานเจ้าหน้าที่สายงานปฏิบัติการ
2.	นายนิตโรจน์	มโนลม้าย	รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Excellence and Sustainable Development
3.	นายศุภวัฒน์	วนิชประภา	รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Excellence and Sustainable Development
4.	นางสาวเสาวคนธ์	แฮมเจริญ	รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Excellence and Sustainable Development

5.	นายฤทธิไกร	ธรรมรักษ์	รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Excellence and Sustainable Development
6.	นายธิตี	รัตตมณี	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานกลยุทธ์และวิเคราะห์ข้อมูล
7.	นางสาวกรทอง	ชาครศิริสกุล	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานพาณิชย์
8.	นายปิยวัชร	ราชพลสิทธิ์	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานบัญชีและการเงิน
9.	นายธีรวัฒน์	ปรีชาวิภัทร	ผู้อำนวยการฝ่ายการเงิน
10.	นายปรีชาชาญ	เอียวพิพัฒน์กุล	ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายบัญชี

8.3 เลขานุการบริษัท

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2558 เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 ได้แต่งตั้งนางสาวรุ่งทิพย์ งามเอกอุดมพงศ์ เป็นเลขานุการบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535

ขอบเขต อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ ของเลขานุการบริษัท

1. ให้คำแนะนำเบื้องต้นแก่กรรมการและผู้บริหารเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนด กฎระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทฯ และติดตามดูแลให้มีการปฏิบัติตามอย่างถูกต้อง รวมถึงรายงานการเปลี่ยนแปลงในข้อกำหนดกฎหมายที่มีนัยสำคัญแก่กรรมการและผู้บริหาร
2. ติดตามและดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลและรายงานสารสนเทศที่เกี่ยวข้องตามระเบียบ ประกาศ และข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และคณะกรรมการกำกับตลาดทุน
3. จัดทำและเก็บรักษาเอกสารสำคัญ ดังต่อไปนี้
 - (ก) ทะเบียนกรรมการ
 - (ข) หนังสือนัดประชุมคณะกรรมการและรายงานการประชุมคณะกรรมการ
 - (ค) หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นและรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น
 - (ง) รายงานประจำปีของบริษัทฯ
4. เก็บรักษาเอกสารที่มีส่วนได้เสียที่รายงานโดยกรรมการหรือผู้บริหาร พร้อมทั้งจัดส่งสำเนาให้แก่ประธานกรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบทราบภายใน 7 วันทำการนับแต่วันที่บริษัทฯ ได้รับรายงานนั้น ในนามของบริษัทฯ และ/หรือคณะกรรมการบริษัท
5. ดูแลกิจกรรมของคณะกรรมการบริษัท และดำเนินการเรื่องอื่นใดให้เป็นไปตามกฎหมาย และ/หรือ ตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนประกาศกำหนด และ/หรือตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

6. ติดตามและดูแลให้การประชุมผู้ถือหุ้นและการประชุมคณะกรรมการบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับของบริษัทฯ และข้อพึงปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งติดตามให้มีการปฏิบัติตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น และมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท
7. ดำเนินการให้มีการจัดทำแบบประเมินผลการทำงานของคณะกรรมการ คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ เพื่อพิจารณาทบทวนผลงาน ปัญหาและอุปสรรคในแต่ละปี เพื่อสามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานในด้านต่างๆได้ รวมทั้งจัดทำสรุปผลการประเมินและแจ้งให้คณะกรรมการ คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ เพื่อพิจารณารับทราบผลการประเมินต่อไป

8.4 ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

บริษัทฯ ได้กำหนดค่าตอบแทนกรรมการไว้อย่างชัดเจนและโปร่งใส สอดคล้องกับบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบในการกำกับการทำงานของบริษัทฯ และผ่านการพิจารณาความเหมาะสมโดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ สำหรับค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร มีรายละเอียดดังนี้

8.4.1 ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

1) ค่าตอบแทนกรรมการ

บริษัทฯ มีการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการเป็นประจำทุกปี ผ่านการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2560 ของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2560 ได้มีมติอนุมัติค่าตอบแทนกรรมการประจำปี 2560 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่าตอบแทนคณะกรรมการบริษัท

ค่าตอบแทนรายเดือน

ประธานกรรมการ	15,000 บาท / เดือน
กรรมการ	15,000 บาท / เดือน
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	-ไม่มี-

เบี้ยประชุม

ประธานกรรมการ	22,500 บาท / ครั้ง
กรรมการ	17,500 บาท / ครั้ง
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	-ไม่มี-

โบนัสประจำปี : บริษัทฯ กำหนดค่าตอบแทนในรูปแบบของโบนัสให้แก่กรรมการอิสระทุกท่านโดยกำหนดเป็นอัตราไม่เกินร้อยละ 0.1 ของกำไรสุทธิ ทั้งนี้ วงเงินโบนัสดังกล่าวของกรรมการอิสระรวมกันทั้งสิ้นไม่เกิน 1,000,000 บาท

ค่าตอบแทนคณะกรรมการตรวจสอบ (นอกเหนือจากค่าตอบแทนกรรมการ)

เบี้ยประชุม

ประธานกรรมการตรวจสอบ	22,500 บาท / ครั้ง
กรรมการตรวจสอบ	17,500 บาท / ครั้ง

คำตอบแทนคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (นอกเหนือจากคำตอบแทนกรรมการ)

เบี้ยประชุม

ประธาน	17,500 บาท / ครั้ง
กรรมการ	14,000 บาท / ครั้ง
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	-ไม่มี-

คำตอบแทนคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน (นอกเหนือจากคำตอบแทนกรรมการ)

เบี้ยประชุม

ประธาน	17,500 บาท / ครั้ง
กรรมการ	14,000 บาท / ครั้ง
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	-ไม่มี-

ตารางแสดงคำตอบแทนกรรมการของบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560

ชื่อ-สกุล		ตำแหน่ง	สำหรับปี 2559 (บาท)	สำหรับปี 2560 (บาท)
1.	พลตำรวจเอกชัชวาลย์ สุขสมจิตร์	ประธานกรรมการ และ กรรมการอิสระ	172,500	315,000
2.	ดร.สรวิศ ฤทธิ	รองประธานกรรมการ	ไม่มี	ไม่มี
3.	นายนิติโรจน์ มโนลมาัย	กรรมการ	ไม่มี	ไม่มี
4.	นายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์	กรรมการ	ไม่มี	ไม่มี
5.	นายรุ่งโรจน์ ชัยศิริวิกรม	กรรมการ	ไม่มี	ไม่มี
6.	นายศุภวัฒน์ วณิชประภา	กรรมการ	ไม่มี	ไม่มี
7.	นางสาวเสาวคนธ์ แหยมเจริญ	กรรมการ	ไม่มี	ไม่มี
8.	นายฤทธิไกร ธรรมรักษ์	กรรมการ	ไม่มี	ไม่มี
9.	นายกฤษ พอลเลิศ	กรรมการอิสระ และ ประธานกรรมการตรวจสอบ	225,000	480,000
10.	นางนวลพรรณ ล่ำซำ	กรรมการอิสระ	122,500	195,000
11.	นายณัฐระวุฒิ เครือประดับ	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	210,000	457,500
12.	นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ²	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	-	157,500

หมายเหตุ: ^{1/} ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 4/2560 เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560 ได้มีมติอนุมัติการแต่งตั้งนายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ให้ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท แทนนายวิน พรหมแพทย์ ที่ลาออกจากตำแหน่งกรรมการอิสระ ดังนั้น นายทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ จึงยังไม่ได้เข้าร่วมประชุมกรรมการบริษัท ก่อนวันที่ 13 มิถุนายน 2560

2) ค่าตอบแทนผู้บริหาร

บริษัทฯ มีการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ เงินเดือน โบนัส และค่าตอบแทนอื่นๆ ให้แก่ผู้บริหาร ดังนี้

ตารางแสดงค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559

ประเภท	สำหรับปี 2559	
	จำนวน (ราย)	ค่าตอบแทน (ล้านบาท)
เงินเดือนและโบนัส	8	21.0
ค่าตอบแทนอื่นๆ ได้แก่ กองทุนประกันสังคม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และ ผลประโยชน์พนักงานอื่น ³	8	1.9
รวม	8	22.9

ตารางแสดงค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

ประเภท	สำหรับปี 2560	
	จำนวน (ราย) ¹	ค่าตอบแทน (ล้านบาท)
เงินเดือนและโบนัส	10	38.1
ค่าตอบแทนอื่นๆ ได้แก่ กองทุนประกันสังคม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และ ผลประโยชน์พนักงานอื่น ²	10	3.9
รวม	10	42.0

หมายเหตุ: ¹ จำนวนค่าตอบแทนผู้บริหารดังกล่าวได้รวมจำนวนค่าตอบแทนให้แก่ นายวุฒิ เครือ่น้ำคำ ซึ่งได้เริ่มดำรงตำแหน่งในเดือน มกราคม 2560 และได้ลาออกจากตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่สายงานปฏิบัติการโดยมีผลเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2560 ค่าตอบแทนของนางสาว กรทอง ชาครศิริกุล ซึ่งเริ่มดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่สายงานพาณิชย์เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2560 และค่าตอบแทนของนาย ธีรวัฒน์ ปรีชาวิภัทร ซึ่งเริ่มดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายการเงินเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2560

² ผลประโยชน์พนักงานอื่นโดยหลักได้แก่ ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าน้ำมัน และค่าโทรศัพท์ เป็นต้น

8.4.2 ค่าตอบแทนอื่น

นอกจากการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่กรรมการและผู้บริหารในรูปของค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินข้างต้นแล้ว ที่ประชุม วิศวกรรมผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2560 ได้มีมติอนุมัติจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัท

8.5 บุคลากร

8.5.1 จำนวนพนักงานทั้งหมด

ตารางแสดงรายละเอียดจำนวนพนักงานในแต่ละสายงาน (ไม่รวมเจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหาร) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560

สายงาน	จำนวนพนักงาน (ราย)							
	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2557		ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2558		ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2559		ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2560	
	ประจำ	ชั่วคราว	ประจำ	ชั่วคราว	ประจำ	ชั่วคราว	ประจำ	ชั่วคราว
1 ฝ่ายสำนักงานประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	-	-	3	-	4	-	10	-
2 ฝ่ายวิจัยและพัฒนา	3	-	2	-	6	-	10	-
3 ฝ่ายวิเคราะห์และกลยุทธ์	-	-	-	-	1	-	3	-
4 ฝ่ายขาย	4	-	12	2	22	9	28	7
5 ฝ่ายการตลาด	3	-	5	-	7	-	9	-
6 ฝ่ายปฏิบัติการ	50	6	16	68	38	100	53	129
7 ฝ่ายควบคุมคุณภาพ	-	-	1	-	6	2	12	3
8 ฝ่ายบัญชีและการเงิน	3	1	10	-	20	-	31	-
9 ฝ่ายจัดซื้อและแอดมิน	2	-	2	-	13	6	20	8
10 ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	1	-	3	-	5	-	9	-
11 ฝ่ายสารสนเทศ	-	-	2	-	6	-	6	-
12 ฝ่ายพัฒนารูทริจและการค้าระหว่างประเทศ	-	-	-	-	-	-	7	-
รวม	66	7	56	70	128	117	197	147

8.5.2 การเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงานอย่างมีนัยสำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีจำนวนพนักงานรวม 126 ราย 245 ราย และ 344 ราย ตามลำดับ โดยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ในฝ่ายปฏิบัติการ เป็นหลัก ซึ่งเป็นไปตามการเติบโตของธุรกิจบริษัทฯ และมีการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยในฝ่ายสนับสนุนต่างๆ เช่น ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายบัญชีและการเงิน และฝ่ายจัดซื้อ ซึ่งเป็นไปตามลักษณะปกติของธุรกิจบริษัทฯ

8.5.3 ข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

8.5.4 ผลตอบแทนพนักงาน

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีการจ่ายผลตอบแทนให้แก่พนักงานในลักษณะต่างๆ โดยผลตอบแทนพนักงาน (ไม่รวมเจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหาร) ปี 2559 และ 2560 ดังนี้

ค่าตอบแทน (ล้านบาท)	ปี 2559	ปี 2560
เงินเดือน	63.5	80.7
เงินโบนัส	2.3	5.9
ค่าตอบแทนอื่นๆ ¹⁾	15.3	26.5
รวม	81.1	113.0

หมายเหตุ: ¹⁾ค่าตอบแทนอื่นๆ ได้แก่ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันสังคม และสวัสดิการอื่นๆ เช่น ค่าโทรศัพท์ และค่าน้ำมัน เป็นต้น

8.6 กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้มอบหมายให้บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ซีไอเอ็มพี-พริ้นซิเพิล จำกัด เป็นผู้จัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ภายใต้ชื่อ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซีไอเอ็มพี-พริ้นซิเพิล สมดุลตามอายุ ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2559

8.7 นโยบายในการพัฒนาบุคลากรและสวัสดิการพนักงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ มุ่งมั่นประกอบธุรกิจตามแบบอย่างบรรษัทภิบาล โปร่งใส เป็นธรรม รับผิดชอบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการเสริมสร้างพัฒนาศักยภาพให้แก่บุคลากร ปฏิรูปค่านิยมร่วม (Core Value) และวัฒนธรรมองค์กรสู่ความเป็นเลิศในทุกด้าน บริษัทฯ ตระหนักว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีค่าและเป็นการสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร โดยมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพ มีคุณธรรม จริยธรรม ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ สุจริต มีความรับผิดชอบต่อองค์กรและสังคมนอกจากนี้บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม (Corporate Social Responsibility) ซึ่งบริษัทฯ เชื่อว่าการพัฒนาพนักงานให้เป็นคนดีมีความสามารถ จะช่วยส่งเสริมให้องค์กรเติบโตก้าวหน้าอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ได้พัฒนางานทรัพยากรบุคคลในด้านต่างๆ เพื่อสนับสนุนธุรกิจของบริษัทฯ ให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. **การบริหารงานบุคคล** ได้จัดให้มีระบบการบันทึกเวลาทำงาน Finger Scan ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน ระบบฐานข้อมูลพนักงาน ระบบ Pay Roll และติดตั้งกล้อง CCTV ตามจุดสำคัญ
2. **การพัฒนาบุคลากร** บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับบุคลากร จึงมีนโยบายพัฒนาศักยภาพ ทักษะความรู้ความสามารถในการทำงานให้กับพนักงานทุกคนอย่างเหมาะสมและต่อเนื่องอย่างเท่าเทียมกัน ดังนี้
 - 2.1 แผนงานการฝึกอบรมพนักงาน (Training Road Map) เพื่อสอนงานทั้งในงานที่ต้องปฏิบัติหรือที่มีความเกี่ยวข้องเพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ปลอดภัยและเหมาะสมในแต่ละตำแหน่งงาน
 - 2.2 การฝึกอบรมภายนอก (External Training) เพื่อพัฒนาศักยภาพ ความรู้ ความสามารถตามลักษณะงานที่เหมาะสม โดยส่งพนักงานเข้ารับการอบรมหรือสัมมนาหลักสูตรต่างๆ กับสถาบันจัดอบรมภายนอก มีการส่งพนักงานไปดูงานทั้งในและต่างประเทศสม่ำเสมอ รวมทั้งส่งพนักงานไปอบรมกับศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อเตรียมการสำหรับเป็นวิทยากรและผู้ตรวจสอบการจัดระดับฝีมือช่างของโรงงาน
 - 2.3 การฝึกอบรมภายใน (In-house Training) เพื่อพัฒนาแนวคิด ศักยภาพและความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงาน ตลอดจนให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรและสภาพการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน
 - 2.4 การฝึกอบรมความรู้ในงาน (OJT : On the Job Training) เพื่อพัฒนาพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีการฝึกอบรมให้ความรู้พนักงานทั้งในด้าน Technical Skill และ Soft Skill ของแต่ละแผนกอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นสำหรับพนักงานใหม่และพนักงานที่มีการเลื่อนตำแหน่ง บริษัทฯ ได้จัดหลักสูตรการเรียนรู้งานให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงาน
3. **สวัสดิการพนักงาน** บริษัทฯ มุ่งดูแลพนักงานให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี ความก้าวหน้าและความมั่นคงในอนาคตให้

4. พนักงานบริษัทฯ มีมาตรฐานของระบบประเมินผล กำหนดสายความก้าวหน้าในอาชีพให้กับพนักงานให้เกิดความมั่นคงในอาชีพนอกเหนือ จากผลตอบแทนทางด้านเงินเดือนและโบนัสแล้ว บริษัทฯ ยังได้จัดสวัสดิการที่ดีให้กับพนักงาน อาทิ การให้ซื้อสินค้าในราคาส่วนลดพนักงาน สวัสดิการค่ารักษาพยาบาล (OPD) ให้กับพนักงาน การคุ้มครองชีวิตพนักงาน โดยการทำประกันชีวิตและอุบัติเหตุให้กับพนักงาน การจัดตรวจสุขภาพประจำปี เงินช่วยเหลืองานศพพนักงานหรือครอบครัวของพนักงานเสียชีวิต การจัดให้สถานพยาบาลจากภายนอกเข้ามาตรวจสุขภาพสำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานตามจุดที่มีความเสี่ยง บริษัทฯ ได้สอดส่องเฝ้าระวังและจัดให้พนักงานได้ตรวจสุขภาพอย่างทั่วถึงครบถ้วน หากตรวจพบว่ามีปัญหาทางด้านสุขภาพจะมีการส่งตรวจซ้ำและเปลี่ยนงานให้ทันที

9. การกำกับดูแลกิจการ

9.1 นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance)

บริษัท และบริษัทย่อย (รวมเรียกว่า “บริษัท”) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัท ให้มีประสิทธิภาพและมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ตั้งแต่พนักงาน ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ดังนั้น คณะกรรมการบริษัทจึงได้เห็นควรให้มีการจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีขึ้น โดยครอบคลุมเนื้อหาหลักการสำคัญตั้งแต่โครงสร้าง บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ จนถึงหลักการในการบริหารงานของผู้บริหารอย่างโปร่งใส ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารองค์กรทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าการดำเนินงานใดๆ ของบริษัท เป็นไปด้วยความเป็นธรรม และคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

หลักการและนโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัทได้ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยครอบคลุมหลักการสำคัญตามหลักการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) ใน 5 หมวด ดังนี้

หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น

บริษัท ให้ความสำคัญในสิทธิของผู้ถือหุ้นซึ่งอาจไม่จำกัดเฉพาะสิทธิที่กฎหมายกำหนดไว้ ไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการละเมิดหรือลดทอนสิทธิของผู้ถือหุ้น และส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตน โดยสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ถือหุ้น ได้แก่ การซื้อขายหรือโอนหุ้น การมีส่วนแบ่งกำไรของบริษัท การได้รับข่าวสารข้อมูลของบริษัท อย่างเพียงพอ การเข้าร่วมประชุมเพื่อใช้สิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อแต่งตั้งหรือถอดถอนกรรมการ แต่งตั้งผู้สอบบัญชี การอนุมัติการเข้าทำธุรกรรมที่สำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท และเรื่องที่มีผลกระทบต่อบริษัท เช่น การจัดสรรเงินปันผล การกำหนดหรือการแก้ไขข้อบังคับและหนังสือบริคณห์สนธิของบริษัท การลดทุนหรือเพิ่มทุน และการอนุมัติรายการพิเศษ เป็นต้น

นอกจากสิทธิขั้นพื้นฐานดังกล่าวข้างต้น บริษัท ยังได้กำหนดแนวทางปฏิบัติในเรื่องต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้น ดังนี้

- 1) เปิดเผยนโยบายในการสนับสนุน หรือส่งเสริมผู้ถือหุ้นทุกกลุ่ม ให้เข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น
- 2) มีการให้ข้อมูลวัน เวลา สถานที่ และวาระการประชุม โดยมีคำชี้แจงและเหตุผลประกอบในแต่ละวาระหรือประกอบมติที่ขอตามที่ระบุไว้ในหนังสือเชิญประชุมสามัญและวิสามัญผู้ถือหุ้น หรือในเอกสารแนบวาระการประชุมและจะไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการจำกัดโอกาสของผู้ถือหุ้นในการศึกษาสารสนเทศของบริษัท

