

รายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2568

บริษัท ชานีนา จำกัด (มหาชน)

ประชุม ณ.สำนักงานสาขาของบริษัท ชั้น 7 ห้อง 702 เลขที่ 12 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร วันพฤหัสบดี ที่ 24 เมษายน 2568 เวลา 14.00 น.

เริ่มการประชุม

ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง จำนวน 47 ราย คิดเป็น จำนวนหุ้น 177,124,200 หุ้น ผู้รับมอบฉันทะ จำนวน 94 ราย คิดเป็นจำนวนหุ้น 45,328,515 หุ้น รวมผู้เข้าประชุมทั้งสิ้น ทั้งสิ้น 141 ราย นับรวมจำนวนหุ้น ทั้งสิ้น 222,452,715 หุ้น คิดเป็น ร้อยละ 64.02% ของจำนวนหุ้นที่ออกและชำระแล้ว ทั้งหมด 347,500,000 หุ้น ครบเป็นองค์ประชุม ตามข้อบังคับของบริษัทข้อ 33 ต้องมีผู้ถือหุ้นและผู้มอบฉันทะ จากผู้ถือหุ้นมาประชุมไม่น้อยกว่า 25 คน หรือไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด และต้องมีหุ้นนับรวมกัน ไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด

นายวิโรจน์ ธนาลงกรณ์ ประธานกรรมการบริษัท ซึ่งได้มอบหมายให้ นายบุญชัย ปิ่นจตุรอำพร ประธานคณะกรรมการบริหาร, กรรมการบริษัทและกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน กล่าวเปิดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 และจากนั้นได้มอบหมายให้ นางสาวดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, กรรมการบริษัท, กรรมการบริหาร และกรรมการบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุมแทน และเป็นผู้ดำเนินการประชุม ต่อไป

จากนั้น นางสาวดวงดาว มหะนาวานนท์ ได้แนะนำ กรรมการ, ผู้บริหารและ ผู้สอบบัญชีของบริษัท ที่เข้าร่วมประชุม ดังนี้

กรรมการที่เข้าร่วมประชุม

- | | | | |
|-----|---------------|--------------|--|
| 1. | นายวิโรจน์ | ธนาลงกรณ์ | ประธานกรรมการบริษัท |
| 2. | นายบุญชัย | ปิ่นจตุรอำพร | ประธานคณะกรรมการบริหาร, กรรมการบริษัทและ
กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน |
| 3. | นางสาวดวงดาว | มหะนาวานนท์ | ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, กรรมการบริหาร, กรรมการบริษัทและ
กรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 4. | นางสาววาจา | มุขโต | ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน, กรรมการบริษัท,
กรรมการบริหาร และกรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 5. | นายสมชัย | วนาวิทย์ | กรรมการอิสระ, กรรมการตรวจสอบและประธานกรรมการสรรหา
และพิจารณาค่าตอบแทน |
| 6. | นายยุทธนา | อดิพัฒน์ | กรรมการอิสระ, กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและ
พิจารณาค่าตอบแทน |
| 7. | นางสาวเพ็ญศรี | สุธีรศักดิ์ | กรรมการอิสระ, กรรมการตรวจสอบ |
| 8. | นายจักรกฤษณ์ | อุทโยภาส | กรรมการอิสระ, กรรมการตรวจสอบ และ
ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 9. | นางสุชัญญา | ชนลงกรณ์ | กรรมการบริษัท |
| 10. | นางสาวจิรวรรณ | แย้มศรี | กรรมการบริษัท, กรรมการบริหาร, กรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 11. | นางสาวพิชชา | ธนาลงกรณ์ | กรรมการบริษัท, กรรมการบริหาร |

กรรมการที่ลาประชุม

- นางสาวรวีวัลย์ กิโยพนากุล กรรมการอิสระ, ประธานกรรมการตรวจสอบและกรรมการสรรหา และพิจารณาค่าตอบแทน

บริษัทมีส่วนสำคัญของกรรมการที่เข้าร่วมประชุมเท่ากับ 91.67% ของกรรมการทั้งหมด

เลขานุการบริษัท

- นางสาวอมรรัตน์ วงษ์วิลาส

ผู้สอบบัญชีและตัวแทนผู้สอบบัญชีจากสำนักงาน เอ.เอ็ม.ที แอสโซซิเอท

- นายชัยยุทธ อังศุวิทยา ผู้สอบบัญชี
- นางสาวเขาวลักษ์ สมประเสริฐ ผู้สอบบัญชี
- นายชยากร จันทร ผู้สอบบัญชี

ในปีที่ บริษัทฯ ได้มีการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 ณ สำนักงานสาขาของบริษัท ณ ห้องประชุม ชั้น 7 ห้อง 702 บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน) เลขที่ 12 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700 บริษัทได้มีการบันทึกภาพและเสียงในการประชุมในลักษณะสื่อวีดิทัศน์ โดยมีการเผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อให้เป็นไปตามหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยทั้งนี้มีการเข้าร่วมประชุมครบองค์ประชุมทั้ง 11 ท่าน

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้เชิญตัวแทนผู้ถือหุ้น 2 ท่าน อาสาเป็นสักขีพยานในการตรวจนับคะแนนเสียงในที่ประชุม และขอให้นั่งร่วมกับเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่นับคะแนนเสียง ได้แก่

- คุณวรรณภา สุวรรณพรม ผู้ถือหุ้น
- คุณสายฝน ญาณอกิมนตรี ผู้ถือหุ้น

ต่อจากนั้น คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ได้มอบหมายให้คุณวจา มุขโต กรรมการบริษัท, กรรมการบริหาร, กรรมการบริหารความเสี่ยงและประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน ได้แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบ ดังนี้

- เอกสารที่ใช้ในการประชุมในวันนี้ บริษัทได้เผยแพร่ในเว็บไซต์ของบริษัทฯ และแจ้งต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 21 มีนาคม 2568 และตามที่บริษัทคำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมโดยเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถเสนอวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 และเสนอบุคคลเพื่อรับการเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัท ในระหว่างวันที่ 15 ตุลาคม 2567 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2567 ซึ่งเมื่อครบระยะเวลาที่กำหนดแล้วนั้น ไม่มีผู้ถือหุ้นท่านใดเสนอวาระและเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัท

- ในแต่ละวาระก่อนออกเสียงลงคะแนน ประธานในที่ประชุมจะเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้น ชักถามประเด็นต่างๆ ตามวาระนั้นๆ โดยขอความกรุณาผู้ถือหุ้นหรือผู้รับมอบฉันทะ แจ้งชื่อ-นามสกุล และโปรดระบุว่าเป็นผู้ถือหุ้นหรือผู้รับมอบฉันทะ ให้ที่ประชุมทราบก่อนด้วยทุกครั้ง เพื่อใช้บันทึกการประชุม จากนั้นจึงเริ่มถามคำถาม

- การออกเสียงลงคะแนนให้กระทำโดยเปิดเผย ซึ่งผู้ถือหุ้นสามารถลงคะแนนเสียง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรืองดออกเสียง การออกเสียงลงคะแนนในแต่ละวาระนั้นเป็นไปตามเกณฑ์การกำกับดูแลกิจการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ข้อบังคับบริษัท และกฎหมายที่บังคับใช้ ที่กำหนดให้

- 1) ผู้ถือหุ้นทุกท่านมีคะแนนเสียง 1 หุ้น เท่ากับ 1 เสียง
- 2) การมาประชุมด้วยตนเอง การมอบฉันทะ โดยหนังสือมอบฉันทะแบบ ก. และแบบ ข. จะไม่สามารถแบ่งคะแนนเสียงได้

3) การมอบฉันทะ ที่ผู้ถือหุ้นได้ออกเสียงลงคะแนนตามความประสงค์ไว้ในหนังสือมอบฉันทะแล้ว บริษัทจะนำการออกเสียงลงคะแนนนั้นไปบันทึกรวบรวมไว้ล่วงหน้า โดยผู้รับมอบฉันทะไม่ต้องไปกรอกบัตรลงคะแนนอีก และจะใช้นับเป็นมติที่ประชุม

4. ผู้ถือหุ้นสามารถลงคะแนนเสียงแต่ละวาระได้ในบัตรลงคะแนนเสียง ในทุกวาระที่มีการเปิดให้ลงคะแนนได้ โดยมีเวลา 60 วินาที ยกเว้นวาระที่ 5 จะมีเวลา 180 วินาที และในระหว่างการเปิดให้ลงคะแนนในแต่ละวาระ เมื่อครบกำหนดเวลาในแต่ละวาระ ประธานฯจะสอบถามที่ประชุมว่ามี ผู้ใด ไม่เห็นด้วย หรือ งดออกเสียง หรือไม่ หากมีขอให้ยกมือขึ้น และให้ออกเสียงลงคะแนนในบัตรลงคะแนนที่บริษัทแจกให้ขณะลงคะแนนเข้าประชุม พร้อมทั้งลงนาม จากนั้นเจ้าหน้าที่จะเดินเก็บรวบรวมใบลงคะแนนเสียง ของผู้ถือหุ้นที่ไม่เห็นด้วยหรืองดออกเสียง ผู้ถือหุ้นที่ไม่ได้ลงคะแนนเสียงในวาระใด จะถือว่าท่านลงคะแนนเสียงเป็นเห็นด้วยในวาระนั้น

5. ในการนับคะแนนเสียง บริษัทจะนับคะแนนเสียงของผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นรวมถึงคะแนนเสียงของผู้ที่รับมอบฉันทะ โดยจะนำคะแนนเสียงของผู้ถือหุ้นที่ไม่เห็นด้วย งดออกเสียง หรือบัตรเสีย หักออกจากคะแนนเสียงทั้งหมด และส่วนที่เหลือจะถือว่าเป็นคะแนนเสียงเห็นด้วย ยกเว้นวาระที่ 5 พิจารณาแต่งตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ออกตามวาระและแต่งตั้งกรรมการเพิ่ม จะเก็บใบลงคะแนน ไม่เห็นด้วย หรืองดออกเสียงก่อน และจะเก็บใบลงคะแนนของผู้ที่เห็นด้วยทั้งหมดด้วย โดยให้ลงคะแนนเลือกตั้งกรรมการเป็นรายบุคคล

6. สำหรับผู้รับมอบฉันทะที่ผู้มอบฉันทะได้ระบุการออกเสียงลงคะแนนไว้แล้วว่า เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือ งดออกเสียง ในใบมอบฉันทะในวาระใด บริษัทจะนับคะแนนของท่านจากใบมอบฉันทะนั้น แต่สำหรับผู้รับมอบฉันทะที่ผู้มอบฉันทะไม่ได้ระบุการออกเสียงลงคะแนนมาในหนังสือมอบฉันทะ ขอให้ผู้รับมอบฉันทะออกเสียงลงคะแนนในแต่ละวาระเหมือนกับผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง

7. ในกรณีที่ผู้ถือหุ้น และผู้รับมอบฉันทะมาลงคะแนนเข้าร่วมประชุมภายหลังจากการประชุมได้เริ่มแล้ว ผู้ถือหุ้นและผู้รับมอบฉันทะ มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนได้ตามวาระที่เหลืออยู่ และบริษัทจะนับรวมคะแนนเสียงของผู้ถือหุ้น และผู้มอบฉันทะที่เข้าร่วมประชุมระหว่างการประชุมเป็นองค์ประชุม เพื่อบันทึกในรายงานการประชุมต่อไป ในกรณีที่ผู้ถือหุ้นที่มีบัตรลงคะแนนและยังมีได้ลงคะแนน จะไม่อยู่ในห้องในระหว่างการประชุมระเบียบวาระใดและต้องการรักษาสิทธิในการออกเสียงลงคะแนนของตนในระเบียบวาระนั้นๆ ขอให้ลงคะแนนในบัตรลงคะแนนของตนในระเบียบวาระนั้นๆ และมอบให้เจ้าหน้าที่เพื่อเจ้าหน้าที่จะได้นำมานับคะแนน เมื่อถึงวาระนั้นๆ

8. สำหรับกรณีที่ถือว่าเป็นบัตรเสียซึ่งจะไม่นับเป็นคะแนนเสียงในวาระนั้นๆ คือการลงคะแนนในใบลงคะแนนที่มีการทำเครื่องหมายมากกว่าหนึ่งช่อง หรือกรณีที่มีการขีดฆ่าในช่องลงคะแนน โดยไม่ลงชื่อกำกับบริเวณที่ขีดฆ่า หรือกรณีที่มีการแยกการลงคะแนนเสียง ยกเว้นกรณีการลงคะแนนเสียงผ่านคัสโตเดียน

9. ประธานฯ จะแจ้งผลการนับคะแนนให้ที่ประชุมทราบในทันทีเมื่อเจ้าหน้าที่นับคะแนนเสร็จเรียบร้อย โดยในแต่ละวาระจะใช้จำนวนหุ้นของผู้เข้าร่วมประชุมล่าสุดในวาระนั้นๆ และเมื่อประกาศผลการลงคะแนนเสียงในวาระใดแล้วถือว่าผลการออกเสียงลงมติในวาระนั้นเป็นอันสิ้นสุด

10. โขมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้นครั้งนี้ ประกอบด้วยคะแนนเสียงดังต่อไปนี้

- วาระที่ 2 เป็นวาระแจ้งเพื่อทราบจึงไม่ต้องลงมติ
- วาระที่ 1,3,4,6, และ 7 ต้องได้รับมติอนุมัติด้วยคะแนนเสียงข้างมากของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน
- วาระที่ 5 ต้องได้รับคะแนนเสียง ไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

บริษัทจะดำเนินการประชุมเรียงตามระเบียบวาระการประชุมที่ปรากฏในหนังสือเชิญประชุมที่
จัดส่งให้แก่ผู้ถือหุ้นแล้ว หากผู้ถือหุ้นท่านใดประสงค์จะส่งคำถามในแต่ละวาระ ขอให้ท่านผู้ถือหุ้นที่ ยกมือ
สอบถาม โดยบริษัทจะนำไปตอบในวาระที่เกี่ยวข้องต่อไป

เมื่อแจ้งให้ที่ประชุมทราบแล้ว ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน ได้สอบถามผู้ถือหุ้นว่า มีอะไร
ซักถามหรือไม่ เมื่อไม่มีผู้ใดซักถาม ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน จึงเรียนเชิญประธานเจ้าหน้าที่บริหารเริ่ม
ประชุมตามระเบียบวาระการประชุมของบริษัทฯ ดังนี้

วาระที่ 1 พิจารณารับรองรายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2567

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้แจ้งต่อที่ประชุมว่า ได้จัดส่งสำเนารายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2567
ซึ่งประชุม เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2567 ให้กับผู้ถือหุ้นทุกท่านพร้อมกับหนังสือเชิญประชุมรวมทั้งได้เผยแพร่ไว้ในเว็บไซต์
ของบริษัทแล้ว คณะกรรมการมีความเห็นว่า รายงานการประชุมดังกล่าวมีการบันทึกไว้อย่างถูกต้อง

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้สอบถามว่ามีผู้ถือหุ้นท่านใด มีข้อซักถามหรือไม่

เมื่อ ไม่มีผู้ใดซักถามประธานเจ้าหน้าที่บริหารจึงขอให้ผู้ถือหุ้น พิจารณารับรองรายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น
ครั้งที่ 1/2567

(ในระหว่างการประชุมในวาระที่ 1 มีผู้ถือหุ้นเข้ามาประชุมเพิ่ม จำนวน 8 ราย จำนวน 1,754,900 หุ้น รวมเป็น 149 ราย
จำนวน 224,207,615 หุ้น)

ที่ประชุมได้พิจารณาแล้ว จึงลงมติรับรองรายงานการประชุม ดังกล่าว

ด้วยคะแนนเสียง

เห็นด้วย	224,177,615 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	99.99%
ไม่เห็นด้วย	0 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.00%
งดออกเสียง	30,000 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.01%
บัตรเสีย	0 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.00%

ของจำนวนเสียงทั้งหมด ของผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

วาระที่ 2 พิจารณารับทราบรายงานผลการดำเนินงานของบริษัท สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้แจ้งต่อที่ประชุม ว่า บริษัทได้จัดส่งแบบ 56-1 One Report ประจำปี 2567 ให้ผู้ถือหุ้น
พร้อมหนังสือเชิญประชุมจาก TSD ในรูปแบบที่มี QR Code และจะได้รายงานสรุปข้อมูลที่สำคัญให้ผู้ถือหุ้นได้รับทราบเพิ่มเติม
จากนั้นจะเปิดโอกาสให้ท่านผู้ถือหุ้นได้สอบถามข้อสงสัยต่อไป

ในวาระนี้ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เชิญคุณวจา มุขโต กรรมการบริษัท, กรรมการบริหาร, กรรมการบริหารความเสี่ยงและ
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน นำเสนอรายงานผลการดำเนินงาน รวมถึงอธิบาย MD&A ของบริษัทในรอบ
ปี 2567

คุณวาท มุขโต ได้รายงานผลการดำเนินงาน รวมถึงอธิบาย MD&A ของบริษัทในรอบปี 2567

ผลการดำเนินงานของบริษัทประจำปี 2567

บริษัทฯ มีรายได้รวม เท่ากับ 3,586.94 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.96 เมื่อเทียบกับปี 2566

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ เท่ากับ 464.37 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.39 เมื่อเทียบกับปี 2566

Financial Highlight ปี 2567

รายได้รวม ของบริษัทฯ ในปี 2567 บริษัทฯ มีรายได้รวม เท่ากับ 3,587 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จากปี 2566 คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 4 ในส่วนไตรมาสที่ 4 ปี 2567 บริษัทฯ มีรายได้รวม เท่ากับ 895 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.8

