

NEO

Be Nice

fineline

D-nee

TROS

Evolve

Vivite

โอม

Smart

# บริษัท นีโอ คอร์ปอเรท จำกัด (มหาชน) คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 1/2567



**บทสรุปผู้บริหาร**

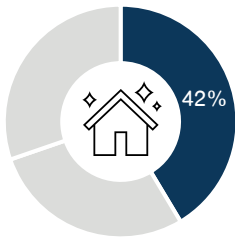
ภาพรวมผลการดำเนินงาน	Q1/67	Q1/66	Q4/66	เปลี่ยนแปลง +/-	
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ
รายได้จากการดำเนินงาน	2,472	2,278	2,455	8.5%	0.7%
ต้นทุนขาย	1,336	1,390	1,381	(3.9%)	(3.3%)
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>1,136</b>	<b>888</b>	<b>1,074</b>	<b>27.9%</b>	<b>5.8%</b>
รายได้อื่น	8	6	11	33.3%	(27.3%)
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	488	413	514	18.2%	(5.1%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	292	241	364	21.2%	(19.8%)
ต้นทุนทางการเงิน	24	9	20	166.7%	20.0%
<b>กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษีเงินได้</b>	<b>340</b>	<b>231</b>	<b>187</b>	<b>47.2%</b>	<b>81.8%</b>
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	68	49	37	38.8%	83.8%
<b>กำไร(ขาดทุน)สุทธิ</b>	<b>272</b>	<b>182</b>	<b>150</b>	<b>49.5%</b>	<b>81.3%</b>

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

**ในไตรมาส 1 ปี 2567** บริษัท นีโอ คอร์ปอเรท จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “NEO”) มีรายได้จากการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 2,472 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 194 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.5 โดยมีปัจจัยจากการเติบโตของรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคล และกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กเป็นหลัก บริษัทฯ มีกำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 1 ปี 2567 จำนวน 272 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 90 ล้านบาท หรือร้อยละ 49.5 เนื่องจากความสามารถของบริษัทย ในการใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินงาน ทั้งในด้านการตลาด การขยายฐานลูกค้า และการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลอดจนความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ลดปริมาณการใช้พลาสติก

**ในปี 2567** บริษัทฯ คาดการณ์ว่าผลการดำเนินงานมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องจากแนวโน้มอุตสาหกรรมที่ปรับตัวดีขึ้น รวมถึงการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายการเติบโต ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น และมองหาโอกาสในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ จะใช้การโฆษณาและส่งเสริมการขายแบบครบวงจร (Marketing 360 องศา) และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ตลอดจนเป็นการต่อยอดการเป็นผู้นำตลาดที่ผลิตและจำหน่ายสินค้า FMCG (Fast-moving consumer goods) ที่มีคุณภาพระดับสากล โดยบริษัทฯ ยังคงคาดการณ์การเติบโตของยอดขายปี 2567 ที่ตัวเลขสองหลัก

**โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงาน**



**กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน**

ผลิตภัณฑ์ดูแลผ้าและทำความสะอาด บ้านครบทุกขั้นตอน ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ



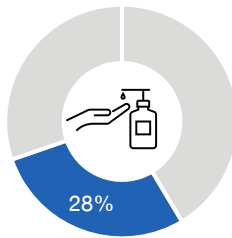
ผลิตภัณฑ์ดูแลผ้า  
"Total Solutions For Your Beloved Clothes"



ผลิตภัณฑ์ดูแลผ้า  
"Anti bacterial Specialist"



ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดพื้นผิวภายในบ้าน  
"Home Cleaning Expert"



**กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคล**

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคลคุณภาพสูง หลากหลาย และโดดเด่น ตอบโจทย์ทุกความต้องการในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค



ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความหอมและระงับกลิ่นกายสำหรับผู้หญิง  
"Support Every Beauty Identity"



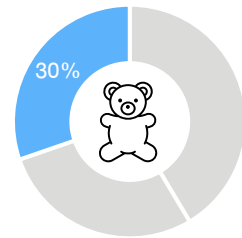
ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิว  
"Entire Skincare Solution"



ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคลของผู้ชายที่ครบวงจร  
"Men's Complete Grooming Products"



ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความหอมและระงับกลิ่นกายสำหรับผู้หญิง  
"Gentle for Your Skin and Nature"



**กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับเด็ก**

ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับเด็กทุกวัย มีคุณภาพมาตรฐานสากล ผ่านการทดสอบที่ดีที่สุด



"Trusted Brand For Mildness That The Whole Family Will Enjoy"

- ผลิตภัณฑ์ดูแลผ้า
- ผลิตภัณฑ์ล้างจาน
- ผลิตภัณฑ์บำรุงและทำความสะอาดผิว
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับเด็กอีกมากมาย

## ผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2567

### 1. รายได้จากการดำเนินงานจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

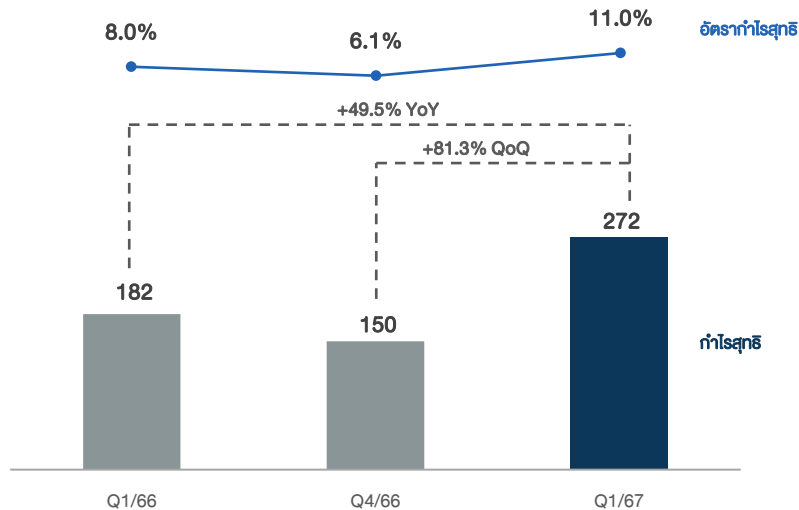
โครงสร้างรายได้	Q1/67	Q1/66	Q4/66	เปลี่ยนแปลง +/-	
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ
รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน	1,024	1,027	1,065	(0.3%)	(3.8%)
รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล	699	574	553	21.8%	26.4%
รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้สำหรับเด็ก	749	677	837	10.6%	(10.5%)
<b>รวมรายได้จากการดำเนินงาน</b>	<b>2,472</b>	<b>2,278</b>	<b>2,455</b>	<b>8.5%</b>	<b>0.7%</b>

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดคณนิยม

### 2. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

#### กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



#### YoY: Q1/2567 vs Q1/2566

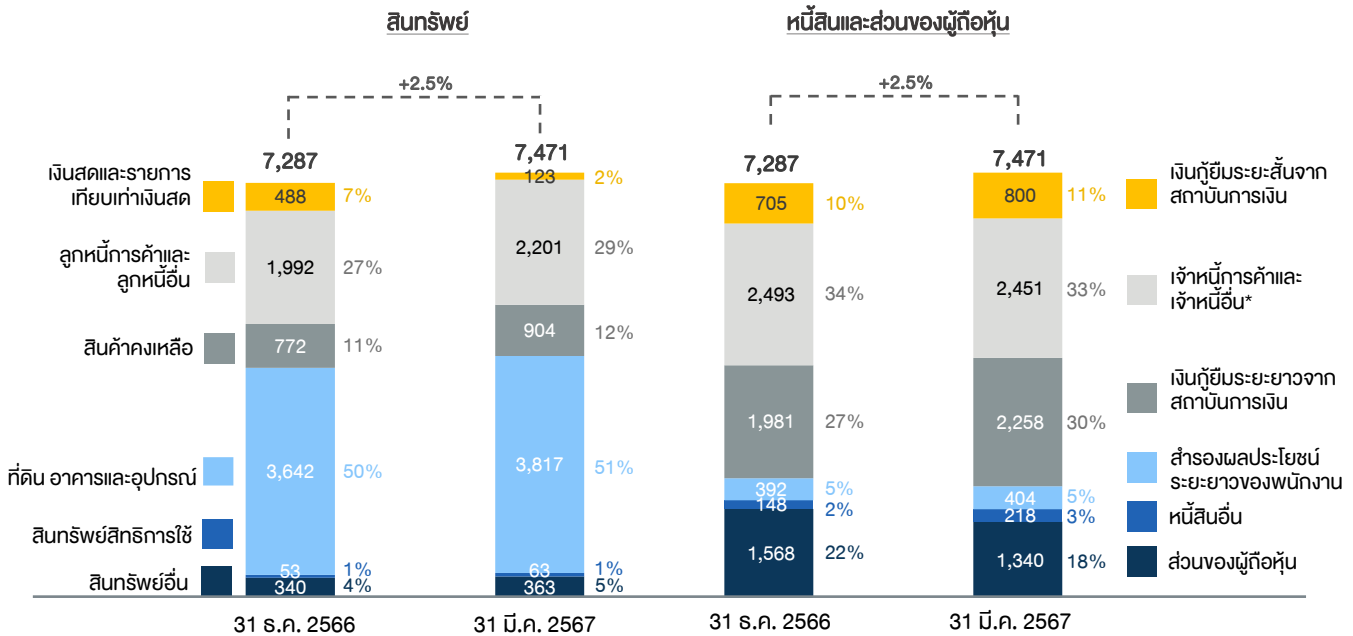
**กำไรสุทธิ:** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 272 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ปี 2566 จำนวน 90 ล้านบาท หรือร้อยละ 49.5 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากการดำเนินงาน โดยเฉพาะรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล และกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก อันเป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินงานเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในด้านการตลาด การขยายฐานลูกค้า และการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลอดจนความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ลดปริมาณการใช้พลาสติก อย่างไรก็ดี บริษัทฯ รับรู้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ส่วนใหญ่จากค่าตอบแทนพิเศษให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ที่ได้รับสิทธิในการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน (ESOP) และค่าเสื่อมราคาจากคลังจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูปอัตโนมัติ และระบบงานที่ใช้ในการจัดเก็บและเบิกจ่ายสินค้าอัตโนมัติ (ASRS) ซึ่งเริ่มใช้งานในไตรมาส 3 ปี 2566 ส่งผลให้ **อัตรากำไรสุทธิ** ในไตรมาส 1 ปี 2567 อยู่ที่ร้อยละ 11.0 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 8.0 ในไตรมาส 1 ปี 2566

#### QoQ: Q1/2567 vs Q4/2566

**กำไรสุทธิ:** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 272 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 4 ปี 2566 จำนวน 122 ล้านบาท หรือร้อยละ 81.3 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลทุกผลิตภัณฑ์ที่สำคัญในประเทศ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำ ผลิตภัณฑ์โรลออน และผลิตภัณฑ์แป้ง ในขณะที่ต้นทุนจากการขายลดลง ส่งผลให้ต้นทุนขายเฉลี่ยต่อหน่วยลดลง ตลอดจนการลดลงของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จากการลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ และไม่มีการบันทึกค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโบนัสพิเศษ ซึ่งถูกบันทึกเมื่อไตรมาส 4 ปี 2566 ส่งผลให้ **อัตรากำไรสุทธิ** ในไตรมาส 1 ปี 2567 อยู่ที่ร้อยละ 11.0 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.1 ในไตรมาส 4 ปี 2566

## งบแสดงฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



\*หมายเหตุ: เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น รวมเจ้าหนี้กรมสรรพากร

### สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 7,471 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 184 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.5 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2566 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้ :

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** มีมูลค่า 123 ล้านบาท ลดลง 365 ล้านบาท เนื่องจากการนำเงินสดไปลงทุนก่อสร้างสำหรับโครงการขยายกำลังการผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคลทั้งเด็กและผู้ใหญ่ และใช้เพื่อการจ่ายปันผลประจำปี 2566 อย่างไรก็ดี การลดลงถูกชดเชยบางส่วนจากการเพิ่มขึ้นของเงินสดจากการดำเนินงาน และการกู้ยืมเงินระยะสั้น ตลอดจนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันทางการเงิน
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น:** มีมูลค่า 2,201 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 209 ล้านบาท สอดคล้องกับยอดขายที่เติบโตเพิ่มขึ้น
- สินค้าคงเหลือ:** มีมูลค่า 904 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 132 ล้านบาท เนื่องจากปริมาณสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับความต้องการซื้อในไตรมาสถัดไป
- ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์:** มีมูลค่า 3,817 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 175 ล้านบาท เนื่องจากการลงทุนก่อสร้างสำหรับโครงการขยายกำลังการผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคลทั้งเด็กและผู้ใหญ่

### หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 6,131 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 412 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.2 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2566 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้ :

- เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน:** มีมูลค่า 800 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 95 ล้านบาท สำหรับใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
- เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน:** มีมูลค่า 2,258 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 277 ล้านบาท เพื่อใช้ในการลงทุนก่อสร้างสำหรับโครงการขยายกำลังการผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคลทั้งเด็กและผู้ใหญ่

### ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 1,340 ล้านบาท ลดลง 228 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.5 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2566 เนื่องจากกำไรสะสมที่ลดลงจากการจ่ายปันผลประจำปี 2566 แต่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 500 ล้านบาท เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2567 ในขณะที่กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับส่วนของผู้ถือหุ้นในงวดไตรมาส 1 ปี 2567 เพิ่มขึ้น จำนวน 272 ล้านบาท

## NEO กับการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (ESG)

บริษัทฯ มีการพัฒนาแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG Activity Roadmap) เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัทฯ ด้านเศรษฐกิจ มนุษย์ และสอดคล้องกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะกลาง โดยบริษัทฯ มีแผนการดำเนินงานและเป้าหมายในการส่งเสริมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยสังเขป ดังนี้

### แผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG Activity Roadmap)



บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG Activity Roadmap) ดังนี้

#### GHG Emissions Reduction

ในเดือนมีนาคม 2567 บริษัทฯ ได้มีการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) ทั้งหมดในปี 2566 เพื่อประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และให้ทราบถึงแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีนัยสำคัญ เพื่อจะได้นำแนวทางในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ 20% ภายในปี 2573 และบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนของบริษัทฯ โดยได้ประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรตามแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และมาตรฐาน ISO 14064-1 ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลแล้วด้วยเรื่องหลักการและข้อกำหนดระดับองค์กรสำหรับการวัดปริมาณและการรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรบริษัทฯ ได้จัดเก็บข้อมูลการปล่อยและการดูดกลับก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมของบริษัทฯ ซึ่งครอบคลุมข้อมูลจากแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง 3 ประเภท โดยมีรายละเอียดของผลการประเมินดังต่อไปนี้

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ บริษัท นีโอ คอร์ปอเรท จำกัด (มหาชน)

หลักเกณฑ์มาตรฐาน	หน่วย	ปี 2566
ขอบเขตที่ 1	tonCO <sub>2</sub> e	4,953
ขอบเขตที่ 2	tonCO <sub>2</sub> e	6,601
ขอบเขตที่ 1 และ 2	tonCO <sub>2</sub> e	11,554
ขอบเขตที่ 3	tonCO <sub>2</sub> e	187,828

#### Reduce (20% by 2568)

ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin plastic) รวมเท่ากับ 85 ตัน คิดเป็น 3.6% ของปริมาณบรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งหมดของบริษัทฯ

#### Recyclable (100% by 2573)

บริษัทฯ ได้มีการจัดทำข้อมูลของวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ คิดเป็น 81% ของปริมาณบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนาและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สามารถเข้าสู่ระบบหมุนเวียนได้อีก 19% ของปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่เหลือทั้งหมดของบริษัทฯ

#### Recycled content (10% by 2573)

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาและทดสอบเม็ดพลาสติกที่มาจากกระบวนการแปรรูปขวดพลาสติกที่ถูกทิ้ง เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่เป็น Post-Consumer Resin (PCR) เพื่อสนับสนุนระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนและยืดอายุการใช้งานของวัสดุให้ยาวนานและคุ้มค่ามากที่สุด โดยบริษัทฯ ได้มีการออกแบบและทดสอบความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สามารถคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 บริษัทฯ ได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เบรนด์บีนิซ (BeNice) ชุด Mass Series ซึ่งประกอบด้วยวัสดุบรรจุภัณฑ์จากเม็ดพลาสติก PCR เท่ากับ 6.5 ตัน