- 3) อำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิในการเข้าร่วมประชุมและออกเสียงอย่างเต็มที่ และละเว้นการกระทำใดๆ ที่เป็นการจำกัดโอกาสในการเข้าประชุมของผู้ถือหุ้น เช่น การเข้าประชุมเพื่อออกเสียงลงคะแนนไม่ควรวิธีที่ยุ่งยากหรือมีค่าใช้จ่ายมากเกินไป สถานที่จัดประชุมผู้ถือหุ้นมีความสะดวกต่อการเดินทาง เป็นต้น
- 4) ประสานที่ประชุมจะจัดสรรเวลาให้เหมาะสมและส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้มีโอกาสในการแสดงความเห็นและตั้งคำถามต่อที่ประชุมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ได้ รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่งคำถามล่วงหน้าก่อนวันประชุมโดยกำหนดหลักเกณฑ์การส่งคำถามล่วงหน้าให้ชัดเจน และแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบพร้อมกับการนำส่งหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น และจะเผยแพร่หลักเกณฑ์การส่งคำถามล่วงหน้าดังกล่าวไว้บน Website ของบริษัทฯ ด้วย
- 5) สนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นใช้หนังสือมอบฉันทะรูปแบบที่ผู้ถือหุ้นสามารถกำหนดทิศทางการลงคะแนนเสียงได้ และเสนอชื่อกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 คน เป็นทางเลือกในการมอบฉันทะของผู้ถือหุ้น
- 6) ส่งเสริมให้บริษัทฯ นำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งการลงทะเบียนผู้ถือหุ้น การนับคะแนนและแสดงผล เพื่อให้การดำเนินการประชุมสามารถทำได้รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ
- 7) ส่งเสริมให้กรรมการของบริษัทฯ ทุกคนเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น และตอบข้อซักถามของผู้ถือหุ้น
- 8) จัดให้มีการลงมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นสำหรับแต่ละรายการในกรณีที่วาระนั้นมีหลายรายการ เช่น วาระการแต่งตั้งกรรมการ
- 9) ส่งเสริมให้มีบุคคลที่เป็นอิสระเป็นผู้ตรวจนับหรือตรวจสอบคะแนนเสียงในการประชุมสามัญและวิสามัญผู้ถือหุ้น และเปิดเผยให้ที่ประชุมทราบพร้อมบันทึกไว้ในรายงานการประชุม
- 10) สนับสนุนให้มีการใช้บัตรลงคะแนนเสียงในวาระที่สำคัญ เช่น การทำรายการเกี่ยวโยง การทำรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ เป็นต้น เพื่อความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ในกรณีมีข้อโต้แย้งในภายหลัง
- 11) ดำเนินการให้รายงานการประชุมผู้ถือหุ้นมีการบันทึกการชี้แจงขั้นตอนการลงคะแนน วิธีการแสดงผลคะแนนให้ที่ประชุมทราบก่อนดำเนินการประชุม รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นตั้งประเด็นหรือซักถามและบันทึกคำถามคำตอบ ผลการลงคะแนนในแต่ละวาระว่ามีผู้ถือหุ้นเห็นด้วย คัดค้าน หรืองดออกเสียงอย่างไร รวมทั้งบันทึกรายชื่อกรรมการผู้เข้าร่วมประชุมและกรรมการที่ลาประชุมด้วย และเปิดเผยรายงานการประชุมบน Website ของบริษัทฯ
- 12) เปิดเผยให้สาธารณชนทราบถึงผลการลงคะแนนของแต่ละวาระในการประชุมสามัญและวิสามัญผู้ถือหุ้นในวันทำการถัดไปบน Website ของบริษัทฯ

หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทฯ มีนโยบายจัดการให้ผู้ถือหุ้นทุกราย ทั้งผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นที่ไม่เป็นผู้บริหาร ทั้งผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และผู้ถือหุ้นรายย่อย รวมทั้งผู้ถือหุ้นต่างชาติได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันและเป็นธรรม โดยมีแนวปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ส่งหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น โดยมีระเบียบวาระและความเห็นของคณะกรรมการต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเผยแพร่ผ่านทาง Website ของบริษัทฯ อย่างน้อย 14 วัน ก่อนวันนัดประชุมผู้ถือหุ้น และควรจัดทำหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นเป็นภาษาอังกฤษทั้งฉบับ และเผยแพร่พร้อมกับหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นที่เป็นฉบับภาษาไทย
- 2) แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการประชุม ขั้นตอนการออกเสียงลงมติ รวมทั้งสิทธิการออกเสียงลงคะแนนตามแต่ละประเภทของหุ้น
- 3) กำหนดให้สิทธิออกเสียงในที่ประชุมเป็นไปตามจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นถืออยู่ โดยหนึ่งหุ้นมีสิทธิเท่ากับหนึ่งเสียง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้สิทธิแก่ผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมภายหลังจากได้เริ่มประชุมแล้ว มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนสำหรับวาระที่อยู่ในระหว่างการพิจารณาและยังไม่ได้มีการลงมติ และนับเป็นองค์ประชุมตั้งแต่วาระที่ได้เข้าประชุมและออกเสียงเป็นต้นไป
- 4) กำหนดหลักเกณฑ์ในการให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอเพิ่มวาระการประชุมล่วงหน้าก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้นให้ชัดเจนเป็นการล่วงหน้า เพื่อแสดงถึงความเป็นธรรมและความโปร่งใสในการพิจารณาว่าจะเพิ่มวาระที่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอหรือไม่ นอกจากนี้ ผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหาร ไม่ควรเพิ่มวาระการประชุมที่ไม่ได้แจ้งเป็นการล่วงหน้าโดยไม่จำเป็น โดยเฉพาะวาระสำคัญที่ผู้ถือหุ้นต้องใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ
- 5) กำหนดวิธีการให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ โดยสามารถเสนอชื่อต่อคณะกรรมการบริษัทล่วงหน้าก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น พร้อมข้อมูลประกอบการพิจารณาด้านคุณสมบัติและการให้ความยินยอมของผู้ได้รับการเสนอชื่อ
- 6) เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิในการแต่งตั้งกรรมการเป็นรายคน
- 7) กำหนดให้กรรมการทุกคนและผู้บริหารที่มีหน้าที่รายงานการถือครองหลักทรัพย์ตามกฎหมายจัดส่งรายงานดังกล่าวให้แก่คณะกรรมการเป็นประจำ รวมทั้งให้มีการเปิดเผยในรายงานประจำปี
- 8) กำหนดแนวทางในการเก็บรักษาและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลภายในเป็นลายลักษณ์อักษร และแจ้งแนวทางดังกล่าวให้ทุกคนในบริษัทฯ ถือปฏิบัติ และห้ามบุคคลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในทำการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ภายใน 1 เดือน ก่อนการเปิดเผยงบการเงินรายไตรมาสและงบการเงินประจำปี

- 9) กำหนดให้กรรมการรายงานการมีส่วนได้เสียอย่างน้อยก่อนการพิจารณาว่าระนั้น และบันทึกไว้ในรายงานการประชุมคณะกรรมการ และดูแลให้กรรมการที่มีส่วนได้เสียอย่างมีนัยสำคัญในลักษณะที่อาจทำให้กรรมการรายดังกล่าวไม่สามารถให้ความเห็นได้อย่างอิสระ ควรดเว้นจากการมีส่วนร่วมในการประชุมพิจารณาในวาระนั้นๆ

หมวดที่ 3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลและคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้เสียภายใน ได้แก่ ผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุน และพนักงานของบริษัทฯ หรือผู้มีส่วนได้เสียภายนอก เช่น ลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ คู่แข่งขันทางการค้า สังคม และชุมชน เป็นต้น โดยในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ยังได้คำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายตามแนวทางดังต่อไปนี้

(1) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อพนักงาน

บริษัทฯ ตระหนักว่า พนักงานเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายของบริษัทฯ ที่มีคุณค่ายิ่ง จึงเป็นนโยบายของบริษัทฯ ที่จะให้การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมทั้งในด้านโอกาส ผลตอบแทน การแต่งตั้ง โยกย้าย ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายดังกล่าว บริษัทฯ จึงมีหลักปฏิบัติดังนี้

- 1) ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความสุภาพ และให้ความเคารพต่อความเป็นปัจเจกชน
- 2) ให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อพนักงาน รวมทั้งมีการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน และให้ความสำคัญในด้านการดูแลสวัสดิการของพนักงาน
- 3) ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงาน
- 4) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงาน โดยให้โอกาสอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาความสามารถของพนักงานให้พร้อมรองรับการเติบโตขององค์กร
- 5) การแต่งตั้ง โยกย้าย รวมถึงการให้รางวัลและการลงโทษพนักงาน กระทำด้วยความสุจริตใจ และตั้งอยู่บนพื้นฐานความรู้ ความสามารถ และความเหมาะสมของพนักงานนั้น
- 6) รับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานความรู้ทางวิชาชีพของพนักงาน
- 7) ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างเคร่งครัด
- 8) เคารพในความเป็นส่วนตัวของพนักงาน โดยจะไม่นำข้อมูลส่วนตัว เช่น เงินเดือน ประวัติรักษาพยาบาล และประวัติครอบครัว ไปเปิดเผยให้บุคคลภายนอก หรือผู้ที่ไม่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นข้อมูลที่ต้องเปิดเผยต่อบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องตามข้อบังคับของกฎหมาย หรือได้รับความยินยอมจากพนักงานที่เกี่ยวข้องแล้ว

(2) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น

- 1) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนตัดสินใจดำเนินการใดๆ ตามหลักการของวิชาชีพ ด้วยความระมัดระวัง รอบคอบ และเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นทั้งรายใหญ่และรายย่อย โดยมุ่งมั่นเพื่อที่จะสร้างผลการดำเนินงานที่ดี การเจริญเติบโตที่มั่นคง เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นโดยรวม
- 2) นำเสนอรายงานสถานการณ์ภาพของบริษัทฯ ผลประกอบการ ฐานะข้อมูลทางการเงิน การบัญชี และรายงานอื่นๆ โดยสม่ำเสมอ และครบถ้วนตามความเป็นจริง
- 3) แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทุกรายทราบอย่างเท่าเทียมกันถึงแนวโน้มในอนาคตของบริษัทฯ ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้ มีข้อมูลสนับสนุนและมีเหตุผลเพียงพอ
- 4) ห้ามไม่ให้แสวงหาผลประโยชน์ให้ตนเอง และผู้อื่นโดยใช้ข้อมูลใดๆ ของบริษัทฯ ซึ่งยังมิได้เปิดเผยต่อสาธารณะ หรือดำเนินการใดๆ ในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทฯ

(3) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อลูกค้า

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้า จึงได้กำหนดนโยบายในการปฏิบัติต่อลูกค้าดังนี้

- 1) จัดให้มีระบบการควบคุมดูแลในเรื่องกระบวนการผลิตให้แก่ลูกค้า รวมถึงให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การบริการลูกค้า และการตรวจสอบคุณภาพสินค้า และการบริการลูกค้าอยู่เสมอ
- 2) จัดให้มีระบบการควบคุมดูแลการปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ให้ไว้กับลูกค้าอย่างเคร่งครัด และด้วยความซื่อสัตย์สุจริตเอาใจใส่ และสม่ำเสมอ
- 3) จัดให้มีระบบการควบคุมดูแลรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเสมือนเป็นความลับของบริษัทฯ และไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ

(4) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อคู่ค้า และ/หรือ เจ้าหนี้

บริษัทฯ มีนโยบายให้พนักงานปฏิบัติต่อคู่ค้า และ/หรือเจ้าหนี้ทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม ซื่อสัตย์ และไม่เอารัดเอาเปรียบคู่ค้า โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ พื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมทั้งสองฝ่าย หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การเจรจาแก้ปัญหาตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ทางธุรกิจ โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้

- 1) มีกระบวนการในการคัดเลือกคู่ค้าด้วยวิธีการที่โปร่งใส โดยการให้ข้อมูลที่เท่าเทียมกัน และคัดเลือกคู่ค้าด้วยความยุติธรรมภายใต้หลักเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกคู่ค้าของบริษัทฯ ภายใต้รูปแบบสัญญาที่เหมาะสม และเป็นธรรมแก่คู่สัญญาทุกฝ่าย

- 2) ไม่เรียก หรือรับ หรือจ่ายผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตในการค้ากับคู่ค้า และ/หรือ เจ้าหนี้
- 3) กรณีที่มีข้อมูลว่ามีการเรียก หรือรับ หรือการจ่ายผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตเกิดขึ้น ต้องเปิดเผยรายละเอียดต่อคู่ค้า และ/หรือ เจ้าหนี้ และร่วมกันแก้ไขปัญหาโดยยุติธรรมและรวดเร็ว
- 4) ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดได้ ต้องรีบแจ้งให้เจ้าหนี้ทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไขปัญหา
- 5) บริษัท ให้ความสำคัญต่อเจ้าหนี้เสมือนคู่ค้าที่มีความสำคัญยิ่ง ดังนั้น จึงมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติให้สอดคล้องกับข้อผูกพันทั้งหลายตามสัญญาที่มีอยู่กับเจ้าหนี้ตลอดจนไม่ปกปิดข้อมูลหรือข้อเท็จจริง อันจะทำให้เจ้าหนี้เกิดความเสียหายและหากมีเหตุอันจะทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันในสัญญา บริษัท จะแจ้งเจ้าหนี้ล่วงหน้าเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว ซึ่งรวมถึงเงื่อนไขค้ำประกัน การบริหารเงินทุน และการผิมนัดชำระหนี้ร่วมกัน

(5) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า

บริษัท มีนโยบายที่จะปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า โดยไม่ละเมิดความลับหรือล่วงรู้ความลับทางการค้าของคู่แข่งด้วยวิธีใดๆ จึงกำหนดหลักนโยบายดังนี้

- 1) ประพฤติปฏิบัติภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันที่ดี
- 2) ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าโดยวิธีการที่ผิดกฎหมาย
- 3) ไม่กระทำโดยเจตนาเพื่อทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางเสื่อมเสีย

(6) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อสังคมและ/หรือ ชุมชน

บริษัท มีนโยบายที่จะดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และสังคม และยึดมั่นการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดี และปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน โดยบริษัท จะมุ่งมั่นในการพัฒนาส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคม และชุมชนอันเป็นที่ที่บริษัท ตั้งอยู่ให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้นอย่างยั่งยืนพร้อมๆ กับการเติบโตของบริษัท

(7) นโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

บริษัท มีนโยบายที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ที่เสริมสร้างคุณภาพ อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนรักษาภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานอยู่เสมอ โดยบริษัท ได้ดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการคำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่น เพื่อช่วยส่งเสริมและรักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่ใกล้เคียงให้มีความยั่งยืนไปพร้อมๆ กับการเติบโตทางธุรกิจของบริษัท

หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มีใช้ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา และโปร่งใส ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนข้อมูลอื่นๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ซึ่งล้วนมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ดังนี้

- 1) มีกลไกที่จะดูแลให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลที่เปิดเผยต่อนักลงทุนถูกต้อง ไม่ทำให้สำคัญผิด และเพียงพอต่อการตัดสินใจของนักลงทุน
- 2) คณะกรรมการจะรายงานนโยบายการกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ นโยบายด้านการบริหารความเสี่ยง และนโยบายเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ได้ให้ความเห็นชอบไว้โดยสรุป และผลการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว รวมทั้งกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวได้พร้อมด้วยเหตุผล โดยรายงานผ่านช่องทางต่างๆ เช่น รายงานประจำปี และ Website ของบริษัทฯ เป็นต้น
- 3) บริษัทฯ จะจัดให้มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations) เพื่อทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารกับนักลงทุนหรือผู้ถือหุ้น โดยบริษัทฯ จะเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทฯ ข้อมูลทางการเงินและข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบผ่านช่องทางต่างๆ กล่าวคือ การรายงานผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ Website ของบริษัทฯ
- 4) คณะกรรมการจะจัดให้มีการรายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงินแสดงควบคู่กับรายงานของผู้สอบบัญชีในรายงานประจำปี
- 5) ดูแลให้มีการเปิดเผยค่าสอบบัญชี และค่าบริการอื่นที่ผู้สอบบัญชีให้บริการไว้ด้วย
- 6) ดูแลให้มีการเปิดเผยบทบาท และหน้าที่ของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อย จำนวนครั้งของการประชุม และจำนวนครั้งที่กรรมการแต่ละท่านเข้าร่วมประชุมในปีที่ผ่านมา และความเห็นจากการทำหน้าที่ รวมถึงการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ด้านวิชาชีพอย่างต่อเนื่องของกรรมการไว้ในรายงานประจำปี
- 7) เปิดเผยนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนแก่กรรมการ และผู้บริหารระดับสูงที่สะท้อนถึงภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละคน รวมทั้งรูปแบบหรือลักษณะของค่าตอบแทนด้วย ทั้งนี้ จำนวนเงินค่าตอบแทนที่เปิดเผย ควรรวมถึงค่าตอบแทนที่กรรมการแต่ละท่านได้รับจากการเป็นกรรมการของบริษัทฯ ด้วย
- 8) นอกจากการเผยแพร่ข้อมูลตามเกณฑ์ที่กำหนดและผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปีแล้ว คณะกรรมการจะพิจารณาให้มีการเปิดเผยข้อมูลผ่านทางช่องทางอื่นด้วย เช่น Website ของบริษัทฯ

- 9) กรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ ทุกท่านจะต้องรายงานให้บริษัทฯ ทราบถึงการมีส่วนได้เสียของตนหรือของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องซึ่งเป็นส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจการของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนประกาศกำหนด รวมทั้งได้ปรับปรุงและรายงานให้บริษัทฯ ทราบภายใน 30 วัน นับจากวันที่มีการเปลี่ยนแปลงการมีส่วนได้เสียดังกล่าว และบริษัทฯ ได้บรรจุวาระเรื่องรายงานการมีส่วนได้เสียดังกล่าวข้างต้นไว้ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อให้ได้รับทราบเป็นรายไตรมาส
- 10) สนับสนุนให้บริษัทฯ จัดทำคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (Management Discussion and Analysis) เพื่อประกอบการเปิดเผยการเงินทุกไตรมาส ทั้งนี้ เพื่อให้นักลงทุนได้รับทราบข้อมูลและเข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในแต่ละไตรมาสได้ดียิ่งขึ้น นอกเหนือจากข้อมูลตัวเลขในงบการเงินเพียงอย่างเดียว

หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

(1) โครงสร้างของคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทมีจำนวนอย่างน้อย 5 คน โดยมีกรรมการอิสระไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมดและมีจำนวนกรรมการอิสระอย่างน้อย 3 คน ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสาขาอาชีพ ทั้งด้านธุรกิจบัญชีและการเงิน ซึ่งเกี่ยวข้องและสนับสนุนธุรกิจของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีคณะกรรมการชุดย่อยอีก 4 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

กรรมการหรือผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ ไม่เคยเป็นพนักงานหรือหุ้นส่วนของบริษัทสอบบัญชีภายนอกที่บริษัทฯ ใช้บริการอยู่ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

กรรมการอิสระของบริษัทฯ ทุกท่านมีคุณสมบัติตามที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 39/2559 เรื่อง การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และมีความเป็นอิสระจากฝ่ายบริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ และไม่มีกรรมการท่านใดดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการในบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยมากกว่า 5 บริษัท

นโยบายของบริษัทฯ เกี่ยวกับการกำหนดวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการนั้นเป็นไปตามข้อบังคับของบริษัทฯ ซึ่งกำหนดว่าในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีให้กรรมการออกจากตำแหน่งเป็นอัตรา 1 ใน 3 โดยพิจารณาจากกรรมการที่อยู่ในตำแหน่งนานที่สุดเป็นผู้ออกจากตำแหน่ง ทั้งนี้ กรรมการของบริษัทฯ มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี และกรรมการที่ออกจากตำแหน่งไปนั้นอาจได้รับเลือกตั้งจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นเข้ามาเป็นกรรมการใหม่ได้

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีการแต่งตั้ง คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และได้กำหนดขอบเขต อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการดังกล่าวไว้อย่างชัดเจน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดกรรมการคนใดคนหนึ่งมีอำนาจ

โดยไม่จำกัด และได้แต่งตั้งเลขานุการบริษัท เพื่อปฏิบัติหน้าที่ในการดูแลกิจกรรมของคณะกรรมการบริษัท รวมถึงการประสานงานให้มีการปฏิบัติตามมติคณะกรรมการ

(2) คณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย จำนวน 4 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อกลั่นกรองการดำเนินงานภายใต้ขอบเขตอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ อันจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของคณะกรรมการบริษัท โดยองค์ประกอบและการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยดังกล่าวเป็นไปตามหลักเกณฑ์ว่าด้วยองค์ประกอบและการแต่งตั้งคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

(3) บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

1) นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ มีเจตนารมณ์มุ่งมั่นในอันที่จะรักษาและคงไว้ซึ่งมาตรฐานระดับสูงของการกำกับดูแลกิจการที่ดีในบริษัทฯ โดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2555 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งได้นำหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท และได้ประชาสัมพันธ์ทั่วทั้งองค์กรให้เป็นที่เข้าใจมาใช้และถือปฏิบัติเรื่อยมา นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทยังได้อนุมัติและประกาศใช้กฎและระเบียบภายในใหม่ๆ เป็นระยะๆ โดยมุ่งพัฒนาปรับปรุงการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

2) จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ได้จัดทำคู่มือจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท และกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน ปฏิบัติตามโดยเคร่งครัด รวมทั้งได้ประชาสัมพันธ์ทั่วทั้งองค์กรให้เป็นที่เข้าใจผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งได้ติดบอร์ดประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

จรรยาบรรณดังกล่าวได้ร่างขึ้นตามหลักความซื่อสัตย์สุจริต หลักความโปร่งใสหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และจริยธรรมทางสังคมที่ดี

3) ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

การทำรายการระหว่างบริษัทฯ กับบุคคลใดที่เกี่ยวข้องกันอันอาจนำมาซึ่งผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกันได้นั้น จะต้องผ่านการพิจารณาให้ความเห็นจากคณะกรรมการตรวจสอบ ก่อนเสนอขออนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะและขนาดของรายการตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน กรรมการ

หรือผู้บริหารของบริษัทฯ ท่านใดที่มีส่วนได้เสีย หรือมีส่วนเกี่ยวข้องจะไม่เข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจรายการดังกล่าว

4) ระบบการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิผลโดยคณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบ ทำหน้าที่สอบทานระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายใน (5 องค์ประกอบ คือ ด้านการควบคุมภายในองค์กร ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านการควบคุมการปฏิบัติงาน ด้านระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล และด้านระบบการติดตาม ตามกรอบแนวทางปฏิบัติด้านการควบคุมภายในของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission: COSO) ที่เพียงพอและรายงานคณะกรรมการบริษัท

