

NEO

BeNice

fineline

D-nee

T
S
O
R

Evessense

Vivite

โคม

Smart

Love
Tails

บริษัท นีโอ คอร์ปอเรท จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

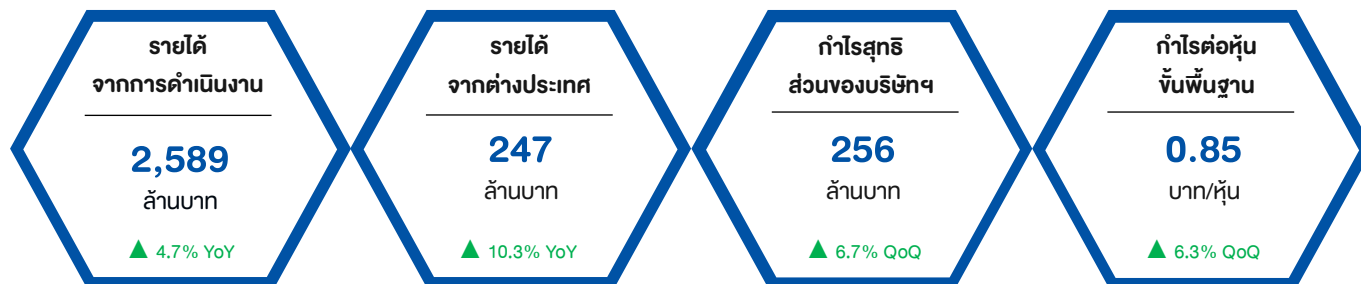
สำหรับผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 1/2568



Passion to be Asia's innovative FMCG company who elevates quality of life with people-centric approach

มุ่งมั่นที่จะเป็นบริษัท FMCG แห่งนวัตกรรมของเอเชีย ที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้บริโภค

ไฮไลท์สำคัญในไตรมาส 1/ 2568



บทสรุปผู้บริหาร

ภาพรวมผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 1/2568	ไตรมาส 1/2567	YoY (%)	ไตรมาส 4/2567	QoQ (%)
รายได้จากการดำเนินงาน	2,589	2,472	4.7%	2,659	(2.6%)
กำไรขั้นต้น	1,082	1,136	(4.8%)	1,139	(5.0%)
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร (SG&A)	757	780	(2.9%)	827	(8.5%)
กำไรสุทธิ	260	272	(4.4%)	244	6.6%
กำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ	256	268	(4.5%)	240	6.7%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	41.8%	46.0%	-	42.8%	-
อัตรากำไรสุทธิ (%)	10.0%	11.0%	-	9.1%	-
อัตรากำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ (%)	9.8%	10.8%	-	9.0%	-
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาท/หุ้น)	0.85	1.21	(29.8%)	0.80	6.3%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

ในไตรมาส 1 ปี 2568 บริษัท นีโอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีรายได้จากการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 2,589 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2567 จำนวน 117 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.7 โดยมีปัจจัยจากการเติบโตของรายได้จากทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคล และกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับเด็กเติบโตจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 6.0 ร้อยละ 5.7 และร้อยละ 2.1 ตามลำดับ นอกจากนี้ รายได้จากต่างประเทศเติบโตที่ร้อยละ 10.3 จากปีก่อนหน้า จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบกับการความสามารถในการใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินงาน บริษัทฯ มีกำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ สำหรับไตรมาส 1 ปี 2568 จำนวน 256 ล้านบาท โดยมีอัตรากำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 9.8 จากความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปี 2568 บริษัทฯ ยังคงคาดการณ์ว่าผลการดำเนินงานจะมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม จากสภาวะเศรษฐกิจที่ค่อนข้างท้าทายและอาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค บริษัทฯ จึงได้ปรับประมาณการเป้าหมายการเติบโตให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยคาดว่า รายได้จากการดำเนินงานจะเติบโตที่เลขหลักเดียวระดับสูง (High-Single Digit) ซึ่งมีปัจจัยการเติบโตจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ควบคู่กับการยกระดับผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณสมบัติที่เหนือชั้น รวมถึงการขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่และตลาดที่มีศักยภาพ (Segment Creator) พร้อมทั้งเดินกลยุทธ์ Innovation-led Premiumization และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ที่มีโอกาสเติบโตจากปีก่อนหน้าจากการเพิ่มกิจกรรมต่างๆ บนแพลตฟอร์ม e-Commerce เพื่อส่งเสริมการขาย อาทิ การเพิ่มจำนวน live streaming การปักตะกร้า และการส่งเสริม Affiliate Marketing เป็นต้น ในขณะที่ตลาดส่งออกมีโอกาสฟื้นตัวจากการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศส่งออกหลัก การเพิ่มแบรนด์ และการผลักดันสินค้าของบริษัทฯ รวมถึงการขยายพอร์ตฟอลิโอประเทศที่ส่งออกเพิ่มเติม ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต โดยแผนการลงทุนจะถูกปรับให้เหมาะสมและสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อาทิ การแบ่งการก่อสร้างอาคารโรงงานเป็นระยะ และการพิจารณาทยอยลงทุนเครื่องจักรใหม่เป็นรายปี เป็นต้น

โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงานของบริษัทฯ ในไตรมาส 1/2568



YOY: โครงสร้างรายได้และวิเคราะห์ผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 1/2568 (เทียบกับไตรมาส 1/2567)

โครงสร้างรายได้ (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 1/2568	สัดส่วน รายได้	ไตรมาส 1/2567	สัดส่วน รายได้	YoY (%)
รายได้จากการดำเนินงาน – ประเภทผลิตภัณฑ์	2,589	100%	2,472	100%	4.7%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน	1,085	42%	1,024	42%	6.0%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล	739	28%	699	28%	5.7%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้สำหรับเด็ก	765	30%	749	30%	2.1%
รายได้จากการดำเนินงาน – ภูมิศาสตร์	2,589	100%	2,472	100%	4.7%
ในประเทศ	2,342	90%	2,248	91%	4.2%
ต่างประเทศ	247	10%	224	9%	10.3%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

รายได้จากการดำเนินงานของบริษัทฯ ในไตรมาส 1 ปี 2568 อยู่ที่ 2,589 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 117 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.7 จากปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้:

- รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน** เท่ากับ 1,085 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 61 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.0 จากปีก่อนหน้า การเพิ่มขึ้นของรายได้ส่วนใหญ่มาจากการเติบโตของแบรนด์ไฟน์ไลน์ (Fineline) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม และผลิตภัณฑ์น้ำยาซักผ้า จากการวางกลยุทธ์เพื่อมุ่งเน้นการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในประเทศอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเติบโตของแบรนด์ไฟน์ไลน์ในต่างประเทศจากการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศส่งออกหลักเพิ่มเติม นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของรายได้ยังรวมถึงการเติบโตของผลิตภัณฑ์กลุ่มแมส (Mass) และพรีเมียมแมส (Premium Mass) ของแบรนด์โทมิ (Tomi) โดยเฉพาะโทมิ ภูผิน เบเชอร์ล ที่มีสารสกัด Chamomile Rose Essential Oil จากธรรมชาติ ที่คัดสรรจากช่วงเวลาเก็บที่หอมที่สุด พร้อมนวัตกรรมช่วยให้ผิวนุ่มสบาย ห่วงใน 25 วินาที
- รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล** เท่ากับ 739 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 40 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.7 จากปีก่อนหน้า การเพิ่มขึ้นของรายได้ส่วนใหญ่มาจากการเติบโตของแบรนด์บีนิช (BeNice) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำ จากการผลักดันอย่างต่อเนื่องของบริษัทฯ ผ่านกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง อาทิ บีนิช แฮปปี้ ซัมเมอร์ ชาวเวอร์ครีม ที่มีกลิ่น สีสัน มอบความเย็นสบายสดชื่น พร้อมกันเบบีคอลลาเจน ช่วยเสริมผิวดูยืดหยุ่น คืนความอ่อนเยาว์ให้ผิว การเพิ่มขึ้นของรายได้ยังรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวของแบรนด์บีนิชตั้งแต่ไตรมาส 2/2567 ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีอย่างต่อเนื่องจากผู้บริโภค อาทิ บีนิช โกลด์แอนต์เพอร์ฟูม คอลลาเจน บอดี้ เซรั่ม ให้ผิวแลดูกระจ่างใส พร้อมความหอมฟุ้งยาวนาน เหมือนดัดน้ำหอม ด้วยเทคโนโลยี Blooming Bomb ซึ่งพัฒนาต่อเนื่องมาจาก บีนิช เพอร์ฟูม ชาวเวอร์ เจล ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค

- **รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับเด็ก** เท่ากับ 765 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.1 จากปีก่อนหน้า การเติบโตส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำ และครีมบำรุงผิว ประกอบด้วยกลุ่มแมส (Mass) โดยเฉพาะจากผลิตภัณฑ์ ดีนี่ ออร์แกนิก นิวบอร์น เฮดแอนด์บอดี้ เบบิวซ์ มีส่วนผสมที่คิดสรรพิเศษจากธรรมชาติ 7 ชนิดที่ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิว ช่วยดูแลผิวให้อ่อนนุ่ม ชุ่มชื้น ล้างออกง่าย รวมทั้งการเติบโตจากผลิตภัณฑ์ "ดีนี่ ดีลักซ์" (D-nee Deluxe) ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าระดับพรีเมียมแมส (Premium Mass) อาทิ ดีนี่ ดีลักซ์ ครีมอาบน้ำ สูตรชุ่มชื้นพิเศษ สำหรับทุกช่วงวัย มีสารสกัดจากลูกพลับพลึงปุ่น ช่วยยับยั้งกลิ่นกาย ลดกลิ่นตามวัย ให้ผิวหอมสดชื่น สบายตัวทั้งวัน พร้อม Micellar Water ทำความสะอาดล้ำลึก อ่อนโยน ไม่ทำร้ายผิว พร้อมช่วยเติมน้ำให้ผิวชุ่มชื้นยาวนาน นับเป็นนวัตกรรมเพื่อทุกคนในครอบครัวตามการดำเนินกลยุทธ์ขยายฐานลูกค้าในกลุ่มใหม่ ๆ

กำไรขั้นต้น ในไตรมาส 1 ปี 2568 เท่ากับ 1,082 ล้านบาท ลดลง 54 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.8 จากปีก่อนหน้า เนื่องจากต้นทุนขายปรับตัวสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการดำเนินงาน สาเหตุหลักมาจากต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้ **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาสนี้ อยู่ที่ร้อยละ 41.8 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 46.0 ในไตรมาส 1 ปี 2567

กำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ ในไตรมาส 1 ปี 2568 อยู่ที่ 256 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ 1 ปี 2567 จำนวน 12 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.5 โดยมีปัจจัยหลักจากการลดลงของกำไรขั้นต้น อย่างไรก็ดี บริษัทฯ รับรู้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงจากปีก่อนหน้า ส่วนใหญ่จากการลดลงของกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมทั้งไม่มีการรับรู้ค่าตอบแทนพิเศษให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ และบริษัทฯ ย่อย ที่ได้รับสิทธิในการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน (ESOP) ซึ่งถูกบันทึกเมื่อไตรมาส 1 ปี 2567 โดยอัตรากำไรสุทธิในการขายและบริหารต่อรายได้จากการดำเนินงาน ในไตรมาส 1 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 29.2 ลดจากร้อยละ 31.6 ในปีก่อนหน้า ทั้งนี้ แม้อัตรากำไรสุทธิในการขายและบริหารต่อรายได้จากการดำเนินงานลดลง แต่ลดลงในอัตราน้อยกว่าการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้น ส่งผลให้ **อัตรากำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ** ในไตรมาส 1 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 9.8 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 10.8 ในไตรมาส 1 ปี 2567



QoQ: โครงสร้างรายได้และวิเคราะห์ผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 1/2568 (เทียบกับไตรมาส 4/2567)

โครงสร้างรายได้ (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 1/2568	สัดส่วน รายได้	ไตรมาส 4/2567	สัดส่วน รายได้	QoQ (%)
รายได้จากการดำเนินงาน - ประเภทผลิตภัณฑ์	2,589	100%	2,659	100%	(2.6%)
กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน	1,085	42%	1,125	42%	(3.6%)
กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคล	739	28%	701	27%	5.4%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับเด็ก	765	30%	833	31%	(8.2%)
รายได้จากการดำเนินงาน - ภูมิศาสตร์	2,589	100%	2,659	100%	(2.6%)
ในประเทศ	2,342	90%	2,407	91%	(2.7%)
ต่างประเทศ	247	10%	252	9%	(2.0%)

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

รายได้จากการดำเนินงานของบริษัทฯ ในไตรมาส 1 ปี 2568 อยู่ที่ 2,589 ล้านบาท ลดลง 70 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.6 จากไตรมาสก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้:

- **รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน** เท่ากับ 1,085 ล้านบาท ลดลง 40 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.6 จากไตรมาสก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการชะลอตัวของรายได้ในประเทศจากแบรนด์ไฟน์ไลน์ (Fineline) และสมาร์ก (Smart) อย่างไรก็ดี การลดลงดังกล่าวถูกชดเชยบางส่วนด้วยการเติบโตของรายได้ในประเทศจากแบรนด์ไฟน์ไลน์ ผ่านการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในกลุ่มประเทศส่งออกหลัก (กัมพูชาและลาว) รวมถึงการเติบโตของแบรนด์โทมิ (Tomi) ทั้งในผลิตภัณฑ์กลุ่มแมส (Mass) และพรีเมียมแมส (Premium Mass)
- **รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคล** เท่ากับ 739 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 38 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.4 จากไตรมาสก่อนหน้า การเพิ่มขึ้นของรายได้ส่วนใหญ่มาจากการเติบโตของแบรนด์บีนิซ (BeNice) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำ จากการผลักดันอย่างต่อเนื่องของบริษัทฯ ผ่านกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดผู้บริโภคด้วยผลิตภัณฑ์ บีนิซ แฮปปี้ ซัมเมอร์ ชาวดอร์ครีม กลิ่นไอซ์ โฟมโล และกลิ่นสปาร์คกลิ้ง โลซี่ ที่มีกลิ่นสดชื่น มอบความเย็นสะอาดสดชื่น พร้อมกับเบบีคอลลาเจน ช่วยเสริมผิวด้วยดีไฮน คีนความอ่อนเยาว์ให้ผิว นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำของบีนิซยังเติบโตโดดเด่นในประเทศส่งออกหลัก ตามการดำเนินกลยุทธ์เพื่อขึ้นเป็นผู้นำในตลาดครีมอาบน้ำ

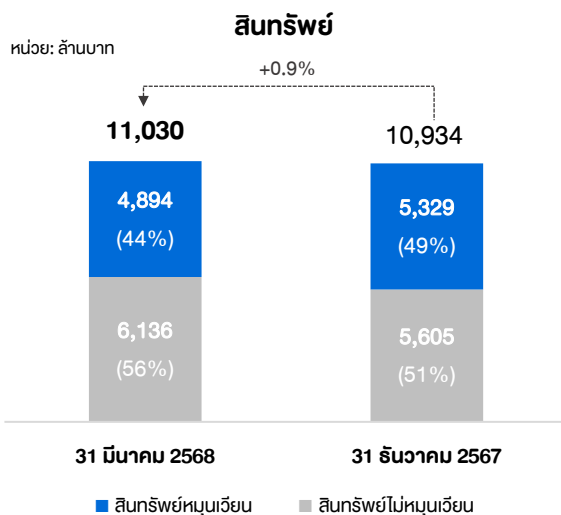
- **รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับเด็ก** เท่ากับ 765 ล้านบาท ลดลง 68 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.2 จากไตรมาสก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้จากผลิตภัณฑ์ซักผ้าชนิดน้ำสำหรับเด็ก โดยเฉพาะในประเทศเวียดนาม เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมจับจ่ายใช้สอยสินค้าในช่วงปลายปี เพื่อหลีกเลี่ยงช่วงวันหยุดยาวในช่วงไตรมาส 1 ของแต่ละปี อย่างไรก็ตาม การลดลงดังกล่าวบางส่วนด้วยการเติบโตจากผลิตภัณฑ์ "ดีนี่ ดีลักซ์" (D-nee Deluxe) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมเพื่อทุกคนในครอบครัวตามการดำเนินกลยุทธ์ขยายฐานลูกค้าในกลุ่มใหม่ ๆ อาทิ ดีนี่ ดีลักซ์ สบู่เหลวอาบน้ำ สูตรเข้มข้นพิเศษ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ดีนี่ ดีลักซ์ น้ำยาปรับผ้านุ่ม เพิ่มจับ ที่มีส่วนผสมของสารสกัด Organic Aloe Vera มาพร้อม Malodor Control Technology ผสานสารสกัดจากลูกพลับญี่ปุ่น ช่วยลดกลิ่นอับชื้น และกลิ่นตามวัย ให้ผ้านุ่ม หอมยาวนานตลอดวัน

กำไรขั้นต้น ในไตรมาส 1 ปี 2568 เท่ากับ 1,082 ล้านบาท ลดลง 57 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.0 จากไตรมาสก่อนหน้า สอดคล้องกับการลดลงของรายได้จากการดำเนินงาน ทั้งนี้ แม้ต้นทุนขายปรับตัวลดลงจากปริมาณการขายที่น้อยลง แต่ต้นทุนต่อหน่วยการผลิตสูงขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ ส่งผลให้ **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาสนี้ อยู่ที่ร้อยละ 41.8 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 42.8 ในไตรมาส 4 ปี 2567

กำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ ในไตรมาส 1 ปี 2568 อยู่ที่ 256 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 4 ปี 2567 จำนวน 16 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.7 การเพิ่มขึ้นมีปัจจัยหลักจากการลดลงของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจากไตรมาสก่อนหน้า ส่วนใหญ่จากค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ลดลง รวมทั้งไม่มีค่าปรับปรุงพื้นที่บริเวณโรงงาน และอาคารคลังสินค้าเหมือนไตรมาสก่อนหน้า โดยอัตรากำไรสุทธิในการขายและบริหารต่อรายได้จากการดำเนินงาน ในไตรมาส 1 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 29.2 ลดจากร้อยละ 31.1 ในไตรมาสก่อนหน้า ทั้งนี้ แม้อัตรากำไรขั้นต้นลดลง แต่ลดลงในอัตราน้อยกว่าการลดลงของอัตรากำไรสุทธิในการขายและบริหารต่อรายได้จากการดำเนินงาน ส่งผลให้ **อัตรากำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ** ในไตรมาส 1 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 9.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.0 ในไตรมาส 4 ปี 2567



ฐานะทางการเงิน



สินทรัพย์ (หน่วย: ล้านบาท)	31 มี.ค. 2568	31 ธ.ค. 2567	เปลี่ยนแปลง	% เปลี่ยนแปลง
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	116	169	(53)	(31.4%)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	2,286	2,195	91	4.1%
สินค้าคงเหลือ	1,060	924	136	14.7%
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	1,337	1,978	(641)	(32.4%)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	95	63	32	50.8%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	4,894	5,329	(435)	(8.2%)
เงินจ่ายล่วงหน้าค่าก่อสร้าง	238	8	230	2,875.0%
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	5,614	5,329	285	5.3%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	284	268	16	6.0%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	6,136	5,605	531	9.5%
รวมสินทรัพย์	11,030	10,934	96	0.9%

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทฯ มี**สินทรัพย์รวม** เท่ากับ 11,030 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 96 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.9 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2567 การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวมมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของ

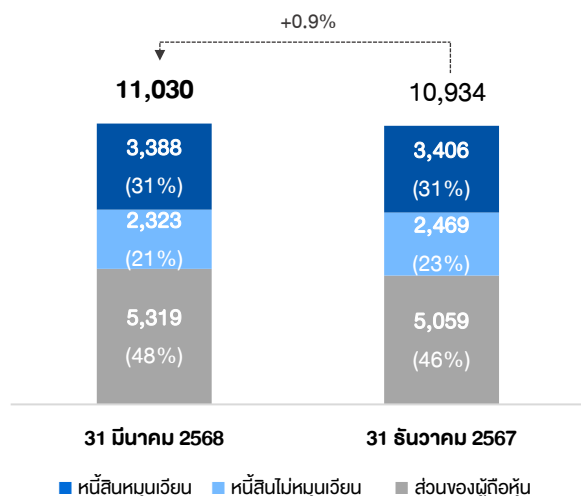
- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ จำนวน 285 ล้านบาท ส่วนใหญ่จากการลงทุนก่อสร้างโครงการขยายกำลังการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคล
- เงินจ่ายล่วงหน้าค่าก่อสร้าง จำนวน 230 ล้านบาท จากการลงทุนก่อสร้างโครงการขยายกำลังการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน และ
- สินค้าคงเหลือ จำนวน 136 ล้านบาท เพื่อรองรับความต้องการซื้อในไตรมาสถัดไป

อย่างไรก็ดี การเพิ่มขึ้นถูกหักกลบบางส่วนด้วยการลดลงของ

- สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น จำนวน 641 ล้านบาท ส่วนใหญ่จากการถอนเงินฝากประจำเพื่อนำไปลงทุนก่อสร้างโครงการขยายกำลังการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

หน่วย: ล้านบาท



หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (หน่วย: ล้านบาท)	31 มี.ค. 2568	31 ธ.ค. 2567	เปลี่ยนแปลง	% เปลี่ยนแปลง
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น ¹	2,558	2,698	(140)	(5.2%)
เงินกู้ยืมระยะยาวถึงกำหนดใน 1 ปี	601	538	63	11.7%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	229	170	59	34.7%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	3,388	3,406	(18)	(0.5%)
เงินกู้ยืมระยะยาว	1,831	1,992	(161)	(8.1%)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	492	477	15	3.1%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	2,323	2,469	(146)	(5.9%)
รวมหนี้สิน	5,711	5,875	(164)	(2.8%)
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	300	300	-	-
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	2,901	2,901	-	-
ส่วนเกินทุนอื่น	414	414	-	-
กำไรสะสม	1,673	1,417	256	18.1%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	31	27	4	14.8%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	5,319	5,059	260	5.1%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	11,030	10,934	96	0.9%