กำไรขั้นต้น ของบริษัทฯ ในปี 2567 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น เท่ากับ 1,768 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จากปี 2566 คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.8 และคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 49.6 ของรายได้จากการขายและบริการ ในส่วนไตรมาสที่ 4 ปี 2567 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น เท่ากับ 448 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ไตรมาสที่ 4 ปี 2566 คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.9 และคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 50.2 ของรายได้จากการขายและบริการ

กำไรสุทธิ ของบริษัทฯ ในปี 2567 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ เท่ากับ 464 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จากปี 2566 คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.4 และคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 12.9 ในส่วนไตรมาสที่ 4 ปี 2567 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ เท่ากับ 113 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ไตรมาสที่ 4 ปี 2566 คิดเป็นอัตรา ลดลง ร้อยละ 0.1 และคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 12.7

โครงสร้างรายได้ของบริษัทประจำปี 2567

ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทย่อย

ในปี 2567 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในประเทศ เท่ากับ 3,322.82 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.80 เมื่อเทียบกับปี 2566

ในปี 2567 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายต่างประเทศ เท่ากับ 48.05 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 16.60 เมื่อเทียบกับปี 2566

ในปี 2567 บริษัทฯ มีรายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทย่อย เท่ากับ 3,370.87 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.94 เมื่อเทียบกับปี 2566

ผลิตภัณฑ์ OEM

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ OEM เท่ากับ 195.48 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา ลดลง ร้อยละ 21.56 เมื่อเทียบกับปี 2566

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการ เท่ากับ 3,566.35 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.94 เมื่อเทียบกับปี 2566

บริษัทฯ มีรายได้อื่น เท่ากับ 20.59 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.57 เมื่อเทียบกับปี 2566

บริษัทฯ มีรายได้รวมทั้งสิ้น เท่ากับ 3,586.94 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.96 เมื่อเทียบกับปี 2566

ฐานะทางการเงิน ณ 31 ธันวาคม 2567

ปี 2567 บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวม จำนวน 2,650.41 ล้านบาท

มีหนี้สินรวม จำนวน 806.18 ล้านบาท และมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 1,844.23 ล้านบาท

ผลการดำเนินงาน ปี 2567

ในปี 2567 บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีรายได้จากการขายและการบริการ เท่ากับ 3,566.35 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จากปี 2566 เป็นจำนวน 135.30 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.94 โดยมีรายได้รวมในปี 2567 เท่ากับ 3,586.94 ล้านบาท คิดเป็นอัตราที่ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.96

สำหรับต้นทุนขายและบริการ เท่ากับ 1,798.24 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 50.13 ของรายได้รวมทั้งหมด และ เพิ่มขึ้น จากปี 2566 คิดเป็นอัตราร้อยละ 5.14

มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริการเท่ากับ 1,197.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จากปี 2566 เท่ากับ 43.45 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.77 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.37 ของรายได้รวมทั้งหมด

มีกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้เท่ากับ 591.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.26 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.90 จากปี 2566

ทำให้บริษัทฯ มีกำไรสุทธิในปี 2567 เท่ากับ 464.37 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จากปี 2566 เป็นจำนวน 1.82 ล้านบาท คิดเป็นอัตรา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.39 จากปีก่อน ทำให้บริษัทมีกำไรต่อหุ้นปี 2567 เท่ากับ 1.34 บาทต่อหุ้น

วิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร

ปี 2567 บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีกำไรขั้นต้น 1,768.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จากปีก่อนคิดเป็นอัตราร้อยละ 2.76 และคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 49.58 ของรายได้จากการขายและบริการ

มีกำไรจากการดำเนินงานเท่ากับ 571.06 ล้านบาท คิดเป็นอัตราที่ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.70 จากปีก่อน คิดเป็นอัตรากำไรจากการดำเนินงานเท่ากับร้อยละ 16.01

กำไรสุทธิเท่ากับ 464.37 ล้านบาท คิดเป็นอัตราที่ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.39 จากปีก่อน และคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 12.95

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น หรือ ROE เท่ากับร้อยละ 25.08

การจ่ายเงินปันผล

ในปี 2567 บริษัทฯ เสนอจ่ายเงินปันผลหุ้นละ 1.34 บาท แต่เนื่องจากบริษัทมีการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลไปแล้ว เป็นจำนวนเงินหุ้นละ 0.69 บาทต่อหุ้น จึงทำให้บริษัทจะต้องจ่ายเงินปันผลเพิ่มหุ้นละ 0.65 บาทต่อหุ้น ซึ่งสัดส่วนในการจ่ายเงินปันผลเทียบกับกำไรสุทธิ คิดเป็นร้อยละ 100.28 โดยกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิรับเงินปันผลในวันที่ 6 พฤษภาคม 2568 และจะจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 20 พฤษภาคม 2568 ขอจบรายงานผลการดำเนินงานเพียงเท่านี้

เมื่อคุณวจา มุขโต กรรมการบริษัท, กรรมการบริหาร, กรรมการบริหารความเสี่ยงและประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน ได้อธิบายเกี่ยวกับรายงานผลการดำเนินงานและ MD&A ของบริษัทในรอบปี 2567 เรียบร้อยแล้ว ทาง คุณดวงฉาน มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้นำเสนอภาพรวมในการดำเนินธุรกิจของปีที่ผ่านมา, Business Outlook พร้อมทั้งนโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันและพัฒนาการในปีที่ผ่านมา

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ได้รายงานภาพรวมในการดำเนินธุรกิจของปีที่ผ่านมา *Business Outlook*

โดยภาพรวม ก็จะพูดให้ฟังถึงปีที่ปี 2567 ถ้าดูจากตารางกราฟที่แสดงให้เห็นว่าในปี 2005 มีสัดส่วนการขาย เป็น รายได้ที่มาจากธุรกิจของเราที่เรียกว่า OEM หรือรับจ้างผลิต ซึ่งมีสัดส่วน 90% ส่วน Branding มีสัดส่วนอยู่ที่ 10% เราใช้เวลา ประมาณ 7 ปี ถ้ามาดูสัดส่วนที่เปลี่ยนไปในปี 2012 เราใช้เวลาจาก 2005-2012 ในการสลับสัดส่วนการขาย โดยที่สัดส่วน รายได้ของ Brand ขึ้นมาเป็น 90% และ OEM เหลือ 10% เพราะว่า การปรับเปลี่ยน Direction ของเรา ทิศทางของเราจากการที่ รับจ้างผลิตเปลี่ยนมาทำ Branding ก็มีระยะเวลาในการสลับสัดส่วนการขายเหมือนกัน เพื่อที่จะยังคงรักษาลูกค้าที่เราคิดว่า เป็น ลูกค้าที่จะต้องอยู่กับเราต่อ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องสร้าง Branding ของเราให้เติบโตมาให้เห็น ในปี 2014 ก็เป็นปีที่เราริเริ่มการขาย ใน Business ใหม่ของเรา ก็คือที่เราเรียกว่า Non Store retailing (NSR) คือเป็นการขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ และช่องทาง อื่นๆที่ไม่มีพนักงานบริการในการขาย ซึ่งสัดส่วนยังค่อนข้างเล็กมากในปีนั้น แต่เริ่มมีการทำตั้งแต่ปี 2014 ก็เริ่มเข้าไปอยู่ใน Market place ซึ่งเราก็เป็นแบรนด์แรกๆที่เข้าไปเริ่มต้น จึงทำให้เริ่มเห็นสัดส่วนที่ชัดเจนขึ้นในปี 2017 ซึ่งเป็นปีที่เรามีจังหวะ ในการเริ่มขาย อีกทั้งเรายังมีนวัตกรรมกรรมที่เรียกว่า Wireless Bra ซึ่งนวัตกรรมนี้เป็นนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จมาก จึง ทำให้เรามองเห็น การเติบโตของ SABINA และ ภาพของ NSR ก็เติบโตอย่างมีนัยยะหลังปี 2019 ก็คือหลังจากที่เกิดสถานการณ์ โควิด ซึ่งเป็นตัวเร่งให้กลุ่มในช่องทางการขายที่เป็น Non Store Retailing ขยายสัดส่วนในการขายเพิ่มมากขึ้น เพราะว่าช่องทาง อื่นที่เป็นช่องทางหลักของเราในการขายแบบ Retail หรือช่องทางที่เราเรียกว่า Offline ได้ถูกผลกระทบจากโควิดที่เกิดขึ้น เหมือนกัน จึงทำให้ การขายแบบ Non Store Retailing มีช่องทางในการขายเพิ่มขึ้น แล้วยังทำให้ลูกค้าได้ลองสินค้า จึงทำให้มี อัตราการเติบโตที่เร็วมาก จากปี 2019 เป็นต้นมา

แต่ในปัจจุบันเรามีรายได้ที่มาจากแบรนด์ของเราเองมากกว่า 90%ก็คือแบรนด์ SABINA ส่วนอีกประมาณ 6% ตอนนี้ก็ คือเป็นรายได้ที่มาจาก OEM และจะขอลดบ้างถึงรายละเอียดของ OEM ว่าจะมีภาพเป็นอย่างไร และมีโอกาสเพิ่มมากขึ้นหรือยังอีก ครั้ง

โมเดลการขายของเราแบ่งเป็น 3 โมเดล ก็คือ 1.การขายแบบ offline หรือเรียกว่า SABINA Brand เมื่อสิ้นปี 2024 เรามี สัดส่วนอยู่ที่ 61% ซึ่งก็ต้องยอมรับว่ายังเป็นสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุดของเรา แล้วยังเชื่อว่าการขายแบบ SABINA Brand ยังคงเป็น พื้นฐานหลักและเป็นช่องทางหลักของเรา ซึ่งอาจจะดูเหมือนมีสัดส่วนที่น้อยลง แต่ถ้าดูในรายละเอียดในสไลด์ เราจะเห็นว่าใน ปี 2020 มีการย่ำตัวของยอดขายซึ่งเป็นช่วงของ pandemic ในช่วงโควิด แล้วยังเริ่มกลับมาดีขึ้นหลังจากปี 2022 จึงทำให้มียอดขาย ที่เพิ่มมากขึ้น แต่ถ้ามองจริงๆในปี 2022 จนถึงปัจจุบันการเติบโตยังไม่ได้ดีเท่าไร แต่ก็มีการเติบโตขึ้นทุกปี ถ้ามองในตาราง เราจะเห็นว่า ตั้งแต่ปี 2022 มีร้านค้ารวม 526 ร้านค้า แต่ในปี 2024เรามี 216 ร้านค้า ซึ่งร้านค้าเราลดลง 10 ร้านค้า แต่ในขณะที่ ยอดขายยังเพิ่มมากขึ้น เพราะฉะนั้นยอดขายในเชิงของ same store growth ที่เทียบกับร้านค้าที่เท่ากันยอดขายของ SABINA Brand ยังถือว่ามียอดการเติบโตอยู่ ทำให้เรารู้สึกว่ามันยังเป็น โอกาสในส่วนของการสร้าง SABINA Brand ส่วนในปี 2025 ก็เป็นปีที่เราจะมีการเพิ่มยอดขายขึ้นเนื่องจากว่าหลังจากที่เราผ่านช่วงเวลาในช่วงโควิดแล้ว เราได้พิจารณาแล้วก็ตัดทอนใน ร้านค้าที่อาจจะไม่มีความสามารถในการขายให้คุ้มทุนจึงต้องลดทอนในส่วนของหน้าร้านไป เรียกได้ว่า เรา Lean จนคิดว่าเป็น จุดที่เหมาะสมแล้ว แต่ในปีนี้ก็จะเป็นการเพิ่มยอดขายในจุดที่เราคิดว่ายังมีโอกาสอยู่ เราก็ Forecast และคาดการณ์เอาไว้จนสิ้นปี แล้วยังน่าจะเพิ่มยอดขายให้มีหน้าร้านค้าประมาณ 523 ร้านค้า

2. การขายแบบ Non Store Retailing ซึ่งถือว่าเป็นจังหวะและความโชคดีของเราด้วย ที่เราได้สร้างกลุ่ม Non Store Retailing ขึ้นมา ก่อนที่จะเกิดเหตุการณ์แพร่ระบาดของโควิด จึงมีสัดส่วนในปลายปี 2024 อยู่ที่ 33% ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงมากซึ่งเราเคยคาดการณ์ที่อยากจะอยู่ประมาณที่ 30% ถึง 35% แต่เราก็ทำได้ 33% นี้ก็ ถือว่าตรงตามที่เราคาดการณ์

เอาไว้แล้ว และมียอดขายเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ในปี 2023 ถึง 2024 อาจจะดูว่าทำไมฐานของการเติบโต ดูไม่ตื่นเต้นเหมือนปีแรกๆ ซึ่งเป็น Cycle ที่ปกติของการเติบโตในช่วงทางการขายแบบ NSR เพราะยอดขายปีก่อนข้างสูงขึ้นเยอะ จึงทำให้อัตราการเติบโตลดทอนลงมา แต่ว่าภาพที่เราเห็นก็ยังมีอัตราการเติบโตอยู่ จากที่พวกเราเห็นว่ากลุ่ม Non Store Retailing ในตอนนี้ถูกกระทบจากอะไร แต่จริงๆแล้วเขาไม่ได้ถูกกระทบปีที่ผ่านมาแค่ปีเดียว แต่มันเป็นเรื่องที่ค่อยๆเพิ่มเข้ามาเรื่อยๆในภาพของการเข้ามาของสินค้าต่างประเทศ โดยช่องทางทางการขายที่เข้ามาสู่กันเยอะๆที่เราเห็นก็จะเป็นผ่าน Market Place ก่อนข้างเยอะ ซึ่งเวลาเราซื้อเราจะสังเกตได้เลยเค้าจะเขียนว่าส่งจากต่างประเทศ อันนี้มันก็คือเป็นการไหลเข้ามาของสินค้าต่างชาติซึ่งไม่ได้เกิดปีที่แล้ว แต่ในปีที่แล้วอาจจะเห็นภาพที่เพิ่งชัดเจนขึ้น คือเริ่มมีออกแพลตฟอร์มที่เป็นของต่างประเทศเลย ที่เราอาจจะรู้จักกันได้ยินกันบ่อยๆ ก็เริ่มเข้ามาตีตลาดกันในหลายๆช่องทาง โดยที่หลายแพลตฟอร์ม เป็นเฉพาะแพชชั่นเครื่องนุ่งห่มก็มี ซึ่งมันไม่ได้เพิ่งเข้ามาปีแรก มันก็ถูกกระทบเรามาเรื่อยๆ แต่ภาพที่แตกต่างกันก็คือมันเป็น โอกาสของทางผู้บริโภคมมากกว่า ในการที่จะทดลองใช้ แต่ว่าภาพของความเสียหายในภาพของเราเองที่เราเอง เราไม่ได้กลัวว่าลูกค้าจะทดลองใช้สินค้าอื่น แต่เรากลัวลูกค้าจะไปทดลองใช้แล้วไม่ประสบความสำเร็จ คือ ไม่ Happyแล้ว ก็เกิดความรู้สึกในการปิดกั้นตัวเองในการจะไปทดลองซื้อหรือว่าไม่ยอมมีประสบการณ์การซื้อแบบ Non Store Retailing หรือแบบ Online อันนี้ถือเป็นเรื่องที่น่ากลัวกว่า แต่เราก็พยายามให้ข้อมูลแล้วเราก็พยายามทำในเรื่องของการทำ Customer Service ที่ดี เพื่อที่อย่างไรก็ตาม ลูกค้าที่อาจจะไปเจอปัญหาที่ซื้อแล้วได้ของไม่ตรงปก เมื่อเขามาทดลองใช้สินค้าของเราแล้ว เขาจะได้ไม่ประสบปัญหานั้น ซึ่งภาพของการเติบโตของ ออนไลน์ก็ยังเป็นสัดส่วนใหญ่อยู่ ก็อยู่ที่ 42% แต่โดยรวมปีที่แล้วในช่องทางของ TV Catalog ตอนนี้ก็จะยังเป็นช่องทางที่ค่อนข้างย่อตัวลง ซึ่งไม่ได้แตกต่างจากเศรษฐกิจโดยรวม เพราะว่าภาพของธุรกิจผ่านช่องทางทีวีเองเราก็ทราบมา 2 ปีที่ผ่านมา เป็น Downsize ของทางทีวีค่อนข้างเยอะ มันก็เลยสืบเนื่องต่อกันลักษณะคล้ายๆกัน เพราะปัจจุบันผู้บริโภค ไม่ได้อยู่ในหน้าจอทีวี เป็นปกติที่เป็นทีวีดิจิทัลแล้ว เรามีหน้าจอเยอะแยะมากมาย แล้วก็ยังมี steaming มีช่องทางการดูหนัง ดูละคร หรือแม้แต่คอนเทนต์ที่สนใจก็มีให้เลือกหลากหลาย ในสมัยก่อนทีวี คนที่อยู่ในช่องทางนี้คือ กลุ่มลูกค้าที่เราเรียกว่า Baby boom เพราะว่าใช้เวลาในการอยู่บ้านเยอะ เพราะฉะนั้นอาจจะให้เวลาในการดูสาระ หรือคอนเทนต์ผ่านทีวีค่อนข้างเยอะ แต่ในปัจจุบันทีวีไม่ได้มีแค่ทีวีดิจิทัล เขาสามารถใช้ทีวีในการดู Youtube ได้ ใช้ในการดู Steaming อื่นๆได้ มันก็ทำให้ภาพของการถูกแบ่งสัดส่วนของกลุ่มคนไป ก็ทำให้จะกระทบกับยอดขายในช่องทางนี้ แต่ว่ามันไม่ได้แปลว่าจะถูกกระทบไปแล้วหายไปเลย คือมันก็เปลี่ยน Switched ไปอยู่ช่องทางอื่น ซึ่งภาพนี้เราก็ค่อนข้างใกล้ชิด และเราก็พยายามปรับตัวในการที่จะไป Serve ลูกค้าในช่องทางอื่นๆเช่นกัน ส่วนของ New Business ก็จะมีคำถามเข้ามาค่อนข้างเยอะ เพราะว่าสัดส่วนค่อนข้างเยอะและใน New Business ประกอบด้วยอะไรบ้าง ซึ่งในภาพของ New Business ที่เราทำ มันก็ประกอบด้วย หลากๆ Business ที่เรากำลังพุ่มพอกอยู่ เป็นเรื่องของการบ่มเพาะจนเรามีความมั่นใจว่ามันแข็งแรงเพียงพอแล้ว เราก็จะพยายามแยกออกมาให้เห็นกัน แต่ว่าภาพของมันเรายังรู้สึกว่ามันมีการเติบโตที่หิวโหว่า ลักษณะของงานยังเป็นงานแบบ By Project ซึ่งเมื่อไหร่ที่เป็นงาน โปรเจค เราก็มองว่ามันอาจจะยังไม่มีความยั่งยืนเท่าไร ก็เลยขอเก็บไว้อยู่ใน New Business จนกว่ามันจะแข็งแรงกว่านี้ก่อน

3. ในส่วนของ OEM สัดส่วนปีที่แล้วเหลือประมาณ อยู่ที่ 6% ถ้ามองภาพจริงๆมันจะค่อนข้างสวนทางตรงที่ว่า ในปี 2020 กับปี 2021 เป็นช่วงของสถานการณ์โควิด ซึ่งธุรกิจ Branding ของเราที่พวกเราทราบกัน ก็จะมีภาพของการย่อตัวของยอดขาย ในขณะที่ OEM แทบเรียกว่าถูกกระทบน้อยมาก ภาพของมันก็อาจจะจะเป็นลักษณะที่ว่าพอคน เดินทางไม่ได้ ไปที่ไหนไม่ได้ สิ่งที่คนกังวลก็คือแล้วเราจะ Serve ลูกค้าด้วยวิธีการใด เพราะฉะนั้นลูกค้าเองที่เป็นลูกค้าปลายทางของเรา ก็คือแบรนด์อื่นที่อยู่ในยุโรปก็พยายามที่จะ Maintain ในส่วนของการผลิตสินค้าเพื่อที่จะให้เพียงพอต่อลูกค้าของเขา โดยในช่วงที่เป็นโควิดสินค้านี้ก็อาจจะกลายเป็นสินค้าที่เป็น สินค้าแบบเดิมๆ เพื่อเติมเข้ามา service ให้กับลูกค้ากลุ่มนั้นๆ แล้วมา Peak เลขตอนในปี 2022 ที่อยู่ๆยอดก็โดดขึ้นไปค่อนข้างเยอะ เพราะทุกคนคาดหวังว่าหลังจากโควิดหมดไปตลาดจะกลับมาเป็นปกติ เพราะฉะนั้นทุกคนจะ

สั่งสต็อกสินค้าเอามาเลี้ยงรอไว้ ซึ่งธุรกิจจริงๆ ถ้าเราขึ้นไปเทียบกับอุตสาหกรรม ใกล้เคียงกับของเรา เขาจะถูกกระทบ Cycle คล้ายๆเรา แต่แตกต่างคือภาพของเขา จะขยับตัวเร็วกว่าเราของเราเพิ่งจะมาขยับตัวเอาปี2023 เนื่องจากว่าใน 2022 ที่ลูกค้าสั่งสินค้า เพื่อเติมเต็มสต็อกในช่วงคริสต์มาสปี2022 ยอดขายไม่ได้เป็นไปตามที่เขาคาด พอยอดขายมันไม่มา มันจึงเกิดภาวะของการ Over Supply มันก็เลยทำให้มีการ Break และก็ Delay ในการผลิตสินค้า ซึ่งอันนี้เป็นสัดส่วนใหญ่ที่กระทบกับเรา แล้วก็มี สัดส่วนเล็กๆซึ่งอาจจะเป็นภาพที่เราควบคุมไม่ได้ ก็คือในเชิงของภาพใหญ่ของประเทศในเรื่องของการส่งเสริมการ Export การ ส่งออกไปยังยุโรป เราต้องยอมรับว่าประเทศเพื่อนบ้านของเราไม่ว่าจะเป็นเวียดนามหรือประเทศอื่นที่อยู่รอบข้างเราเขามีเรื่อง ของข้อตกลงระหว่างรัฐบาลกับรัฐบาลได้ดีกว่า ก็คือคุ้มค่ากว่า ถ้าจะให้ลูกค้าจะต้องแยกผลิตบางส่วนที่เรา มันก็อาจจะทำให้ ภาพของเขาขยับยากเกินไป เพราะว่าสินค้า Overall ไม่ใช่เฉพาะจุดชิ้นใน เป็นภาพของเครื่องนุ่งห่มอื่นๆเลย ในประเทศเพื่อนบ้าน เราทำได้ค่อนข้างดี และก็มีในเรื่องของสิทธิประโยชน์ทางภาษี ที่ Brand ต่างๆได้รับ ซึ่งก็เป็นเรื่องที่น่าเสียดาย แต่ว่าเรายังคิดที่ จะ contact กับลูกค้าเหล่านั้นอยู่ เพราะว่าตัวลูกค้าเองค่อนข้าง Happy กับคุณภาพของเรา และก็ชอบในเรื่อง Workmanship ของคนไทย แต่ว่าภาพนี้มันเป็นภาพ Overall ใหญ่ที่เราอาจจะไม่สามารถไปปรับเปลี่ยนได้ ในปี 2024 ก็จะเห็นว่าขยับตัวลงอีกก็ คือเป็นภาพที่ถูกกระทบมาลักษณะเดียวกับ2023 แต่ว่าสิ่งที่เราเห็นภาพบวกที่เกิดขึ้นก็คือตั้งแต่ปลายปี ประมาณไตรมาส 3 กับ ไตรมาส 4 ของปี 2024 เราเริ่มเห็นภาพของการกลับมา Sourcing ใหม่ โดยลูกค้าที่เราได้กลับมาจะเป็นลูกค้าในยุโรป แล้วก็เป็นลูกค้าที่ค่อนข้างจะเป็น Brand ที่ไม่ได้เป็นในลักษณะของ price conscious ลูกค้าอาจจะไม่ได้เป็น sizing ที่ใหญ่ระดับ global แต่ว่า จะเป็นลักษณะลูกค้าแบรนด์ใหญ่ที่อยู่เฉพาะใน area ในยุโรป ซึ่งเขามองหาสิ่งอื่นนอกจากราคา ในปัจจุบันสิ่งที่ ลูกค้ากลับมาหาเราซึ่งมาทุกเดือนตั้งแต่ปลายปีที่แล้ว จนถึงปัจจุบันก็ยังมีลูกค้ามา Visit ตลอด ก็คือลูกค้ามองหาสิ่งที่ยั่งยืนก็ คือเรื่องของ Sustainable ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจจะหาไม่ได้จากโรงงานทั่วไป โดยเฉพาะโรงงานในประเทศที่อาจจะสู้เรื่องราคาได้ แต่เราก็ไม่อยากจะพูดว่าไม่ใช่ red ocean เพราะลูกค้ายังงังก็ยังคงคิดเรื่องราคาอยู่ แต่ว่าราคาไม่ใช่เป็น Priority เดียว แต่ก็ยังเป็น Priority ต้นๆเช่นกัน เพราะฉะนั้นในเรื่องค่าแรงต่างๆนานา ในประเทศไทยเรา ก็ยังมีผลเหมือนกัน แต่เรามองว่าเราอาจจะ strong ในเรื่องของการทำ Lean manufacturing มา เราก็พยายามรับมือตรงนั้นให้ดีที่สุดอยู่แล้ว ตอนนี้ก็คิดว่าใน ไตรมาสที่ 3 และ ไตรมาส 4 เท่าที่เราเห็น Sign เราก็มี Potential ที่จะได้ลูกค้าใหม่ๆมา แล้วก็น่าจะเป็นลูกค้าที่ work ยาวๆกับเรา

อันนี้ก็จะเป็นตัวโฆษณาตัวล่าสุด เมื่อปลายปีที่แล้วที่เราจับตัวกลุ่มลูกค้าผู้ใหญ่ ก็เป็นตัวคอลเลคชันที่อยู่ภายใต้ Collection Forever young ในตัวของ Forever young เราพยายามจะจัด segments ของลูกค้าที่อาจจะต้องการอะไรที่ มากกว่าแค่แฟชั่น ก็จะเน้นในเรื่องของ Function หลัก ก็หลังจากเปิดตัวมาก็ทำให้เราได้มีโอกาสได้รู้จักลูกค้าใหม่ๆ ต้องบอกว่า กลุ่ม Forever young ส่วนมากจะเป็นกลุ่มที่ทำอยู่ที่เราได้ลูกค้ามาจากการเป็น Brand Switcher ก็คือลูกค้าเปลี่ยน Brand มา เพราะว่ากลุ่มลูกค้านี้โดยมาก ถ้าเราใช้แล้วไม่เกิดปัญหาลูกค้ากลุ่มนี้ไม่ได้รู้สึกว่าจะต้องเปลี่ยน Brand ไปๆมาๆ ซึ่งอันนี้มันก็ต้องอาศัยเวลาเหมือนกันในการที่จะให้ลูกค้าได้มาทดลอง ก็ถือว่าประสบความสำเร็จตามภาพที่เราคาดไว้ แต่การทำแบบนี้มันจะ ไม่ได้ให้วิวเหมือนการที่เรา Launch Product ที่เป็น Teenage ซึ่งจะมีตัวอย่างให้ดูถัดไป เพราะฉะนั้นกลุ่มนั้นหลังจากเรา โฆษณาออกมา มันเกิดยอดขายทันทีทันใด เพราะว่ามันเป็นกลุ่ม segments ที่จับกลุ่มคนละ Generation

อันนี้ให้ดูภาพโดยรวมของ Sabina ในวันนี้ก็เป็นยังไง ประมาณ 1 นาที ก็จะเป็น clip สั้นๆ ให้ดูว่าภาพวันนี้ในปัจจุบันของเรา เรามองยังไง เป้าหมายในการทำงานของเราคืออะไร เพื่อเตรียมตัวเราให้พร้อม เพราะเป้าหมายของเราไม่ได้อยากจะ เป็นแค่ Local Brand เราอยากจะขยับตัวเราเองออกไปสู่สิ่งแรกก็คือที่เรียกว่า Regional Brand

อันนี้ก็จะ เป็น DNA ของเรา 3 เรื่อง ที่เราใช้กันภายใน แล้วก็พยายามสื่อสารให้กับลูกค้า ทราบว่า Brand ของเรามีความ ตั้งใจในการที่จะทำอะไรบ้าง ซึ่งก็จะมี 3 เรื่องนะคะ

ถัดมาก็จะ Recap ตลาดให้ฟัง ซึ่งเป็นข้อมูลล่าสุดจนถึงสิ้นปีที่แล้ว ตลาด Market Size จริงๆ ของตัว Women wear ทั้งหมดซึ่งมีชุดชั้นในประกอบอยู่ด้วย ประมาณ 25% ของ Women wear ทั้งหมด โดยตลาดชุดชั้นในก็จะมีมูลค่าอยู่ประมาณ 29,000 ล้านบาท ก็ไม่ได้เล็กมาก แต่ก็ไม่ได้อะไรใหญ่มาก ถ้าเทียบกับ Overall ที่เป็น Women wear ทั้งหมด ก็คือตลาดเครื่องนุ่งห่มของผู้หญิงทั้งหมด เพราะอีกกว่า 70% คือตลาดที่เรียกว่า Outer wear ก็คือเสื้อผ้า เราจะเห็นเลยว่าภาพในปัจจุบันทำไมแบรนด์ใหม่เข้ามาช่วงชิงหรือเข้ามาเล่นในตลาดที่เป็น Outer wear เยอะ เพราะเป็นภาพของตลาดที่ค่อนข้างใหญ่มาก แคะในส่วนของตลาดที่เป็นชุดชั้นในที่มี 25% ถ้าเรามาดู chart graph วงกลม เราจะเห็นว่า SABINA เรายังมีส่วนการตลาด Market share อยู่ที่ประมาณ 13.5% ซึ่ง 13.5% เราห่างจากที่ 1 ไม่เยอะประมาณ 5-6%เอง แต่ภาพที่เราสนใจกันก็คือภาพของ opportunity area ที่มีสัดส่วนกว่า 50% ที่เกินครึ่งหนึ่งของมูลค่าตลาดชุดชั้นในทั้งหมดนี้ยังเป็นตลาดที่เราเรียกว่า Non Brand เพราะฉะนั้นภาพตรงนี้ขึ้นอยู่กับแต่ละ Brand แล้วว่าเราจะช่วงชิงในสัดส่วนของตลาดตรงนี้ได้อย่างไร กลยุทธ์ในแต่ละที่ก็จะไม่เหมือนกัน ซึ่งของ SABINA เองเราก็ใช้กลยุทธ์หลายอย่างที่แตกต่างกัน เราไม่ได้มุ่งเน้นทุกคนเพื่อจะไปเก็บตลาดนี้ แต่ว่าเราก็ก่อนหน้าที่จะชัดเจนว่าใครที่จะต้องเข้าแบ่ง หรือเข้าไปช่วงชิงตลาดในกลุ่มไหน

ที่เป็นภาพ Overall โดยรวมของเราจริงๆ เราก็ยังมีความเติบโต แล้วก็ Net profit ของเรา ถ้ามองในแต่ละ Quarter แล้วก็แบ่งให้ดู 4 ไตรมาส ก็จะเห็นว่า เทรนด์ค่อนข้างที่จะใกล้เคียงกัน แล้วก็เราก่อนข้างจะ Maintain ในส่วนของกำไรที่ค่อนข้างจะไม่แตกต่างจาก QoQ เท่าไหร่

อันนี้ก็เป็นหนึ่งในโฆษณาปีที่แล้ว ที่เราทำโฆษณาออกมา 2 ตัว ตัวแรกตอนต้นปีก็คือตัวอามา ภาพของโฆษณาตัวนี้ก็ต้องถือว่าเป็นโฆษณาที่ค่อนข้างประสบความสำเร็จมากและได้รับรางวัลเยอะมาก แต่รางวัลที่เรารู้สึกภูมิใจแล้วก็เป็นรางวัลที่ไม่ค่อยมีนัก โฆษณาที่ได้รับรางวัลก็คือเราได้รางวัลจากเมืองคานส์ โดยที่โฆษณาตัวนี้ก็ค่อนข้างที่จะเป็น Viral ด้วยโฆษณานี้เองทำให้เราก่อนข้างจะเริ่มมีลูกค้าที่ฐานแฟนคลับที่อยู่ในเมืองจีนเริ่มรู้จัก SABINA มากขึ้น แล้วก็ตัวโฆษณานี้ถูกคนจีนเองเอาไปปรับทำเป็นภาษาจีน ก็เลยทำให้คนเริ่มมีความรู้สึกสนใจใน Brand เรามากขึ้น เพราะว่าเราต้องยอมรับว่าฐานลูกค้า SABINA เราจริงๆ แล้วโดยมากเป็นลูกค้าในประเทศเท่านั้น เรายังมีโอกาสเติบโตในฐานต่างประเทศค่อนข้างเยอะ ด้วยโฆษณานี้ทำให้เกิด awareness ที่เพิ่มมากขึ้น โดยรอบ ซึ่งโดยเฉพาะคนจีน เพราะด้วยเนื้อเรื่องที่ร้อยเรียงของโฆษณานี้อาจจะค่อนข้างไป touch คือไปสัมผัสกับตัวกลิ่นอายชีวิตของชาวจีน ก็เลยเป็นที่ชื่นชอบของคนจีน

อันนี้ก็จะป็นรางวัลที่เรารวบรวมไว้ ซึ่งตลอดระยะเวลาเราก็ยังมีการส่งกิจกรรมของเรา ต่างๆ ในการที่จะได้รับรางวัลต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ในทุกปี การที่เราจะต้องเข้าไปประกวดให้ได้รางวัลมา มันมีกฎคล้ายๆ เหมือนกัน ในการได้มาซึ่งรางวัลต่างๆ บางรางวัลในนี้เป็นรางวัลที่เราไม่ได้ส่งกิจกรรมก็มี แต่ว่าเราถูกตัดสินให้ได้รับรางวัลก็มี แต่เป็นส่วนน้อยโดยมากรางวัลทั้งหมดเกิดจากการที่เราจะต้องส่งตัวเองเข้าประกวด วิธีการนี้มีประโยชน์สำหรับในมุมมองของ SABINA ในการบริหารก็คือเรารู้สึกว่าการทำแบบนี้มันทำให้เราได้เอาตัวเองเข้าไป Benchmark เข้าไปเทียบเคียงว่าถ้าตัวเราเองเข้าไปอยู่ในมาตรฐานของคนอื่นๆ หรือของสังคมแล้วเราจะอยู่ตรงไหน เพื่อที่เราจะพยายามมองหามุมที่เราสามารถจะพัฒนาปรับปรุงตัวเองได้ ซึ่งอีกแล้วก็มาจาก Concept ที่ถูกปลูกฝังมาในตัวพวกเรา ในส่วนของการทำงาน Kaizen หรือทำ Lean ต่างๆ

อันนี้ก็เป็นตัว Forever Young วัยเปลี่ยนแต่ทรงยังสวย ก็ทำให้เราได้ฐานลูกค้าดีๆ ซึ่งเป็นฐานลูกค้าใหม่แล้วก็มียอดขายที่เพิ่มขึ้นประมาณ 8% ดูเหมือนตัวเลขไม่เยอะ แต่กับสถานะปีที่แล้ว 8% แล้วถือว่า Achieve แล้วสำหรับเรา เพราะว่าภาพของการเปิดตัวของ Forever Young เปิดตัวในปลายไตรมาส ที่ 3 เรามีเวลาแค่ประมาณ 4 เดือนในปีที่แล้ว ก็เลยทำให้เราได้ Brand switcher ที่เป็น New Customer จริงๆ ของ SABINA เข้ามา

อันนี้ก็จะป็นตัวอย่างของตัว Collection ที่ประสบความสำเร็จในปีที่แล้ว เราก็มักไปพร้อมกับแบรนด์อื่นๆ ก็มีหลายตัวที่ทำแล้ว Merch เป็นหนึ่ง เพราะว่าเรารู้สึกว่าเราไม่จำเป็นต้องทำทุกเรื่องด้วยตัวเอง เราก็พยายาม Matching ตัวเองเข้ากับคนที่เขา

มีจุดเด่นในหลายๆเรื่อง Merch ของเค้ามีจุดเด่นในเรื่องของ Outer wear ขณะที่เราเอง เราก็เป็นที่หนึ่งในการทำ Inner wear แล้วก็ร่วมกันมาทำเป็น Collection ร่วมกัน ซึ่งก็ประสบความสำเร็จ

ถัดมา ก็จะเป็นตัวที่เป็นแนวคิดของเรา ซึ่งเป็นแนววัยรุ่นที่เป็นแฟชั่น Care Bear นี่เป็นครั้งที่ 2 ที่เราได้ทำ Collaboration ร่วมกัน ส่วน Mad Moiselle ก็จะเป็นตัว Brand High fashion ของ SABINA ซึ่งลูกค้าบางคนที่เคยมาซื้อ SABINA ยังไม่ทราบด้วยซ้ำว่าเป็น Brand SABINA เพราะว่าเราไม่ได้ endorse อะไรในตัว ของ Mad Moiselle ว่าเป็น Brand SABINA เลย เนื่องจากเราต้องการให้เขาสามารถที่จะอิสระแล้วก็สามารถดึงตัวเองขึ้นเป็น High fashion ได้ ก็ต้องถือว่าเป็น Collection ที่ประสบความสำเร็จ ในการที่คัดตัวเองออกมา เหมือนเป็น Brand ใหม่หนึ่ง Brand เลย

อันนี้ก็จะเป็น collection เพิ่ม ถ้าท่านที่มาฟังเราเมื่อปีที่แล้ว จะเห็นว่าภาพหนึ่งของเป้าหมายในการทำงานของเรา ก็คือเราพยายามจะสร้างสิ่งที่เรียกว่า Non-Innerwear เพราะว่า Underwear มี 25% ของตลาด Womenswear และอื่นๆมีอีก 75 % เราก็เลยมองว่าเป็น Opportunity ของเรา แต่เราคงไม่ได้ทำทุกอย่างด้วยตัวเอง เราก็เริ่มจากสิ่งที่ใกล้เสียงแล้วก็ดูเป็นไปได้ ในสิ่งที่เราทำ ซึ่งที่เราทำเป็นเรื่อง Sleepwear ซึ่งก็ตรงตามที่เราคาด ลูกค้าเข้าใจและก็รับได้

อันนี้ก็จะเป็นภาพของ ESG ซึ่ง ESG ก็ปฏิเสธไม่ได้เหมือนกัน ว่าในทุกวันนี้ที่เกิดเหตุการณ์ล่าสุด ก็คือ Earthquake ที่ผ่านมาก็ไม่ได้บอกว่ามันเกิดเพราะอะไร แต่สิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิดเราก็ปฏิเสธไม่ได้ว่ามันเป็นเพราะสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไป เพราะฉะนั้น Sabina เราก็ยึดมั่นในการทำเรื่องนี้มาหลายปีและยังคงอยู่ใน core value ที่เราทำอยู่

อันนี้ก็จะเป็นสิ่งที่เราทำในปีที่แล้ว เป้าหมายในการทำเรื่องใหญ่ที่สุดของเรา ก็คือเราพยายามจะบอกว่าเราจะผลิตสินค้าที่เราเรียกว่าสินค้ายั่งยืน หรือที่เรียกว่า Sustainable Products คือสินค้าที่จะต้องใช้วัสดุ ใช้กระบวนการ ใช้ขั้นตอนในการผลิตที่ยั่งยืน โดยเริ่มในปี 2022 ตอนเริ่มต้นเป็นเรื่องยากมาก เพราะว่าเรายังไม่เข้าใจ แล้วบางคนแม้กระทั่งคนผลิตเองก็รู้สึกว่าจะใช้ของ Recycle มาทำชุดชั้นใน มันจะสะอาดไหม หลังจากเราเข้าไปทำการศึกษา เข้าไปทำความเข้าใจ ทำให้เรารู้แล้วว่ากระบวนการเป็นยังไง ซึ่งในปีแรกจะเห็นเลยว่ามันยากมากเราได้ 3.8 % ของ SKUs ทั้งหมด แต่ว่าหลังจากเราทำแล้วก็พบวิธีการ และเราก็พบว่าเราเป็นแบรนด์ที่ไม่เลิกจนเกินไป ที่ควรจะต้องมีจุดยืน ให้เป็นแบบอย่างกับคนอื่น ๆ ว่า อันนี้เป็นเป้าหมายหนึ่งที่เราจะทำ ถ้าเราทำได้เราก็เชื่อว่าคนอื่นก็ทำได้เช่นกัน เป้าหมายปีนี้เราก็เชื่อว่าเราจะไปถึง 10 % ของ SKUs ให้ได้ที่เป็น Sustainable Products การเป็น Sustainable ได้จากหลายๆอย่าง ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ด้วยการใช้เส้นใย Recycle จะมีตัวอย่างให้ดูถัดไป

อันนี้ก็จะเป็นภาพของ collection หนึ่งที่เราใช้ตัวของชาวประมงที่ใช้ในการจับปลา หลังจากที่เขาใช้จนมันเสียแล้ว และซ่อมไม่ได้ ภาพที่เราเจอคือ บางครั้งชาวประมงก็ทิ้งลงทะเลไปเลย เพราะว่ามันลำบากที่จะต้องลากขึ้นมาเป็นขยะบนดิน จึงเป็นสิ่งที่เราทำร่วมกับ Netsup ที่เขาทำเรื่องผ้า ต่อไปจะเป็นคลิปสั้น ๆ ให้ดู จะได้เข้าใจง่าย เรามุ่งใจที่เราเป็นแบรนด์แรกของ Textile ที่เปลี่ยนตัว Raw Material ที่มาจากอวน แล้วก็ทำให้เป็น Textile ที่มี Commercial Value จริงๆ

ถัดมาอันนี้ก็จะเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างคือ Filagen Fiber ก็คือเป็นตัวเส้นใยที่เราทำตัวชุดชั้นใน Collection หนึ่ง ก็เกิดจากการที่ร่วมกันในธุรกิจของชาวประมง เวลาที่เขาจับปลาขึ้นมาได้เขาต้องขอดเกล็ดปลา และเกล็ดปลาก็จะถูกนำไปเป็นขยะที่ต้องเป็นขยะฝังกลบ เขาก็เลยพยายามหาทางว่าจะทำยังไงให้ลดสิ่งเหล่านี้ได้ แต่สิ่งที่มีมันแฝงอยู่ในนั้นเป็นสิ่งที่คือคือเกล็ดปลา มันมีคอลลาเจน เขาก็เลยเอาเกล็ดปลาที่มันเป็นขยะแล้ว เอาไปสกัดเป็นสาร แล้วเอาสารตัวนี้มาใช้ในกระบวนการผลิตเส้นใย ซึ่งสิ่งที่ได้มาคือทำให้ผ้ามันนุ่มมาก นุ่มมาก ซึ่งเราก็เลือกใช้ตัวผ้ามันมาทำชุดชั้นใน ถ้ามีโอกาสลองไปสัมผัสดูมันจะนุ่มมาก แต่มันจะไม่มึนกลิ่นคาว ซึ่งผ่านกระบวนการเรียบร้อยแล้ว แต่เราแค่เอาจุดแข็งของมันที่มันเป็นตัว Filagen เอามาใช้ประโยชน์ ก็เป็นอีกหนึ่ง Collection ที่เราทำในส่วนของ Sustainable

อันนี้ก็ เป็นภาพโดยรวมของ Sabina ที่ทำตั้งแต่ ปี 2021 ก็ทำยาวมาเรื่อย ๆ ค่อยๆ เริ่มต้นจากปีแรกก็ไม่มีอะไร เราก็เริ่ม จากสิ่งที่ใกล้ตัวที่สุดก็คือ เราจะทำยังไงให้ลดจำนวนขยะ เราก็เลยเริ่ม Implement ในการทำ Price Tag ที่ติดกับตัวสินค้า โดย จำกัดมันว่าไม่ควรเกิน 3 ชั้น แล้วก็ตัวกระดาษที่ใช้ทำ Price Tag ก็ใช้กระดาษ FSC ซึ่งเป็นกระดาษที่ถูก certified แล้วว่าเขา ตัดต้นไม้ 1 ต้นเขาปลูกคืน 4 ต้น ภาพเหล่านี้มันจะเป็นการที่เราแสดงจุดยืนของเราว่าเราตั้งใจจะช่วยเรื่องสิ่งแวดล้อม และภาพ ของปีถัดมา เราก็เริ่มมีการทำ Sustainable Product 3.8% ขึ้นมา เราเริ่มเปลี่ยน Packaging ทั้งหมดของเรา ไม่ว่าจะเป็น กระดาษ ถุงพลาสติก ต่างๆ ที่ใช้ในร้านค้า หรือว่าจะซื้อของผ่านออนไลน์ของ Sabina ก็แล้วแต่ ทุกอย่างที่เป็น packaging ของ เราที่ส่งไปเป็น eco-friendly แล้วทั้งหมด แล้วก็สิ่งที่สุดท้ายที่เราทำก็คือเรื่องของซัพพลายเออร์ คือซัพพลายเออร์ที่เราเห็นพนักงานใส่ สีม่วง และพนักงานตามหน้าร้านที่เป็นพนักงานขายของเราทั้งหมด คือซัพพลายเออร์ที่มาจากการรีไซเคิลขวดน้ำ ซึ่งเป็นสิ่งที่เราได้ ช่วยจากการใช้ภายในของเราด้วย และตัวอย่างภาพของ Packaging ต่าง ๆ เราได้เปลี่ยนแล้ว และเป็น eco-friendly ทั้งหมด

อันนี้เป็นคลิปกิจกรรม ซึ่งเราทำต่อเนื่องมา ก็เป็นเวลาเกือบ 20 ปีแล้วที่เราทำ อันนี้ก็จะ เป็น SEWING CUP SEWING HEART เรื่องการทำदानมเทียม ซึ่งเราก็เป็นผู้นำและเราก็เป็นหนึ่งในการทำเรื่องนี้ ภาพของที่เราทำ ก็มีทั้งกลุ่มลูกค้าหรือว่าคนที่ สนใจในการมาเป็นจิตอาสาในการช่วยเย็บदानม หรือเราอาจจะเป็นคนที่ยื่นมือช่วยเหลือได้ ถ้าหรือเรามีคนรู้จักหรือมีเพื่อนที่เป็น มะเร็งदानม เราสามารถมาขอदानมเทียมกับทาง Sabina เพื่อส่งไปให้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เราไม่ได้มีค่าใช้จ่าย เราทำแบบเป็น ESG เป็นโครงการ CSR ของเราเอง เราทำตลอดทั้งปีไม่ได้ทำเฉพาะเดือน 10 ที่เป็นเดือนมะเร็งदानม ก็เป็นกิจกรรมที่ถือว่า ได้ ประโยชน์มากๆ แล้วก็ก็มีเครือข่ายที่แข็งแรงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นองค์กรต่าง ๆ ที่มีส่วนในการรับदानมเทียมแล้วไปกระจายให้กับคน ที่เขาจำเป็นต้องใช้จริง ๆ แล้วก็ก็มีคนที่เข้ามาช่วยกิจกรรมในการช่วยเย็บ อันนี้ก็จะ เป็นเครือข่ายต่าง ๆ กลุ่มโรงพยาบาลต่าง ๆ คือ เขาจะช่วยเหลือเป็นจุดในการที่จะกระจายให้กับผู้ป่วยได้ เวลาที่เขาต้องการเขาจะแจ้งติดต่อมาที่เรา และเราก็จะส่งไปที่เขาไว้ หลังจากนั้น ทางพยาบาลเองก็จะเป็นคนแจกจ่ายให้กับผู้ป่วยที่มีความจำเป็นต้องใช้ ภาพด้านล่างส่วนมากจะเป็นกลุ่มที่เป็นจิตอาสา ที่ ทำอยู่ภายในองค์กรก็สามารถที่จะติดต่อเข้ามาที่ Sabina ก็แจ้งเข้ามาทางอีเมล csr@sabina.co.th ผู้ร่วมกิจกรรมเราก็จะส่ง อุปกรณ์ทั้งหมดให้ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเช่นกันแล้วก็ทำกิจกรรมกันภายในบริษัท ถ้าทำเสร็จแล้วและอยากที่จะเอาไปบริจาคเอง หรือว่ามีผู้ป่วยที่อยู่ใกล้อยู่ในระแวกเดียวกันก็สามารถทำได้เลย แต่ถ้าไม่สะดวกในการนำไปแจกจ่ายผู้ป่วยก็สามารถส่งกลับคืน มาที่ Sabina เราก็จะเป็น ตัวกลางในการช่วยกระจายสิ่งเหล่านี้ให้

และเป็น โครงการที่เพิ่งเริ่มขึ้นมา 3 ปี ก็หลังจากที่เราทำदानมเทียมมาเกือบ 20 ปี เราเห็นว่าปริมาณของการทำदानม เราเห็นว่ามีความต้องการเยอะมาก ปีเดียวเราทำประมาณ 30,000 กว่าตัว แล้วใน 30,000 กว่าตัว ไม่เพียงพอแจก มีคนที่มีความ ต้องการมากขึ้น ซึ่งทำให้เรารู้สึกว่าคนรู้ตัวซ้ำในการที่รู้ว่าตัวเองเป็นมะเร็งदानม ทำให้จำเป็นต้องตัดदानมทิ้งทั้งตัว ซึ่งใน ปัจจุบันวิวัฒนาการดีขึ้น ถ้าเราพบมะเร็งदानมก่อนเราสามารถตัดเฉพาะบางส่วน เราก็เลยเกิดไอเดียโดยร่วมกับทางเอเจนซี่ และ เราก็ร่วมกับทางฉันทรักษ์ ขณะที่เขาเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านนี้กับคุณหมอเพื่อออกแบบดีไซน์ในส่วนของการทำตัว Simulation Plate หรือ เรียกว่าแผ่นจำลองในการสอนตรวจदानมด้วยตัวเอง อันนี้เราทำออกมาไม่ได้ ขาย เราก็ทำเพื่อที่จะเป็นสื่อการ สอน โดยมากก็จะมีคนมาขอก็จะเป็นสถาบันการเรียนบ้าง แต่ส่วนมากจะเป็นพยาบาลที่เขาจะออกทริปเพื่อเขาจะสอนพวก อสม. ต่าง ๆ ก็เอาเข้าไปในรอกัญญาเพื่อสอนคนให้รู้จักตรวจदानมด้วยตัวเอง ก็ถือว่าประสบความสำเร็จ ซึ่งการที่เราทำมา 2-3 ปี เราก็ คาดหวังว่าเมื่อคนรู้จักวิธีการตรวจदानมด้วยตัวเอง มันก็อาจจะทำให้ลดโอกาสของคนที่จะต้องสูญเสียदानมไป ตัวนี้เราจด สิทธิบัตรไว้ด้วย และที่ผ่านมาก็เริ่มมีลูกค้าในต่างประเทศที่รู้ว่าเรามีโครงการนี้ แล้วอยากที่จะไปต่อยอดเพื่อกระจายในยุโรปใน ที่อื่นๆ ตอนนี้กำลังศึกษาอยู่ ก็ถือว่าเป็นการรวมตัวกันแล้วก็กระจายสิ่งดีๆ ทำเพื่อสังคม

อันนี้เป็นโครงการอีกโครงการหนึ่งที่เราทำเป็นโครงการหลัก โครงการหลักของ Sabina จะมี 2 เรื่องคือ เรื่องदानม เทียม และเรื่องของโครงการที่เรียกว่า New Life Bra Cycle หรือเรียกว่า “โล๊ะแล้วไปไหน” เพราะว่าชุดชั้นในของเราผลิตมา

มันก็คือมาจาก Textile มันคืออะไรที่ย่อยสลายไม่ได้ แล้วมันใช้เวลาในการย่อยสลายนานมาก เราก็เลยมองว่ายิ่งเรามียอดขายสูงเท่าไรมันแปลว่าเรากำลังสร้างภาระให้กับสังคมมากขึ้นเท่านั้น เราก็เลยอยากหาโครงการเพื่อเอามาต่อ ยอดแล้วเราต้องมาลดทอนภาระของขยะที่เกิดขึ้นใน โลกนี้จากการขายของเราไป ก็เลยเกิดโครงการนี้ที่เราทำร่วมกับ INSEE ECOCYCLE ก็เป็น การที่ชุดชั้นในที่เราไม่ใช้แล้ว เสียแล้ว หรือว่าเราจะไม่ต้องการแล้ว หากไม่สามารถให้ใครได้แล้ว แทนที่คุณจะทิ้งหรือเก็บไว้เฉยๆ เอามาให้เรามัดใส่ห่อให้เรียบร้อย เราจะไม่มี unpack แล้ว พอมาถึงก็มา Drop ไว้ที่เรา ตามร้านค้าของเราก็ได้ หรือส่งตรง มาที่ Sabina ก็ได้ เราจะรวบรวมทั้งหมดแล้วก็ส่งต่อให้กับ INSEE ECOCYCLE เพื่อนำชุดชั้นในเหล่านี้ไปใช้ทดแทนถ่านหิน เพื่อสร้างพลังงานสะอาด แล้วเราก็จะลดการใช้พลังงานฟอสซิล ซึ่งเป็นพลังงานที่อาจจะทำให้เกิดภาวะในสิ่งแวดล้อมต่างๆ กระบวนการต่างๆที่ใช้เผาที่เป็นกระบวนการปิด ซึ่งมั่นใจได้ว่าไม่เกิดมลพิษออกมา ก็เราทำเป็นปีที่ 2 - 3 แล้ว ปริมาณในการ ช่วยอย่างน้อยที่สุดก็ได้ช่วยลดปริมาณขยะลง แล้วก็ลดปริมาณความต้องการในการใช้พลังงานที่เป็นถ่านหินที่ทำให้เกิดพลังงาน และหันมาใช้ตัวนี้แทน ซึ่งปีที่แล้วทั้งปี เราช่วยลดขยะจากชุดชั้นในไปได้ 15 ตัน เราไม่ได้โฆษณาอะไร แต่เกิดจากคนที่รู้แล้วก็ บอกกันปากต่อปาก แล้วเป็นกิจกรรมที่แต่ละบริษัทสามารถที่จะติดต่อมาร่วมทำกิจกรรมกับเราได้ เอกล่องไปตั้งแล้วแต่ละ บริษัทก็ทำกิจกรรมภายในเพื่อให้พนักงานเอาชุดชั้นใน ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชายก็ได้ หรือเด็กก็ได้รวบรวมมา โละกับเรา เรา ก็จะเป็นตัวกลางในการส่งไปเพื่อใช้เป็นพลังงานสะอาดแทน เราก็สามารถลดคาร์บอน ไดออกไซด์ได้ 24,612 Kg.CO ก็ถือว่าไม่ น้อย

อันนี้ก็เป็นภาพของ Direction ในปีนี้ สิ่งที่เราจะต้องมีจุดหมายก่อนว่า สิ่งที่เราจะทำคืออะไร เป้าหมายของเราคือ เราต้องการสร้างยอดขายอย่างยั่งยืน เราไม่ได้อยากที่จะมียอดขายสูงแค่ครั้งเดียวหรือปีเดียว แต่เราอยากให้มี Maintain ให้ดี อย่างนี้ตลอดไป แล้วหลักการเราจะทำอย่างไรให้ Direction อื่นๆของเราเอง มีภาพของ Direction ที่เราจะทำ เราก็มองว่าเราอยาก ที่จะคงความเป็นแบรนด์ของเราในการเป็น PREMIUM MASS เราอยากจะทำพรีเมียมทั้ง Products และ Service ซึ่งเป็นเป้าหมาย ที่เรากำลังพัฒนาและปรับปรุงกันอยู่ ทางด้านสินค้าและบริการ MASS ก็คือเราต้องการให้คนเข้าถึงได้ง่ายๆ เราไม่ได้ต้องการ เป็นพรีเมียมที่มีเฉพาะคนบางกลุ่มที่ใช้ได้ แต่เราต้องการให้มัน MASS ด้วย อันนี้ก็เป็นเป้าหมายที่เป็นแบรนด์ Direction ของเรา

อันนี้ก็จะคงอยู่ใน DNA ของเรา ในเรื่องของ Sustainability Better Life และก็จะใช้ New Innovation ในการทำงาน ก็ยัง ร้อยเรียงในการทำทุก ๆ กิจกรรมของเรา ให้สอดคล้องกับ 3 เรื่องนี้

อันนี้ก็จะคงเป็นภาพของ NON-INNERWEAR การที่เราทำ NON-INNERWEAR ขึ้นมา ทำให้ภาพของการเติบโตเรา ก่อนข้างดี ในปีที่แล้วถ้าเทียบกับปี 2023 กลุ่ม NON-INNERWEAR เรามียอดขายโตขึ้นหนึ่งเท่าตัว ซึ่งถือว่าเกินความคาดหมาย ที่เราคาดเอาไว้ ก็แสดงว่าตลาดยอมรับและตอบรับในภาพของเรา ในไตรมาส 1 ปีนี้ ถ้าเรารวบรวมมาเฉพาะ 3 เดือนแรก เป้าหมายในการเติบโตของเราในปีนี้ทั้งปี เราตั้งไว้ 25 % ที่จะต้องเติบโตขึ้น เพราะปีที่แล้วเราโตขึ้นมาหนึ่งเท่าตัว คือ 100 % ในปีนี้ เราคิดว่าเราจะต้องไม่น้อยกว่า 25 % ใน Q1 ที่ผ่านมา เรา ACHIEVE ไปแล้ว 49 % ก็คือบวกไปแล้ว 28 % มันจะมี Collection ทำให้ดูว่าเกิดอะไรขึ้นในไตรมาส 1 ถ้าเป็นแฟนพันธุ์แท้ของ Sabina จะทราบว่าในไตรมาส 1 เรามี Collection อะไรที่ดูฮือฮา

Collection นี้ต้องเรียกได้ว่า พลังน้อยหมี่ พลังมีหมี่ มันมีจริงๆ ก็คือภาพของการทำในไตรมาส 1 สิ้นเดือน 1 และเรา ก็ออก Drop ที่ 2 ในปลายเดือน 3 ซึ่งเป็น surprise drop ก็ถือว่าได้รับกระแสตอบรับดีมาก ซึ่งดีมากว่าทุกคอลเลกชันที่เราเคย ทำกับต่างประเทศด้วยซ้ำ ซึ่งอันนี้เป็นพลังของความ primness ที่เราอยากทำด้วยก็คือเราดึงความเป็นแบรนด์ไทยขึ้นมา จับมือ กันทำแล้วถือว่าประสบความสำเร็จมาก ในส่วนของการทำ BUTTERBEAR ซึ่งเราไม่ได้ทำแค่คอลเลกชันอย่างเดียว เราทำเป็น ซีรีส์ออกมาเพื่อให้นักเก็บ เรามีการ decorate shop ของเราที่สยามซอย 2 ก็กลายเป็นจุดนัดพบของชาวจีน ตอนนี้เราจะ พบว่าคนจีนไปที่ shop สยามซอย 2 ของเราก่อนข้างเยอะ เพื่อไปถ่ายรูป เพื่อไปโพสต์ตริ่มมิ่งในการขายสินค้ากลับไปให้กับ

เพื่อนๆที่ประเทศจีน ซึ่งก็เป็นโอกาสแบบใหม่ที่เราจะต้องเปิดช่องทางการขายใหม่ๆแบบนี้ และก็มีออก Drop พิเศษที่ออกตอนก่อนสงกรานต์ จะเป็นน้องหมิทานทุเรียนกับน้องหมิน้ำสงกรานต์ ก็จะเป็น Drop เล็กๆที่ออกมา ก็สร้างกระแส ฮือฮาได้พอสมควรเลย เราจะสังเกตว่านายแบบเราไม่ได้มีแต่ผู้หญิง เราทั้งมีผู้หญิงและผู้ชาย เพราะสินค้ากลุ่มพวกนี้เป็น Unisex เพราะฉะนั้นคุณผู้ชายที่เป็นมัมมี่ไม่ได้มีแต่ผู้หญิง จึงสามารถที่จะไปลองเลือกซื้อกันได้ สินค้าจะเป็นสินค้าใส่สบายๆ เป็นตัว Sleepwear เป็นกางเกงขาสั้น ซึ่งใส่สบายๆ แล้วก็เป็นที่ฮิต เรามีจุดจัดรายการต่างๆ และมีจุดจัดรายการอยู่ที่เอ็มสเฟียร์ด้วย ถ้าเกิดใครแวะไปหาน้องหมิ ก็สามารถลองแวะถ่ายรูปกับจุดจัดรายการ Sabina ได้ด้วย

ใน Q2 ลองบอกนิดนึงว่ามีอะไรเกิดขึ้น Q2 บ้าง พอเปิดมาเดือนเมษายนก็เริ่มที่ตัว Back To School ซึ่งเราก็มีสินค้ากลุ่มนี้ที่เรา Launch มาในส่วนของ Back To School แล้วก็มีการทำกิจกรรมกับโรงเรียนนักเรียนเด็กๆในโรงเรียน เพื่อให้ความรู้ในการใส่ชุดชั้นในตัวแรก ก็เป็นกิจกรรมที่เราทำอย่างต่อเนื่องทุกปี

ถัดมาก็จะเป็นในส่วนของ ZERO CUP อันนี้เอามาให้ดูเพราะว่าอยากจะบอกว่าเราเคยมีบอกว่าเราไม่ได้ทำสินค้าที่เป็น MASS แบบว่าสินค้าหนึ่งตัวทุกคนใส่ได้ แต่สิ่งที่เป็นเป้าหมายหลักของเราคือเราอยากทำอะไรที่มันเป็น Personalized ก็คือเจาะกลุ่มคน ซึ่งตัว ZERO CUP เราก็เจาะกลุ่มคนที่ต้องการให้หน้าอกเล็ก เป็นใครก็ได้ที่ใส่เสื้อในแล้วเขาไม่อยากจะให้หน้าอกใหญ่ ซึ่งจริงๆเราเป็นผู้นำด้านหน้าอกใหญ่ใครอยากหน้าอกใหญ่ต้องนึกถึง Sabina แต่ในขณะที่เราทำให้ออกใหญ่ได้แล้วทำให้ออกเล็กได้เช่นกัน อันนี้ก็เป็นกลุ่มที่เดิมที่เราเป็น niche market เราก็เลยขายเฉพาะออนไลน์ แต่ว่าด้วยกระแสเรียกร้องที่เกินความคาดหมายของเราเช่นกัน ตอนที่เรา Launch ออกมาเป็นออนไลน์อย่างเดียว ปรากฏว่าความต้องการในตลาดสูงมาก ในปัจจุบันเราก็เริ่มมีการเพิ่มจุดขายตามแต่ละภาค ก็มีขายประมาณ 10 กว่าจุดขายที่เป็นจุดขายออฟไลน์ ที่เริ่มขายตัวนี้ถือว่าประสบความสำเร็จมาก ตอนนี้เราก็มีสินค้าเติมเต็มให้ทุกเดือน

อันนี้ก็พิเศษเฉพาะกลุ่มเช่นกัน ก็คือหน้าอกเต่งแล้วกันก็เต่งได้ด้วย ก็ออกมาพร้อม ๆ กับหมุดเต่งตอนช่วงดึกๆ ก็คือเป็นเรื่องของการใส่ชุด ซึ่งตัวกางเกงคุณผู้ชายอาจจะไม่ค่อยเข้าใจ แต่ว่าการที่เรามีกันเราจะใส่เสื้อผ้าสวยขึ้นเยอะ สำหรับผู้หญิงมันก็ทำให้เกิดความมั่นใจขึ้น อันนี้ก็จะเป็นอย่างอื่นที่เราร่วมเติมเต็ม สำหรับคุณผู้หญิงที่อาจจะไม่มีกัน

อันนี้ก็เป็นอีกกลุ่มที่เป็นเฉพาะเจาะจงเช่นกัน เรียกว่า Skin Bra ก็จะจับกลุ่มสำหรับคนที่อาจจะไม่ได้ชอบใส่ชุดชั้นในถือเป็นกลุ่มที่อาจจะนิยมโนบาร์ หรือว่าจะใส่เสื้อ outerwear ที่เปิดหลัง แล้วก็ไม่ต้องสวมใส่เสื้อที่มีสาย ตัว Skin Bra ก็จะเป็นตัวเข้ามาเติมในจุดนี้ได้ แล้วตัว Skin Bra เราลงน้ำได้ สามารถใส่ลงน้ำไม่หลุดก็จะเป็นตัวที่เข้ามาเติมเต็มให้กับสาวยุคใหม่นี้ให้แต่งตัวสนุกขึ้น

อันนี้ล่าสุดของเราเลย เราก็เริ่มเปิดช่องทางใหม่ เรียกว่า On Demand Channel ก็คือคิดว่าทุกคนน่าจะรู้จัก line man และโทรศัพท์เกือบทุกคนก็น่าจะสามารถคลิกและลอง search Sabina ใน line man ดูได้ ตอนนี้เราบริการแล้วใน line man เราก็สามารถสั่งซื้อได้ โดยที่เราที่ select สินค้าที่เหมาะสมกับการ ที่จะต้องสั่งแบบ On Demand ได้ ก็ได้รับการตอบรับที่ดี เรา ยังไม่ได้โปรโมทเลย เราเพิ่งเปิดไปเริ่มมียอดขายกลับเข้ามาแล้ว และจะมีคอลเลกชันใหม่ ๆ ที่เราจะให้ลอง search ดู สำหรับคนที่อาจจะอยากได้คอลเลกชันใหม่ แต่ไม่สะดวกที่จะต้องไปที่ร้านเพื่อแข่งกับใคร ก็กดทาง line man ได้เลยเช่นกัน

อันนี้ก็เป็นภาพของ International ของเรา ก็จาก LOCAL สู่อินTERNATIONAL ภาพ Update ของเรา กว้าง ๆ เลย ซึ่งนอกจากประเทศไทย ก็มีประมาณร้อยกว่าเคาน์เตอร์แล้ว แต่ว่าภาพที่คนสนใจก็จะเป็นฟิลิปปินส์ เพราะฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่เรา Acquired มาแล้ว จะเป็นภาพของฟิลิปปินส์ Update ให้ฟัง ก็คือประชากรของฟิลิปปินส์ แค่ประชากรที่เป็นผู้หญิงมีประมาณ 58 ล้านคน ซึ่งเกือบเท่าประชากรในเมืองไทยรวมทั้งผู้หญิงและผู้ชาย แปลว่าถ้าเราตีตลาดฟิลิปปินส์ได้เท่ากับเราตีตลาดเมืองไทย ถ้าเรามีประเทศไทย 2 ประเทศ ยอดจะเพิ่มขึ้นมาทันที เพราะฉะนั้นโอกาสในฟิลิปปินส์ยังมีมาก แต่ตอนนี้เรายังเล็กมากในฟิลิปปินส์ เรากำลังจะเติบโต สิ่งที่น่าสนใจคืออายุเฉลี่ยของเขายังเฉลี่ยต่ำกว่า 30 ก่อนข้างเยอะ เพราะฉะนั้นกลุ่มของเขา

ยังอีกไกลมาก และยังไม่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ กลุ่มคนที่เป็นวัยรุ่นและก็เป็นวัยทำงานปริมาณค่อนข้างเยอะ เพราะฉะนั้น processing power ของเขามันกำลังเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งภาพของเขากลับกันกับประเทศไทย ก็ถือว่าเป็น new hope ของเรา ในการที่จะเติบโตที่ฟิลิปปินส์

อันนี้ก็จะเป็นภาพโดยรวมในปีที่แล้ว ถ้าจะมองว่าเป็น new hope แล้วทำไมปีที่แล้วยอดขายถึงย่ำแย่ ซึ่งบางเรื่องเราก็คควบคุมไม่ได้ ในปีที่แล้วตอนต้นปีเราถูกลดจำนวนเคาน์เตอร์ลง โดยในฟิลิปปินส์จะมี chain ใหญ่ ๆ อยู่ไม่กี่ chain เอง ด้วยการปรับโครงสร้างอะไรก็แล้วแต่ มันทำให้สโตร์ที่เป็น Top 10 ของเราถูกลดออก เหตุผลอาจจะมาจากหลาย ๆ เหตุผล ซึ่งเขาอาจจะต้องการ International Brand เพียงไม่กี่ International Brand หลังจากนั้นเราก็พยายามคุยต่อผู้จกตอนนีเราได้กลับมาแล้ว เราทยอยที่จะกลับไปเปิดในร้านค้าที่เราถูกลดออกมาประมาณ 8 ร้านค้า ก็ตอนนี้เริ่มกลับเข้าไป ซึ่งในปีนีเราเชื่อว่าการเติบโตจะต้องเกิดขึ้นแล้วคาดว่าจะโตประมาณ 20 % ในปีนี้

อันนี้ก็จะเป็นภาพโดยรวม Overall Offline ประมาณ 87 % Online อยู่ที่ 13 % ของเขายัง Format ไม่หลากหลาย มีแค่รูปแบบที่เป็น Department Store อย่างเดียว ยังไม่มี Own Store ที่ฟิลิปปินส์เลย ซึ่ง Pop-Up Store ที่เป็นจุดจัดรายการที่ Sabina มีความแข็งแรงในเรื่องนี้มาก เพิ่งเริ่มต้นทำที่ฟิลิปปินส์ ดังนั้นก็ยังมีโอกาสอีกเยอะ จำนวนสโตร์เมื่อสิ้นปี 2024 เรามีสโตร์ทั้งหมด 49 สโตร์ ในปี 2024 เราบอกเราโดนลด แต่ทำไมสโตร์เราเพิ่ม เราโดนลดสโตร์ใหญ่ แต่ในขณะเดียวกันสิ่งที่ทดแทนมหาเราคือสโตร์เล็ก ซึ่งทดแทนในเชิงยอดขายไม่ได้ แต่เราเอาหมด เพราะว่าใน 30 - 40 สโตร์เองเรายังมีโอกาสในการเพิ่มเติม หรือว่าสร้าง awareness เพิ่มขึ้นอยู่แล้ว และในปีนีเราคาดว่าจนจบปี 2025 เราน่าจะมีจำนวนประมาณ 70 สโตร์ ซึ่งก็ยังเป็นสัดส่วนที่น้อยอยู่ดี แต่ก็ยังมองว่ามีโอกาสเติบโตขึ้นอีกเยอะ

อันนี้ภาพเทียบให้ดู ปี 2023 กับ ปี 2024 สัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งก็เป็นสัดส่วนของออนไลน์ เพราะว่าทางเราเพิ่งจะไป take action ในการที่จะหิบบตัวออนไลน์ขึ้นมา แล้วก็ implement ผ่านประเทศไทยไปเมื่อกกลางปีที่แล้ว ซึ่งก็เริ่มเห็นสัดส่วนการเติบโตที่ค่อนข้างดี

อันนี้ก็เป็นสิ่ง achievement ที่เราทำไปในปีที่แล้วที่ฟิลิปปินส์หลายคนอยากจะรู้จัก Sabina ในฟิลิปปินส์ ปีที่แล้วสิ่งแรกที่เราก็คือ achievement ของเราก็คือ เราเริ่มมีตัวตนในการที่จะเข้าไปอยู่ในห้าง SM ซึ่งเดิมทีที่บอกว่าตอนต้นปีเราถูกลดออก คือถูกลดออกจากซีรีส์ที่เป็น SM Premier Stores ทั้งหมด แต่ achievement ของเราในปีที่แล้วก็คือสิ้นปีนีเราได้ครองเขาเรียบร้อย และตอนนี้เราได้กลับเข้าไปอยู่ใน SM Premier Store แล้ว และกำลังทยอยเปิดอยู่ ซึ่งถือว่าเป็นจุดที่เปลี่ยนสำคัญในการพลิกตัวเรา อันที่ 2 ก็คือเราเริ่มมี Recorded ของยอดขายสโตร์ที่เกิน 1 ล้านเปโซ ยอดขายเดิมทีของเราในเคาน์เตอร์ต่อเดือนยอดขายไม่เคย reached 1 ล้านเปโซ ในปีที่แล้วมี 2 สโตร์ในเดือนธันวาคมช่วงคริสต์มาสที่เราทำ New High ได้เกินหนึ่ง 1 ล้านเปโซ ถือเป็น achievement ที่น่าสนใจ ถัดมาก็คือเรา achieved 100 ล้านเปโซ ยอดขายในประเทศฟิลิปปินส์ในปีที่แล้ว ในขณะที่เราถูกลดร้านค้าออกด้วยซ้ำ ก็ถือเป็น achievement ของเรา และ Recorded สูงที่สุดก็คือเรื่องของออนไลน์ปีที่แล้วเราก็อทำ New High แตะที่ 10 ล้านเปโซแล้ว อันนี้ก็จะเป็น achievement milestone ที่เราสำเร็จไปในปีที่แล้ว

อันนี้ก็เป็นภาพของ 3 - 5 ปี ที่เราวางแผนกันไว้ ซึ่งในช่วง 3 ปี สิ่งที่เกิดขึ้นก็จะเป็นเรื่องของการทำงานในประเทศไทยเป็น ส่วนมาก คือเรื่องของ product personalization ที่เล่าให้ฟังไป 2 - 3 ตัวอย่างเมื่อสักครู่ ตัวนี้เราก็เชื่อว่าเรายังมีอีกที่จะ Launch ออกมาให้กับลูกค้าในแต่ละกลุ่ม แล้วก็เราจะมี Sustainable Product ไม่น้อยกว่า 10 % ในปี 2025 การทำ Store Optimization โดยที่เราเอา Lean Concept ซึ่งเดิมทีเราทำแต่ในภาคผลิต เอามาใช้ในเรื่องของการ allocate สินค้าและเซอร์วิสต่างๆในประเทศไทย ซึ่งเริ่มต้นทำแล้ว และทำ Seamless Customer Experience ในทุก ๆ แพลตฟอร์มเพื่อให้ลูกค้าสามารถที่จะเลือกซื้อได้ตามที่ลูกค้าต้องการตามช่องทางที่ลูกค้าสะดวกซึ่งเราก็อทำอยู่ แล้วก็สุดท้ายเราจะใช้เทคโนโลยีต่างๆ ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยในเรื่องของการทำอย่างไรให้เพิ่มประสิทธิภาพ และก็ช่วย Optimization Cost ได้ ถ้ามีโอกาสก็เชิญลองไปดูโรงงานของ

เราที่พุทธมณฑล สาย 5 ก็จะให้เห็นก้าวของการเปลี่ยนแปลงของเราที่ได้ทำไปแล้วในปีที่แล้ว ในส่วนของ Long-Term ก็จะเป็น เรื่องการ Scale ไปในต่างประเทศแล้วก็มีการใช้ส่วนเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาปิด Gap ต่างๆ

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ได้รายงาน นโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และพัฒนาการในปีที่ผ่านมา

สำหรับเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในองค์กรนั้น บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญและยังดำเนินกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับ CAC อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2567 บริษัทฯ ได้ผ่านการรับรองการต่ออายุสมาชิก CAC เป็นครั้งที่ 3 จึงนับเป็นปีที่ 13 ของการเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

โดยตลอดทั้งปี บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมเพื่อร่วมประชาสัมพันธ์โครงการของ CAC ให้กับลูกค้าของบริษัทถึง 3 กิจกรรม และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ซึ่งส่งผลให้ในปีนี้ บริษัทฯ ได้รับรางวัล CAC Change Agent Award ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ซึ่งเป็นรางวัลที่ได้จากการที่บริษัทฯ ได้มีส่วนร่วมในการขยายแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย โดยการประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนให้ลูกค้าของบริษัทฯ เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์เพื่อเป็นสมาชิกของ CAC ได้ถึง 10 บริษัท ซึ่งจากกิจกรรมดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ รักษาสถานะการเป็นสมาชิกแนวร่วมของ CAC ระดับ 3 ดาว (Change Agent) มาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้กิจกรรมรณรงค์ No Gift Policy ในช่วงต้นเดือนธันวาคม บริษัทฯ มีการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ขอความร่วมมือ งดการให้และรับของขวัญทุกประเภทในทุกโอกาส (No Gift Policy) ให้กับบริษัทลูกค้า รวมถึงการประชาสัมพันธ์ ให้กับกรรมการบริหาร กรรมการบริษัทฯ และบริษัทย่อย ผู้บริหารทุกระดับ และพนักงานทุกคน ให้รับทราบและปฏิบัติตาม เพื่อให้บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีจรรยาบรรณและความโปร่งใส

ปัจจุบันบริษัทฯ บริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อม มีช่องทางการแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนทั้งหมด 5 ช่องทางด้วยกัน ได้แก่ การส่งจดหมาย, E-mail, ให้โทรศัพท์, ช่องทางการร้องเรียนบน Website ของบริษัท และ Line@Sabina Audit 191 ซึ่งเป็นช่องทางที่สะดวก พนักงานเข้าถึงได้ง่าย และยังสามารถใช้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท โดยมีทีมตรวจสอบภายในคอยดูแลและรับข้อร้องเรียนในทุกช่องทาง

ทั้งนี้ในปีต่อไปบริษัทฯ จะยังคงให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยการประชาสัมพันธ์ความสำคัญของนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ให้แก่ผู้บริหารทุกระดับ และพนักงานทุกคน โดยมี การวัดผลความรู้ความเข้าใจอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้มั่นใจว่านโยบายฯ ดังกล่าว ได้สื่อสารไปถึงพนักงานทุกคนอย่างแท้จริง

เนื่องจากวาระนี้เป็นวาระแจ้งเพื่อทราบ จึงไม่ต้องขอมติจากที่ประชุม คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้สอบถามว่ามีผู้ถือหุ้นท่านใดมีข้อซักถามหรือไม่

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า ในฟิลิปปินส์ที่มีทั้ง Online และ Offline ยอดขายจะอยู่ในส่วนจากทั้ง 3 ส่วนของ NSR Online, TV Catalogue, New Business

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า อยู่ใน New Business ค่ะ

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า ฟิลิปปินส์มีส่วนรายได้อยู่ประมาณ 3% จาก 100% ของ NSR ใช่ไหมครับ

คุณบุญชัย ปันทุรอำพร ประธานคณะกรรมการบริหาร

ตอบว่า ถ้าเฉพาะฟิลิปปินส์มีส่วนอยู่ประมาณ 2% ของ NSR

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า สรุปลงอยู่ใน New Business 41% นี้ใช่ใหมครับ

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า ใช่ค่ะ

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า ในฟิลิปปินส์จะมีห้างเยอะ อยากทราบว่ากลยุทธ์ที่เราเลือกห้าง เราเริ่มจากในเมืองขายออกไป หรือว่าเริ่มจากต่างจังหวัด หรือว่า Focus ที่ Manila ก่อน

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า เราเริ่มจาก Urbanization คือถ้าเราดูแผนที่ของฟิลิปปินส์ มี 3 เกาะหลักๆ จะมีเกาะบน เกาะกลาง และเกาะล่าง ซึ่งแต่ละเกาะก็จะมีเมืองหลวงหลักของเขา เดิมที่เราอยู่ใน Manila เยอะมาก เราอยู่ในต่างจังหวัดน้อย แต่ในปีที่เราไม่ได้เลือกที่เราจะต้องอยู่แค่ใน Manila แต่เราพยายามเลือกหัวเมืองใหญ่ จะเรียกว่า Urbanization City เกาะตรงกลางเรียกว่า Visayas เกาะล่างเรียกว่า Mindanao คือเขาคาดการณ์กันว่าตอนนี้ภาพรวมของบริษัทประเทศ ถัดไปน่าจะอยู่ที่ Mindanao เพราะฉะนั้นความเจริญต่างๆเลยลงมาอยู่ที่เกาะใต้เยอะ ซึ่งเราเองก็เริ่มเล็งเห็นตรงจุดนี้ แล้วถ้าเรามองยอดขายเวลาเราดู Top ร้านค้าของยอดขาย Top ร้านค้าส่วนมากยังอยู่ใน Manila จริงแต่ว่า 1 ใน 10 ร้านค้าที่ขายดีที่สุดของเรามี 2-3 ร้านค้ามาจาก Mindanao ซึ่งจริงๆแล้ว Mindanao มันอยู่ใกล้กับ โดนิเซียมากเลย ภาคของเหนือกับใต้เลยเหมือนเป็นคนละประเทศ เรื่องของไซตส์การใส่เรื่องของอะไรต่างๆมันแตกต่างกันเพราะประเทศมันยาว มันเหมือนหลายๆประเทศ ซึ่งถ้าเราไม่ได้คิดมาก ไม่ได้บริหารแบบประเทศเดียวเราก็แยกการบริหารเหมือนเป็น 3 ส่วน อย่างนี้ก็จะมีโอกาสที่แตกต่างกันค่ะ

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า แสดงว่าเราทำทั้งในเมืองหลวงและต่างจังหวัดไปพร้อมๆกันใช่ใหม

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า ใช่ค่ะ แต่ว่าเลือกเมืองหลวงของแต่ละ Area จะเรียกว่า Urbanization ก็คือ metro อย่างเกาะข้างบนก็มี metro manila ใช่ไหม ข้างล่างเขาก็มี metro cebu เขาก็มี metro นะคะ เขาเองมีหลายนคร เราจะพยายามจับสิ่งเหล่านี้

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า เราเริ่มจากห้าง SM ใช่ใหมครับ

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า SM เป็นห้างที่เราอยู่เยอะที่สุด คือก็ต้องบอกว่าเขาเป็นเซนที่ใหญ่ที่สุด แล้วก็สะดวกที่สุด เพราะว่าฟิลิปปินส์ Challenge ที่สุดคือการขนส่ง แต่ SM เขา Combine ตัวเองว่ามี Logistics Service อันนั้นคือภาพของเขาในการบริหาร ซึ่งจริงๆมันเอื้อต่อเราให้ง่ายต่อการทำงาน

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า พอบอกว่าเขาเคยเอา Store เราออกก็เลยตกใจเล็กน้อย

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า แต่ตอนนี้เราก็เริ่มกลับเข้าไปแล้ว

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า ตรง Mall of Asia ก็มีขนาดใหญ่ นะครับ

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า Mall of Asia ไซ้ เราเข้าไปแล้วค่ะ

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า ต่างจังหวัดน้ำท่วมก็น่ากลัวอยู่ไซ้ไหมครับ

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า ของเขาฟิลิปปินส์ Low season เขาคือ ไตรมาส 3 ก็คือเป็นช่วงมรสุม แล้วฟิลิปปินส์มีอีกเรื่องหนึ่งที่แตกต่างจากประเทศไทยเลยคือ ห้างมีวันหยุด ประเทศไทยไม่เคยนะ ถ้าไม่มีโควิดห้างเมืองไทยไม่หยุด แต่ฟิลิปปินส์ปีที่แล้ว Easter ห้างหยุดเยอะนะคะ ซึ่งมันเป็นช่วงขาย คือวันหยุดคือช่วงขายของเรา แต่ห้างหยุด เพราะเขาต้องการให้ไปขอบคุณพระเจ้า เขาเป็นคริสต์

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า ถ้าเป็นวันหยุดคนทำงาน ห้างก็แตกเลยไซ้ไหมครับ

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า ไซ้ค่ะ คนเยอะมากจริงๆ อาจจะด้วยอากาศด้วย อากาศมันร้อน คนก็จะไปอยู่ในห้างสรรพสินค้าเยอะมาก Traffic เยอะ

คุณพงษ์เทพ บวรธรรมยง ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า เมื่อสักครู่นี้ คุณดวงดาว แจ้งว่ามันมี Product ที่เป็น R&D ตัวหนึ่งที่ชื่อว่า Filagen ไม่ทราบว่าคุณ Product มันออกมาเป็น Product ที่ขายแล้วหรือยัง

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า มีค่ะ ขายแล้วแต่เราไม่ได้ไปทุก Store เพราะว่าด้วยโครงสร้างของราคามันก็จะสูงนิดนึง เพราะฉะนั้นเราก็ Select Store แต่ถ้าอยากทดลองก็สามารถสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์ได้นะคะ ทางออนไลน์มีสินค้าทุกอย่าง

คุณพงษ์เทพ บวรธรรมยง ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า เป็นข้อเสนอแนะนะครับ พอได้เห็น โครงการ CSR ของทาง SABINA เรื่องของการใช้ตัว Fishing Net อะไรพวกนี้ครับ ยังไงถ้าเกิดว่าคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการ CSR มันไม่พอ พอดีผมเคยทำ project ร่วมกับทางกรมประมง กับสมาคมประมงแห่งประเทศไทย ยังไงลองติดต่อเขาดู เพราะว่าพวกนี้เขาจะมีสมาคมประมงแต่ละจังหวัด ซึ่งเขาจะต้องใช้อวนตาข่ายพวกนี้เป็นประจำอยู่แล้ว เขาอาจจะช่วยเหลือเรามาเราก็แค่ต้องไปติดต่อเพื่อที่จะได้ไม่เสียเวลา

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า ได้ค่ะ ขอขอบคุณค่ะ

คุณพงษ์เทพ บรรยรรยง ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า อีกส่วนหนึ่งที่เมื่อสักครู่นี้พูดถึงกรณีเหตุฉุกเฉิน พอคิดผมก็ไม่แน่ใจว่า ถ้าเป็นไปได้คราวหน้ารบกวนช่วยแนะนำ
ที่ว่าถ้าระหว่างประชุมแล้วเกิดเหตุฉุกเฉินขึ้นมา พวกผมจะต้องทำอย่างไร

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า ได้ค่ะ ขอขอบคุณค่ะ

จากนั้น ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้ดำเนินการประชุมต่อไป

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้สอบถามว่ามีผู้ถือหุ้นท่านใด มีข้อซักถามหรือไม่

เมื่อไม่มีผู้ถือหุ้นท่านใดซักถามเพิ่มเติมแล้วประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้แจ้งผู้ถือหุ้นว่าวาระนี้เป็นวาระแจ้ง
เพื่อทราบไม่ต้องมีการลงมติ

(ในระหว่างการประชุมในวาระที่ 2 มีผู้ถือหุ้นเข้ามาประชุมเพิ่ม จำนวน 1 ราย จำนวน 110,500 หุ้น รวมเป็น 150 ราย
จำนวน 224,318,115 หุ้น)

**วาระที่ 3 พิจารณาและอนุมัติงบฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ ประจำปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31
ธันวาคม 2567**

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้แจ้งต่อที่ประชุม ว่า บริษัทได้นำรายละเอียดของงบฐานะการเงิน งบกำไร
ขาดทุน และงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จซึ่งผ่านการตรวจสอบและลงนามรับรองโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของสำนักงาน เอ.เอ็ม.
ที. แอสโซซิเอทและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบแล้ว และได้ปรากฏในรายงานประจำปี 2567 ซึ่งได้ส่งให้
ท่านผู้ถือหุ้นพิจารณาเป็นการล่วงหน้าพร้อมหนังสือเชิญประชุมแล้ว

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้สอบถามว่ามีผู้ถือหุ้นท่านใดมีข้อซักถามหรือไม่

เมื่อไม่มีผู้ใดซักถามประธานเจ้าหน้าที่บริหาร จึงขอให้ผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติงบฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนและ
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ ประจำปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

ที่ประชุมได้พิจารณาแล้ว จึงลงมติอนุมัติงบฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ
ประจำปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

ด้วยคะแนนเสียง

เห็นด้วย	224,287,515 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	99.99%
ไม่เห็นด้วย	0 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.00%
งดออกเสียง	30,6000 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.01%
บัตรเสีย	0 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.00%

ของจำนวนเสียงทั้งหมด ของผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

วาระที่ 4 พิจารณาและอนุมัติการจัดสรรกำไร เงินปันผล ประจำปี พ.ศ. 2567

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร มอบหมายให้ คุณวจา มุขโต กรรมการบริษัท, กรรมการบริหาร, กรรมการบริหารความเสี่ยง และประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน แจ้งต่อที่ประชุม ว่า บริษัทมีนโยบายจ่ายเงินปันผล ให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่า ร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิที่เหลือจากหักภาษีและหักสำรองตามจำนวนที่กฎหมายกำหนด ปัจจุบันบริษัทฯ มีทุนสำรองตามกฎหมายเต็มจำนวน ตาม พ.ร.บ. บริษัทมหาชน จำกัด และข้อบังคับข้อที่ 46 ดังนั้น บริษัทฯ จึงไม่ต้องจัดสรรกำไรสุทธิไว้เป็นทุนสำรองตามกฎหมาย

ในปี 2567 บริษัทมีกำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะบริษัท จำนวน 528.66 ล้านบาท และกำไรสุทธิ ตามงบการเงินรวมจำนวน 464.37 ล้านบาท ความเห็นคณะกรรมการเห็นควรให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติ ดังนี้

อนุมัติจ่ายเงินปันผลประจำปี 2567 โดยจ่ายเป็นเงินหุ้นละ 1.34 บาท มีจำนวนหุ้น 347.50 ล้านหุ้น รวมเป็นเงิน 465.65 ล้านบาท แต่เนื่องจากคณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลไปแล้ว เป็นเงินหุ้นละ 0.69 บาท มีจำนวนหุ้น 347.50 ล้านหุ้น รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 239.78 ล้านบาท และจะต้องจ่ายเงินปันผลเพิ่มหุ้นละ 0.65 บาท จำนวน 347.50 ล้านหุ้น รวมเป็นจำนวนเงิน 225.88 ล้านบาท โดยจ่ายจากกำไรสะสมประจำปี 2567 ซึ่งเป็นไปตามนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้น ในอัตราไม่น้อยกว่า ร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิที่เหลือจากหักภาษีและหักสำรองตามจำนวนที่กฎหมายกำหนด โดยกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิรับเงินปันผล ในวันที่ 6 พฤษภาคม 2568 ซึ่งจะจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้น ในวันที่ 20 พฤษภาคม 2568

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน ได้สอบถามว่ามีผู้ถือหุ้นท่านใดมีข้อซักถามหรือไม่ เมื่อไม่มีผู้ใดซักถาม ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน จึงเรียนเชิญประธานเจ้าหน้าที่บริหารเสนอให้ผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติการจัดสรรกำไร และเงินปันผล ประจำปี พ.ศ. 2567

ที่ประชุมได้พิจารณาแล้ว จึงลงมติอนุมัติการจัดสรรกำไร และเงินปันผล ประจำปี พ.ศ. 2567

ด้วยคะแนนเสียง

เห็นด้วย	224,288,115 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	99.99%
ไม่เห็นด้วย	0 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.00%
งดออกเสียง	30,000 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.01%
บัตรเสีย	0 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.00%

ของจำนวนเสียงทั้งหมด ของผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

วาระที่ 5 พิจารณาและอนุมัติแต่งตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ต้องออกตามวาระกลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกวาระหนึ่งและแต่งตั้งกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบเพิ่ม

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร มอบหมายให้ คุณวจา มุขโต กรรมการบริษัท, กรรมการบริหาร, กรรมการบริหารความเสี่ยงและประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน ได้แจ้งต่อที่ประชุม ว่า ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัดและตามข้อบังคับ ของบริษัท ข้อ 17 กำหนดให้ทุกปีกรรมการต้องออกจากตำแหน่งตามวาระในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี จำนวน 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมดและกรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งแล้วอาจได้รับการเลือกตั้งใหม่ได้ ซึ่งปัจจุบันมีกรรมการทั้งหมด 12 ท่าน สำหรับในปีนี้มีกรรมการที่ต้องออกจากตำแหน่งตามวาระ จำนวน 4 ท่าน คือ

- | | | | |
|----|---------------|--------------|--|
| 1. | นางสาวดวงดาว | มะหะนาวานนท์ | ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, กรรมการบริษัท,
กรรมการบริหารและกรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 2. | นายยุทธนา | อดิพัฒน์ | กรรมการอิสระ, กรรมการตรวจสอบและ
กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน |
| 3. | นางสาวเพ็ญศรี | สุธีรसानต์ | กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ |
| 4. | นางสาวพิชชา | ชนาลงกรณ์ | กรรมการบริษัทและกรรมการบริหาร |

และขอแต่งตั้ง นายภควัต โกวิทวัฒนพงศ์ เป็นกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ เพิ่มจากเดิมอีก 1 ท่าน

ในวาระนี้ การเสนอชื่อบุคคลให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้น เลือกตั้งเป็นกรรมการนั้น เป็นสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกราย อย่างเท่าเทียมกัน ที่จะเสนอชื่อบุคคลที่ตนเองพิจารณาเห็นว่า มีคุณสมบัติและมีความรู้ ความสามารถเหมาะสมที่จะเป็นตัวแทนที่จะทำหน้าที่กรรมการบริษัท ส่วนอำนาจในการพิจารณาเลือกผู้ใดเป็นกรรมการ กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจของผู้ถือหุ้น

โดยที่บริษัท ได้ให้สิทธิผู้ถือหุ้น ในการเสนอเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2567 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2567 นั้น ปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้นรายใด เสนอเรื่องเพื่อบรรจุเป็นวาระการประชุม และเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 แต่ประการใด

กระบวนการคัดเลือกผู้ดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัท ได้ผ่านกระบวนการการกลั่นกรองและพิจารณาอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง ของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ได้ร่วมกันพิจารณาคณะคุณสมบัติในด้านต่างๆแล้ว เห็นว่า กรรมการที่ต้องออกจากวาระทั้งหมดและกรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มมีคุณสมบัติครบถ้วนตาม พ.ร.บ. บริษัท มหาชน จำกัด และตามหลักเกณฑ์ที่ตลาดหลักทรัพย์ และสำนักงาน ก.ล.ด. กำหนด เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ มีประวัติการทำงานที่โปร่งใส ไม่ต่างพร้อย สามารถที่จะช่วยพัฒนาบริษัทได้ โดยบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อในครั้งนี้ ได้ผ่านการพิจารณาตามกระบวนการที่บริษัทกำหนดและมีคุณสมบัติเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องและเหมาะสมกับการประกอบธุรกิจของบริษัท และคณะกรรมการได้พิจารณาแล้วเห็นว่าบุคคลที่จะเสนอชื่อเป็นกรรมการอิสระจะสามารถให้ความเห็นได้อย่างเป็นอิสระและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกรรมการอิสระของบริษัทดำรงตำแหน่งเกิน 9 ปีต่อเนื่องกันนั้นเป็นผู้มีคุณสมบัติครบถ้วนตามนิยามกรรมการอิสระ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ในด้านที่บริษัทต้องการและปฏิบัติหน้าที่ในฐานะกรรมการอิสระได้เป็นอย่างดีคณะกรรมการได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าบุคคลที่จะเสนอชื่อให้เป็นกรรมการอิสระมีคุณสมบัติเป็นไปตามที่กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวกับกรรมการอิสระ คณะกรรมการจึงเห็นสมควรเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เพื่ออนุมัติแต่งตั้งกรรมการทั้งหมด ที่ออกตามวาระ ทั้ง 4 ท่านข้างต้นกลับเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทต่อไปอีกวาระหนึ่ง พร้อมทั้งแต่งตั้ง นายภควัต โกวิทวัฒนพงศ์ เป็นกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบเพิ่มอีกหนึ่งท่าน ประวัติกรรมการทั้ง 5 ท่าน ได้จัดส่งให้ผู้ถือหุ้นพร้อมเอกสารเชิญประชุมแล้ว ตามสิ่งที่ส่งมาด้วยลำดับที่ 3

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน ได้สอบถามว่ามีผู้ถือหุ้นท่านใดมีข้อซักถามหรือไม่

เมื่อ ไม่มีผู้ใดซักถาม ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน จึงเรียนเชิญประธานเจ้าหน้าที่บริหาร จึงขอเสนอให้ผู้ถือหุ้นในท้องประชุม พิจารณานุมัติแต่งตั้งกรรมการทั้งหมด ที่ออกตามวาระ ทั้ง 4 ท่านข้างต้นกลับเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทต่อไปอีกวาระหนึ่งและแต่งตั้งกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบเพิ่มอีกหนึ่งท่าน

ที่ประชุมพิจารณาแล้ว จึงลงมติแต่งตั้งกรรมการทั้งหมด ที่ออกตามวาระ ทั้ง 4 ท่านข้างต้นกลับเข้าดำรงตำแหน่ง กรรมการบริษัทต่อไปอีกวาระหนึ่งและแต่งตั้งกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบเพิ่มอีกหนึ่งท่าน รวมทั้งสิ้น 5 ท่าน ด้วย คะแนนเสียง เป็นรายบุคคล ตามลำดับ ดังนี้

รายชื่อกรรมการ	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		งดออกเสียง		บัตรเสีย	
	จำนวนเสียง	ร้อยละ	จำนวนเสียง	ร้อยละ	จำนวนเสียง	ร้อยละ	จำนวนเสียง	ร้อยละ
1.นางสาวดวงดาว มหะนาวานนท์	224,288,115	99.99%	0	0	30,000	0.01%	0	0
2.นายยุทธนา อติพัฒน์	209,984,815	93.61%	14,297,700	6.37%	35,600	0.02%	0	0
3.นางสาวเพ็ญศรี สุธีรศักดิ์	224,288,115	99.99%	0	0	30,000	0.01%	0	0
4.นางสาวพิชชา ธนาลงกรณ์	224,288,115	99.99%	0	0	30,000	0.01%	0	0
5.นายภควัต โกวิทวัฒนพงษ์	224,288,115	99.99%	0	0	30,000	0.01%	0	0

ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียง โดยแต่งตั้ง นายภควัต โกวิทวัฒนพงษ์ เป็นกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบเพิ่มอีกหนึ่งท่านด้วย

วาระที่ 6 พิจารณานุมัติ กำหนดค่าตอบแทนกรรมการ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้แจ้งให้ที่ประชุมทราบว่า เพื่อให้การพิจารณาในวาระนี้ มีความโปร่งใสเป็นธรรม ตามหลักธรรมาภิบาล และไม่เกิด Conflict of interest ดังนั้นผู้ถือหุ้นที่เป็นกรรมการ ซึ่งถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงไม่มีสิทธิออกเสียง และไม่เข้าร่วมประชุมในวาระนี้ ได้แก่

- นายวิโรจน์ ธนาลงกรณ์
- นายบุญชัย บัณฑิตอัมพร
- นางสาวดวงดาว มหะนาวานนท์
- นางสาววาจา มุขโต
- นางสาวชिरวรรณ เข้มศรี
- นางสาวพิชชา ธนาลงกรณ์

ในวาระนี้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร จึงขอเรียนเชิญ คุณสมชัย วนาวิทย์ ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณา ค่าตอบแทน เป็นผู้นำเสนอในวาระนี้

จากนั้น กรรมการทั้ง 6 ท่าน ได้เดินออกจากที่ประชุม

ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้แจ้งต่อที่ประชุมว่า เพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติ บริษัท มหาชน จำกัด และข้อบังคับของบริษัทฯ ซึ่งกำหนดให้ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นพิจารณา และอนุมัติ กำหนดค่าตอบแทน กรรมการ ซึ่งเดิมที่ประชุมผู้ถือหุ้น ได้อนุมัติกำหนดค่าตอบแทนพื้นฐานสำหรับกรรมการทุกคนในอัตราเท่ากันและค่าตอบแทน ตามความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายเพิ่มเติม ตลอดจนบำเหน็จกรรมการ ดังนี้

ตำแหน่ง	ค่าตอบแทน(บาท/เดือน)
ประธานกรรมการ	30,000
ประธานกรรมการตรวจสอบ	5,000
ประธานกรรมการบริหาร	5,000
กรรมการ	10,000
กรรมการตรวจสอบ	5,000
กรรมการบริหาร	5,000

บำเหน็จกรรมการกำหนดเป็นไม่เกินปีละ 4 ล้านบาท โดยให้มีการจ่ายเป็นรายไตรมาส และให้กรรมการมีอำนาจจัดสรร และกำหนดส่วนแบ่งระหว่างกันเอง

ซึ่งในปี 2567 บริษัทได้จ่ายค่าตอบแทนให้แก่กรรมการเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 6,320,833 บาท โดยแบ่งเป็นค่าตอบแทนคณะกรรมการตรวจสอบ 340,833 บาท ค่าตอบแทนคณะกรรมการบริษัทฯ 1,920,000 บาท บำเหน็จคณะกรรมการบริษัทฯ 3,580,000 บาท ค่าตอบแทนคณะกรรมการบริหาร 480,000 บาท โดยกรรมการไม่มีผลประโยชน์อื่นใดนอกเหนือจากค่าตอบแทนดังกล่าว

การกำหนดค่าตอบแทนของบริษัท ได้ผ่านคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนของบริษัทได้พิจารณาอย่างรอบคอบโดยเปรียบเทียบข้อมูลอ้างอิงจากอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน รวมถึงพิจารณาสภาวการณ์ทางเศรษฐกิจ การขยายตัวทางธุรกิจและผลการดำเนินงาน รวมถึงอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ เห็นสมควรกำหนดค่าตอบแทนปี 2568 เท่ากันกับปี 2567 แก่คณะกรรมการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

องค์ประกอบค่าตอบแทน	ปี 2568 (ปีที่เสนอ)	ปี 2567
1.ค่าตอบแทนกรรมการ - ประธานกรรมการ - กรรมการ - บำเหน็จกรรมการ	30,000บาท/คน/เดือน 10,000บาท/คน/เดือน ไม่เกินปีละ 4 ล้านบาท โดย ให้มีการจ่ายเป็นรายไตรมาส และให้กรรมการมีอำนาจ จัดสรรและกำหนดส่วนแบ่ง ระหว่างกันเอง	30,000บาท/คน/เดือน 10,000บาท/คน/เดือน ไม่เกินปีละ 4 ล้านบาท โดย ให้มีการจ่ายเป็นรายไตรมาส และให้กรรมการมีอำนาจ จัดสรรและกำหนดส่วนแบ่ง ระหว่างกันเอง
2.ค่าตอบแทนกรรมการตรวจสอบ - ประธานกรรมการตรวจสอบ - กรรมการตรวจสอบ	5,000บาท/คน/เดือน 5,000บาท/คน/เดือน	5,000บาท/คน/เดือน 5,000บาท/คน/เดือน
3.ค่าตอบแทนกรรมการบริหาร - ประธานกรรมการบริหาร - กรรมการบริหาร	5,000บาท/คน/เดือน 5,000บาท/คน/เดือน	5,000บาท/คน/เดือน 5,000บาท/คน/เดือน
4. ผลประโยชน์อื่นใด	ไม่มี	ไม่มี

ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ได้สอบถามว่ามีผู้ถือหุ้นท่านใดมีข้อซักถามหรือไม่ เมื่อไม่มีผู้ใดซักถาม จึงขอให้ผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติ การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ ที่ประชุมได้พิจารณาแล้ว จึงลงมติอนุมัติให้บริษัทฯจ่ายค่าตอบแทนกรรมการตามที่เสนอ

ด้วยคะแนนเสียง

เห็นด้วย	51,221,515	เสียง	คิดเป็นร้อยละ	99.94%
ไม่เห็นด้วย	0	เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.00%
งดออกเสียง	30,600	เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.06%
บัตรเสีย	0	เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.00%

ของจำนวนเสียงทั้งหมด ของผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

ซึ่งมากกว่า 2 ใน 3 ของผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิออกเสียง จำนวน 51,252,115 หุ้น (โดยไม่นับคะแนนเสียง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)

ต่อจากนั้น ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้เชิญกรรมการทั้ง 6 ท่าน กลับเข้าร่วมประชุมใน วาระที่เหลือต่อไป

วาระที่ 7 พิจารณาและอนุมัติแต่งตั้งผู้สอบบัญชีและกำหนดค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้มอบหมายให้ คุณวจา มุขโต กรรมการบริษัท, กรรมการบริหาร, กรรมการบริหาร ความเสี่ยงและประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน ได้แจ้งต่อที่ประชุม ว่า เพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติ บริษัท มหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 มาตรา 120 กำหนดว่า “ให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปีแต่งตั้งผู้สอบบัญชี และกำหนด จำนวนเงินค่าสอบบัญชีของบริษัททุกปี ในการแต่งตั้งผู้สอบบัญชีจะแต่งตั้งผู้สอบบัญชีคนเดิมอีกก็ได้”

ซึ่งในปี 2567 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้มีมติแต่งตั้ง ผู้สอบบัญชีดังมีรายชื่อต่อไปนี้

รายชื่อผู้สอบบัญชี	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่	จำนวนปีที่ลงลายมือชื่อรับรองงบการเงินของบริษัท
1. นางฉัฐศรี สโรชนันท์จัน	4563	4 ปี (2559, 2562-2564)
2. นางสาวตรี สมกำเนิด	5007	-
3. นางสาวจรรณี น่วมแม่	5596	3 ปี (2565-2567)
4. นายศิริเมศร์ อัคร โชติกุลนันท์	11821	-

เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต แห่งสำนักงาน เอ.เอ็ม.ที แอสโซซิเอท เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาคัดเลือกผู้สอบบัญชี จากผลงาน ผลการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพและความต่อเนื่องของงานสอบบัญชี รวมถึงการจัดทำรายงานการประสานงานต่างๆและค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี ซึ่งที่ผ่านมาผู้สอบบัญชี แห่งสำนักงาน เอ.เอ็ม.ที แอสโซซิเอท มีผลงานอยู่ในระดับที่น่าพอใจ

คณะกรรมการบริษัทเห็นชอบกับข้อเสนอของคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ที่เสนอขออนุมัติแต่งตั้ง มีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. นางฉัฐศรี	สโรชนันท์จัน	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4563 หรือ
2. นางสาวครุณี	สมกำเนิด	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5007 หรือ
3. นางสาวจารุณี	น่วมแม่	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5596 หรือ
4. นายศิริเมศรี	อัครโชคกุลนันท์	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 11821 หรือ
5. นางสาวนาถุยา	ตั้งประดิษฐ์	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 11591

จากสำนักงาน เอ.เอ็ม.ที แอสโซซิเอท เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทสำหรับรอบบัญชีปี 2568 อีกวาระหนึ่ง โดยกำหนดให้คนใดคนหนึ่งเป็นผู้ทำการตรวจสอบและแสดงความเห็นต่องบการเงินของบริษัท

เนื่องจาก ผู้สอบบัญชีจากสำนักงาน เอ.เอ็ม.ที แอสโซซิเอท ได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างเหมาะสม มีมาตรฐานการทำงานที่ดี มีความเชี่ยวชาญในการสอบบัญชี มีค่าสอบบัญชีที่เหมาะสมและผู้สอบบัญชีมีความเป็นอิสระและไม่มีความสัมพันธ์หรือส่วนได้เสียกับบริษัท บริษัทย่อย บริษัทย่อยทางอ้อม ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าวแต่อย่างใด และกำหนดค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีของบริษัทและรับทราบค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีของบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อม ทั้งนี้บริษัทมีบริษัทย่อย ซึ่งใช้สำนักงานสอบบัญชีเดียวกัน และบริษัทมีบริษัทย่อยทางอ้อม ทั้งที่ใช้ผู้สอบบัญชีเดียวกันกับบริษัท และที่ใช้ผู้สอบบัญชีรายอื่น ซึ่งคณะกรรมการจะดูแลให้สามารถจัดหางบการเงินได้ทันตามกำหนดระยะเวลา ตามกฎหมาย ดังนี้

หน่วย : บาท

ค่าสอบบัญชี	ปี 2568 (ปีที่เสนอ)	ปี 2567
บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน)	1,180,000	1,180,000
บริษัทย่อย*	655,000	655,000
บริษัทย่อยทางอ้อม 2 บริษัท**	181,682	171,943
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าเดินทาง, ค่าไปรษณียากร, ค่าโทรสาร ฯลฯ	เบิกตามจำนวนที่จ่ายจริง	เบิกตามจำนวนที่จ่ายจริง

*บริษัทย่อย ประกอบด้วย บริษัท ซาบีน่า ฟาร์อีสท์ จำกัด

**บริษัทย่อยทางอ้อม ประกอบด้วย บริษัท ซาบีน่า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, MODA SBN INC.

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน ได้สอบถามว่ามีผู้ถือหุ้นท่านใดมีข้อซักถามหรือไม่ เมื่อไม่มีผู้ใดซักถาม ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน จึงเรียนเชิญประธานเจ้าหน้าที่บริหารขอให้ผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติ แต่งตั้งผู้สอบบัญชีและกำหนดค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี ที่ประชุมได้พิจารณาแล้ว จึงลงมติอนุมัติแต่งตั้งผู้สอบบัญชีและกำหนดค่าตอบแทนของผู้ตรวจสอบบัญชี ตามที่คณะกรรมการเสนอ

ด้วยคะแนนเสียง

เห็นด้วย	224,287,515 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	99.99%
ไม่เห็นด้วย	0 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.00%
งดออกเสียง	30,600 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.01%
บัตรเสีย	0 เสียง	คิดเป็นร้อยละ	0.00%

ของจำนวนเสียงทั้งหมด ของผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

วาระที่ 8 พิจารณาเรื่องอื่นๆ

หลังจากสิ้นสุดวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสอบถาม หรือให้ข้อเสนอแนะต่อที่ประชุม

ผู้รับมอบอำนาจจากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย

อยากจะขอเรียนเสนอให้มีการจัดประชุมแบบ Hybrid หรือทั้ง Online และ Physical เพื่อประโยชน์ต่อตัวผู้ถือหุ้น จะได้ติดต่อสื่อสารแล้วฟังการประชุมได้ ถ้าเขามาด้วยตัวเองไม่ได้

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า ค่ะ รับทราบค่ะ

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า อยากถามความคืบหน้าของ OEM ว่าตอนนี้เป็นอย่างไบบ้าง

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า OEM ตอนนี้เรารู้ว่าค่อนข้างดี ค่อนข้างบวก ณ ตอนนี้เราเริ่มมี Order ที่ลงมาจนถึงไตรมาส 3 ของปีนี้ แล้วก็เริ่มเห็นไตรมาส 4 ซึ่งภาพของลูกค้านำใหม่ที่เราได้พบเจอมาตั้งแต่ช่วงปลายปีที่แล้วจนถึงปัจจุบัน โดยส่วนมากลูกค้าเหล่านั้นหลายราย เริ่มที่จะลงมา Order แต่ว่าการทำ OEM มันจะได้ไม่รวดเร็วเหมือนเราทำแบรนด์เรา เพราะว่ากว่าเราจะคุยกันตกลงกันกว่าจะตรวจโรงงานกว่าจะต้องทำเอกสารอะไรต่างๆ ก็กว่าจะลง Order ที่หนึ่งได้มันต้องใช้ระยะเวลาพอสมควร แต่ตอนนี้ระยะเวลาการตรวจโรงงานต่างๆ คิดว่าน่าจะ 80-90% ที่เรียบร้อยแล้ว ตอนนี้ก็เหลือแค่ช่วงของ Development ซึ่งก็มีทีม Development ของต่างประเทศ ที่เป็นลูกค้ารายใหม่ๆ ที่เข้ามา Work กับเราค่อนข้างหลาย Brand แล้วค่ะ

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า เป็นตลาดของทางยุโรปเหมือนเดิมไหม เพราะเห็นว่าทางนั้น เศรษฐกิจจะไรต่างๆ ยังไม่ได้มีอะไรจึงอยากทราบ

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า ยุโรปเหมือนเดิม ลูกค้าของเราหลักๆ เป็นลูกค้าอังกฤษเยอะ แต่ว่าลูกค้าเจ้าใหม่ๆ เราเริ่มบริหารความเสี่ยงของเราเหมือนกันเราก็พยายามมองหาลูกค้ากลุ่มอื่นที่ไม่ใช่ลูกค้าอังกฤษด้วย ก็ลูกค้าใหม่ของเราเจ้าที่เริ่มมาแล้วก็มีสแกนเดินเวียนเพิ่มขึ้น ที่เพิ่มขึ้นมาก็น่าจะมีผลบวกกับเราในส่วนของการทำงานระยะยาวๆต่อไป แล้วก็ลูกค้าเก่าที่เคยเป็นลูกค้าสมัย 10 กว่าปีที่แล้ว วันนี้นักกลับมาได้เจอกันใหม่ ก็ได้มา Work กันใหม่

คุณประพันธ์ ฉลภิญโญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า คือกำลังจะบอกว่า OEM ในปีนี้จะดีกว่าปีที่แล้วใช่ไหมครับ

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า คิดว่าสู้ดีค่ะ ยังไม่อยากจะพูดว่าดีกว่า เพราะว่ามันไม่รู้ timing ว่ามันจะทัน Shipment ของปีนี้หรือเปล่า แต่ว่าภาพโดยรวมของ OEM ค่อนข้างถือว่าดีทางบวกค่ะ

คุณประพันธ์ ฤทธิบุญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า ออกกฏการกระทบทางการค้าหรือว่า Tarif อะไรต่างๆพวกนี้เราได้รับผลกระทบอะไรบ้าง อย่างเช่น วัตถุประสงค์ การส่งขาย คอนเทนเนอร์ ต่างประเทศ หรือ OEM อะไรพวกนี้ครับ เราได้รับผลกระทบด้านไหนบ้าง มากน้อยอย่างไร

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า ภาพที่เราเห็นผลกระทบ ณ ปัจจุบันเราสัมผัสอันแรก คือ ผลกระทบเชิงบวก สำหรับเราเพราะลูกค้า Brand ที่ จำเป็นจะต้อง Move เร็วๆ เพราะเขาไม่รู้ถึงความแน่นอนในอนาคตว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับเขา ก็คือเรากลายเป็นอานิสงส์ในการที่ ต้อง Move สินค้าบางอย่างหรือว่า Work สินค้าใหม่มาทำที่เราไปก่อน แต่จะขึ้นขาแคไหน เราไม่รู้ แต่ว่าสิ่งนี้มันเกิดขึ้น ลับปลับเลย เพราะว่าเค้าไม่รู้ว่ามีอีกข้างหน้าไม่กี่เดือนนี้ มันจะมีอะไรเปลี่ยนแปลงไปอีก เพราะลูกค้าในยุโรปในปัจจุบันก็ ไม่ได้ขายเฉพาะในยุโรป เราผลิตให้เขาแต่เขา RE Export ไปขายในอเมริกาเหมือนกัน เพราะฉะนั้นตรงนี้ก็กระทบ เหมือนกัน แล้วก็อีกกระทบบนึ่งที่เป็นผลกระทบเชิงลบสำหรับเรา แต่เป็นของลูกค้ารายเล็ก ก็คือลูกค้าที่ย้ายมาผลิตกับเรา ที่โยก มาจากอเมริกาได้มาไว้ที่เรา แต่มันเป็นพอร์ตที่เล็กมาก ซึ่งพวกนั้นหลังจากที่มีความไม่แน่นอน เขาก็รู้สึกว่ามันเสี่ยงเกินไป สำหรับเขา เรามีไปทำตลาดอเมริกาด้วยแต่น้อยมาก ซึ่งอันนี้ก็คือเขา Stop Business เขาเองเลย เพราะว่าเขาก็ไม่รู้ว่าจะเป็น อย่งไร เขาก็ไม่เสี่ยง แต่ก็ไม่ได้กระทบเราเยอะ เพราะว่าสัดส่วนของเรา ส่วนมากหลักๆคือยุโรปเกิน 95% เลยคะ

คุณประพันธ์ ฤทธิบุญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า แล้วด้านวัตถุประสงค์ที่เราเข้ามา จะมีผลกระทบกับต้นทุนอะไรไหม

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า ในการบริหารจริงเรื่อง Exchange Rate เราปรับตัวไปก่อนหน้าแล้ว เพราะว่าเราพยายามไม่ได้พึ่งพิง Exchange Rate ที่เป็น USD มาเป็นระยะเวลาพอสมควรแล้ว เราก็พยายามสร้างสมดุลในเรื่องของทั้ง Import และก็ Export ก็เวลา เราซื้อขายเราพยายามใช้ Local Currency ไม่ว่าจะเราจะซื้อขายที่ไหน หรือถ้าในกรณีของลูกค้า OEM เมื่อไหร่ที่ลูกค้าซื้อด้วย Currency อะไรเรามากจะซื้อวัตถุประสงค์ด้วย Currency นั้นๆ เช่นสมมติ ลูกค้าเรามี Dominate Supplier บางเจ้า เราซื้อขายลูกค้าเป็น ปอนด์เราก็จะซื้อวัตถุประสงค์เป็นปอนด์เช่นกันเพราะฉะนั้นมันมักจะไปในแนวทางเดียวกัน

คุณประพันธ์ ฤทธิบุญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า แล้วเรื่องของตู้คอนเทนเนอร์ที่จะส่งไปทางฟิลิปปินส์ หรือส่งไปทาง OEM ต้นทุนเพิ่มขึ้นเยอะมากไหมครับ

คุณดวงดาว มหะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า เราเจอปัญหาเยอะๆ ตอนสิ้นปีที่แล้วกับตอนช่วงก่อนตรุษจีนที่มีปัญหาเรื่องคอนเทนเนอร์ค้าง ทำให้ค่า ระหว่างสูงขึ้น เพราะคอนเทนเนอร์มันไม่ถูกกลับมาที่เมืองไทย แต่ว่าในปัจจุบันมันเบาลงเยอะแล้ว ตอนนี่เรียกได้ว่ากลับสู่ภาวะ ปกติแล้ว ปีที่แล้วเราขังเจอนะคะ มันเหมือนตู้คอนเทนเนอร์มันถูกไปค้างที่อเมริกา หรือแอฟริกาเยอะ แล้วมัน ไม่มีซากกลับมัน ทำให้ตู้เราไม่พอนะคะ ตอนนั้นจะเป็นช่วงสิ้นปีที่แล้วที่เราเจอปัญหานี้แต่ว่าในปีนี้เป็นปัญหาที่ค่อนข้างคลี่คลายแล้วคะ ก็ไม่ได้เป็น Big issue สำหรับเรา

คุณประพันธ์ ฤทธิบุญ ผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง

ถามว่า แสดงว่าราคาตู้คอนเทนเนอร์ก็ลงมาแล้ว

คุณดวงดาว মহะนาวานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตอบว่า ก็เข้าไปอยู่ในภาวะปกติแล้วแต่ว่ามันจะมีแน่นอนมากตอนช่วง Chinese new year ที่ทุกคนก็จะพยายามออกจากจีน ก่อนที่จะหยุดตรุษจีน แล้วก็ตอนที่เกิดตรุษจีนเดือนแรกก็คือทุกคนจะแย่งระหว่างกันมาก แต่ของเรา เราเอาเข้ามาก่อนหน้านี้แล้ว ก็ไม่ค่อยได้กระทบเท่าไร

คุณบุญชัย ปัทมอรอัมพร ประธานคณะกรรมการบริหาร

ตอบว่า ขอเสริมเรื่อง Tarif เรามองว่ามันเป็นตัวบวกตอนนี้เขาเลื่อนไปสามเดือน ซึ่งจริงๆแล้วอาจจะไม่เกิดขึ้นก็ได้มันเป็นการเจรจาต่อรองระหว่างประเทศมากกว่า เราต่างก็รู้ว่าอเมริกาได้พยายามจะบีบจีนแต่สิ่งที่เรากลัวก็คือถ้ามาบอกไทยให้ไปบีบจีนด้วย นี่แหละกระทบ เพราะว่าเรานำเข้าจากจีน แต่ว่าวันนี้การนำเข้าเรากลับได้ประโยชน์ เพราะว่าหยวนเขาพยายามทำให้ต่ำทำให้อ่อนเพื่อไปชดเชยกับ Tarif ที่ต้องเข้าไปในอเมริกา เราซื้อเป็นหยวนมา 2 ปีแล้ว มันก็ส่งผลให้เราจึงช่วยเงินบาทเราดีขึ้น ทำให้ต้นทุนเราต่ำลง อันนี้คือ Part ของอัตราแลกเปลี่ยนที่กลับเป็นประโยชน์ต่อเรา ในขณะที่อีกด้านหนึ่งถ้าไม่เกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยน เราก็มีอำนาจในการเจรจาต่อรองมากขึ้น เพราะว่าเรามีซัพพลายเออร์เพิ่มขึ้นในจีน เราเลยกลายเป็นลูกค้ารายใหญ่ของซัพพลายเออร์ วันนี้ทีมงานเรานำเข้ามาก็ต้องการเจรจาต่อรองให้ได้ราคาที่ดีที่สุดถ้าบวกอัตราแลกเปลี่ยนก็จะเป็นตัวช่วยในเรื่องของต้นทุนของการนำเข้าของเรา ก็พยายามหาโอกาสจากสภาพเศรษฐกิจที่มันเกิดขึ้น

จากนั้น ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้ดำเนินการประชุมต่อไป

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้สอบถามว่ามีผู้ถือหุ้นท่านใด มีข้อซักถามหรือไม่

เมื่อไม่มีผู้ใดซักถามเพิ่มเติมแล้ว ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ขอเรียนเชิญ คุณบุญชัย ปัทมอรอัมพร ประธานคณะกรรมการบริหาร กล่าวปิดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นในครั้งนี้

ประธานคณะกรรมการบริหาร กล่าวต่อที่ประชุม ว่าผลของการลงมติในแต่ละวาระ ได้แสดงให้เห็นให้ผู้ถือหุ้นทราบแล้ว กระผมในนามของบริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน) ขอขอบคุณผู้ถือหุ้นทุกท่านที่ให้การสนับสนุนบริษัท อันส่งผลให้ กิจกรรมต่างๆของบริษัทฯ ดำเนินคล่องไปได้ด้วยดี ซึ่งรวมถึงการประชุมผู้ถือหุ้นครั้งนี้ ทั้งนี้บริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับการสนับสนุนจากท่านในโอกาสต่อไปด้วย และขอปิดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 ของบริษัท ณ บัดนี้

ปิดประชุม เวลา 16.26 น.



(นายวิโรจน์ ชนาลกรณ์)

ประธานที่ประชุม



(น.ส.อมรรัตน์ วงษ์วิลาศ)

เลขานุการบริษัท