การตรวจสอบภายใน

บริษัทฯ ได้จัดตั้งฝ่ายตรวจสอบภายในซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระ โดยมีหัวหน้างานตรวจสอบภายในควบคุมดูแลกระบวนการตรวจสอบภายใน และรายงานโดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบและประเมินความเพียงพอและประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของบริษัทฯ ตามแบบการตรวจสอบประจำปีซึ่งได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบ และรายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบทราบอย่างสม่ำเสมอเป็นรายไตรมาส เพื่อปรับปรุงและเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานของบริษัทฯ

ทั้งนี้ การแต่งตั้ง ถอดถอน และโยกย้ายผู้ดำรงตำแหน่งหัวหน้างานตรวจสอบภายในต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ

4) กำหนดนโยบายบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทกำหนดนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Policy) ให้ครอบคลุมทั้งองค์กร โดยให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เป็นผู้ปฏิบัติตามนโยบายและรายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบทราบเป็นประจำ และควรมีการทบทวนระบบหรือประเมินประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งและให้เปิดเผยไว้ในรายงานประจำปี และในทุกๆ ระยะเวลาที่พบว่าระดับความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งรวมถึงการให้ความสำคัญกับสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าและรายการผิดปกติทั้งหลาย

5) ช่องทางการแจ้งเบาะแส

คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีแนวทางการดำเนินการที่ชัดเจนกับผู้ที่เกี่ยวข้องจะแจ้งเบาะแสหรือผู้มีส่วนได้เสียผ่านช่องทางดังต่อไปนี้

- 1) กล่องรับข้อเสนอนะ และข้อร้องเรียน
- 2) การแจ้งเบาะแส และข้อร้องเรียนโดยตรงถึง
 - ผู้บังคับบัญชาที่ตนเองไว้วางใจทุกระดับ
 - ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล
 - เลขานุการบริษัท
 - กรรมการบริหารความเสี่ยง
 - กรรมการตรวจสอบ
 - กรรมการบริษัท
- 3) อีเมลล์ : ส่งโดยตรงถึงคณะกรรมการตรวจสอบที่
Whistle@dodaydream.com
- 4) ทางไปรษณีย์ : ส่งโดยตรงถึงคณะกรรมการบริษัท หรือคณะกรรมการตรวจสอบ
บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 32 ถนนเคหะร่มเกล้า
แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง
กรุงเทพมหานคร 10240

อนึ่ง ทุกช่องทางการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน เลขานุการบริษัทจะทำหน้าที่ในการประสานงาน รับ-ส่ง เรื่อง ติดตามผลการสอบสวน และรวบรวมเรื่อง

(4) การประชุมของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย

1) คณะกรรมการบริษัท

บริษัทฯ จัดการประชุมคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมออย่างน้อย 4 ครั้งในแต่ละปี เป็นรายไตรมาสซึ่งได้มีการกำหนดและแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทมีความเห็นว่า การอุทิศตนให้แก่บริษัทฯ ของกรรมการแต่ละท่านนั้น ไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการใช้เวลาเข้าร่วมการประชุมเท่านั้น แต่ควรจะไปถึงผ่านทางการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น คำแนะนำ ประสพการณ์ และเครือข่ายความสัมพันธ์ เพื่อยังประโยชน์เพิ่มขึ้นแก่ธุรกิจของบริษัทฯ

2) คณะกรรมการบริหาร

บริษัทฯ จัดการประชุมคณะกรรมการบริหารอย่างสม่ำเสมออย่างน้อย 4 ครั้งในแต่ละปี เป็นรายไตรมาสซึ่งได้มีการกำหนดและแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทมีความเห็นว่า การอุทิศตนให้แก่บริษัทฯ ของกรรมการบริหารแต่ละท่านนั้น ไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการใช้เวลาเข้าร่วมการประชุมเท่านั้น แต่ควรจะไปถึงผ่าน

ทางการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น คำแนะนำ ประสบการณ์ และเครือข่ายความสัมพันธ์ เพื่อ
ยังประโยชน์เพิ่มขึ้นแก่ธุรกิจของบริษัทฯ

3) คณะกรรมการตรวจสอบ

บริษัทฯ จัดการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อย 4 ครั้งในแต่ละปี
เป็นรายไตรมาสซึ่งได้มีการกำหนดและแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

4) คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

บริษัทฯ จัดการประชุมคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง
ซึ่งได้มีการกำหนดและแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

5) คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ จัดการประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง อย่างน้อย 4 ครั้งในแต่ละปี เป็นราย
ไตรมาสซึ่งได้มีการกำหนดและแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

(5) การประเมินตนเองของคณะกรรมการ

บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี เพื่อ
ร่วมกันพิจารณาและสรุปผลการประเมินงานและนำมาทบทวนการปฏิบัติงาน ปัญหาและอุปสรรค
ต่างๆ และร่วมกันหาแนวทางปรับปรุง แก้ไข เพื่อให้การทำงานของคณะกรรมการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
โดยบริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการประเมินตนเองของคณะกรรมการในรูปแบบการประเมินตนเองของ
กรรมการทั้งคณะ รวมทั้งมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการแต่ละคณะโดย
คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

(6) ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

1) จัดให้ค่าตอบแทนของกรรมการให้อยู่ในลักษณะที่เปรียบเทียบกับระดับที่ปฏิบัติอยู่ใน
อุตสาหกรรม ประสบการณ์ ภาระหน้าที่ขอบเขตของบทบาทและความรับผิดชอบ
(Accountability and Responsibility) รวมถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากกรรมการแต่ละ
คน กรรมการที่ได้รับมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น เช่น เป็นสมาชิกของ
คณะกรรมการชุดย่อยควรได้รับค่าตอบแทนเพิ่มที่เหมาะสมด้วย

2) จัดให้ค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารระดับสูงเป็นไปตามหลักการ
และนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด และเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ โดยระดับ
ค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือน โบนัส และผลตอบแทนอื่นๆ จะสอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน
ของผู้บริหารแต่ละคนและต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ผู้ถือหุ้นได้รับ

- 3) คณะกรรมการจะเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการและผู้บริหารเป็นประจำทุกปี เพื่อนำไปใช้ในการพิจารณากำหนดค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหาร โดยใช้บรรทัดฐานที่ได้ตกลงกันล่วงหน้ากับกรรมการและผู้บริหารตามเกณฑ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งรวมถึงผลปฏิบัติงานทางการเงิน ผลงานเกี่ยวกับการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในระยะยาว การพัฒนาผู้บริหาร ฯลฯ และเสนอผลประเมินข้างต้นให้คณะกรรมการพิจารณาให้ความเห็นชอบ และประธานกรรมการหรือกรรมการอาวุโสควรเป็นผู้สื่อสารผลการพิจารณาให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารทราบ

(7) การพัฒนากรรมการและผู้บริหาร

- 1) ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้มีการฝึกอบรมและการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องในระบบการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ เช่น กรรมการ กรรมการตรวจสอบ ผู้บริหาร เลขานุการบริษัท เป็นต้น เพื่อให้มีการปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง การฝึกอบรมและให้ความรู้ อาจจะทำเป็นการภายในบริษัทฯ หรือใช้บริการของสถาบันภายนอก
- 2) ทุกครั้งที่มีการแต่งตั้งกรรมการใหม่ ฝ่ายจัดการจะจัดให้มีเอกสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการใหม่ รวมถึงการจัดแนะนำลักษณะธุรกิจ และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ให้แก่กรรมการใหม่

(8) แผนการสืบทอดตำแหน่ง

คณะกรรมการบริษัท ต้องดำเนินการเพื่อให้มั่นใจได้ว่า บริษัทฯ มีระบบการคัดสรรบุคคลากรที่จะเข้ามารับผิดชอบในตำแหน่งผู้บริหาร หรือหัวหน้างานที่สำคัญในทุกระดับอย่างเหมาะสม และในการสรรหาบุคคลเพื่อดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะต้องเป็นไปตามกระบวนการสรรหาที่เหมาะสม โดยมีการพิจารณาทั้งจากภายในและภายนอกบริษัทฯ

9.2 คณะกรรมการชุดย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

คณะกรรมการชุดย่อย ของบริษัทฯ ประกอบด้วย คณะกรรมการ 4 ชุด คือ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริหาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

9.3 ขอบเขตอำนาจหน้าที่

9.3.1 ขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 ของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2560 ได้กำหนดขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท ดังต่อไปนี้

- 1) ปฏิบัติหน้าที่บริหารจัดการและดำเนินการของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัทฯ มติคณะกรรมการบริษัทและมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความรับผิดชอบ ความ

ระมัดระวัง และความซื่อสัตย์สุจริต เพื่อรักษาผลประโยชน์ของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้น และมีหน้าที่ดูแลให้บริษัทฯ ปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวกับการห้ามจ่ายสินบน หรือการสนับสนุนการทุจริตคอร์รัปชัน

- 2) พิจารณากำหนดรายละเอียดและให้ความเห็นชอบ วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ทิศทางของธุรกิจ นโยบายทางธุรกิจ เป้าหมาย แนวทาง แผนการดำเนินงาน และงบประมาณของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ตามที่คณะกรรมการบริหาร และฝ่ายจัดการจัดทำ
- 3) กำกับดูแลการบริหารงานและผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหาร ประธานคณะกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ฝ่ายจัดการ หรือบุคคลใดๆ ซึ่งได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ดังกล่าว เพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ทิศทางของธุรกิจ นโยบายทางธุรกิจ เป้าหมาย แนวทาง แผนการดำเนินงาน และงบประมาณที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
- 4) ติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นไปตามแผนการดำเนินงานและงบประมาณของบริษัทฯ
- 5) ดำเนินการให้บริษัทฯ และบริษัทย่อยนำระบบงานบัญชีที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมาใช้ รวมทั้งจัดให้มีระบบควบคุมภายใน ระบบการตรวจสอบภายในที่เพียงพอและมีประสิทธิผล รวมทั้งจัดให้มีกระบวนการประเมินความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ และบริษัทย่อย อย่างสม่ำเสมอ
- 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) พิจารณานุมัติแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) รวมถึง ประกาศ ข้อบังคับ และ/หรือ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง เข้าดำรงตำแหน่ง ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากออกตามวาระ

และพิจารณาให้ความเห็นชอบแต่งตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ออกตามวาระ และการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ (ตามที่เสนอโดยคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน) เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ

- 10) แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย รวมถึงคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง หรือคณะกรรมการชุดย่อยอื่นใด และกำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยดังกล่าวเพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ และพิจารณากำหนดค่าตอบแทนสำหรับกรรมการชุดย่อย (ไม่เกินกว่าจำนวนรวมที่ได้รับอนุมัติจากผู้ถือหุ้น)
- 11) พิจารณาแต่งตั้งผู้บริหารตามคำนิยามที่กำหนดโดยคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์หรือคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และเลขานุการบริษัท รวมทั้งพิจารณากำหนดค่าตอบแทนของผู้บริหารดังกล่าว
- 12) พิจารณาอนุมัติการใช้จ่ายเงินเพื่อการลงทุน การดำเนินงานต่างๆ การกู้ยืมหรือการขอสินเชื่อใดๆ จากสถาบันการเงิน ตลอดจนการเข้าเป็นผู้ค้าประกัน เพื่อการประกอบธุรกิจตามปกติของบริษัทฯ บริษัทย่อย รวมทั้งบริษัทในเครือ โดยไม่จำกัดวงเงิน ภายใต้ข้อบังคับ ระเบียบของบริษัทฯ รวมทั้งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และคณะกรรมการกำกับตลาดทุน
- 13) พิจารณาอนุมัติการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันระหว่างบริษัทฯ บริษัทย่อย บริษัทร่วม กับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) รวมทั้งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และพิจารณาอนุมัติหลักการเกี่ยวกับข้อตกลงทางการค้าที่มีเงื่อนไขการค้าโดยทั่วไปในการเข้าทำธุรกรรมระหว่างบริษัทฯ และบริษัทย่อย กับกรรมการ ผู้บริหาร หรือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบการดำเนินการให้ฝ่ายจัดการมีอำนาจดำเนินการธุรกรรมดังกล่าวภายใต้กรอบและขอบเขตของกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
- 14) จัดให้มีช่องทางในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม และกำกับดูแลการเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้มั่นใจว่ามีความถูกต้อง ชัดเจน โปร่งใส มีความน่าเชื่อถือและมีมาตรฐานสูงสุด
- 15) พิจารณาอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล
- 16) พิจารณากำหนดและแก้ไขเปลี่ยนแปลงชื่อกรรมการซึ่งมีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทฯ
- 17) ขอความเห็นทางวิชาชีพจากองค์กรภายนอกเพื่อประกอบการตัดสินใจที่เหมาะสม (หากมีความจำเป็น)
- 18) ดูแลการปฏิบัติงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและปกป้องผลประโยชน์ใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

- 19) จัดให้มีการประชุมผู้ถือหุ้นเป็นการประชุมสามัญประจำปีภายใน 4 เดือน นับแต่วันสิ้นสุดรอบระยะเวลาบัญชีของบริษัทฯ
- 20) จัดให้มีการประชุมคณะกรรมการอย่างน้อย 4 ครั้งต่อปี
- 21) จัดทำรายงานประจำปีของคณะกรรมการ และรับผิดชอบในการจัดทำและการเปิดเผยงบการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อยเพื่อแสดงถึงฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในรอบปีที่ผ่านมา และนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาและอนุมัติ
- 22) พิจารณาผลการประเมินผลการดำเนินงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ ตามที่ได้รับการเสนอแนะจากคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน เพื่อพิจารณาทบทวนผลงาน ปัญหาและอุปสรรคในแต่ละปี เพื่อสามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ได้
- 23) ประเมินผลการทำงานของกรรมการทั้งคณะ รวมทั้งประเมินผลการทำงานของกรรมการรายบุคคล เพื่อพิจารณาทบทวนผลงาน ปัญหาและอุปสรรคในแต่ละปี เพื่อสามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ได้
- 24) กำกับและดูแลการบริหารจัดการและการดำเนินงานต่างๆ ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ให้เป็นไปตามนโยบายต่างๆ ของบริษัทฯ กฎหมายหลักทรัพย์ ตลอดจนประกาศ ข้อบังคับและหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อาทิเช่น การทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน และการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินที่สำคัญ เท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายอื่น รวมทั้งจัดให้มีระบบการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายในที่เพียงพอและเหมาะสม

คณะกรรมการบริษัทสามารถมอบอำนาจ และ/หรือ มอบหมายให้บุคคลอื่นปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนได้ โดยการมอบอำนาจ หรือการมอบอำนาจช่วงดังกล่าวให้อยู่ภายในขอบเขตแห่งการมอบอำนาจตามหนังสือมอบอำนาจที่ให้ไว้ และ/หรือให้เป็นไปตามระเบียบ ข้อกำหนด หรือคำสั่งที่คณะกรรมการบริษัท และ/หรือบริษัท กำหนดไว้ ทั้งนี้ การมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทนั้น จะไม่มีลักษณะเป็นการมอบอำนาจ หรือมอบอำนาจช่วงที่ทำให้คณะกรรมการบริษัทหรือผู้รับมอบอำนาจจากคณะกรรมการบริษัทสามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง (ตามนิยามที่ประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือ ประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด) อาจมีส่วนได้เสีย หรืออาจได้รับประโยชน์ในลักษณะใดๆ หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดกับบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยของบริษัทฯ ยกเว้นเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามนโยบาย และหลักเกณฑ์ที่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นหรือคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติไว้ และเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามธุรกิจปกติและเงื่อนไขการค้าปกติ ซึ่งเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการ

กำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด

- 25) สอบทานกฎบัตรคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

9.3.2 ขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ

ในการประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2560 ได้กำหนดขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ ดังต่อไปนี้

- 1) สอบทานให้บริษัทฯ มีการรายงานทางการเงินอย่างถูกต้องและเพียงพอ โดยการประสานงานกับผู้สอบบัญชีภายนอก และผู้บริหารที่รับผิดชอบจัดทำรายงานทางการเงินทั้งรายไตรมาสและประจำปี โดยคณะกรรมการตรวจสอบอาจเสนอแนะให้ผู้สอบบัญชีสอบทานหรือตรวจสอบรายการใดๆ ที่เห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นในระหว่างการตรวจสอบบัญชีของบริษัทฯ
- 2) สอบทานให้บริษัทฯ มีระบบควบคุมภายใน (internal control) และระบบตรวจสอบภายใน (internal audit) ที่เหมาะสม เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งพิจารณาความเป็นอิสระของหน่วยงานตรวจสอบภายใน ตลอดจนให้ความเห็นชอบในการพิจารณาแต่งตั้ง โยกย้าย เลิกจ้าง และประเมินผลการปฏิบัติงานหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน หรือหน่วยงานอื่นใดที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสอบภายใน
- 3) สอบทานให้บริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งสอบทานให้บริษัทฯ ย่อยของบริษัทฯ ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในนโยบายการควบคุม และกลไกการกำกับดูแลกิจการที่บริษัทฯ เข้าไปลงทุน
- 4) พิจารณา คัดเลือก เสนอแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และเสนอคำตอบแทนของบุคคลดังกล่าว โดยคำนึงถึงความน่าเชื่อถือ ความเพียงพอของทรัพยากร ปริมาณงานตรวจสอบของสำนักงานตรวจสอบบัญชีนั้น และประสบการณ์ของบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้ทำการตรวจสอบบัญชีของบริษัทฯ รวมทั้งเข้าร่วมประชุมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- 5) พิจารณารายการระหว่างกัน รายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้มีความถูกต้องและครบถ้วน ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่ารายการดังกล่าวสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ
- 6) จัดทำรายงานผลการกำกับดูแลกิจการของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทฯ ซึ่งรายงานดังกล่าวต้องลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบ และต้องประกอบด้วย ข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้

- (1) ความเห็นเกี่ยวกับความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นที่เชื่อถือได้ของรายงานทางการเงินของบริษัท
 - (2) ความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัท
 - (3) ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
 - (4) ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี
 - (5) ความเห็นเกี่ยวกับรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
 - (6) จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและการเข้าร่วมประชุมของกรรมการตรวจสอบแต่ละท่าน
 - (7) ความเห็นหรือข้อสังเกตโดยรวมที่คณะกรรมการตรวจสอบได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย (Charter) และ
 - (8) รายการอื่นที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบ ภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท
- 7) ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่ได้มอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ด้วยความเห็นชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ
- 8) ในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบหากพบหรือมีข้อสงสัยว่ามีรายการหรือการกระทำดังต่อไปนี้ ซึ่งอาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท ให้คณะกรรมการตรวจสอบรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อดำเนินการปรับปรุงแก้ไขภายในเวลาที่คณะกรรมการตรวจสอบเห็นสมควร โดยคณะกรรมการตรวจสอบมีอำนาจในการแสวงหาความเห็นที่เป็นอิสระจากที่ปรึกษาทางวิชาชีพอื่นใด เมื่อเห็นว่าจำเป็นด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัท เพื่อให้การปฏิบัติงานภายใต้หน้าที่ความรับผิดชอบสำเร็จลุล่วงด้วยดี
- (1) รายการที่เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
 - (2) การทุจริต หรือมีสิ่งผิดปกติหรือมีความบกพร่องที่สำคัญในระบบควบคุมภายใน
 - (3) การฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท

หากคณะกรรมการบริษัทหรือผู้บริหารไม่ดำเนินการให้มีการปรับปรุงแก้ไขภายในเวลาตามที่คณะกรรมการตรวจสอบเห็นสมควร กรรมการตรวจสอบรายใดรายหนึ่งอาจรายงานว่ามีรายการหรือการกระทำตามวรรคหนึ่งต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

- 9) ทบทวนและเสนอให้แก้ไขเพิ่มเติมขอบเขต หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบตามที่เห็นสมควร
- 10) สอบทานและติดตามผลการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งประเมินผลการจัดการความเสี่ยงจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
- 11) ทบทวนข้อบังคับ และผลการปฏิบัติงานในปีที่ผ่านมาอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

ในการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวข้างต้น คณะกรรมการตรวจสอบมีความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัทโดยตรง และคณะกรรมการบริษัทยังมีความรับผิดชอบในการดำเนินงานของบริษัทฯ ต่อบุคคลภายนอก

คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่สอดส่องดูแลฝ่ายจัดการ มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดเตรียมงบการเงินของบริษัทฯ และผู้สอบบัญชีภายนอกมีหน้าที่ตรวจสอบงบการเงินดังกล่าว คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท รับทราบร่วมกันว่า ฝ่ายจัดการ ผู้ตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชีภายนอกมีทรัพยากรและเวลาตลอดจนข้อมูลความรู้ เรื่องบัญชี การตรวจสอบ ระบบควบคุมภายใน และกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทฯ มากกว่า คณะกรรมการตรวจสอบ ดังนั้น บทบาทการสอดส่องดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบไม่ได้เป็นการให้ประกันเป็นพิเศษ ในงบการเงินและข้อมูลการเงินที่บริษัทฯ นำเสนอให้กับผู้ถือหุ้นและบุคคลอื่นๆ

คณะกรรมการบริษัทมีอำนาจในการแก้ไข เปลี่ยนแปลง นโยบายและคุณสมบัติของกรรมการอิสระ และขอบเขต อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้สอดคล้องกับและความรับผิดชอบของ คณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของสำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือ บทบัญญัติของกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

9.3.3 ขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

ในการประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2560 ได้กำหนดขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ดังต่อไปนี้

- 1) พิจารณานำเสนอโครงสร้าง องค์ประกอบ และคุณสมบัติของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการ ชุดย่อยต่างๆ
- 2) พิจารณาหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหา และเสนอชื่อบุคคลที่เหมาะสมที่จะมาดำรง ตำแหน่งกรรมการ และผู้บริหารระดับตั้งแต่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ขึ้นไป เมื่อครบวาระหรือตำแหน่ง ว่างลง หรือตำแหน่งผู้บริหารอื่นตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย ให้คณะกรรมการบริษัท พิจารณาเพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการ และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้น (แล้วแต่กรณี)
- 3) เสนอแนะรายชื่อกรรมการที่จะดำรงตำแหน่งในคณะกรรมการย่อยชุดต่างๆ ของบริษัทฯ
- 4) พิจารณาให้ความเห็นชอบแผนการสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ

- 5) พิจารณากำหนดเกณฑ์ในการประเมินผลการทำงานของคณะกรรมการบริหาร และนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาให้ความเห็นชอบ
- 6) ประเมินผลการทำงานของผู้บริหารระดับตั้งแต่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ขึ้นไป และคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ เพื่อพิจารณาทบทวนผลงาน ปัญหาและอุปสรรคในแต่ละปี เพื่อสามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ได้ และนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาต่อไป

พิจารณาเสนอแนะการกำหนดค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารระดับตั้งแต่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ขึ้นไป และคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ รวมถึงผลประโยชน์ตอบแทนอื่นๆ และนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบในการนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป

9.3.4 ขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

ในการประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2560 ได้กำหนดขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ดังต่อไปนี้

- 1) พิจารณากลับกรองนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงโดยรวมของบริษัทฯ ซึ่งครอบคลุมถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งประเมิน ติดตาม ทบทวนความเพียงพอของนโยบาย และระบบบริหารความเสี่ยง รวมถึงความมีประสิทธิภาพของระบบและการปฏิบัติตามนโยบายที่กำหนดเพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริษัทอนุมัติ
- 2) กำกับดูแลและสนับสนุนให้มีการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
- 3) กำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบายการบริหารความเสี่ยง และกรอบการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้บริษัทฯ มีระบบการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กรและมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงสามารถพิจารณาแต่งตั้งบุคคล และ/หรือคณะทำงานเพื่อดำเนินงานต่าง ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายและคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงพิจารณาเห็นสมควร เพื่อให้บุคคล และ/หรือคณะทำงานดังกล่าวดำเนินการ ติดตาม และรายงานให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทราบถึงการปฏิบัติตามนโยบายบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ รวมทั้งมีอำนาจเชิญพนักงานของบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้องมาชี้แจง ให้ความเห็น เข้าร่วมประชุม หรือ ส่งเอกสารตามที่เห็นว่าเกี่ยวข้องจำเป็น
- 4) พิจารณารายงานความเสี่ยงจากคณะทำงานที่เกี่ยวข้องเพื่อติดตามความเสี่ยงที่สำคัญในระดับองค์กร รวมถึงให้ข้อคิดเห็นในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น แนวทางการกำหนดมาตรการควบคุม หรือแผนการจัดการความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีการจัดการความเสี่ยงอย่างเพียงพอและเหมาะสม
- 5) รายงานคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับความเสี่ยงและแผนการจัดการความเสี่ยงที่สำคัญต่อองค์กร รวมทั้งรายงานผลการประเมินความเสี่ยงและการกำกับดูแลการดำเนินงาน การปฏิบัติตามมาตรการการควบคุม และ/หรือการบริหารจัดการความเสี่ยงที่กำหนดต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบเป็น

ระยะ ในกรณีที่มีปัจจัย หรือเหตุการณ์สำคัญซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อบริษัท อย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะต้องรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณามาตรการควบคุม และ/หรือบริหารจัดการความเสี่ยงโดยเร็วที่สุด

- 6) ประสานงานกับคณะกรรมการตรวจสอบเกี่ยวกับข้อมูลความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่สำคัญ เพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบนำไปประกอบการพิจารณาอนุมัติแผนการตรวจสอบภายใน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่าบริษัท มีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมต่อการจัดการความเสี่ยง รวมทั้งมีการนำระบบบริหารความเสี่ยงมาปรับใช้อย่างเหมาะสม และมีการปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร
- 7) ส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงภายในบริษัท
- 8) ประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง
- 9) ปรับปรุงและแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกปีและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
- 10) ปฏิบัติงานอื่นใดเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

9.3.5 ขอบเขต อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหาร

ในการประชุมคณะกรรมการของบริษัท ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2560 ได้กำหนดขอบเขต อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหาร ดังต่อไปนี้

- 1) ดำเนินกิจการและบริหารกิจการของบริษัท ตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ นโยบาย ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง และมติของที่ประชุมคณะกรรมการ
- 2) พิจารณาและจัดทำนโยบาย ทิศทาง กลยุทธ์ทางธุรกิจ เป้าหมายและแผนการดำเนินงาน เป้าหมายทางการเงิน และงบประมาณ การบริหารทรัพยากรบุคคล การลงทุนการขยายงาน การประชาสัมพันธ์ของบริษัท และบริษัทย่อย ให้เป็นไปตามกรอบที่คณะกรรมการบริษัท พิจารณาอนุมัติ และควบคุมกำกับดูแลให้การดำเนินงานของคณะทำงานที่แต่งตั้งบรรลุเป้าหมายโดยพิจารณาถึงปัจจัยทางธุรกิจอย่างเหมาะสม เพื่อนำเสนอและขออนุมัติต่อคณะกรรมการบริษัท และในกรณีที่สถานการณ์เปลี่ยนแปลง คณะกรรมการบริหารจะพิจารณาทบทวนการใช้งบประมาณที่ได้รับอนุมัติให้เหมาะสมกับสถานการณ์นั้นๆ
- 3) กำกับดูแล ตรวจสอบ และติดตามการดำเนินธุรกิจของบริษัท ให้เป็นไปตามนโยบาย กลยุทธ์ทางธุรกิจ เป้าหมายและแผนการดำเนินงาน เป้าหมายทางการเงิน และงบประมาณของบริษัท ที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อต่อสภาพธุรกิจ พร้อมให้คำปรึกษา แนะนำ การบริหารจัดการแก่ผู้บริหารระดับสูง
- 4) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการใหม่ และมีอำนาจในการพิจารณาและอนุมัติให้บริษัท ลงทุนหรือร่วมลงทุนกับบุคคล นิติบุคคล หรือองค์กรทางธุรกิจอื่นใด ในรูปแบบที่คณะกรรมการบริหาร

เห็นสมควรเพื่อดำเนินกิจการตามวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ ตลอดจนถึงการพิจารณาและอนุมัติการใช้
จ่ายเงินเพื่อการลงทุนดังกล่าว การเข้าทำนิติกรรมสัญญา และ/หรือ การดำเนินการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับ
เรื่องดังกล่าวจนเสร็จการตามวงเงินที่ได้กำหนดไว้ และ/หรือ ที่กฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และ/
หรือ ตามข้อบังคับของบริษัทฯ

- 5) ติดตามผลการดำเนินงานและความก้าวหน้าของโครงการลงทุนของแต่ละธุรกิจ และรายงานผลรวมทั้ง
ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นและแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขให้คณะกรรมการบริษัททราบ
- 6) ตรวจสอบและให้คำแนะนำเกี่ยวกับนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ และรายงานให้คณะกรรม-
การบริษัททราบ
- 7) พิจารณาและให้ข้อเสนอแนะหรือความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับโครงการข้อเสนอหรือการ
เข้าทำธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงพิจารณาทางเลือกในการระดม
ทุน เมื่อมีความจำเป็น และเกินกว่าวงเงินที่ได้กำหนดไว้ และ/หรือ ที่กฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
หรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้น และ/หรือ คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้พิจารณา
อนุมัติ
- 8) พิจารณาและอนุมัติการเข้าทำธุรกรรมทางการเงินกับสถาบันการเงินในการเปิดบัญชี กู้ยืม ขอสินเชื่อ
จำนำ จำนอง ค้ำประกันและการอื่น รวมถึงการซื้อขายและจดทะเบียนกรรมสิทธิ์ที่ดินใดๆ ตาม
วัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ในการดำเนินกิจการของบริษัทฯ ตลอดจนถึงการเข้าทำนิติกรรมสัญญา ยื่น
คำขอ คำเสนอ ติดต่อกับส่วนราชการ เพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิต่างๆ ของบริษัทฯ และ/หรือ การ
ดำเนินการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวจนเสร็จการตามวงเงินที่ได้กำหนดไว้ และ/หรือ ที่กฎหมาย
และกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง หรือข้อบังคับของบริษัทฯ
- 9) พิจารณาและอนุมัติระเบียบ ข้อบังคับ แนวนโยบายการบริหารงาน และการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
หรือการดำเนินการใดๆ อันมีผลผูกพันบริษัทฯ
- 10) กำหนดโครงสร้างองค์กร อำนาจการบริหารองค์กร รวมถึงแต่งตั้ง การว่าจ้าง การโยกย้าย การกำหนด
เงินค่าจ้าง ค่าตอบแทน โบนัสพนักงานระดับผู้บริหาร และการเลิกจ้าง
- 11) แต่งตั้ง และ/หรือ มอบหมายให้กรรมการบริหาร กรรมการคนหนึ่ง หรือหลายคน หรือบุคคลใดบุคคล
หนึ่งหรือหลายคน กระทำการใดๆ ที่อยู่ภายในขอบอำนาจของคณะกรรมการบริหาร หรืออาจมอบ
อำนาจเพื่อให้บุคคลดังกล่าวมีอำนาจตามที่คณะกรรมการบริหารเห็นสมควร และภายในระยะเวลา
ตามที่คณะกรรมการบริหารเห็นสมควร โดยที่คณะกรรมการบริหารอาจยกเลิก เพิกถอน หรือแก้ไข
เปลี่ยนแปลงบุคคลที่ได้รับมอบอำนาจ หรืออำนาจดังกล่าวได้ตามที่เห็นสมควร จะไม่มีการมอบอำนาจ
ให้แก่บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการดำเนินการ
- 12) ดำเนินการให้ผู้บริหาร ฝ่ายจัดการ หรือพนักงานเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริหาร หรือจัดทำและให้
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะมีการหารือกันในที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร

- 13) มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบใดๆ ตามที่ได้รับมอบหมายหรือตามนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทเป็นคราวๆ ไป
- 14) จัดหาที่ปรึกษา หรือบุคคลที่มีความเห็นอิสระเพื่อให้ความเห็นหรือคำแนะนำตามความจำเป็น
- 15) รายงานให้คณะกรรมการบริษัททราบถึงกิจการที่คณะกรรมการบริหารดำเนินการภายใต้ขอบเขตอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงเรื่องอื่นใดที่จำเป็นและสมควรที่จะต้องเสนอให้คณะกรรมการบริษัททราบ
- 16) พิจารณาและอนุมัติคู่มือในการปฏิบัติงาน และขอบเขตความรับผิดชอบของฝ่ายจัดการเพื่อให้การดำเนินการต่างๆ เป็นไปตามขั้นตอนอย่างมีระบบ
- 17) พิจารณาอนุมัติการดำเนินงานที่เป็นธุรกรรมปกติธุรกิจของบริษัทฯ ตามงบลงทุนหรืองบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยวงเงินสำหรับแต่ละรายการเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในตารางอำนาจอนุมัติที่ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทแล้ว แต่ไม่เกินงบประมาณประจำปีที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท รวมถึงการเข้าทำสัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว

9.3.6 ขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ในการประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2560 ได้กำหนดขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ดังต่อไปนี้

- 1) กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ โครงสร้าง และอำนาจบริหารงาน รวมทั้งรับผิดชอบในการจัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนงบประมาณประจำปีตามที่ฝ่ายจัดการนำเสนอ รายงานประจำปีเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการบริษัทเพื่อขออนุมัติ
- 2) รับผิดชอบ ควบคุม กำกับดูแล และดำเนินการ และ/หรือ บริหารงานประจำวันทั่วไป รวมถึงการกำกับดูแลการดำเนินงานโดยรวม เพื่อให้เป็นไปตามนโยบาย กลยุทธ์ทางธุรกิจ เป้าหมาย และแผนการดำเนินงาน เป้าหมายทางการเงิน และงบประมาณของบริษัทฯ ที่ได้อนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท และ/หรือ มติที่ประชุมผู้ถือหุ้น รวมทั้งดูแลให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- 3) เป็นผู้รับมอบอำนาจของบริษัทฯ ในการบริหารกิจการของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ นโยบาย ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และ/หรือ มติที่ประชุมผู้ถือหุ้น รวมถึงการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดและมีหน้าที่รายงานผลการดำเนินงานการบริหารจัดการรวมถึงความคืบหน้าในการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ หรือคณะกรรมการบริษัท (แล้วแต่กรณี)
- 4) มีอำนาจกระทำการและแสดงตนเป็นตัวแทนของบริษัทฯ ต่อบุคคลภายนอกในกิจการที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ เช่น ดูแลติดต่อสื่อสารกับสาธารณชน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า และพนักงาน เพื่อเสริม

ชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของบริษัทฯ ตลอดจนมีอำนาจมอบหมายในการติดต่อกับหน่วยงานราชการ และหน่วยงานกำกับดูแลอื่นๆ

- 5) พิจารณานุมัติแผนการปฏิบัติการของแต่ละฝ่ายงานของบริษัทฯ และพิจารณานุมัติคำขอจากฝ่ายงานต่างๆ ของบริษัทฯ ที่เกินอำนาจสั่งการของฝ่ายงานนั้น รวมถึงพิจารณานุมัติการดำเนินงานที่เป็นธุรกรรมปกติธุรกิจของบริษัทฯ ตามงบลงทุนหรืองบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยวงเงินสำหรับแต่ละรายการเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในตารางอำนาจอนุมัติที่ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทแล้ว แต่ไม่เกินงบประมาณประจำปีที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท รวมถึงการเข้าทำสัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว
- 6) ติดตามและจัดทำรายงาน สภาวะ ฐานะ แผนงานการดำเนินงานกิจการของบริษัทฯ และเสนอต่อคณะกรรมการบริษัททุกไตรมาส รวมทั้งเสนอแนะทางเลือกและกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับนโยบายและสภาพตลาด
- 7) ดูแลและควบคุมการปฏิบัติงานด้านต่างๆ ของบริษัทฯ อาทิ การเงิน การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน งานด้านปฏิบัติการ งานด้านสนับสนุนต่างๆ และงานทรัพยากร
- 8) อำนาจออกคำสั่ง ระเบียบ ประกาศ บัญชี เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามนโยบาย และผลประโยชน์ของบริษัทฯ และเพื่อรักษาระเบียบวินัยการทำงานภายในองค์กร
- 9) มอบอำนาจหน้าที่ให้พนักงานระดับบริหารของบริษัทฯ มีอำนาจกระทำการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่อง ตามที่พิจารณาเห็นสมควร
- 10) อนุมัติการแต่งตั้งที่ปรึกษาด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของกิจการ และเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 11) ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการบริษัท หรือคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ มอบหมายเป็นคราวๆ ไป
- 12) กำหนดกฎระเบียบ หลักเกณฑ์ แนวทางปฏิบัติ ข้อกำหนด สำหรับโครงสร้างองค์กรสำหรับตำแหน่งถัดลงไปจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ทั้งการคัดเลือก การฝึกอบรม การว่าจ้าง รวมถึงการออก แก้ไขเพิ่มเติม ปรับปรุง ระเบียบ คำสั่ง และข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัทฯ เช่น แต่งตั้ง การว่าจ้าง การโยกย้าย วินัยพนักงานและลูกจ้าง การกำหนดเงินค่าจ้าง ค่าตอบแทน โบนัส เงินเดือนและเงินอื่นๆ รวมถึงตลอดถึงการสงเคราะห์และสวัสดิการต่างๆ และการเลิกจ้างพนักงานตั้งแต่ตำแหน่งถัดลงไปจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
- 13) มีอำนาจในการมอบอำนาจช่วง และ/หรือ มอบหมายให้บุคคลอื่นปฏิบัติงานเฉพาะบางอย่างแทนได้ โดยการมอบอำนาจช่วง และ/หรือการมอบหมายดังกล่าวให้อยู่ภายใต้ขอบเขตแห่งการมอบอำนาจตามหนังสือมอบอำนาจ และ/หรือให้เป็นไปตามระเบียบ ข้อกำหนด หรือคำสั่งที่คณะกรรมการบริษัท และ/หรือบริษัทฯ ได้กำหนดไว้

ทั้งนี้ การมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หรือผู้รับมอบอำนาจจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารนั้น จะไม่มีลักษณะเป็นการมอบอำนาจ หรือมอบอำนาจช่วงที่ทำให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารหรือผู้รับมอบอำนาจจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารสามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง (ตามนิยามที่ประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด) อาจมีส่วนได้เสีย หรืออาจได้รับประโยชน์ในลักษณะใดๆ หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดกับบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยของบริษัทฯ ยกเว้นเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามนโยบาย และหลักเกณฑ์ที่ประชุมผู้ถือหุ้นหรือคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติไว้ และเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามธุรกิจปกติและเงื่อนไขการค้าปกติ ซึ่งเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด

9.3.7 อำนาจอนุมัติ และดำเนินการ

ขอบเขตอำนาจการอนุมัติวงเงินในการลงทุน การเงิน และวงเงินค่าใช้จ่ายหลักๆ ของบริษัทฯ สรุปได้ดังนี้

ประเภทธุรกรรม	อำนาจอนุมัติ (หน่วย : ล้านบาท)					
	BOD	EC	CEO	DCEO	CFO	Chief
1. การกำกับดูแลกิจการและการบริหาร						
1.1 การอนุมัติแผนธุรกิจ แผนปฏิบัติการ งบประมาณประจำปี (รวมงบลงทุนและงบประมาณค่าใช้จ่าย) รวมทั้ง กรณีมีการเปลี่ยนแปลงระหว่างปี	✓					
1.2 กรณีมีการเปลี่ยนแปลงระหว่างปีของแผนธุรกิจ แผนปฏิบัติการ งบประมาณประจำปี (รวมงบลงทุนและงบประมาณค่าใช้จ่าย) ที่ได้อนุมัติจากข้อ 1.1		>100 ¹⁾	≤100 ¹⁾	≤100 ¹⁾		
1.3 การลงทุน / ร่วมทุน / ร่วมทำธุรกิจ	✓					
2. การจัดซื้อ จัดจ้าง						
2.1 การอนุมัติแผนการใช้งบประมาณการจัดซื้อ (รวมทั้ง งบประมาณจัดซื้อของงานโครงการ) ตามที่ได้รับอนุมัติในภาพรวมจากข้อ 1.1		>20 ¹⁾	≤20	≤20		
2.2 การอนุมัติใบขอซื้อ (PR) สำหรับวัตถุดิบและของที่ใช้ในการผลิต (มูลค่าต่อครั้ง)			>30 ¹⁾	>30 ¹⁾		≤30
2.3 การอนุมัติใบสั่งซื้อ (PO) และใบเสนอราคา (Quotation) สำหรับวัตถุดิบและของที่ใช้ในการผลิต (มูลค่าต่อครั้ง)			>30 ¹⁾	>30 ¹⁾		≤30
2.4 การอนุมัติใบขอซื้อ (PR) สำหรับ (1) สินทรัพย์ถาวร (2) วัสดุสิ้นเปลืองสำนักงานทั่วไป (มูลค่าต่อครั้ง) (3) สินค้าเพื่อขาย (4) งานบริการ / ว่าจ้างที่ปรึกษา (5) การขอเช่าสิ่งหาริมทรัพย์ หรือสิ่งหาริมทรัพย์ทั้งสัญญาเช่าทางการเงิน (Financial Lease) และสัญญา เช่าใช้ทรัพย์สิน (Operating Lease หรือ Rent) (6) ส่งเสริมการขายและโฆษณา (มูลค่าต่อสัญญา)(7) ค่าธรรมเนียม, รวมถึงใบเบิกค่าใช้จ่าย		>20 ¹⁾	≤20	≤20	≤5	≤3
2.5 การอนุมัติใบสั่งซื้อ (PO) และใบเสนอราคา (Quotation) ที่มีลักษณะเหมือนสัญญา (มูลค่าต่อสัญญา)		>20 ¹⁾	≤20	≤20	≤5	

ประเภทธุรกรรม	อำนาจอนุมัติ (หน่วย : ล้านบาท)					
	BOD	EC	CEO	DCEO	CFO	Chief
2.6 การลงนามในสัญญาว่าจ้างงานบริการ / สัญญาเช่าที่ผ่านกระบวนการจัดซื้อ จัดหาเรียบร้อยแล้ว (มูลค่าต่อสัญญา)		>20 ¹	≤20	≤20	≤1	≤0.1
3. การขายและการตลาด						
3.1 การกำหนด / เปลี่ยนแปลงนโยบายการขายและการตลาด			✓ ^{1/2}			
3.2 การอนุมัติ Price List (ราคาขายสินค้าและบริการ)			✓ ^{1/2}			
3.3 การอนุมัติรายการส่งเสริมการขายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการส่งเสริมการขายและสื่อในการส่งเสริมการขาย การจัดทำสัญญา การลงนามอนุมัติสัญญารายปีกับคู่ค้า (Annual Trade and Merchandising Agreement) ตามงบประมาณที่ได้รับอนุมัติไว้						✓ ^{1/2, 1/3}
3.4 การอนุมัติค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายและโฆษณา (Promotion) ที่เกี่ยวข้องจากข้อ 5.3			>1	>1		≤1
3.5 การอนุมัติขาย และให้เครดิตรวมถึง (1) การเปิดบัญชีลูกค้ารายใหม่ (2) การกำหนดวงเงินเครดิตต่อราย และ (3) การกำหนดระยะเวลาเครดิตเทอมต่อราย					✓ ^{1/2, 1/3}	
3.6 การลงนามในสัญญาการขาย			✓ ^{1/2}	✓ ^{1/2}		
4. การเงิน						
4.1 การเปิดและปิดวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงิน	>100	≤100				
4.2 การลงทุนในตลาดเงินแบบชั่วคราวและการบริหารเงินสด (ต่อครั้ง)	>100	≤100	≤50	≤50	≤50	
4.3 วงเงินการเบิกเงินทดรองจ่าย (ต่อครั้ง) ^{1/4}			>0.5	>0.5	≤0.5	≤0.1

หมายเหตุ: BOD – คณะกรรมการบริษัท, EC – คณะกรรมการบริหาร, CEO – ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, DCEO – รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, CFO – ประธานเจ้าหน้าที่สายงานการเงิน, Chief – ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่าย

^{1/1} รายงานคณะกรรมการบริษัททราบ

^{1/2} รายงานคณะกรรมการบริหารทราบ

^{1/3} รายงานประธานเจ้าหน้าที่บริหารทราบ

¹⁴ ตามนโยบายกำหนดให้ผู้ขอเบิกเงินทดรองจ่ายต้องเคลียร์คืนเงินทดรองจ่ายทันที หรือภายใน 7 วันทำการหลังจากวันที่มีการใช้เงินเบิกล่วงหน้า หรือในกรณีที่เดินทางไปปฏิบัติงานต่างจังหวัดหรือต่างประเทศให้เคลียร์ทันทีเมื่อกลับมาถึงบริษัท และผู้ขอเบิกเงินทดรองจ่ายต้องเคลียร์เงินทดรองจ่ายของเดิมก่อนถึงจะขอเบิกเงินทดรองจ่ายครั้งใหม่ได้

ทั้งนี้ หากการทำรายการใดมีลักษณะเป็นรายการเกี่ยวโยงกัน หรือรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ของบริษัท บริษัท มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องของสำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์

9.4 การสรรหาและแต่งตั้งกรรมการ กรรมการชุดย่อยและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

9.4.1 หลักเกณฑ์ในการสรรหาและแต่งตั้งกรรมการบริษัท

ให้คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนพิจารณาหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหา และเสนอชื่อบุคคลที่เหมาะสมที่จะมาดำรงตำแหน่งกรรมการ เมื่อครบวาระหรือตำแหน่งว่างลง ให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาเพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น

องค์ประกอบคณะกรรมการบริษัท

- 1) คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการอย่างน้อย 5 คนและกรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดต้องมีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร
- 2) คณะกรรมการบริษัทต้องประกอบด้วยกรรมการอิสระอย่างน้อยหนึ่งในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมด แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน
- 3) การแต่งตั้งกรรมการบริษัท ให้เป็นไปตามข้อบังคับของบริษัทฯ และข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ จะต้องมีความโปร่งใสและชัดเจน โดยการพิจารณาจะต้องมีประวัติการศึกษาและประสบการณ์การประกอบวิชาชีพของบุคคลนั้นๆ โดยมีรายละเอียดที่เพียงพอเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัทและผู้ถือหุ้น
- 4) ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการในคณะกรรมการบริษัท โดยตำแหน่ง

คุณสมบัติของกรรมการบริษัท

- 1) มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) หรือตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด รวมทั้งไม่มีลักษณะที่แสดงถึงการขาดความเหมาะสมที่จะได้รับความไว้วางใจให้บริหารจัดการกิจการที่มีมหาชนเป็นผู้ถือหุ้นตามที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด
- 2) มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ มีความตั้งใจและมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- 3) สามารถใช้ดุลยพินิจอย่างตรงไปตรงมาอย่างเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการและกลุ่มที่มีผลประโยชน์อื่นใด

- 4) สามารถอุทิศเวลาให้กับบริษัทฯ ได้อย่างเพียงพอและเอาใจใส่ในการปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบของตน
- 5) หากกรรมการดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ กรรมการรายนดังกล่าวต้องมีคุณสมบัติตามที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 39/2559 เรื่อง การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ ฉบับลงวันที่ 30 กันยายน 2559 (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม)
- 6) กรรมการบริษัท สามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นได้ แต่ทั้งนี้ในการเป็นกรรมการดังกล่าวต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติหน้าที่กรรมการของบริษัทฯ และต้องเป็นไปตามแนวทางของ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 7) กรรมการไม่สามารถประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัทฯ และบริษัทย่อย หรือเข้าเป็นหุ้นส่วน หรือกรรมการในนิติบุคคลอื่นที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ของตนหรือประโยชน์ของบุคคลอื่น เว้นแต่จะแจ้งให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบก่อนที่จะมีมติแต่งตั้ง

กรรมการต้องแจ้งให้บริษัทฯ หรือบริษัทย่อยทราบโดยไม่ชักช้า หากมีส่วนได้เสียในสัญญาที่บริษัทฯ หรือบริษัทย่อยทำขึ้นไม่ว่าโดยตรง หรือโดยอ้อม หรือถือหุ้น เพิ่มขึ้นหรือลดลงในบริษัทฯ หรือบริษัทในเครือ

วาระการดำรงตำแหน่งและการสิ้นสุดสภาพการดำรงตำแหน่งของกรรมการบริษัท

ในการประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้นทุกครั้ง ให้กรรมการจำนวนหนึ่งในสามของกรรมการทั้งหมดออกจากตำแหน่ง หากไม่สามารถแบ่งจำนวนกรรมการทั้งหมดออกเป็น 3 ส่วนเท่ากันได้ ให้กรรมการที่ออกมีจำนวนใกล้เคียงที่สุดกับส่วนหนึ่งในสามกรรมการที่ออกตามวาระนั้นอาจถูกเลือกกลับเข้ามาดำรงตำแหน่งอีกก็ได้

นอกจากการพ้นตำแหน่งตามวาระแล้ว กรรมการพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- 1) เสียชีวิต
- 2) ลาออก (โดยมีผลตั้งแต่วันที่บริษัทฯ ได้รับจดหมายลาออก)
- 3) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย ระเบียบ และประกาศที่ออกตามความของกฎหมาย หรือตามข้อบังคับบริษัทฯ
- 4) ที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติให้ออก
- 5) ศาลมีคำสั่งให้ออก

กรรมการคนใดจะลาออกจากตำแหน่งให้ยื่นใบลาออกต่อบริษัทฯ การลาออกให้มีผลตั้งแต่วันที่ไปลาออกไปถึงบริษัทฯ กรรมการของบริษัทฯ ซึ่งลาออก จะแจ้งการลาออกของตนให้นายทะเบียนบริษัทมหาชนทราบด้วยก็ได้

9.4.2 หลักเกณฑ์ในการสรรหาและแต่งตั้งกรรมการตรวจสอบ

ให้คณะกรรมการบริษัทหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นผู้แต่งตั้งกรรมการอิสระของบริษัทฯ เป็นกรรมการตรวจสอบ

องค์ประกอบคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบต้องประกอบด้วยกรรมการอย่างน้อย 3 ท่าน กรรมการแต่ละท่านต้องเป็นกรรมการอิสระ สามารถใช้ดุลยพินิจของตนอย่างเป็นอิสระ และสามารถอ่านและเข้าใจพื้นฐานของงบการเงินซึ่งจำเป็นต้องมีในการทำหน้าที่กรรมการตรวจสอบ กรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 ท่านต้องมีความรู้ความชำนาญทางการบัญชีหรือการจัดการด้านการเงินที่เกี่ยวข้องตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คณะกรรมการตรวจสอบสามารถติดต่อสื่อสารโดยตรงกับผู้สอบบัญชีภายนอก ผู้ตรวจสอบภายใน และฝ่ายจัดการของกลุ่มบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบแต่งตั้งกรรมการตรวจสอบคนหนึ่งเป็นประธานกรรมการตรวจสอบ

คุณสมบัติของกรรมการตรวจสอบ

- 1) มีคุณสมบัติตามที่กฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนด โดยเฉพาะกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด และกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- 2) ดำรงตำแหน่งกรรมการและกรรมการอิสระของบริษัทฯ
- 3) ถือหุ้นไม่เกินร้อยละหนึ่งของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ ทั้งนี้ ให้นับรวมการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้องของกรรมการอิสระรายนั้น ๆ ด้วย
- 4) ไม่เป็นหรือเคยเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงานที่ปรึกษาที่ได้เงินเดือนประจำ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือของผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการตรวจสอบ ทั้งนี้ ลักษณะต้องห้ามดังกล่าวไม่รวมถึงกรณีที่กรรมการอิสระเคยเป็นข้าราชการ หรือที่ปรึกษา ของส่วนราชการซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ
- 5) ไม่เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิต หรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมาย ในลักษณะที่เป็น บิดา มารดา คู่สมรส พี่น้อง และบุตร รวมทั้งคู่สมรสของบุตรของกรรมการรายอื่น ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่จะได้รับการเสนอให้เป็นกรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย
- 6) ไม่มีหรือเคยมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ ในลักษณะที่อาจเป็นการขัดขวางการใช้วิจารณญาณอย่างอิสระของตน รวมทั้งไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย หรือผู้มีอำนาจควบคุมของผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ยื่นคำขออนุญาตต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

ความสัมพันธ์ทางธุรกิจดังกล่าว รวมถึงการทำรายการทางการเงินที่กระทำเป็นปกติเพื่อประกอบกิจการ การเช่า หรือให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ รายการเกี่ยวกับสินทรัพย์หรือบริการ หรือการให้หรือรับความช่วยเหลือทางการเงิน ด้วยการรับหรือให้กู้ยืม ค่าประกัน การให้สินทรัพย์เป็นหลักประกันหนี้สิน รวมถึงพฤติกรรมอื่นที่ตนเองเดียวกัน ซึ่งเป็นผลให้บริษัทฯ หรือคู่สัญญาที่มีภาระหนี้ที่ต้องชำระต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ตั้งแต่ร้อยละสามของสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัทฯ หรือตั้งแต่ยี่สิบล้านบาทขึ้นไป แล้วแต่จำนวนใดจะต่ำกว่า ทั้งนี้ การคำนวณภาระหนี้ดังกล่าวให้เป็นไปตามวิธีการคำนวณมูลค่าของรายการที่เกี่ยวข้องกันตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน โดยอนุโลม แต่ในการพิจารณาภาระหนี้ดังกล่าว ให้นับรวมภาระหนี้ที่เกิดขึ้นในระหว่างหนึ่งปีก่อนวันที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบุคคลเดียวกัน

- 7) ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ สังกัดอยู่ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ยื่นคำขออนุญาตต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- 8) ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใดๆ ซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษากฎหมายหรือที่ปรึกษาทางการเงิน ซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่าสองล้านบาทต่อปีจากบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วย เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ยื่นคำขออนุญาตต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- 9) ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรรมการของบริษัทฯ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่
- 10) ไม่ประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย หรือไม่เป็นหุ้นส่วนที่มีนัยในห้างหุ้นส่วน หรือเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่รับเงินเดือนประจำ หรือถือหุ้นเกินร้อยละหนึ่งของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทอื่น ซึ่งประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย
- 11) ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทฯ
- 12) ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ ให้ตัดสินใจในการดำเนินกิจการของบริษัทฯ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ และ
- 13) ไม่เป็นกรรมการของบริษัทใหญ่ บริษัทย่อย หรือบริษัทย่อยลำดับเดียวกันเฉพาะที่เป็นบริษัทจดทะเบียน

นอกจากนี้ กรรมการอิสระที่ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 คน จะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการบัญชีหรือการเงินเพียงพอที่จะสามารถทำหน้าที่ในการสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ จะพิจารณาคุณสมบัติในด้านอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น ประสบการณ์ในธุรกิจ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และความมีจริยธรรม เป็นต้น

วาระการดำรงตำแหน่งและการสิ้นสุดสภาพการดำรงตำแหน่งของกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี นับจากวันที่ได้รับแต่งตั้งหรือตามวาระการเป็นกรรมการของบริษัทฯ โดยกรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งอีกก็ได้ตามที่คณะกรรมการบริษัทหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นเห็นสมควร ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการตรวจสอบว่างลงเพราะเหตุอื่นที่นอกจากถึงคราวออกตามวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบมีจำนวนครบตามที่กฎหมายหรือกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกำหนดภายใน 3 เดือนนับจากวันที่จำนวน

คณะกรรมการตรวจสอบไม่ครบถ้วน โดยบุคคลที่เข้าเป็นกรรมการตรวจสอบแทนสามารถอยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าที่วาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการตรวจสอบซึ่งตนทดแทน

กรรมการตรวจสอบอาจพ้นจากตำแหน่งด้วยเหตุดังต่อไปนี้

- (ก) พ้นสภาพจากการเป็นกรรมการของบริษัทฯ
- (ข) ครบวาระการดำรงตำแหน่ง
- (ค) ตาย
- (ง) ลาออก
- (จ) ถูกถอดถอน

ทั้งนี้ ในกรณีกรรมการตรวจสอบลาออกก่อนครบวาระการดำรงตำแหน่ง กรรมการตรวจสอบต้องแจ้งให้บริษัทฯ ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือนพร้อมเหตุผล เพื่อคณะกรรมการบริษัทหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นจะได้พิจารณาแต่งตั้งกรรมการอื่นที่มีคุณสมบัติครบถ้วนทดแทนบุคคลที่ลาออก

9.4.3 หลักเกณฑ์ในการสรรหาและแต่งตั้งกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

ให้คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้แต่งตั้งกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

องค์ประกอบของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

- 1) คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนประกอบด้วยกรรมการไม่น้อยกว่า 3 คน และควรเป็นกรรมการอิสระเกินกว่ากึ่งหนึ่ง
- 2) ประธานคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน ควรเป็นกรรมการอิสระ และไม่ควรเป็นผู้ที่ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริษัท

คุณสมบัติของกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

- 1) คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนต้องประกอบด้วยบุคคลที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
- 2) ประธานคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนต้องได้รับการแต่งตั้งโดยคณะกรรมการบริษัท
- 3) กรรมการสรรหา และพิจารณาคำตอบแทน ต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- 4) ให้เลขานุการบริษัทเป็นเลขานุการของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน ยกเว้นคณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

วาระการดำรงตำแหน่งและการสิ้นสุดสภาพการดำรงตำแหน่งของกรรมการสรรหาและพิจารณา คำตอบแทน

กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนดำรงตำแหน่งวาระละ 3 ปี โดยกรรมการที่ออกตามวาระนั้นอาจถูกเลือกกลับเข้ามาดำรงตำแหน่งอีกก็ได้

ทั้งนี้ สมาชิกของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนจะหมดวาระลงเมื่อ:

- (1) เสียชีวิต
- (2) ลาออก
- (3) คณะกรรมการบริษัทมีมติให้ออก

สมาชิกของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนที่มีความประสงค์ที่จะลาออกจากตำแหน่ง ให้ส่งจดหมายลาออกถึงประธานคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทต้องดำเนินการแต่งตั้งสมาชิกของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนใหม่แทนสมาชิกที่ลาออก ภายในเก้าสิบ (90) วัน เพื่อให้คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนมีจำนวนสมาชิกครบตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

9.4.4 หลักเกณฑ์ในการสรรหาและแต่งตั้งกรรมการบริหารความเสี่ยง

ให้คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้แต่งตั้งกรรมการบริหารความเสี่ยง

องค์ประกอบของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

- 1) คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงประกอบด้วยกรรมการและ/หรือผู้บริหารจำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน

คุณสมบัติของกรรมการบริหารความเสี่ยง

- 1) คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงประกอบด้วยกรรมการและ/หรือผู้บริหารจำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน
- 2) ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงต้องได้รับการแต่งตั้งโดยคณะกรรมการบริษัท
- 3) กรรมการบริหารความเสี่ยงต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เป็นอย่างดี มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องมีความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องและอาจเกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท
- 4) ให้เลขานุการบริษัทเป็นเลขานุการของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ยกเว้นคณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

วาระการดำรงตำแหน่งและการสิ้นสุดสภาพการดำรงตำแหน่งของกรรมการบริหารความเสี่ยง

กรรมการบริหารความเสี่ยงดำรงตำแหน่งวาระละ 3 ปี ให้โดยกรรมการที่ออกตามวาระนั้นอาจถูกเลือกกลับเข้ามาดำรงตำแหน่งอีกก็ได้

ทั้งนี้ สมาชิกของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะหมดวาระลงเมื่อ:

- (1) เสียชีวิต
- (2) ลาออก
- (3) คณะกรรมการบริษัทมีมติให้ออก
- (4) พ้นสภาพการเป็นกรรมการบริษัท หรือผู้บริหารของบริษัทฯ

สมาชิกของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงที่มีความประสงค์ที่จะลาออกจากตำแหน่ง ให้ส่งจดหมายลาออกถึงประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทต้องดำเนินการแต่งตั้งสมาชิกของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงใหม่แทนสมาชิกที่ลาออก ภายในเก้าสิบ วัน เพื่อให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีจำนวนสมาชิกครบตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

9.4.5 หลักเกณฑ์ในการสรรหาและแต่งตั้งกรรมการบริหาร

ให้คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้แต่งตั้งกรรมการบริหาร

องค์ประกอบของคณะกรรมการบริหาร

- 1) คณะกรรมการบริหารประกอบด้วยกรรมการไม่น้อยกว่า 5 คน
- 2) ประธานคณะกรรมการบริหารต้องได้รับการแต่งตั้งโดยคณะกรรมการบริษัท

คุณสมบัติของกรรมการบริหาร

- 1) คณะกรรมการบริหารต้องประกอบด้วยบุคคลที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
- 2) มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ มีความตั้งใจและมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- 3) สามารถใช้ดุลยพินิจอย่างตรงไปตรงมาอย่างเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการและกลุ่มที่มีผลประโยชน์อื่นใด
- 4) สามารถอุทิศเวลาให้กับบริษัทฯ ได้อย่างเพียงพอและเอาใจใส่ในการปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบของตน

วาระการดำรงตำแหน่งและการสิ้นสุดสภาพการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการบริหาร

กรรมการบริหารดำรงตำแหน่งวาระละ 3 ปี โดยกรรมการบริหารที่ออกตามวาระนั้นอาจถูกเลือกกลับเข้ามาดำรงตำแหน่งอีกก็ได้

ทั้งนี้ สมาชิกของคณะกรรมการบริหารจะหมดวาระลงเมื่อ:

- (1) เสียชีวิต
- (2) ลาออก
- (3) คณะกรรมการบริษัทมีมติให้ออก

สมาชิกของคณะกรรมการบริหารที่มีความประสงค์ที่จะลาออกจากตำแหน่ง ให้ส่งจดหมายลาออกถึงประธานคณะกรรมการบริหารทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทต้องดำเนินการแต่งตั้งสมาชิกของคณะกรรมการบริหารใหม่แทนสมาชิกที่ลาออก ภายใน 90 วัน เพื่อให้คณะกรรมการบริหารมีจำนวนสมาชิกครบตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

9.4.6 หลักเกณฑ์ในการสรรหาและแต่งตั้งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ให้คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนพิจารณาหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหา และเสนอชื่อบุคคลที่เหมาะสมที่จะมาดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เมื่อตำแหน่งว่างลง ให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา

9.5 การกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อย กิจการที่ควบคุมร่วมกัน และบริษัทร่วม

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทที่สอดคล้องกับเป้าหมาย วิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ในการเติบโตของกลุ่ม ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีผลประโยชน์หรือผลกำไรเพิ่มขึ้น หรือลงทุนในธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับบริษัทฯ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ และเพื่อให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจหลักของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ บริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วมอาจพิจารณาลงทุนในธุรกิจอื่นเพิ่มเติมหากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการเติบโตหรือสามารถต่อยอดทางธุรกิจ หรือเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของกลุ่มบริษัท ซึ่งสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีในการลงทุน โดยการพิจารณาการลงทุนของบริษัทฯ บริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วมนั้น บริษัทฯ จะทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุนและพิจารณาศักยภาพและปัจจัยความเสี่ยงจากการลงทุน โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์การลงทุนอย่างเหมาะสม ซึ่งจะต้องได้รับความเห็นชอบ และ/หรือการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (แล้วแต่กรณี) ทั้งนี้ ในการขออนุมัติการลงทุนบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมดังกล่าวจะต้องสอดคล้องเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง

นโยบายการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

- 1) บริษัทฯ จะส่งบุคคลที่เป็นตัวแทนของบริษัทฯ เข้าไปเป็นกรรมการในแต่ละบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม ตามสัดส่วนการถือหุ้นในแต่ละบริษัท เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลให้บริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมเพื่อดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมาย นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งนโยบายอื่นๆ ของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม การส่งตัวแทนของบริษัทฯ เข้าไปเป็นกรรมการในแต่ละบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมจะต้องได้รับการพิจารณาและเห็นชอบโดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของแต่ละบริษัท

- 2) หากในการเข้าทำรายการ หรือการดำเนินการใดๆ ของบริษัทย่อยที่เข้าขายหรือเป็นการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินตามประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งหลักทรัพย์ หรือรายการที่เกี่ยวข้องกันตามประกาศรายการที่เกี่ยวข้องกันที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องขออนุมัติที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ และ/หรือ ขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ หรือขออนุมัติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกฎหมายก่อนการเข้าทำรายการ บริษัทย่อยจะเข้าทำรายการหรือดำเนินการนั้นได้ต่อเมื่อได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และ/หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (แล้วแต่กรณี) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

นอกจากนี้ หากในการเข้าทำรายการหรือการเกิดเหตุการณ์บางกรณีของบริษัทย่อย อันทำให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยสารสนเทศต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดประกาศที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรรมการผู้แทนของบริษัทย่อยดังกล่าวมีหน้าที่ต้องแจ้งมายังฝ่ายจัดการของบริษัทฯ ในทันทีที่ทราบว่าบริษัทย่อยมีแผนจะเข้าทำรายการหรือเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

- 3) คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมแต่ละบริษัทจะมีขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบที่สำคัญตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานให้แก่บริษัทฯ ทราบ โดยนำประกาศที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาใช้บังคับโดยอนุโลม รวมทั้งเปิดเผยและส่งข้อมูลส่วนได้เสียของตนและบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องต่อคณะกรรมการบริษัทให้ทราบถึงความสัมพันธ์ และการทำธุรกรรมกับบริษัทฯ บริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และหลีกเลี่ยงการทำรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- 4) บริษัทฯ จะกำหนดแผนงานและดำเนินการที่จำเป็น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงิน และบริษัทฯ จะดำเนินการที่จำเป็นและติดตามให้บริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมมีระบบในการเปิดเผยข้อมูลและระบบควบคุมภายในที่เพียงพอและเหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ

นอกจากนี้ บริษัทฯ จะติดตามอย่างใกล้ชิดถึงผลประกอบการและการดำเนินงานของบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมดังกล่าวและนำเสนอผลการวิเคราะห์รวมถึงแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมนั้น ๆ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายหรือปรับปรุงส่งเสริมให้ธุรกิจของบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วม มีการพัฒนาและเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

9.6 การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีนโยบายและวิธีการดูแลกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานในการนำข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ เปิดเผยต่อสาธารณชน เพื่อป้องกันการแสวงหาประโยชน์ส่วนตน รวมทั้งการซื้อขายหลักทรัพย์ ดังนี้

- 1) บริษัทฯ จะให้ความรู้แก่กรรมการและผู้บริหาร เกี่ยวกับหน้าที่ที่ต้องจัดทำและส่งรายงานการถือหลักทรัพย์ของตน คู่สมรส หรือผู้ที่อยู่กินด้วยกันฉันสามีภริยา บุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ รวมถึงนิติบุคคลที่กรรมการและผู้บริหาร คู่สมรสหรือผู้ที่อยู่กินฉันสามีภริยา และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของกรรมการและผู้บริหารดังกล่าวเป็นผู้ถือหุ้นเกินร้อยละ 30 ของจำนวนสิทธิออกเสียงทั้งหมดของนิติบุคคลดังกล่าว ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ตามมาตรา 59 และบทกำหนดโทษตามมาตรา 275 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) (“พ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ”) รวมทั้งการรายงานการได้มาหรือจำหน่ายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ตามมาตรา 246 และบทกำหนดโทษ ตามมาตรา 298 แห่งพ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ
- 2) บริษัทฯ กำหนดให้กรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ จัดทำและนำเสนอรายงานการถือครองหลักทรัพย์ของตน ของคู่สมรส หรือผู้ที่อยู่กินด้วยกันฉันสามีภริยา บุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ รวมถึงนิติบุคคลที่กรรมการและผู้บริหาร คู่สมรสหรือผู้ที่อยู่กินฉันสามีภริยา และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของกรรมการและผู้บริหารดังกล่าวเป็นผู้ถือหุ้นเกินร้อยละ 30 ของจำนวนสิทธิออกเสียงทั้งหมดของนิติบุคคลดังกล่าวตามแบบรายงานการถือครองหลักทรัพย์ที่กำหนดมาอย่างเลขาธิการของบริษัทฯ ก่อนนำเสนอสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ทุกครั้ง โดยให้จัดทำและนำเสนอภายใน 30 วันนับแต่วันที่ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการและ/หรือผู้บริหารและทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ตามการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ที่กำหนด ภายใน 3 วันทำการนับแต่วันที่มีการซื้อ ขาย โอน หรือรับโอนหลักทรัพย์นั้น และกำหนดให้เลขาธิการบริษัทสรุปรายงานการถือครองหลักทรัพย์และการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อรับทราบเป็นประจำทุก 6 เดือน
- 3) บริษัทฯ กำหนดให้กรรมการและผู้บริหาร รวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวมถึงบุคคลที่ถูกสันนิษฐานว่ารู้หรือครอบครองข้อมูลภายในตาม พ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่ได้รับทราบข้อมูลภายใน ที่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหรือมูลค่าของหลักทรัพย์ จะต้องระงับการซื้อขายเสนอซื้อหรือเสนอขายหรือชักชวนให้บุคคลอื่นซื้อขาย เสนอซื้อหรือเสนอขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ในช่วงเวลาก่อนที่จะเผยแพร่ทางการเงินหรือเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับฐานะการเงินและสถานะของบริษัทฯ จนกว่าบริษัทฯ จะได้เปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนแล้ว ตลอดระยะเวลาปลอดการใช้ข้อมูลภายในที่ยังมิได้เปิดเผยแก่สาธารณชน (Embargo Period) ซึ่งหมายถึง ระยะเวลา 1 เดือน ก่อนและจนถึงวันประกาศผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทฯ รายไตรมาสและประจำปีโดยบริษัทฯ จะแจ้งให้กรรมการและผู้บริหาร งดการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นเวลาอย่างน้อย 1 เดือนก่อนการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน และควรรออย่างน้อย 24 ชั่วโมง ภายหลังเปิดเผยข้อมูลให้แก่สาธารณชนแล้ว รวมทั้งห้ามไม่ให้เปิดเผยข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญนั้นต่อบุคคลอื่น

- 4) บริษัทฯ กำหนดห้ามมิให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ซึ่งรวมถึงบุคคลที่ถูกสันนิษฐานว่ารู้หรือครอบครองข้อมูลภายในตาม พ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ ใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ที่มีหรืออาจมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ซึ่งยังมิได้เปิดเผยต่อสาธารณะ ซึ่งตนได้ลงรู้งาน มาใช้เพื่อการซื้อ ขาย เสนอซื้อ เสนอขาย หรือชักชวนให้บุคคลอื่นซื้อ ขาย เสนอซื้อ หรือเสนอขาย ซึ่งหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ไม่ว่าทั้งทางตรงหรือทางอ้อม และไม่ว่าการกระทำดังกล่าวจะทำได้เพื่อประโยชน์ต่อตนเองหรือผู้อื่น หรือนำข้อเท็จจริงเช่นนั้นออกเปิดเผยเพื่อให้ผู้อื่นกระทำการดังกล่าว โดยตนได้รับผลประโยชน์ตอบแทนหรือไม่ก็ตาม
- 5) บริษัทฯ กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย หรืออดีตกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ที่ลาออกแล้ว มีหน้าที่เก็บรักษาความลับและ/หรือข้อมูลภายในของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ตลอดจนข้อมูลความลับของคู่ค้าของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ที่ตนได้รับทราบจากการปฏิบัติหน้าที่ และห้ามมิให้นำความลับและ/หรือข้อมูลภายในของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ตลอดจนข้อมูลความลับของคู่ค้าของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ไปใช้ประโยชน์แก่บริษัทอื่น และให้บุคคลภายนอกทราบ แม้ว่าการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวจะไม่ทำให้เกิดผลเสียหายแก่บริษัทฯ บริษัทย่อย หรือคู่ค้า ก็ตาม
- 6) บริษัทฯ กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อยจะไม่เปิดเผยข้อมูลภายในของบริษัทฯ และบริษัทย่อย และจะไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่ในบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย หรือนำข้อมูลภายใน หรือสารสนเทศที่มีสาระสำคัญซึ่งได้รับรู้ หรือรับทราบในระหว่างปฏิบัติงานในบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ซึ่งยังมิได้เปิดเผยต่อสาธารณะ ไปแสวงหาประโยชน์ในทางมิชอบ หรือเปิดเผยกับบุคคลภายนอกเพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือบุคคลอื่น ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม โดยไม่คำนึงว่าจะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนหรือไม่
- 7) บริษัทฯ กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย มีหน้าที่ปฏิบัติตามแนวทางการใช้ข้อมูลภายในของพ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมถึงกฎเกณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้อง
- 8) บริษัทฯ กำหนดบทลงโทษทางวินัยสำหรับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง หากมีการฝ่าฝืนนำข้อมูลภายในไปใช้หาประโยชน์ส่วนตนซึ่งเริ่มตั้งแต่การตกเตือนเป็นหนังสือ ตัดค่าจ้าง พักงานชั่วคราว โดยไม่ได้รับค่าจ้าง หรือให้ออกจากงาน ซึ่งการลงโทษจะพิจารณาจากเจตนาของการกระทำและความร้ายแรงของความผิดนั้น ๆ

9.6 ค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี

สำหรับงวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ จ่ายค่าตอบแทนทั้งหมดเป็นค่าตอบแทนการสอบบัญชี (Audit Fee) ให้แก่ บริษัทฯ สำนักงาน อีวาย จำกัด รวมทั้งสิ้น 2,240,000 บาท ประกอบด้วย ค่าสอบบัญชีรายไตรมาส และค่าสอบบัญชีรายปี โดยไม่มีการจ่ายค่าบริการอื่นใด (Non-Audit Fee)

สำหรับงวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ จะจ่ายค่าตอบแทนทั้งหมดเป็นค่าตอบแทนการสอบบัญชี (Audit Fee) ให้แก่ บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด รวมทั้งสิ้น 2,900,000 บาท ประกอบด้วย ค่าสอบบัญชีรายไตรมาส และค่าสอบบัญชีรายปี

9.7 การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในเรื่องอื่นๆ

-ไม่มี-

บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

เพื่อประกอบคำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ผู้ลงทุนควรพิจารณา ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปี 2558, 2559 และ 2560 ผู้ลงทุนควรพิจารณาการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558, 2559 และ 2560 ที่ปรากฏอยู่ในงบการเงินรวมดังกล่าว

หนึ่ง ข้อมูลทางการเงินรวมของบริษัทฯ สำหรับปี 2558, 2559 และ 2560 ประกอบด้วยผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และ บริษัทย่อยคือ นามู โลฟ พัลส์ ที่ได้ก่อตั้งในปี 2558 โดย ณ วันที่จัดตั้ง บริษัทฯ ถือหุ้นใน นามู โลฟ พัลส์ ในสัดส่วนร้อยละ 69 และได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นเป็นร้อยละ 100 ในปี 2559 ทำให้บริษัทฯ รับรู้เงินลงทุนใน นามู โลฟ พัลส์ เป็นบริษัทย่อย และรวมงบการเงินของ นามู โลฟ พัลส์ ในงบการเงินของบริษัทฯ ตั้งแต่นั้นปี 2558

นอกจากนี้ เนื่องจากในปี 2558 บริษัทฯ ไม่ได้จัดทำงบการเงินรวมตรวจสอบตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินของกิจการที่มีส่วนได้เสียสาธารณะ (PAE) ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ซึ่งแสดงเป็นข้อมูลเปรียบเทียบในงบการเงินรวมตรวจสอบสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 จึงจัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ โดยไม่ได้ตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

13.1 สรุปรายงานการตรวจสอบบัญชี

ประจำงวด	ผู้สอบบัญชี	สรุปรายงานการตรวจสอบ
ปี 2558	คุณสมใจ คุณปสุต ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4499 จาก บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ซึ่งเป็นผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจาก สำนักงาน กสท.	ผู้สอบบัญชีให้ความเห็นไว้ในรายงานผู้สอบบัญชีอย่างมีเงื่อนไขว่า ผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้สอบบัญชี เพื่อตรวจสอบงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ในระหว่างปี 2558 ดังนั้นจึงไม่สามารถเข้าร่วมสังเกตการณ์ตรวจนับสินค้าคงเหลือยกมา ณ วันที่ 1 มกราคม 2558 ซึ่งมีจำนวน 63 ล้านบาท และผู้สอบบัญชีไม่สามารถใช้วิธีการตรวจสอบอื่นให้เป็นที่พอใจในปริมาณสินค้าคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2558 ได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาเอกสารประกอบการคำนวณต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าคงเหลือแต่ละประเภทได้ ทำให้ผู้สอบบัญชีไม่สามารถตรวจสอบให้เป็นที่พอใจในมูลค่าของสินค้าคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2558 ได้ ทั้งนี้มูลค่าสินค้าคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2558 ดังกล่าวมีผลต่อการคำนวณต้นทุนขายของปี 2558 ซึ่งแสดงในงบกำไรขาดทุนของปี 2558 ผู้สอบบัญชีจึงไม่อาจตรวจสอบให้เป็นที่พอใจได้ว่าจำเป็นต้องมีการปรับปรุงมูลค่าต้นทุนขายของปี 2558 หรือไม่เพียงใด ยกเว้นผลกระทบที่อาจมีขึ้นจากการถูกจำกัดขอบเขตการตรวจสอบของเรื่องดังกล่าวไว้ในวรรคเกณฑ์ในการแสดงความเห็นอย่างมีเงื่อนไข งบการเงินนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และ ผลการดำเนินงานสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัทฯ โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินสำหรับกิจการที่ไม่มีส่วนได้เสียสาธารณะ

ประจำงวด	ผู้สอบบัญชี	สรุปรายงานการตรวจสอบ
ปี 2559	คุณสมใจ คุณปสุต ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4499 จาก บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ซึ่งเป็นผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจาก สำนักงาน กลต.	ผู้สอบบัญชีให้ความเห็นไว้ในรายงานผู้สอบบัญชีอย่างไม่มีเงื่อนไขว่างบการเงินแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัทฯ และบริษัทย่อยและเฉพาะของบริษัทฯ โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน
ปี 2560	คุณสมใจ คุณปสุต ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4499 จาก บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ซึ่งเป็นผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจาก สำนักงาน กลต.	ผู้สอบบัญชีให้ความเห็นไว้ในรายงานผู้สอบบัญชีอย่างไม่มีเงื่อนไขว่างบการเงินแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัทฯ และบริษัทย่อยและเฉพาะของบริษัทฯ โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

13.2 ตารางสรุปงบการเงินรวมสำหรับปี 2558, 2559 และปี 2560

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวม					
	ณ 31 ธันวาคม 2558 ^{1/}		ณ 31 ธันวาคม 2559		ณ 31 ธันวาคม 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์						
<u>สินทรัพย์หมุนเวียน</u>						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	73.9	14.0	41.5	5.3	4,388.5	80.4
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	185.8	35.1	196.9	25.4	429.2	7.9
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	1.6	0.3	-	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	106.0	20.1	263.7	34.0	291.7	5.3
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	11.4	2.2	10.8	1.4	13.1	0.2
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	378.7	71.7	512.9	66.1	5,122.5	93.8
<u>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</u>						
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน	3.2	0.6	3.3	0.4	35.3	0.6
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	141.2	26.7	245.1	31.6	278.6	5.1
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	3.3	0.6	7.7	1.0	16.5	0.3
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	1.5	0.3	2.3	0.3	7.3	0.1
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	0.6	0.1	4.2	0.6	0.3	0.0
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	149.8	28.3	262.6	33.9	338.0	6.2
รวมสินทรัพย์	528.5	100.0	775.5	100.0	5,460.5	100

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวม					
	ณ 31 ธันวาคม 2558 ^{1/}		ณ 31 ธันวาคม 2559		ณ 31 ธันวาคม 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
<u>หนี้สินหมุนเวียน</u>						
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	-	-	72.8	9.4	267.1	4.9
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	124.2	23.5	170.7	22.0	299.2	5.5
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	68.3	12.9	-	-	-	-
เงินกู้ยืมระยะยาวส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	10.0	1.9	27.4	3.5	18.8	0.3
เงินกู้ยืมระยะยาวส่วนที่จัดเป็นหนี้สินหมุนเวียน ^{2/}	-	-	51.5	6.6	-	-
หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงินส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	2.2	0.4	1.5	0.2	1.4	0.0
ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย	27.8	5.3	27.3	3.5	20.1	0.4
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	2.7	0.5	2.0	0.3	10.6	0.2
รวมหนี้สินหมุนเวียน	235.2	44.5	353.2	45.5	617.2	11.3
<u>หนี้สินไม่หมุนเวียน</u>						
เงินกู้ยืมระยะยาว – สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	48.5	9.2	44.0	5.7	49.4	0.9
หนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน – สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	0.6	0.1	1.7	0.2	3.2	0.1
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	1.7	0.3	1.6	0.2	4.2	0.1
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	50.8	9.6	47.3	6.1	56.8	1.0
รวมหนี้สิน	286.0	54.1	400.5	51.6	674.0	12.3
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนเรือนหุ้น						
ทุนจดทะเบียน	10.0	1.9	225.0	29.0	318.0	5.8
ทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว	10.0	1.9	225.0	29.0	316.0	5.8
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	-	-	47.7	6.2	4,347.9	79.6
ส่วนทุนจากการจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์	-	-	-	-	0.1	0.0
กำไรสะสม						
จัดสรรแล้ว-สำรองตามกฎหมาย	-	-	22.5	2.9	31.8	0.6
ยังไม่ได้จัดสรร	213.9	40.5	111.6	14.4	122.5	2.2
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น – ส่วนต่ำกว่าทุนจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	-	(31.8)	(4.1)	(31.8)	(0.6)
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	223.9	42.4	375.0	48.4	4,786.5	87.7
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	18.6	3.5	-	-	-	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	242.5	45.9	375.0	48.4	4,786.5	87.7
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	528.5	100.0	775.5	100.0	5,460.5	100

หมายเหตุ : ^{1/} ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ซึ่งเป็นข้อมูลที่แสดงเปรียบเทียบตามมาตรฐาน PAE ในงบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ โดยไม่ได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

^{2/} เงินกู้ยืมระยะยาวที่จัดเป็นหนี้สินหมุนเวียน เนื่องจากเงินกู้ยืมติดเงื่อนไขตามสัญญาที่กำหนดว่า ผู้กู้ตกลงชำระสัดส่วนหนี้สินต่อทุน(D/E) ในงบประมาณปีไม่เกิน 1.0 เท่า ซึ่งบริษัทฯ ได้ขอเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขดังกล่าว เป็นไม่เกิน 2.0 เท่าแล้วตั้งแต่วันที่ 12 พฤษภาคม 2560 และบริษัทฯ ได้จ่ายเงินกู้ยืมดังกล่าวแล้วทั้งจำนวนเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2560

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	งวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ^{1/}		งวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559		งวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้						
รายได้จากการขาย	955.1	99.8	1,201.5	99.7	1,674.5	99.4
รายได้จากการบริการ	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0
รายได้อื่น	1.6	0.2	3.2	0.3	9.8	0.6
รวมรายได้	956.7	100.0	1,204.8	100.0	1,684.4	100.0
ค่าใช้จ่าย						
ต้นทุนขาย	(347.5)	(36.3)	(374.8)	(31.1)	(534.9)	(31.8)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(330.9)	(34.6)	(319.1)	(26.5)	(580.9)	(34.5)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(30.3)	(3.2)	(87.1)	(7.2)	(143.4)	(8.5)
รวมค่าใช้จ่าย	(708.7)	(74.1)	(781.0)	(64.8)	1,259.2	(74.8)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	248.0	25.9	423.8	35.2	425.2	25.2
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(3.9)	(0.4)	(5.8)	(0.5)	(12.0)	(0.7)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	244.1	25.5	418.0	34.7	413.2	24.5
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(50.2)	(5.2)	(82.8)	(6.9)	(62.1)	(3.7)
กำไรขาดทุนสำหรับปี/งวด	193.9	20.3	335.2	27.8	351.1	20.8
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น:						
รายการที่จะไม่ถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง		-		(0.6)		(0.2)
ผลขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย		-		0.1		(0.1)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี/งวด		-		(0.5)		(0.1)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี/งวด		193.9		334.7		351.0
การแบ่งปันกำไรขาดทุน						
ส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่		175.7		328.0		351.1
ส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม		18.2		7.2		-
กำไรขาดทุนสำหรับปี/งวด		193.9		335.2		351.1
การแบ่งปันกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม						
ส่วนที่เป็นของบริษัทฯ		175.7		327.5		351.0
ส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย		18.2		7.2		-
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี/งวด		193.9		334.7		351.0
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานปรับปรุงมูลค่าที่ตราไว้^{2/}						
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (ปรับปรุง) ^{2/} (บาทต่อหุ้น)		17.6		2.3		1.50
จำนวนหุ้นสามัญถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (ปรับปรุง) ^{2/} (หุ้น)		10,000,000		139,927,600		234,279,452
มูลค่าที่ตราไว้ (ปรับปรุง) ^{2/} (บาทต่อหุ้น)		1.0		1.0		1.0

หมายเหตุ : ^{1/} ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ซึ่งเป็นข้อมูลที่แสดงเปรียบเทียบตามมาตรฐาน PAE ในการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ โดยไม่ได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

^{2/} ปรับปรุงใหม่มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้นของบริษัทฯ จาก 100 บาท เป็น 1 บาท เพื่อให้เป็นไปตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ประจำปี 2560 ซึ่งได้มีมติเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้นของบริษัทฯ จาก 100 บาท เป็น 1 บาท

งบกระแสเงินสด	งบการเงินรวม		
	2558 ^{1/}	2559	2560
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน			
กำไรก่อนภาษี	244.2	418.0	413.2
รายการปรับกระทบยอดกำไรก่อนภาษีเป็นเงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมดำเนินงาน			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	6.4	16.9	26.3
ค่าเผื่อนี้สิ่งสลายจะสูญ	2.2	-	(0.2)
ค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพสินค้า	3.5	0.6	5.7
กำไรจากการจำหน่ายที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	-	(0.1)	(1.6)
ตัดจำหน่ายที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	-	0.3	1.9
ตัดจำหน่ายค่าธรรมเนียมทางการเงิน	-	0.1	0.7
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	0.8	1.0	2.3
ขาดทุน (กำไร) จากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่เกิดขึ้นจริง	(0.1)	0.9	(0.9)
รายจ่ายโดยใช้หนี้เป็นเกณฑ์	-	-	0.1
ดอกเบี้ยรับ	(0.4)	(1.4)	(1.3)
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	3.9	5.8	12.0
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	260.5	442.1	458.5
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง			
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	(117.7)	(11.2)	(232.5)
สินค้าคงเหลือ	(46.4)	(158.3)	(33.7)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	(4.4)	0.6	(2.4)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(0.6)	(3.6)	3.9
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)			
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	30.8	41.2	129.4
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	(6.8)	(0.7)	8.6
เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	115.4	310.1	331.9
จ่ายดอกเบี้ย	(3.6)	(5.8)	(12.2)
จ่ายผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	-	(1.6)	-
จ่ายภาษีเงินได้	(28.5)	(83.9)	(74.3)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	83.3	218.8	245.3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินฝากธนาคารที่มีภาวะค้าประกันเพิ่มขึ้น	(3.3)	(0.0)	(32.0)
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน (เพิ่มขึ้น) ลดลง	(1.6)	1.6	-
ซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(78.8)	(114.8)	(58.8)
ซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(3.2)	(5.4)	(10.1)
เงินสดรับดอกเบี้ยจากเงินฝากธนาคาร	-	1.4	1.3
เงินสดรับจากการจำหน่ายที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	-	3.2	3.3
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อยเพิ่มขึ้น (ลดลง)	0.4	(0.0)	-
เงินสดสุทธิใช้ในกิจกรรมลงทุน	(86.5)	(114.0)	(96.3)

งบกระแสเงินสด	งบการเงินรวม		
	2558 ^{1/}	2559	2560
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น	-	72.3	194.9
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกันเพิ่มขึ้น (ลดลง)	47.5	(68.3)	-
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาว	-	137.6	76.1
ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาว	(9.6)	(72.6)	(131.2)
เงินสดจ่ายค่าธรรมเนียมทางการเงิน	-	(0.8)	(0.4)
ชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน	(2.5)	(3.2)	(2.1)
เงินสดรับจากการเพิ่มทุน	-	214.6	4,391.2
จ่ายเงินปันผล	-	(416.8)	(330.7)
เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	35.4	(137.2)	4,198.0
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น(ลดลง)สุทธิ	32.2	(32.4)	4,347.0
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี/งวด	41.7	73.9	41.5
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายปี/งวด	73.9	41.5	4,388.5
ข้อมูลกระแสเงินสดเปิดเผยเพิ่มเติม			
รายการที่มีใช้เงินสดประกอบด้วย			
ซื้ออาคารโดยยังไม่ชำระเงิน	-	4.8	-
ซื้ออุปกรณ์ภายใต้สัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงิน	-	3.7	3.9

หมายเหตุ: ^{1/} ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ซึ่งเป็นข้อมูลที่แสดงเปรียบเทียบตามมาตรฐาน PAE ในงบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ โดยไม่ได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

^{2/} บริษัทฯ ไม่ได้จัดทำและแสดงงบกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557 เนื่องจากข้อมูลทางการเงินของบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557 เป็นข้อมูลที่แสดงเปรียบเทียบในงบการเงินของบริษัทฯ ปี 2558 ที่เป็นงบการเงินของกิจการที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียสาธารณะ (NPAA) ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงงบกระแสเงินสด

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงิน	หน่วย	งวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
		2558 ^{1/}	2559	2560
<u>อัตราส่วนสภาพคล่อง</u>				
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	1.6	1.5	8.3
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว	เท่า	1.1	0.6	7.8
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด	เท่า	0.4	0.7	0.5
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า	เท่า	7.9	6.6	5.6
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	45.6	54.2	64.3
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ	เท่า	12.2	9.0	7.8
ระยะเวลายขายสินค้าเฉลี่ย	วัน	29.4	40.0	46.4
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้	เท่า	6.4	4.5	4.8
ระยะเวลารับหนี้	วัน	55.9	79.9	75.9
Cash cycle	วัน	19.1	14.4	34.9
<u>อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร</u>				
อัตรากำไรขั้นต้น	ร้อยละ	63.6	68.8	68.1
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	ร้อยละ	25.8	35.0	24.8
อัตรากำไรอื่น	ร้อยละ	0.2	0.3	0.6
อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร	ร้อยละ	33.8	52.0	57.7
อัตรากำไรสุทธิ	ร้อยละ	20.3	27.8	20.8
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	ร้อยละ	133.5	108.6	13.6
<u>อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน</u>				
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	ร้อยละ	49.8	51.4	11.3
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร	ร้อยละ	190.9	182.3	144.1
อัตราภาระหมุนของสินทรัพย์	เท่า	2.5	1.8	0.5
<u>อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน</u>				
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	1.2	1.1	0.1
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย (interest bearing debt) ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.5	0.4	0.1
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย	เท่า	31.8	53.8	27.1
อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน (cash basis)	เท่า	0.9	0.3	0.4
อัตราการจ่ายเงินปันผล	ร้อยละ	-	124.4	94.2

หมายเหตุ : ^{1/} ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ โดยไม่ได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

ที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักมากขึ้น เป็นผลมาจากแผนการตลาด ของบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพและการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้หลากหลาย มากยิ่งขึ้น ประกอบกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุม โดยหลังจากการระดมทุนจากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) บริษัทฯมีโครงการในอนาคต อาทิ การขยายโรงงานเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต และการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ ส่งผลให้ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ เติบโตและมีความมั่นคงมากขึ้น

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

รายได้จากการขาย

ตารางต่อไปนี้แสดงโครงสร้างรายได้จากการขายสินค้าของบริษัทฯ ในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ย่อยของบริษัทฯ รวมถึงแบ่งเป็นรายได้จาก การขายภายในประเทศและต่างประเทศ สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558, 2559 และ 2560

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

หมายเหตุ: ^{1/} บริษัทฯ ได้เลิกจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมตั้งแต่ต้นปี 2559

^{2/} รายได้อื่นโดยหลักได้แก่ ดอกเบี้ยรับ และรายได้จากการให้บริการ

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

หมายเหตุ: ¹ รายได้อื่นโดยหลักได้แก่ ดอกเบี้ยรับ และรายได้จากการให้บริการ

รายได้จากการขายของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจาก 1,236.9 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 1,674.5 ล้านบาทในปี 2560 คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 35.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เดิมที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่เริ่มจำหน่ายระหว่างปี 2559 ที่เริ่มรับรู้รายได้เต็มปีในปี 2560 ทำให้บริษัทฯ มีรายได้ก่อนหักส่วนลดการค้าเพิ่มขึ้นอีก 251.4 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์ใหม่ในปี 2560 ซึ่งสร้างรายได้ก่อนหักส่วนลดการค้าได้เพิ่มขึ้น 271.9 ล้านบาท โดยผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมากที่สุดยังเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ที่มียอดขายรวมเพิ่มขึ้น 254.6 ล้านบาท โดยมาจากปริมาณขายเป็นหลัก ประกอบกับการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ซึ่งราคาเฉลี่ยต่อหน่วยของสินค้าแต่ละประเภทมิได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ หากพิจารณารายได้ตามการขายในประเทศและต่างประเทศจะพบว่า รายได้จากการขายในต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 146.2 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 512.8 ล้านบาท ในปี 2560 คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 250.7 จากการขยายช่องทางจัดจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีน รวมถึงการออกสินค้าเพื่อขายในประเทศจีนเป็นการเฉพาะเจาะจง (exclusive) จึงทำให้ลูกค้าชาวจีนซึ่งนิยมซื้อสินค้าของบริษัทฯ สามารถซื้อสินค้าของบริษัทฯ ได้สะดวกมากขึ้นในประเทศจีน ในขณะที่บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้นจาก 1,090.7 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 1,161.7 ล้านบาท ในปี 2560 โดยยอดขายในประเทศที่เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 6.5 โดยหลักเป็นผลจากปริมาณขายที่เพิ่มมากขึ้น และการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในปี 2560

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายของบริษัทฯ ประกอบด้วย วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ เงินเดือนและค่าจ้างของพนักงานฝ่ายผลิต ค่าเสื่อมราคาอาคารโรงงานและเครื่องจักรในการผลิต ค่าพาหนะขนส่งและเดินทาง และต้นทุนขายอื่น โดยต้นทุนขายเพิ่มขึ้นจาก 374.8 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 534.9 ล้านบาท ในปี 2560 ซึ่งการเพิ่มขึ้นโดยหลักมาจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น ตามการผลิตซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นของบริษัทฯ

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

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 862.1 ล้านบาท และ 1,139.6 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 69.7 และร้อยละ 68.1 ตามลำดับ โดยอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ลดลงเล็กน้อย เนื่องจากบริษัทฯ มีสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำเพิ่มขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอยู่ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง และมีการให้โปรโมชั่นส่วนลดเพื่อแนะนำสินค้าที่เริ่มทำการตลาดเต็มรูปแบบในปี 2560

ค่าใช้จ่ายในการขาย

ค่าใช้จ่ายในการขาย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง สำหรับปี 2560 ค่าใช้จ่ายจากการขายเพิ่มขึ้นจาก 354.5 ล้านบาทเป็น 580.9 ล้านบาท ในขณะที่อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายรวมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 28.7 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 34.7 ในปี 2560 ซึ่งค่าใช้จ่ายในการขายดังกล่าวเพิ่มขึ้นโดยหลักจากค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขายที่เพิ่มขึ้นจากการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่รู้จักเครื่องหมายการค้าของบริษัท อยู่แล้ว แต่ยังไม่เคยซื้อสินค้าของบริษัท รวมถึงการเปิดตัวและทำโฆษณาสินค้าใหม่ที่เริ่มจำหน่ายภายในปี 2560 ซึ่งบริษัทฯ มีสินค้าออกใหม่จำนวนมากกว่าในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้าโดย บริษัทฯ มีสินค้าเพิ่มขึ้นจาก 19 SKU ในปี 2559 เป็น 35 SKU ในปี 2560 นอกจากนี้ บริษัทฯ มีค่าใช้จ่าย ในการวิจัยและพัฒนาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าใช้จ่ายในการวิจัยตลาด เพื่อให้สามารถเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค และสามารถทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ที่เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้

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

หมายเหตุ: ¹ ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ โดยหลักได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการวิจัยการตลาด และค่าเช่าพื้นที่สาขาร้านค้าของบริษัทฯ เป็นต้น

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารโดยหลักได้แก่ ค่าใช้จ่ายพนักงานในสำนักงานใหญ่ และสำนักงานของโรงงานโรจนะ โดยบริษัท มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจาก 87.1 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 143.4 ล้านบาทในปี 2560 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.0 และร้อยละ 8.5 ของรายได้รวม ในปี 2559 และ 2560 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นโดยหลักมาจากค่าใช้จ่ายพนักงานในสำนักงานที่เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับปริมาณงานและหน่วยงานที่เพิ่มขึ้นตามยอดขายที่เติบโต

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

หมายเหตุ: ¹ ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ โดยหลักได้แก่ ค่าตัดจำหน่ายสินค้าเสื่อมสภาพ ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ และค่าเผื่อและค่าตัดจำหน่ายหนี้สงสัยจะสูญ

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

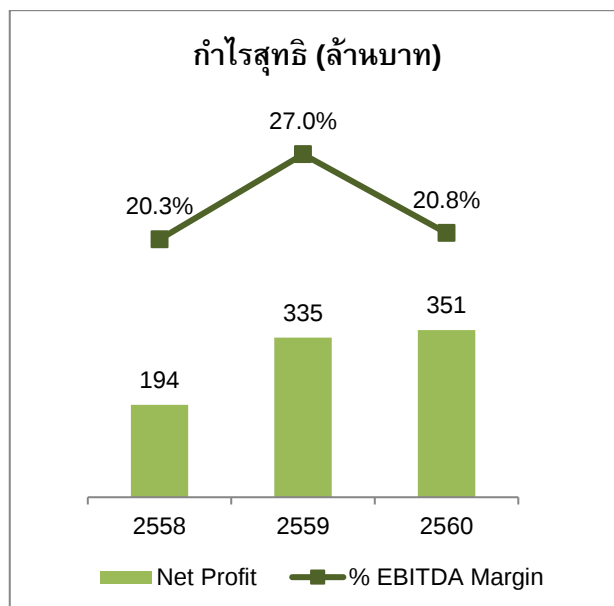
ในปี 2559 และ 2560 บริษัท มีค่าใช้จ่ายทางการเงินเท่ากับ 5.8 ล้านบาท และ 11.9 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 0.5 และร้อยละ 0.7 ของรายได้รวม ตามลำดับ โดยการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายทางการเงิน เป็นผลจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินทั้งระยะสั้นและ ระยะยาวที่เพิ่มขึ้นเพื่อใช้ในการดำเนินงานของบริษัท รวมถึงการปรับปรุงโรงงาน การซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักรใหม่เพื่อรองรับการขยายกำลังการผลิต

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้

ในปี 2559 และ 2560 บริษัท มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ลดลง จาก 82.8 ล้านบาท เป็น 62.1 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตราภาษีเงินได้ต่อกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ เท่ากับ ร้อยละ 19.8 และร้อยละ 15.0 ตามลำดับ เป็นผลเนื่องมาจากมีค่าใช้จ่ายในการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ประชาชน บางส่วนสามารถนำมาเป็นค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นอกจากนี้ บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากโครงการสนับสนุนของรัฐบาล ทำให้บริษัท สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายทางภาษีเงินได้ เพิ่มขึ้น

กำไรสุทธิสำหรับปี

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



การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 775.5 ล้านบาท และ 5,460.5 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสินทรัพย์รวมของบริษัทฯ โดยหลักประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น สินค้าคงเหลือ และ ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 สินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นโดยหลักเป็นผลมาจากรายการเงินสด ที่ได้รับจากการจำหน่ายหุ้นสามัญแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2560 จำนวน 4,028 ล้านบาท

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เท่ากับ 41.5 ล้านบาทและ 4,388.5 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสาเหตุหลักเป็นผลมาจากรายการเงินสด ที่ได้รับจากการจำหน่ายหุ้นสามัญแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) โดยการ เปลี่ยนแปลงเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อการวิเคราะห์กระแสเงินสด)

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

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

โดยลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นมีรายละเอียดดังนี้

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

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

ทั้งนี้ บริษัทฯ บันทึกค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญสำหรับผลขาดทุนโดยประมาณที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บเงินจากลูกหนี้ไม่ได้ซึ่งโดยทั่วไป จะพิจารณาจากประสบการณ์การเก็บเงินและการวิเคราะห์อายุลูกหนี้ และสถานะปัจจุบันของลูกหนี้คงค้าง ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน รวมถึงแนวโน้มที่จะได้รับชำระเงินจากลูกหนี้โดยบริษัทฯ พิจารณาเป็นรายๆ ไป

สินค้างเคลือ

สินค้างเคลือของบริษัทฯ ประกอบด้วย สินค้าสำเร็จรูปตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ต่างๆ สินค้าระหว่างผลิตวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และ วัสดุสิ้นเปลือง โดยตารางดังต่อไปนี้แสดงรายละเอียดสินค้างเคลือของบริษัทฯ จำแนกตามประเภทของสินค้างเคลือ

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

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือสุทธิเท่ากับ 263.7 ล้านบาท และ 291.7 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 34.0 และร้อยละ 5.3 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดยสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่คือสินค้าสำเร็จรูปและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปเพื่อรองรับยอดขายและการผลิตที่เพิ่มขึ้น สำหรับระยะเวลาการขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ยของบริษัทฯ จะอยู่ที่ 39.1 วัน ในปี 2559 และ 46.4 วัน ในปี 2560 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามนโยบายการสำรองสินค้าเพื่อขายของบริษัทฯ (Safety Stock) ซึ่งอยู่ที่ 60 วัน นอกจากนี้ บริษัทฯ มีบันทึก สินค้าเสื่อมสภาพเพิ่มขึ้นจาก 4.1 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 เป็น 5.7 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยหลักเกิด จากการด้อยค่าของสินค้ารอทำลาย จากการยกเลิกการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และบางส่วนเกิดจากการด้อยค่าของวัตถุดิบบางชนิด

ทั้งนี้ สินค้าสำเร็จรูปและสินค้านี้อาจระหว่างผลิตแสดงมูลค่าตามราคาทุน (ตามวิธีเข้าก่อนออกก่อน : FIFO) หรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ ราคาใดจะต่ำกว่า ราคาทุนดังกล่าวมูลค่าตามวิธีต้นทุนมาตรฐานซึ่งใกล้เคียงกับต้นทุนจริง ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงทางตรง และค่าสูญหายในการผลิต ในขณะที่วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และวัสดุสิ้นเปลืองแสดงมูลค่าตามราคาทุน (ตามวิธีเข้าก่อนออกก่อน: FIFO) หรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า และจะถือเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนการผลิตเมื่อมีการเบิกใช้

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

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

ปี 2560 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิมีมูลค่าสุทธิเพิ่มขึ้น 33.5 ล้านบาท โดยหลักเนื่องมาจากการลงทุนในโรงงานแห่งใหม่ ซึ่งประกอบด้วยการลงทุนเพื่อปรับปรุงเป็นโรงงานใหม่ในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ และการซื้อเครื่องจักรใหม่สำหรับการใช้ในการผลิต

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

หนี้สินรวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมเท่ากับ 400.5 ล้านบาท และ 674.0 ล้านบาท ตามลำดับ หนี้สินรวมของบริษัทฯ โดยหลักประกอบด้วย เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น และเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 หนี้สินรวมของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าตามการเติบโตของผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น จำนวน 170.7 ล้านบาทและ 299.2 ล้านบาท โดยเจ้าหนี้ การค้าและเจ้าหนี้อื่นมีรายละเอียดดังนี้

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

ณ สิ้นงวดปี 2560 เจ้าหนี้การค้าของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทฯ ต้องมีการสั่งซื้อวัตถุดิบที่ใช้ ในการผลิตเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่มีการสั่งซื้อจำนวนมาก อย่างไรก็ตามจากการส่งสินค้าที่เพิ่มขึ้นสามารถทำให้บริษัทฯ สามารถเจรจาเงื่อนไขชำระเงินได้ดียิ่งขึ้น โดยเห็นได้จากระยะเวลาชำระหนี้ของบริษัทฯ ซึ่งขึ้นจาก 55.9 วัน ในปี 2558 เป็น 75.9 วัน ในปี 2560

สำหรับเจ้าหนี้อื่น ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย และเจ้าหนี้อื่นๆ โดยมีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 59.0 ล้านบาทและ 180.4 ล้านบาท ณ สิ้นงวด ปี 2559 และปี 2560 ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายค้างจ่ายโดยมากเกิดจากรายการค่าส่งเสริมการขายค้างจ่าย

เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเท่ากับ 267.1 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ในการดำเนินการ ปรับปรุงอาคารโรงงาน ซ่อมเครื่องจักร และอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

เงินกู้ยืมระยะยาวส่วนที่จัดเป็นหนี้สินหมุนเวียน

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

เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินจำนวน 122.9 ล้านบาท และ 68.2 ล้านบาท ตาม ลำดับ โดยเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินลดลงโดยหลักมาจากการจ่ายคืนเงินกู้ระยะยาวกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

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

การวิเคราะห์กระแสเงินสด

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

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

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานสำหรับปี 2559 และ 2560 เท่ากับ 218.8 ล้านบาท และ 245.3 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสาเหตุหลักที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการลดลงของสินค้าคงเหลือ และการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นสุทธิ

กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน

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

กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน

กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินสำหรับปี 2559 และ 2560 เท่ากับ (137.2) ล้านบาท และ 4,198 ล้านบาท ตามลำดับ โดยปี 2559 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินโดยหลัก จากการประกาศและจ่ายเงินปันผลเป็นจำนวนทั้งหมด 416.8 ล้านบาท การชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินจำนวน 72.6 ล้านบาท และชำระคืนเงินกู้ยืมจากกรรมการจำนวน 68.3 ล้านบาท สุทธิกับเงินสดรับจากการเพิ่มทุนจำนวน 214.6 ล้านบาท เงินสดรับ จากเงินกู้ยืมระยะยาวจำนวน 137.6 ล้านบาท และเงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน จำนวน 72.3 ล้านบาท และในปี 2560 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินโดยหลัก มาจากเงินสดรับจากการเพิ่มทุน จำนวน 4,391.2 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

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

หมายเหตุ : ข้อมูลทางการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ โดยไม่ได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี

สภาพคล่อง

บริษัทฯ มีสภาพคล่องเพิ่มสูงขึ้นดังจะเห็นได้จาก อัตราส่วนสภาพคล่องที่เพิ่มขึ้นจาก 1.5 เท่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 เป็น 8.3 เท่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เช่นเดียวกับอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็วที่เพิ่มขึ้นจากระดับ 0.6 เท่า เป็น 7.8 เท่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 ตามลำดับ สำหรับปี 2560 สภาพคล่องเพิ่มขึ้นจากการที่บริษัทฯ มีเงินสดรับจากที่เพิ่มทุนจำนวน 4,391.2 ล้านบาท

ความสามารถในการชำระหนี้

สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เท่ากับ 1.1 เท่า และ 0.1 เท่า ตาม ลำดับ และ อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย (interest bearing debt) ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 0.5 เท่า 0.1 เท่า ตามลำดับ สำหรับ อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ สิ้นปี 2560 ลดลง เนื่องจากส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ได้เพิ่มขึ้นเช่นกันจากการที่บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระ แล้วจาก 225 ล้านบาท เป็น 316 ล้านบาท

หากพิจารณาถึงความสามารถในการชำระดอกเบี้ยของบริษัทฯ ในปี 2559 และ 2560 จะพบว่า ความสามารถในการชำระดอกเบี้ยของ บริษัทฯ ลดลง เป็นผลมาจากความสามารถในการทำกำไรลดลง ถึงแม้ยอดขายจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ในปี 2560 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายทางการขายค่อนข้างมาก ส่งผลให้มีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานไม่เพิ่มขึ้นมากนัก ดังจะเห็นได้จาก อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยของบริษัทฯ ที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก 53.8 เท่า ในปี 2559 เป็น 27.1 เท่า ในปี 2560

บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)

เอกสารแนบ 1

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม และเลขานุการของบริษัทฯ

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม และเลขานุการของบริษัทฯ

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงาน		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
1. พล.ต.อ. ชัชวาลย์ สุขสมจิตร์ ประธานกรรมการบริษัท และกรรมการอิสระ	62	- ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - ปริญญาตรี รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต โรงเรียนนายร้อยตำรวจ - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Role of Chairman	-	-	2559 – ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริษัท	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น		
					2557 – ปัจจุบัน	สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ	สภานิติบัญญัติแห่งชาติ
					2559 – ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริษัท	บมจ. เจนเนอรัลประกันภัย
2. ดร. สราวุธ พัฒนารักษ์ ¹ รองประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธานคณะกรรมการบริหาร กรรมการบริหารความเสี่ยง และ รักษาการประธานเจ้าหน้าที่สาย งานปฏิบัติการ	40	- ปริญญาเอก บริหารธุรกิจ (ภาควิชาภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง - ปริญญาโท การจัดการและพัฒนา องค์กร (ภาควิชาภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ - ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ เอกโฆษณา (ภาควิชาภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Certification Program (DCP)	79.6	พี่ชายของคู่สมรสของ นางสาวเสาวคนธ์ แหยมเจริญ	2553 – ปัจจุบัน	รองประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธาน คณะกรรมการบริหาร กรรมการบริหารความเสี่ยง และ รักษาการประธานเจ้าหน้าที่สาย งานปฏิบัติการ	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					2558 – ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. นามู โลฟ พลัส
					2560 – ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ดู อินฟินิตี ดรีม
					กิจการอื่น		
					2546-ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. คัลเลอร์ เทรนต์
					2546-ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. โอเวอร์ ไดรฟ์ (ประเทศไทย)
					2543 – 2558	กรรมการ และ กรรมการผู้จัดการ	บจ. พีเอ็ม เคมีคัล

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณสมบัติทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงาน		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
3. นาย นิติโรจน์ มโนลมัย ¹ กรรมการ กรรมการบริหารความเสี่ยง และรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Excellence and Sustainable Development	40	- ปริญญาโท Internet and E-Commerce Technology มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ - ปริญญาตรี นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP)	-	-	2556 – ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการบริหารความ เสี่ยง รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Excellence and Sustainable Development และรักษาการ ประธานเจ้าหน้าที่สายงาน พาณิชย์	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น 2545 – 2555	Graphic Supervisor	บจ. บีซีที-เทโร เรดิโอ
					2544 – 2545	Graphic Designer	บจ. สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค
4. นาย ปิยวัชร ราชพลสิทธิ์ ¹ กรรมการ กรรมการบริหาร และ ประธานเจ้าหน้าที่สายงานบัญชี และการเงิน	31	- ปริญญาโท การเงิน Cass Business School, City University - ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร์ (ภาคภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ประกาศนียบัตรชมรมวาณิชธนกิจ สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย หลักสูตรที่ปรึกษาการเงิน (FA License) - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Certification Program (DCP)	-	-	2558 – ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการบริหาร และ ประธานเจ้าหน้าที่สายงานบัญชี และการเงิน	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					2558 – ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. นามู โลฟท์ พลัส
					2560 – ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ดู อินฟินิต ดรีม
					กิจการอื่น ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แคเรียร์คอนเนกซ์กรุ๊ป
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. นามะ นามะ กรุ๊ป
					2557 – 2558	รองกรรมการผู้จัดการฝ่าย Private Equity	Richardson Doyle & Partners
					2556 – 2557	ผู้จัดการงานธุรกิจกลุ่มประเทศ อาเซียน	ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
					2555 – 2556	ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์คณะกรรม ธิการแก้ไขปัญหาหนี้สินแห่งชาติ	รัฐสภา
					2553 - 2556	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายวาณิชธนกิจ	บมจ. หลักทรัพย์ เมย์แบงก์ กิมเอ็ง

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงาน		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
							(ประเทศไทย)
5. นาย รุ่งโรจน์ ชัยศิริวิกรม ¹ กรรมการ และกรรมการบริหาร	41	- ปริญญาโท Internet and E-Commerce Technology มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ - ปริญญาตรี General Management มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) - หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP)	0.35	-	2558 – ปัจจุบัน	กรรมการ และ กรรมการบริหาร	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					2558 – ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. นามู โลฟ พัลส์
					กิจการอื่น 2557 – 2558	General Sales Manager	บจ. สยาม รีเทล
					2556 – 2557	National Sales Manager : Traditional Trade Channel	บจ. มอนเดลีซ (ประเทศไทย)
					2554 – 2556	Head of Sales : Traditional Trade Channel	บจ. เรกิตีท์ เบนคิเชอร์ (ประเทศไทย)
6. นาย ศุภวัฒน์ วนิชประภา ¹ กรรมการ กรรมการสรรหาและพิจารณา ค่าตอบแทน และ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Excellence and Sustainable Development	41	- ปริญญาโท MBA, International Trading, University of La Verne, CA, USA - ปริญญาตรี Business Computer มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) - หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP)	-	-	2556 – ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการสรรหาและ พิจารณาค่าตอบแทน และรอง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Excellence and Sustainable Development	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น 2553 – 2555	Project Manager	บจ. ไอปออสเพค (ประเทศไทย)
					2544 – 2546	Project Manager	บริษัท กลุ่มแอดวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด
					2543 – 2544	International Roaming Analyst	บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงาน		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
7. นางสาว เสวคนธ์ แหยมเจริญ ¹ กรรมการ และ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Excellence and Sustainable Development	39	- ปริญญาตรี Communication of Art มหาวิทยาลัยกรุงเทพ - อนุปริญญาตรี Fashion Merchandiser, Mesa College, USA - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP)	-	คู่สมรสของน้องชาย คุณสราวุฒิ พรพัฒน์นารักษ์	2556 – ปัจจุบัน	กรรมการ รองประธานเจ้าหน้าที่ บริหาร Excellence and Sustainable Development	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น 2550 – 2552	Fashion Merchandiser, Marketing & Buyer Department	บจ. เซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป
					2548 – 2549	Assistant Store Manager	American Appeal
8. นาย ฤทธิไกร ธรรมรักษ์ ¹ กรรมการ กรรมการบริหาร และ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Excellence and Sustainable Development	40	- ปริญญาโท Media Communication, Webster University - ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (ภาควิชาภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP)	0.01	-	2556 – ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการบริหาร และ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Excellence and Sustainable Development	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					2558 – ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. นามู โลฟ พัลส์
					กิจการอื่น 2551-2557	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ การวางแผน สื่อและโฆษณา	บริษัท วีเซียม จำกัด
					2543-2550	ผู้จัดการวางแผนสื่อและโฆษณา	บริษัท คาราบ จำกัด

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงาน		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
9. นาย กฤษ ฟอร์ดเลิศ กรรมการอิสระ ประธานกรรมการตรวจสอบ และ ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง	68	- ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Certification Program (DCP)	-	-	2559 – ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ ประธานกรรมการ ตรวจสอบ และ ประธาน กรรมการบริหารความเสี่ยง	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น		
					ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บมจ. เจ้าพระยามหานคร
					ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ และ กรรมการบริหารความเสี่ยง	บมจ. ไทยวาโก้
					ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ และ ประธานกรรมการตรวจสอบ	บมจ. ธนาคารแห่งประเทศไทย (ไทย)
					ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการบริหารความเสี่ยง	บมจ. ธนุลักษณ์
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. เนชั่นแนล กรีน เอ็นเนอร์ยี่
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. อิมเพรส ฟาร์มมิ่ง
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. อิมเพรส เอทานอล
					2514 – 2552	ผู้ช่วยผู้ว่าการ	ธนาคารแห่งประเทศไทย

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงาน		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
10. นาง นवलพรรณ ลำข้า กรรมการอิสระ	51	- ปริญญาโท การจัดการศึกษา Boston University, USA - ปริญญาตรี การตลาด คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Certification Program (DCP)	-	-	2559 – ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น		
					2558 – ปัจจุบัน	กงสุลกิตติมศักดิ์	สาธารณรัฐลิทัวเนีย ประจำประเทศไทย
					2557 – ปัจจุบัน	ที่ปรึกษา	ประธานสมาคมนิติบัญญัติแห่งชาติ
					2557 – ปัจจุบัน	กรรมการเอกลักษณ์ของชาติ	คณะกรรมการเอกลักษณ์ของชาติ
					2553 – ปัจจุบัน	ผู้ช่วยรัฐมนตรี	กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
					2553 – ปัจจุบัน	กรรมการ และกรรมการรองเลขาธิการ	หอการค้าไทย
					2553 – ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการคณะอำนวยการบริหาร	บมจ. เมืองไทยประกันภัย
					2553 – ปัจจุบัน	กรรมการกิตติมศักดิ์	บจ. ทรานส์ แฟชั่น (ประเทศไทย) จำกัด
					2553 – ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. ภัทรลิขซึ่ง
					2553 – ปัจจุบัน	กรรมการ และที่ปรึกษากรรมการผู้จัดการ	บมจ. เมืองไทยประกันชีวิต
					2553 – ปัจจุบัน	กรรมการ และที่ปรึกษากรรมการ	บมจ. เมืองไทย เรย์ล เอสเตท
					2552 – ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ	บมจ. นวนคร
					2540 – ปัจจุบัน	กรรมการ และประธานกิตติมศักดิ์	บจ. ช้างอนอเระ (กรุงเทพ)
					2540 – ปัจจุบัน	กรรมการ	สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัท
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. การท่าเรือ เอฟ.ซี.

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงาน		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ณพวรรณ 2015
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ทรัพย์ละออ
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ปุส (2008)
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ไมซ์สเตอร์ เทคนิค
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ยูพงษ์
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ยูพงค์
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ศรีภพวรรณ
					ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ออโต้บลิส
11. นาย ญัฏฐะวุฒิ เครือประดับ กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และประธานกรรมการสรรหาและ พิจารณาค่าตอบแทน	44	- หลักสูตรการบริหารจัดการ Harvard Business School - ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Certification Program (DAP)	-	-	2559 – ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และ ประธานกรรมการสรรหาและ พิจารณาค่าตอบแทน	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น		
					2558 – ปัจจุบัน	ผู้จัดการฝ่ายจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ก๊าซธรรมชาติ	บมจ. ปตท.
					2555 - 2558	ผู้จัดการส่วนบำรุงรักษาเครื่องกล โรงแยกก๊าซธรรมชาติ	บมจ. ปตท.

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงาน		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
12. นาย ทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและพิจารณา ค่าตอบแทน	45	- ปริญญาโท MBA สาขาการเงิน Case Western Reserve University, USA - ปริญญาตรี การเงิน University of Findlay, USA	-	-	2560 – ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และ กรรมการสรรหาและพิจารณา ค่าตอบแทน	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น 2558 – ปัจจุบัน ปัจจุบัน ปัจจุบัน ปัจจุบัน ปัจจุบัน 2557 – 2560 2557	กรรมการ และประธาน กรรมการบริหารความเสี่ยง กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ รองกรรมการผู้จัดการ	บลจ. กรุงไทย จำกัด (มหาชน) บจ. เวนดิง คอร์ปอเรชั่น บจ. เวนดิง พลัส บจ. สเปนซ์ แอท สยาม บจ. เอส เอ บี สยาม บมจ. ธนาคารกรุงไทย ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงาน		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
13. นาย ธิติ รัตตมณี ประธานเจ้าหน้าที่สายงานกลยุทธ์ และวิเคราะห์ข้อมูล และ กรรมการบริหาร	40	- ปริญญาโท ธุรกิจต่างประเทศ London South Bank University, UK - ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (ภาคภาษาอังกฤษ) สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	-	-	2559 – ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานกลยุทธ์ และวิเคราะห์ข้อมูล และ กรรมการบริหาร	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น		
					2557 – 2559	Vice President, Customer & Market Insight	บมจ. ธนาकरไทยพาณิชย์
					2556 – 2557	Customer Engagement Director	บจ. ไฮเปอร์เทค คอนซัลติ้ง
					2551 – 2556 2544 – 2551	Head of Insight Manager, Client Solutions	บจ. เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม บจ.เดอะนิลเส็น คอมปะนี (ประเทศ ไทย)
14. นางสาว กรทอง ชาครศิริสกุล ประธานเจ้าหน้าที่สายงานพาณิชย์	35	- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (ภาคภาษาอังกฤษ) สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	-	-	2560 – ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่สายงาน พาณิชย์	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น		
					<u>2560</u>	ประธานเจ้าหน้าที่สายงาน พาณิชย์	บจ. ดัมโก้ โลจิสติกส์ (ไทยแลนด์)
					2558 – 2559	Head of Area Ocean Product – Thailand and Myanmar	บจ. ดัมโก้ โลจิสติกส์ (ไทยแลนด์)
					2557 – 2558 2556 – 2557 2555 – 2556	Cluster Operations Manager Safmarine Country Manager Assistant Trade Manager	บจ. เมอส์ก โลโก้ (ไทยแลนด์) บจ. บางกอก มารีน Rederit A.P. Moller (Headquarter)
15. นายธีรวัฒน์ ปรีชาวิภัทร ผู้อำนวยการฝ่ายการเงิน	28	- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (ภาคภาษาอังกฤษ)	-	-	2560 – ปัจจุบัน	ผู้อำนวยการฝ่ายการเงิน	บมจ. ดู เดย์ ดรีม

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ (ร้อยละ)	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงาน		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
		สาขาการเงินและการธนาคาร มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ			กิจการอื่น 2557 – 2560 2554 - 2557	Senior Associate, Management Consulting Senior Associate, Risk Consulting	บจ. ไพรม์สตรีท แอดไวซอรี่ (ประเทศไทย) บจ. เคพีเอ็มจี ภูมิภาค ที่ปรึกษา ธุรกิจ
16. นายปรีชาชาญ เอี้ยวพิพัฒน์กุล ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายบัญชี	40	- ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	-	-	2559 – ปัจจุบัน	ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายบัญชี	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น 2549 – 2559	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี-การเงิน	บจ. มิสกัน (ไทยแลนด์)
17. นางสาวรุ่งทิพย์ งามเอกอุตมพงศ์ เลขานุการบริษัทฯ	43	- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ - ประกาศนียบัตร สาขา Apparel Manufacturing, Fashion Institute of Design and Merchandising - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Company Secretary Program (CSP) และ Effective Minute Taking (EMT)	-	-	2559 – ปัจจุบัน	เลขานุการบริษัท	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
					กิจการอื่น 2544 - 2558	Assistance to Managing Director	บจ. โรจน์ อินเตอร์ กรุ๊ป

หมายเหตุ: ^{1/} กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทฯ

ข้อมูลการดำรงตำแหน่งของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

บริษัท	กรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ															
	พล.ต.อ. ชัชวาลย์ สุขสมจิตร	ดร.สราวุธ พรพัฒน์รักษ์	นายนิติโรจน์ มโนดมัย	นายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์	นายรุ่งโรจน์ ชัยศิริวิกรม	นายศุภวัฒน์ วนิชประภา	น.ส.เสาวคนธ์ แหยมเจริญ	นายฤทธิไกร ธรรมรักษ์	นายกฤช พอลเล็ด	นาง นวลพรรณ ล้ำค่า	นาย ณัฐระวุธ เครือประดับ	นายทรงพล ชีวะปัญญา โรจน์	นายธิตี รัตตมณี	นางสาว กรทอง ชาครศิริสกุล	นายธีรวัฒน์ ปรีชาวิภัทร	นายปรีชาชาญ เอียวพิพัฒน์ กุล
บริษัทฯ																
บมจ. ดู เดย์ ดรีม	C, ID	VC, CEO, EC	D, M	D, EC, M	D, EC	D, M	D, M	D, EC, M	ID, CAC	ID	ID, AC	ID, AC	EC, M	M	M	M
บริษัทย่อย																
บจ. นามู โลฟ พลัส		D		D	D			D								
บจ. ดู อินฟินิท ดรีม		D		D												
บริษัทที่เกี่ยวข้อง																
บมจ. เจเนอราลี่ประกันภัย (ไทยแลนด์)	D															
บมจ. เจเนอราลี่ประกันชีวิต (ไทยแลนด์)	D															
บจ. พี เอ็ม เคมีคัล		D														
บจ. คัลเลอร์ เทรนต์		D														
บจ. โอเวอร์ ไดรฟ์ (ประเทศ ไทย)		D														
บจ. แคเรียร์คอนเนกซ์กรุ๊ป				D												
บจ. นามะ นามะ กรุ๊ป				D												
บมจ. เจ้าพระยามหานคร									C							
บมจ.ไทยวาโก้									ID							
บมจ. ธนาคารแห่งประเทศไทย (ไทย)									C, ID							
บมจ. ธนูลักษณ์									ID, AC							
บจ. เนชั่นแนล กรีน เอ็นเนอร์ ยี									D							
บจ. อิมเพรส ฟาร์มมิ่ง									D							

บริษัท	กรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ															
	พล.ต.อ. ชัชวาลย์ สุขสมจิตร	ดร.สราวุธ พรพัฒน์นารักษ์	นายนิติโรจน์ มโนดมัย	นายปิยวัชร ราชพลสิทธิ์	นายรุ่งโรจน์ ชัยศิริวิกรม	นายศุภวัฒน์ วนิชประภา	น.ส.เสาวคนธ์ แหยมเจริญ	นายฤทธิไกร ธรรมรักษ์	นายกฤช พอลเลิศ	นาง นวลพรรณ ล้ำค่า	นาย ณัฐระวุธ เครือประดับ	นายทรงพล ชีวะปัญญา โรจน์	นายธิตี รัตตมณี	นางสาว กรทอง ชาครศิริสกุล	นายธีรวัฒน์ ปรีชาวิภัทร	นายปรีชาชาญ เอียวพิพัฒน์ กุล
บจ. อิมเพรส เอทานอล									D							
บมจ. นวนคร										ID						
บมจ. ภัทรลิสซิ่ง										D						
บมจ. เมืองไทยประกันภัย										D, CEO						
บมจ. เมืองไทย เรียว เอสเตท										D						
บมจ. เมืองไทยประกันชีวิต										D						
บจ. การท่าเรือ เอฟ.ซี.										D						
บจ. ณพวรรณ 2015										D						
บจ. ชิงออนอแร่ (กรุงเทพ)										D						
บจ. ทรีพลัสออ										D						
บจ. ปูส (2008)										D						
บจ. ไมซ์สเตอร์ เทคนิค										D						
บจ. ยูพงษ์										D						
บจ. ยูพงษ์ค										D						
บจ. ศิริภาพวรรณ										D						
บจ. ออโต้บิลิส										D						
บจ. เวนด์คอร์ทปอเรชั่น												D				
บจ. เวนด์พลัส												D				
บจ. สเตท แอท สยาม												D				
บลจ. กรุงไทย จำกัด (มหาชน)												D				
บจ. เอส เอ บี สยาม												D				

หมายเหตุ: C- ประธานกรรมการ, VC- รองประธานกรรมการ, D-กรรมการ, ID-กรรมการอิสระ, CAC-ประธานกรรมการตรวจสอบ, AC-กรรมการตรวจสอบ, EC- กรรมการบริหาร, CEO-ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, M-ผู้บริหาร

บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)

เอกสารแนบ 2

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย

ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย

บริษัทย่อย	กรรมการ				
	ดร. สราวุธ พิพัฒน์นารักษ์	นาย รุ่งโรจน์ ชัยศิริวิกรม	นาย ฤทธิไกร ธรรมรักษ์	นาย ปิยวัชร ราชพลสิทธิ์	นายจรัสศักดิ์ เพ็องฟูสิน
1. บจ. นามู ไลฟ์ พลัส	กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	-
2. บจ. ดู อินฟินิท ดรีม	กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	-	-	กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม

บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)

เอกสารแนบ 3

รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ

ข้อมูลเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	ประสบการณ์ทำงาน		
			ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
นางสาว จุฬารัตน์ รัตตะพงษ์ หัวหน้าผู้ตรวจสอบภายใน	35	- ปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร - ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	2559 – ปัจจุบัน	หัวหน้าผู้ตรวจสอบภายใน	บมจ. ดู เดย์ ดรีม
			2556 - 2559	ผู้จัดการอาวุโส	บมจ. โทรีเซนไทย เอเยนต์ชีส์
			2546 - 2556	ผู้จัดการ	บจ. เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี

บริษัท ดู เดย์ ดรีม จำกัด (มหาชน)

เอกสารแนบ 4

รายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

ไม่มี.