¹รวมเจ้าหนี้กรมสรรพากร

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทฯ มี**หนี้สินรวม** เท่ากับ 5,711 ล้านบาท ลดลง 164 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.8 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2567 การลดลงของหนี้สินรวมมีสาเหตุหลักมาจาก

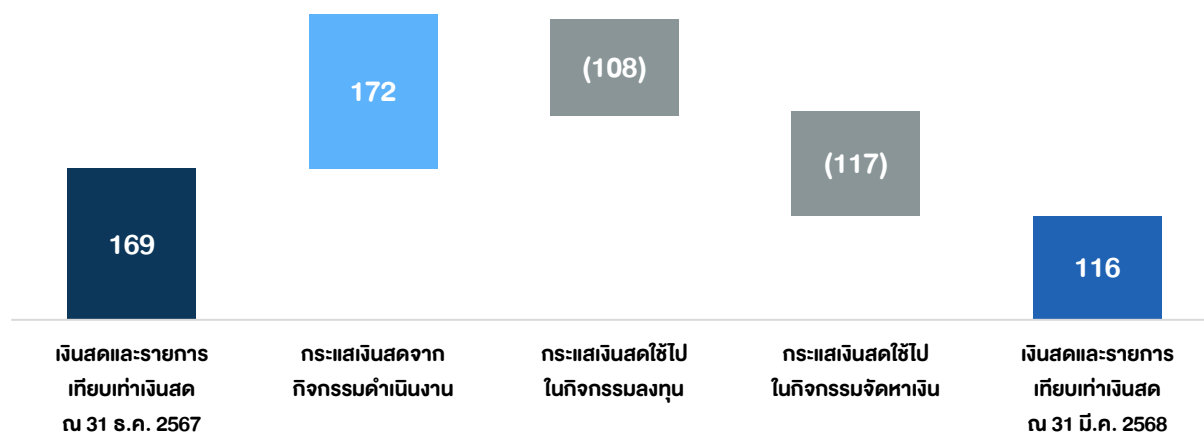
- การลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น จำนวน 140 ล้านบาท ส่วนใหญ่จากการลดลงของเจ้าหนี้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการขยายกำลังการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล เนื่องจากอาคารโรงงานก่อสร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว และ
- การลดลงของเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินสุทธิ (รวมเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี) จำนวน 98 ล้านบาท จากการทยอยชำระหนี้คืนแก่สถาบันการเงิน

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 5,319 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 260 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.1 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2567 ส่วนใหญ่จากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสม จำนวน 256 ล้านบาท เนื่องจากการรับรู้กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ในไตรมาส 1 ปี 2568 จำนวน 256 ล้านบาท



กระแสเงินสดงวดสามเดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568

หน่วย: ล้านบาท



กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 อยู่ที่ 172 ล้านบาท โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- (i) เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน จำนวน 197 ล้านบาท (รายการหลักมาจากการบันทึกกำไรก่อนภาษี จำนวน 325 ล้านบาท ปรับกระทบยอดกำไรก่อนภาษีเป็นเงินสดรับ จำนวน 123 ล้านบาท และหักกลบบางส่วนด้วยการลดลงสุทธิของเงินกู้หมุนเวียน จำนวน 251 ล้านบาท)
- (ii) เงินสดรับจากดอกเบี้ย จำนวน 14 ล้านบาท
- (iii) เงินสดจ่ายดอกเบี้ย จำนวน 27 ล้านบาท และ
- (iv) เงินสดจ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 12 ล้านบาท

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนของบริษัทฯ สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 อยู่ที่ 108 ล้านบาท โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- (i) เงินสดจ่ายซื้ออาคารและอุปกรณ์ จำนวน 517 ล้านบาท ส่วนใหญ่เพื่อลงทุนก่อสร้างโครงการขยายกำลังการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคล
- (ii) เงินสดจ่ายล่วงหน้าค่าก่อสร้าง จำนวน 238 ล้านบาท เพื่อลงทุนก่อสร้างโครงการขยายกำลังการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน

ชดเชยบางส่วนด้วย

- (iii) เงินสดรับจากเงินลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนสุทธิ จำนวน 648 ล้านบาท ส่วนใหญ่จากการถอนเงินฝากประจำเพื่อนำไปลงทุนก่อสร้างโครงการขยายกำลังการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินของบริษัทฯ สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 อยู่ที่ 117 ล้านบาท โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- (i) เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาว จำนวน 98 ล้านบาท
- (ii) เงินสดจ่ายปันผลจ่ายแก่ผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อย จำนวน 11 ล้านบาท



อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ²

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร	ไตรมาส 1/2568	ไตรมาส 1/2567	ไตรมาส 4/2567	อัตราส่วนสภาพคล่อง	ไตรมาส 1/2568	ไตรมาส 1/2567	ไตรมาส 4/2567 ³
อัตรากำไรขั้นต้น	41.8%	46.0%	42.8%	อัตราส่วนเงินกู้หมุนเวียน (เท่า)	1.4	0.9	1.6
อัตรา SG&A ต่อรายได้จากการขาย	29.2%	31.6%	31.1%	ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	75.8	74.9	74.2
อัตรากำไรสุทธิ	10.0%	11.0%	9.1%	ระยะเวลายาวยสินค้าเฉลี่ย (วัน)	59.2	56.4	55.9
อัตรากำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ	9.8%	10.8%	9.0%	ระยะเวลาชำระเจ้าหนี้การค้า (วัน)	73.8	75.9	71.4
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น – ROE	20.0%	74.8%	30.9% ³	วงจรเงินสด (วัน)	61.2	55.4	58.6

อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	ไตรมาส 1/2568	ไตรมาส 1/2567	ไตรมาส 4/2567 ³	อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน	ไตรมาส 1/2568	ไตรมาส 1/2567	ไตรมาส 4/2567
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ – ROA	9.5%	14.7%	11.2%	หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.1	4.6	1.2
อัตราภาระหนี้ของสินทรัพย์ (เท่า)	0.9	1.3	1.1	หนี้สินที่มีการดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.5	2.3	0.5

² สูตรการคำนวณอัตราส่วนทางการเงิน

อัตรากำไรขั้นต้น = กำไรขั้นต้น / รายได้จากการขาย

อัตรา SG&A ต่อรายได้จากการดำเนินงาน = ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร / รายได้จากการขาย

อัตรากำไรสุทธิ = กำไรสุทธิ / รายได้รวม

อัตรากำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ = กำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ / รายได้รวม

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น – ROE = กำไรสำหรับงวด (Annualized) / ค่าเฉลี่ยส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ – ROA = กำไรสำหรับงวด (Annualized) / ค่าเฉลี่ยสินทรัพย์รวม

อัตราภาระหนี้ของสินทรัพย์ = รายได้รวม (Annualized) / ค่าเฉลี่ยสินทรัพย์รวม

อัตราส่วนเงินกู้หมุนเวียน = สินทรัพย์หมุนเวียนรวม / หนี้สินรวม

ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย = 365 / (รายได้จากการขาย (Annualized) / ลูกหนี้การค้าก่อนค่าเผื่อเฉลี่ย (ไม่รวมลูกหนี้อื่น))

ระยะเวลายาวยสินค้าเฉลี่ย = 365 / (ต้นทุนขาย (Annualized) / สินค้าคงเหลือเฉลี่ย)

ระยะเวลาชำระเจ้าหนี้การค้า = 365 / (ต้นทุนขาย (Annualized) / เจ้าหนี้การค้าเฉลี่ย (ไม่รวมเจ้าหนี้อื่น))

วงจรเงินสด = (ระยะเวลายาวยสินค้าเฉลี่ย + ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย) – ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = หนี้สินรวม / ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

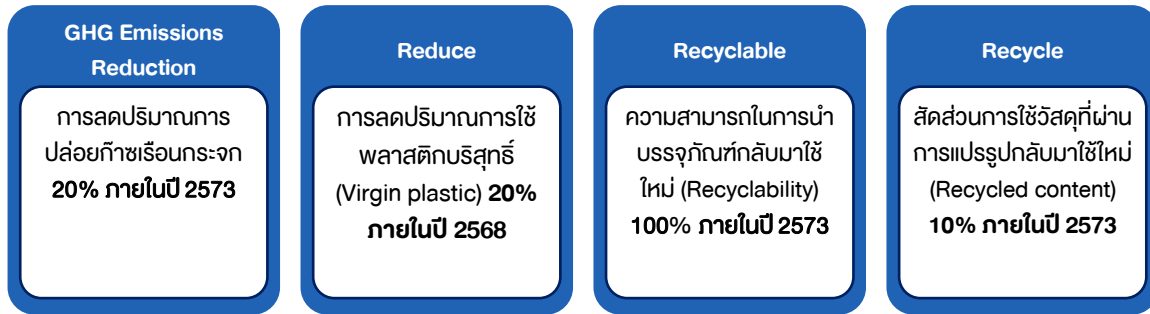
อัตราส่วนหนี้สินที่มีการดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = หนี้สินที่มีการดอกเบี้ย / ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

³ ตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับงบกำไรขาดทุนในงวดนี้ใช้ตัวเลข 12 เดือนของปีงบประมาณในการคำนวณ

บริษัทฯ กับการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (ESG)

บริษัทฯ มีการพัฒนาแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG Activity Roadmap) เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัทฯ ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน และสอดคล้องกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะกลาง โดยบริษัทฯ มีแผนการดำเนินงานและเป้าหมายในการส่งเสริมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งมุ่งผลกระทบบต่อสิ่งแวดล้อมโดยสังเขป ดังนี้

แผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG Activity Roadmap)



ในไตรมาส 1 ปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG Activity Roadmap) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

GHG Emissions Reduction

บริษัทฯ ดำเนินการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) ตามแนวทางขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และมาตรฐานสากล ISO 14064-1 ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับการวัดและรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตั้งแต่ปี 2566 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านแผนปฏิบัติการทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยดำเนินการจัดเก็บข้อมูลทั้งการปล่อยและการดูดกลับก๊าซเรือนกระจกจากทุกกิจกรรมทางธุรกิจ ครอบคลุมแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง 3 ประเภท

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนแหล่งเชื้อเพลิงหลักจากน้ำมันเตาเป็นก๊าซธรรมชาติเหลว (LNG) ซึ่งเป็นพลังงานสะอาดที่ปล่อยคาร์บอนต่ำกว่ามากเมื่อเทียบกับน้ำมันเตา โดยช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (CO₂) ลงได้ประมาณร้อยละ 14 อีกทั้งยังช่วยลดมลพิษทางอากาศ อาทิ ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO₂), ไนโตรเจนออกไซด์ (NO_x) และฝุ่นละออง (PM) ซึ่งส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของชุมชนโดยรอบ ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวยังสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานอย่างยั่งยืน และสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการเป็นองค์กร Carbon Neutral ในระยะยาว

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ บริษัทฯ นีโอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

หลักเกณฑ์มาตรฐาน	หน่วย	ปี 2567	ไตรมาส 1/2568
ขอบเขตที่ 1	tonCO ₂ e	4,877	1,006
ขอบเขตที่ 2	tonCO ₂ e	6,858	1,957
ขอบเขตที่ 1 และ 2	tonCO ₂ e	11,735	2,963
ขอบเขตที่ 3	tonCO ₂ e	206,991	58,415

หมายเหตุ ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปี 2568 เป็นข้อมูลข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยข้อมูลที่ได้อบรมและประเมินตามแนวทางของการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และมาตรฐานสากล ISO 14064-1

Reduce (20% by 2568)

บริษัทฯ สามารถลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin plastic) ได้รวมทั้งสิ้น 1,605 ตัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20.8 ของการใช้ปริมาณบรรจุภัณฑ์พลาสติกเทียบกับปีก่อนหน้า

Recyclable (100% by 2573)

บริษัทฯ ได้มีการจัดทำข้อมูลของวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ คิดเป็นร้อยละ 83 ของปริมาณบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด ทั้งนี้ อีกร้อยละ 17 เป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ อันได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นฟิล์มลามิเนตเป็นหลัก ซึ่งทางบริษัทฯ อยู่ระหว่างกระบวนการพัฒนาเพื่อนำฟิล์มลามิเนตใช้แล้ว กลับมาขึ้นใหม่ในรูปแบบของเม็ดพลาสติก

Recycled content (10% by 2573)

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้พัฒนาและทดสอบเม็ดพลาสติกที่ผลิตจากขวดพลาสติกใช้แล้ว ซึ่งผ่านกระบวนการแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่เป็นเม็ดพลาสติกรีไซเคิลจากผู้บริโภค (Post-Consumer Recycled: PCR) ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยมุ่งเน้นการยืดอายุการใช้งานของวัสดุให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ ตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุด Mass Series ภายใต้แบรนด์ BeNice ซึ่งใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากเม็ดพลาสติก PCR คิดเป็นปริมาณรวม 55.7 ตัน ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลง 490 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (CO₂e) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม