

รายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560

ของ

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

สถานที่ประชุม

ห้องประชุม คริสตัลบอลรูม 1, 2 อาคารอี ชั้น 2

โครงการคริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ (CDC)

เลขที่ 1420/1 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม

แขวงคลองจั่น เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10240

วันอังคารที่ 25 เมษายน 2560 เวลา 13.30 น.

หมายเหตุ

เพื่อป้องกันผลกระทบทางกฎหมายอันเกิดขึ้นกับผู้ถือหุ้น บริษัทจึงไม่ได้บันทึกชื่อและนามสกุลของผู้ถือหุ้นที่อภิปรายในที่ประชุม อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทได้บันทึกประเด็นอภิปรายที่สำคัญและการชี้แจงของบริษัทโดยสรุปไว้ในรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น ตามที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้กำหนดแนวทางไว้ใน AGM Checklist

รายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560

ของ

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

วัน เวลาและสถานที่

ประชุมเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2560 เวลา 13.30 น. ณ ห้องประชุม คริสตัลบอลรูม 1, 2 อาคารอี ชั้น 2 โครงการ คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ (CDC) เลขที่ 1420/1 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงคลองจั่น เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10240

กรรมการผู้เข้าร่วมประชุม

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. พลโทเผด็จ จารุจินดา | กรรมการอิสระ และ ประธานคณะกรรมการ |
| 2. ดร.พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์ | กรรมการอิสระ และ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ |
| 3. พันเอกอรุณพล ศรีสังวาลย์ | กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ |
| 4. นายวิบูลย์ พจนาลัย | กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ |
| 5. นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ | ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร |
| 6. นางธัญญาภรณ์ ไกรภูเบศ | กรรมการ |
| 7. นางสาวมณสุภาทิพ มลาอัครนันท์ | กรรมการ |
| 8. นายปรัชญา เลวัน | กรรมการ |

กรรมการที่ลาประชุม

- ไม่มี -

ที่ปรึกษากฎหมาย

นางสาววิยะภาถวิล เลื่อนฉวี บริษัท อภิสทรี แอนด์ อัลลายแอนซ์ จำกัด

ผู้สอบบัญชี

นางสุวิมล กฤตยาเกียรติ บริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด

เลขานุการที่ประชุม

นางดารณี ปะเถตัง เลขานุการที่ประชุม

เริ่มการประชุม

ประธานฯ ได้มอบหมายให้เลขานุการที่ประชุมดำเนินการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 เลขานุการฯ ได้แจ้งต่อที่ประชุมว่า บริษัทได้กำหนดให้วันที่ 14 มีนาคม 2560 เป็นวันกำหนดสิทธิผู้ถือหุ้นเพื่อกำหนดสิทธิผู้ถือหุ้นที่จะเข้าร่วมประชุมสามัญผู้ถือหุ้น และกำหนดให้วันที่ 15 มีนาคม 2560 เป็นวันปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้น สรุปว่าบริษัทมีผู้ถือหุ้นจำนวนทั้งสิ้น 18,288 ราย

เลขานุการฯ ได้เรียนชี้แจงให้ผู้ถือหุ้นรับทราบรายละเอียดต่างๆ ในข้อกำหนดเกี่ยวกับการประชุมดังต่อไปนี้

1. ข้อกำหนดองค์ประชุมตามกฎหมายและตามข้อบังคับของบริษัท

ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535

มาตรา 103 กำหนดไว้ว่า ในการประชุมผู้ถือหุ้น ต้องมีผู้ถือหุ้นและผู้รับมอบฉันทะจากผู้ถือหุ้น (ถ้ามี) มาประชุมไม่น้อยกว่า 25 คน หรือไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด และต้องมีหุ้นนับรวมกันได้ไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุม

2. ข้อกำหนดเกี่ยวกับวิธีการลงคะแนนเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามข้อบังคับของบริษัท กำหนดไว้ดังนี้

ข้อบังคับข้อ 46 กำหนดไว้ว่า ในการออกเสียงลงคะแนนในที่ประชุมผู้ถือหุ้น ให้ผู้ถือหุ้นทุกคนมีคะแนนเสียงหนึ่ง (1) เสียงต่อหุ้นหนึ่ง (1) หุ้น ในกรณีที่ผู้ถือหุ้นคนใดมีส่วนได้เสียเป็นพิเศษในเรื่องใดซึ่งที่ประชุมจะได้ลงมติ ผู้ถือหุ้นคนนั้นไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนในเรื่องนั้น นอกจากการออกเสียงลงคะแนนเลือกตั้งกรรมการ

ในการออกเสียงลงมติ ข้อบังคับของบริษัทกำหนดไว้ดังนี้

ข้อบังคับข้อ 47 กำหนดไว้ว่า ในกรณีปกติ การออกเสียงลงมติใดๆ หรือการอนุมัติกิจการใดๆ ในที่ประชุมผู้ถือหุ้นจะต้องได้รับความเห็นชอบด้วยคะแนนเสียงข้างมากของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและออกเสียงลงคะแนน ถ้ามีคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

สำหรับการเลือกตั้งกรรมการ ข้อบังคับกำหนดไว้ดังนี้

ข้อบังคับข้อ 22 กำหนดไว้ว่า การเลือกตั้งกรรมการของบริษัทให้กระทำโดยที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการดังต่อไปนี้

- (1) ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงหนึ่ง (1) เสียงต่อหุ้นหนึ่ง (1) หุ้นที่ตนถืออยู่
- (2) ในการตั้งกรรมการ อาจใช้วิธีออกเสียงลงคะแนนเลือกกรรมการเป็นรายบุคคล ในการลงมติแต่ละครั้งผู้ถือหุ้นต้องออกเสียงด้วยคะแนนที่มีตาม (1) ทั้งหมด แต่จะแบ่งคะแนนเสียงให้แก่ผู้ใดมากน้อยเพียงใดไม่ได้

บุคคลซึ่งได้รับคะแนนสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่าจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ในกรณีที่บุคคลซึ่งได้รับการเลือกตั้งในลำดับถัดลงมามีคะแนนเสียงเท่ากันเกินจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ให้ผู้เป็นประธานที่ประชุมเป็นผู้ออกเสียงชี้ขาด

3. ขั้นตอนของการลงคะแนนเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น

เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว ในการประชุมผู้ถือหุ้นในครั้งนั้น ให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงคะแนนเสียงโดยวิธีเปิดเผย คือ การลงคะแนนเสียงผ่านบัตรลงคะแนน ซึ่งบริษัทได้แจกให้ ณ จุดลงทะเบียน ทั้งนี้ ในการออกเสียงลงคะแนนนั้น ให้ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียง 1 เสียงต่อ 1 หุ้นที่ตนถือ

สำหรับการลงคะแนนเสียงในแต่ละวาระการประชุม หากท่านลงคะแนนไม่เห็นด้วย หรืองดออกเสียงในบัตรลงคะแนน เมื่อท่านลงคะแนนไม่เห็นด้วย หรืองดออกเสียงเรียบร้อยแล้วขอให้ท่านชูมือขึ้น เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของบริษัทเข้าไปเก็บบัตรลงคะแนดังกล่าว และนำไปประมวลผลคะแนนต่อไป หากไม่มีผู้ถือหุ้นท่านใดไม่เห็นด้วย หรืองดออกเสียง ให้ถือว่าผู้ถือหุ้นทุกท่านเห็นชอบหรืออนุมัติเป็นเอกฉันท์ตามมติที่นำเสนอ

ส่วนผู้ถือหุ้นที่ทำหนังสือมอบฉันทะให้ผู้อื่นเข้าร่วมประชุมและเป็นแบบออกเสียงลงคะแนนตามความประสงค์ของท่านผู้ถือหุ้นนั้น (แบบหนังสือมอบฉันทะ แบบ ข.) บริษัทได้บันทึกคะแนนเสียงเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรืองดออกเสียงในแต่ละวาระตามความประสงค์ของท่านผู้ถือหุ้นไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยได้ทำการบันทึกรวมไว้ในระบบลงคะแนนในเครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัท

โดยคะแนนเสียงในแต่ละวาระการประชุมในครั้งนั้น นอกเหนือจากวาระที่ 2 และวาระที่ 6 จะใช้คะแนนเสียงข้างมากของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน ส่วนในวาระที่ 2 เป็นเรื่องที่รายงานเพื่อทราบจึงไม่ต้องมีการลงมติ และในวาระที่ 6 จะใช้คะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุม โดยผู้ถือหุ้นที่มีส่วนได้เสียกับค่าตอบแทนเบี้ยประชุมกรรมการ และโบนัสของกรรมการอิสระจะไม่มีสิทธิลงคะแนนเสียงในวาระนี้ ทั้งนี้ หากแต่ละวาระมีคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานออกเสียงเพิ่มอีกหนึ่งเสียงเป็นเสียงชี้ขาด

ผู้ถือหุ้นมีสิทธิลงคะแนนเห็นชอบตามความเห็นที่เสนอโดยคณะกรรมการทุกวาระ อนึ่ง ผู้บริหารกรรมการ หรือบุคคลอื่นใดซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทที่มีส่วนได้เสียเป็นพิเศษในเรื่องใด ผู้ถือหุ้นดังกล่าวไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนในวาระนั้น เว้นแต่เป็นวาระเกี่ยวกับการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งกรรมการ

4. วาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ประจำปี 2560

ระเบียบวาระสำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ประจำปี 2560 ซึ่งมีจำนวน 8 วาระ ตามรายละเอียดในหนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 ที่ได้ส่งให้ผู้ถือหุ้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้มีเวลาศึกษาข้อมูลล่วงหน้าก่อนการประชุมแล้ว

ในขณะนี้ มีผู้ถือหุ้นมาเข้าร่วมประชุมทั้งด้วยตนเองและโดยการรับมอบฉันทะจำนวนทั้งสิ้น 1220 ท่าน นับเป็นจำนวนหุ้นได้ 2,062,193,085 หุ้น จากจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด 3,000,965,600 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 68.7226 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท ซึ่งครบเป็นองค์ประชุมตาม ข้อบังคับของบริษัทแล้ว และก่อนที่จะเริ่มประชุมตามระเบียบวาระ เลขานุการฯ จึงเรียนเชิญพลโทเผด็จ จารุจินดา ประธานกรรมการ ทำหน้าที่เป็นประธานที่ประชุมตามข้อบังคับของบริษัท และตามกฎหมาย หลังจากนั้น พลโทเผด็จ จารุจินดา ประธานฯ ได้กล่าวต้อนรับผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมและดำเนินการ ประชุมตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้

วาระที่ 1 พิจารณารับรองรายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559

ประธานฯ เสนอให้ที่ประชุมพิจารณารับรองรายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2559 ตามรายละเอียดในเอกสารที่ได้ส่งพร้อมกับหนังสือเชิญประชุมให้แก่ผู้ถือหุ้นทุกท่านแล้ว

ประธานฯ แจ้งให้ที่ประชุมทราบว่า ในขณะนี้ มีผู้ถือหุ้นมาเข้าร่วมประชุมทั้งด้วยตนเองและโดยรับมอบฉันทะ จำนวน 1227 ท่าน นับเป็นจำนวนหุ้นได้ 2,062,208,585 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 68.7182 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

ประธานฯ สอบถามที่ประชุมว่ามีผู้ถือหุ้นรายใดประสงค์จะสอบถามเพิ่มเติมประการใดหรือไม่ เมื่อไม่มีคำถามอื่นใด ประธานฯ จึงขอเสนอให้ที่ประชุมพิจารณารับรองรายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 ที่ประชุมได้ พิจารณาและมีมติ ดังนี้

มติ รับรองรายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2559 ตามที่ ประธานฯ เสนอ ด้วยคะแนนเสียงข้างมากของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออก เสียงลงคะแนน โดยมีผลการนับคะแนนในวาระนี้ ดังนี้

ในวาระนี้ มีผู้ถือหุ้นมาประชุมและออกเสียงลงคะแนนรวมทั้งสิ้น 2,062,208,585 หุ้น

ผู้ถือหุ้น	จำนวน (เสียง)	คิดเป็นร้อยละ
(1) เห็นด้วย	2,062,203,585	99.9998
(2) ไม่เห็นด้วย	0	0.00
(3)งดออกเสียง	5,000	0.0002
(4) บัตรเสีย	0	0.00
รวมจำนวนเสียง	2,062,208,585	100.00

วาระที่ 2 พิจารณารับทราบรายงานผลการดำเนินงานของบริษัทประจำปี 2559 และแผนงานที่จะดำเนินการ ในปี 2560

ประธานฯ ขอให้ นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ รายงานผลการดำเนินงานของบริษัทประจำปี 2559 ให้ที่ประชุมทราบ และได้ขอให้ที่ประชุมรับทราบผลการดำเนินงานของบริษัทประจำปี 2559 และแผนงานที่จะดำเนินการในปี 2560

ปรากฏอยู่ภายใต้หัวข้อเรื่อง “ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน/การจัดการ/โครงการในอนาคต” ซึ่งได้มีมติรับทราบโดยคณะกรรมการบริษัท ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2560 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยมีสาระสำคัญดังนี้

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทยังคงมุ่งเน้นนโยบายหลัก 3 ด้านของบริษัท ได้แก่ Multi-Brands Multi Products และ Multi-Channels ซึ่งเป็นนโยบายที่มีความทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของตลาดและผู้บริโภค

Multi-Brands

บริษัทมี Brand ที่ตอบสนองของความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน มี Brand Positioning และ Price Positioning ที่ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย

Multi Products

บริษัทมีสินค้าที่หลากหลาย ทั้งด้านประเภทของผลิตภัณฑ์ และราคาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นสินค้าแฟชั่น ที่ต้องการความเปลี่ยนแปลง ประกอบกับผู้บริโภคในยุคสมัยนี้มีทางเลือกที่หลากหลายทั้งด้านราคา และการใช้งานสินค้า ดังนั้น Multi Products ยังเป็นนโยบายที่ทันสมัย และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นความยืดหยุ่นที่เป็นปัจจัยสำคัญมากในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น

บริษัทจะกำหนดทิศทางการนำสินค้าสู่ตลาด (Product Launching) ในแต่ละปี โดยพิจารณาว่า ณ ปัจจุบันค่านิยมของผู้บริโภคเป็นอย่างไร ประกอบกับการสำรวจบริษัทคู่แข่งว่าสินค้าใดบ้างที่บริษัทมี แต่บริษัทคู่แข่งไม่มี หรือบริษัทไม่มี แต่บริษัทคู่แข่งมี

Multi-Channels

รายได้ร้อยละ 80 ของบริษัทนั้นมาจากร้านขายปลีกของทั้ง 3 แบรินด์ โดยบริษัทมีหลายช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ไม่ได้พึ่งช่องทางใดช่องทางหนึ่งเพียงช่องทางเดียว อาทิ การจำหน่ายในต่างประเทศ พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม การจำหน่ายผ่านทางร้านสะดวกซื้อ หรือการออก Event ต่างๆ ซึ่งทำให้รายได้ของบริษัทมีความมั่นคงมากขึ้น

ทั้งนี้ บริษัทยังคงมุ่งเน้นนโยบาย (Business Policy) ด้านคุณภาพของสินค้า และราคาที่เหมาะสมผล (Affordable Price) เป็นผลให้บริษัทได้รับรางวัลที่หลากหลาย และเป็นที่น่าเชื่อถือของผู้บริโภค เพราะสินค้าของบริษัทมีคุณภาพที่เหนือกว่าราคา ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ โดยไม่ต้องกังวลในคุณภาพของสินค้า หรือความคุ้มค่าของเงิน

Business APPROACH

Business Strategy



To meet various and different need of all target markets.



To cover all customers' needs with a wide price range to fit different lifestyles.



To reach broadest base of customers through multiple distribution channels.



Business Policy

- High Quality Product
- Premium Design
- Targeting a Larger Group of Customers
- Affordable Price



Our Philosophy

CREATIVE DYNAMIC SUSTAINABLE

บริษัทได้นำเงินที่ได้มาจากการซื้อหุ้นของท่านผู้ถือหุ้น มาสร้างศูนย์ออกแบบ ผักอบรม และสำนักงานใหม่ ทำให้บริษัทมีความคล่องตัวมากขึ้นในการออกแบบ สินค้าต่างๆ ถึงแม้ว่าการสร้างตึกต่างๆ จะถือเป็น ปัจจัยภายนอก แต่บริษัทยังคงมีปัจจัยภายในจาก ปรัชญาของบริษัทในความคิดสร้างสรรค์ ความ กระตือรือร้น และความหยิ่งย่นในการอบรมพนักงาน ของบริษัท



บริษัทเข้ามาในตลาดหลักทรัพย์ตั้งแต่ปี 2555 ในวันที่ 12 เดือน 12 ปีคริสต์ศักราช 2012 นับถึงปัจจุบันปี 2560 ถือว่าบริษัทได้ผ่านพ้นปีที่ 4 ของการเข้าเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ และกำลังย่างก้าวสู่การเป็นบริษัทในตลาด หลักทรัพย์เป็นปีที่ 5 โดยในปี 2555 ยอดขายของบริษัทประมาณ 770,000,000 บาท กำไรประมาณ 115,000,000 บาท และปี 2559 ที่ผ่านมายอดขายของบริษัทประมาณ 2,559,000,000 บาท กำไรประมาณ 656,000,000 บาท ซึ่งถือว่าบริษัทมียอดขายที่เจริญเติบโตในแต่ละปีอยู่ที่ร้อยละ 30 และมีกำไรที่เจริญเติบโตในแต่ละปีอยู่ที่ร้อยละ 35 ซึ่งไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นได้ง่าย

เมื่อพิจารณาในภาพรวมบริษัทมียอดขายที่โตขึ้นในอัตราร้อยละ 228 และมีผลกำไรที่โตขึ้นในอัตราร้อยละ 400 ซึ่งเป็นเรื่องที่น่ายินดี แต่ในขณะเดียวกันบริษัทก็ต้องหันกลับมาพิจารณาว่า หากบริษัทต้องการให้กิจการเติบโตแบบนี้ ต่อไปเรื่อยๆ บริษัทจะต้องบริหารจัดการ วางแผนการดำเนินธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นในปี 2560นี้ บริษัทจึงตั้งเป้าให้ เป็นปีแห่งการลงทุน และการพัฒนาของบริษัท เพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาข้อที่ 3 ของบริษัท กล่าวคือ การเติบโต อย่างยั่งยืน (Sustainable Growth)

การดำเนินการปรัชญาการเติบโตอย่างยั่งยืน มีดังนี้

1. Invest in Human Resource Capability Development for Sustained Business Growth

บริษัทจะต้องมีบุคลากรของบริษัท ซึ่งต้องได้รับการพัฒนาเพื่อการเติบโตที่เข้มแข็งและยั่งยืน ดังนั้น บริษัท จึงจัดให้มีการอบรม และการฝึกสอนบุคลากรทุกระดับของบริษัทตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนถึงระดับ พนักงาน โดยบริษัทกำหนดการอบรมนี้เป็นหนึ่งในดัชนีชี้วัดผลงานหรือความสำเร็จของงาน (Key Performance Indicator – KPI) เพราะบริษัทเห็นว่าบุคลากรของบริษัทนอกจากความขยันแล้ว ยังต้องมีความสามารถด้วย

2. Invest and Develop Tools for Data and Information Utilization to Maximize Business Advantage

ในปีนี้เป็นปีที่บริษัทเข้าสู่ยุคที่ 3 ซึ่งเป็นยุคของข้อมูล เนื่องจากปัจจุบันบริษัทมีสาขา 300 กว่าสาขา พนักงานประมาณพันกว่าคน ลูกค้าจำนวนหลายล้านคน มีธุรกรรมที่เยอะมาก บริษัทจึงมีข้อมูลมากมาย ที่ต้องนำมาใช้ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้บริษัทมองว่าเป็นตัวขยาย Head Room ของบริษัทให้ยอดขาย การทำงาน และการปฏิบัติงานของบริษัทดียิ่งขึ้น โดยในปีนี้เป็นบริษัทจะเจาะลึกลงไปในเรื่องข้อมูล บริษัทมีการทำ

Dashboard รวมถึงมีการแก้ไขข้อมูลต่างๆ ที่ระดับผู้บริหารจำเป็นต้องทราบ และมีการแก้ไข Dashboard และระบบเฝ้าระวัง (Monitoring) ต่างๆ โดยบุคลากรหลายฝ่าย ตั้งแต่ระดับหัวหน้าแผนก ผู้จัดการ กรรมการ จนถึงระดับผู้บริหาร เพราะบริษัทมองว่าการเฝ้าระวังและตรวจสอบ ยอดขาย และผลการปฏิบัติงาน การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ลูกค้าและการขายมีความจำเป็นต่อธุรกิจค้าปลีกอย่างยิ่ง หากเรามีเครื่องมือนำทาง คือ Dashboard ที่ดีก็จะช่วยให้บริษัทไม่หลงทาง หรือเสียเวลาในการวิเคราะห์ หรือปรับเปลี่ยนสิ่งต่างๆ

3. Invest and Develop Customer Engagement Management Solution to Boost up Strong Sales Growth

ปีนี้เป็นปีที่บริษัทจะให้ความสำคัญในความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เนื่องจาก ณ ปัจจุบันเป็นยุคที่ลูกค้าเป็นผู้มีอิทธิพลสูงสุดในสื่อและเป็นผู้ครอบครองอิทธิพลในการขาย ดังนั้น บริษัทต้องพึ่งพาลูกค้า ไม่ใช่ลูกค้าพึ่งพาบริษัทเหมือนที่ผ่านมา บริษัทพยายามมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าให้มากที่สุดผ่านทางสื่อต่างๆ ซึ่งทีมงานของบริษัทได้ดำเนินการส่วนนี้มาเป็นระยะเวลาอันพอสมควรแล้ว เป็นผลให้บริษัทมีทีมผู้เชี่ยวชาญทางด้านสังคมออนไลน์ (Social Media)

4. Leverage Sales Efficiency on Existing Channels and Expand to Well-Selected with High Potential Growth Channels

บริษัทมี Channel เดิมที่เติบโตได้ดี อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงตรวจสอบอยู่เสมอว่า Channel ใดที่บริษัทควรส่งเสริม หรือเพิ่มประสิทธิภาพ ตามนโยบาย Multi-Channels

5. Develop more Innovative Products and Increase Efficiency of Existing Products

เรื่องนวัตกรรมเป็นของคู่กันกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องของบริษัท โดยทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ร่วมกันกับทีมการตลาด ทีมฝึกอบรม และทีมวิจัยและพัฒนาของโรงงาน เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น บริษัทจะหยุดการผลิตสินค้าที่ล้าสมัย และทำการจัดการพื้นที่ของทุกๆ Channel ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการปรับปรุงร้านค้า ได้แก่ ภาพลักษณ์ การตกแต่ง และลักษณะ รวมถึงการจัดเรียง และการทำการจัดการพื้นที่ ซึ่งบริษัทได้มีการทำ workshop ให้กับหลายแบรนด์ และหลายช่องทางแล้ว อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงต้องดำเนินการหลายอย่าง เพื่อให้ร้านค้าของบริษัทเป็นร้านค้าที่ดึงดูดลูกค้า และมีประสิทธิภาพในการขาย

6. Enhance Creative and Dynamic Culture to Ensure a Sustainable Growth

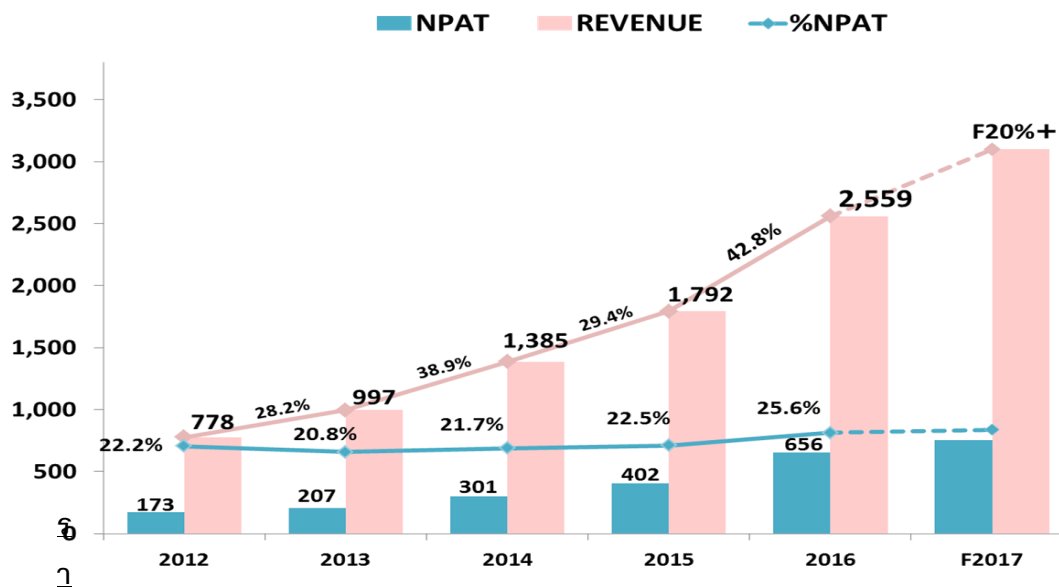
บริษัทให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กรมาก เนื่องจากบริษัทมองว่าบุคคลจะเป็นตัวขับเคลื่อนองค์กร ดังนั้น ปีนี้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และหลายๆ ฝ่ายจึงร่วมกันในการพัฒนาด้านวัฒนธรรมขององค์กร โดยการเชิญอาจารย์ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญมาวางวัฒนธรรมขององค์กร ว่าทำอย่างไรบุคคลในบริษัทจะมี

ประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น และให้บริษัทมีความยืดหยุ่นและความกระตือรือร้น มากขึ้น เพื่อไม่
เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาของบริษัท

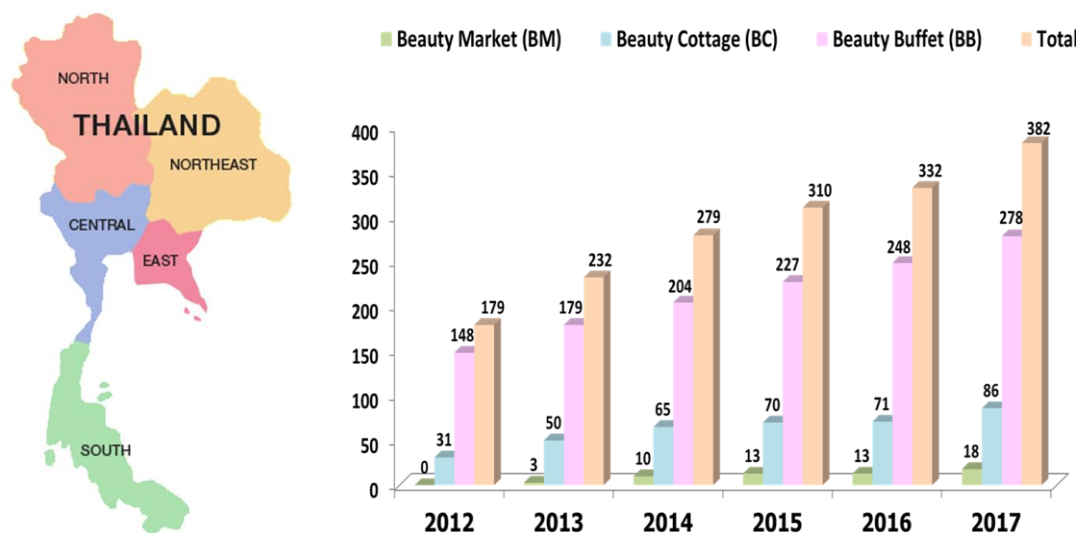
ดังนั้น ในปีที่บริษัทมุ่งเน้นให้เป็นปีแห่งการลงทุน จึงไม่ได้เป็นการลงทุนแต่เงินเท่านั้น หากแต่เป็นการ
ลงทุนในความตั้งใจ และความต่อเนื่อง ทุกๆ การประชุมประจำเดือนในปีนี้ บริษัทจะเน้นย้ำถึงการลงทุน
ด้านต่างๆ ข้างต้นทั้งหมด โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมขององค์กร เพราะหลายๆ วัฒนธรรมของไทยอาจ
ก่อให้เกิดอุปสรรคในการพัฒนาเพื่อให้ทัดเทียมกับบริษัทคู่แข่งระดับโลก

สำหรับปี 2560 บริษัทขอให้ผู้ถือหุ้นทุกท่านวางใจว่าบริษัทได้มีการวางแผน และเตรียมตัวเพื่อการ
เจริญเติบโตในอนาคตของบริษัท

การเจริญเติบโตของบริษัท



การขยายสาขาภายในประเทศ



ปีที่ผ่านมาบริษัทมีสาขาทั้งหมด 332 สาขา ได้แก่ Beauty Buffet เป็นจำนวนทั้งหมด 248 สาขา Beauty Cottage เป็นจำนวนทั้งหมด 71 สาขา และ Beauty Market เป็นจำนวนทั้งหมด 13 สาขา

ปี 2560 บริษัทตั้งเป้าจะขยายสาขาเพิ่มเป็น 382 สาขา โดยบริษัทจะมุ่งเน้นที่รายได้ที่มาแต่ละ Channel ทั้งนี้ Beauty Buffet จะเปิดเพิ่มอีกประมาณ 30 สาขา Beauty Cottage 15 สาขา และ Beauty Market 5 สาขา

สำหรับร้านค้าที่เปิดในปี 2559 เป็นร้านค้าที่มีทำเลที่ดี และได้รับการตอบรับที่ดี

Beauty Buffet

ได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทั้งประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และเครื่องสำอางโดยสินค้าแต่ละตัวเป็นสิ่งที่มีการปรับปรุงใหม่ และตามความนิยมของลูกค้า



Beauty Cottage

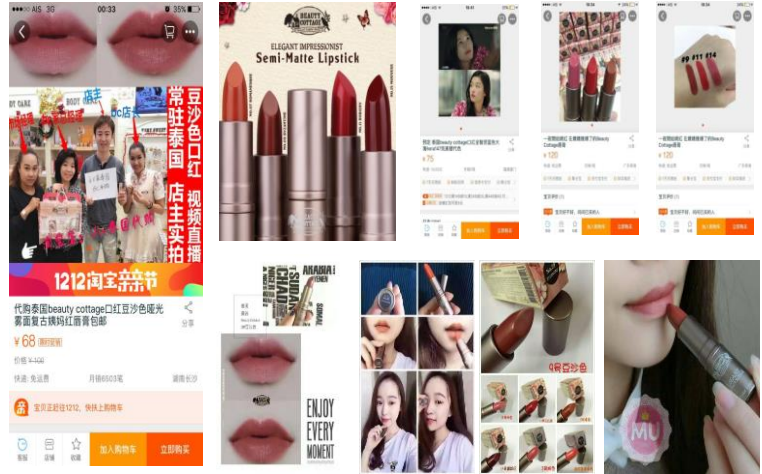
บริษัทได้เปิดสาขามากพอสมควร โดยแต่ละ shop นั้นได้ทำเลที่ดี และดึงดูดลูกค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของ Beauty Cottage ได้ออกมามากกว่าร้อยละ 10 เพื่อตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็น บำรุงผิวหรือบำรุงผิวหน้า

สินค้าที่เป็นสินค้าขายดี คือ Semi-Matte Lipstick เบอร์ 9 ซึ่งสร้างปรากฏการณ์ให้กับ Beauty Cottage เนื่องจากบริษัทได้ประสานระหว่างความต้องการที่มาจาก Physical Store กับ Online หรือ O to O (Online to Offline & Offline to Online) เป็นปรากฏการณ์ที่มีการประสานงานระหว่าง Viral Marketing และ Words of Mouth ส่งผลให้ Semi-Matte Lipstick ซึ่งปกติมียอดขายที่พันกว่าชิ้น กลายเป็นยอดขายที่ 50,000 ชิ้น ซึ่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 4,000 ภายในระยะเวลา 6-7 เดือน และยังมียอดจองและสั่งซื้อตลอดเวลา ซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์ที่บริษัทได้ทำ workshop เพื่อศึกษาว่าทำอย่างไรให้บริษัท



สามารถสร้างปรากฏการณ์แบบนี้ให้เกิดกับสินค้าของบริษัททั้งสินค้าที่มีอยู่แล้ว และสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยบริษัทเห็นว่าปรากฏการณ์ครั้งนี้เกิดจากทีมงานหลายฝ่ายร่วมกัน รวมถึงตัวลูกค้า influencer และผู้ review สินค้าบนอินเทอร์เน็ตต่างๆ ซึ่งปรากฏการณ์ Semi-Matte Lipstick เบอร์ 9 ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของ Beauty Cottage เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ Beauty Cottage ยังได้มีการปรับปรุงในหลายๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นเรื่องการตกแต่งหรือการสื่อสารของลูกค้า เนื่องจาก Beauty Cottage มีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวมากขึ้น บริษัทจึงได้ปรับการสื่อสารทั้งที่เป็นภาพ ตัวหนังสือ และการสื่อสารของพนักงานเอง



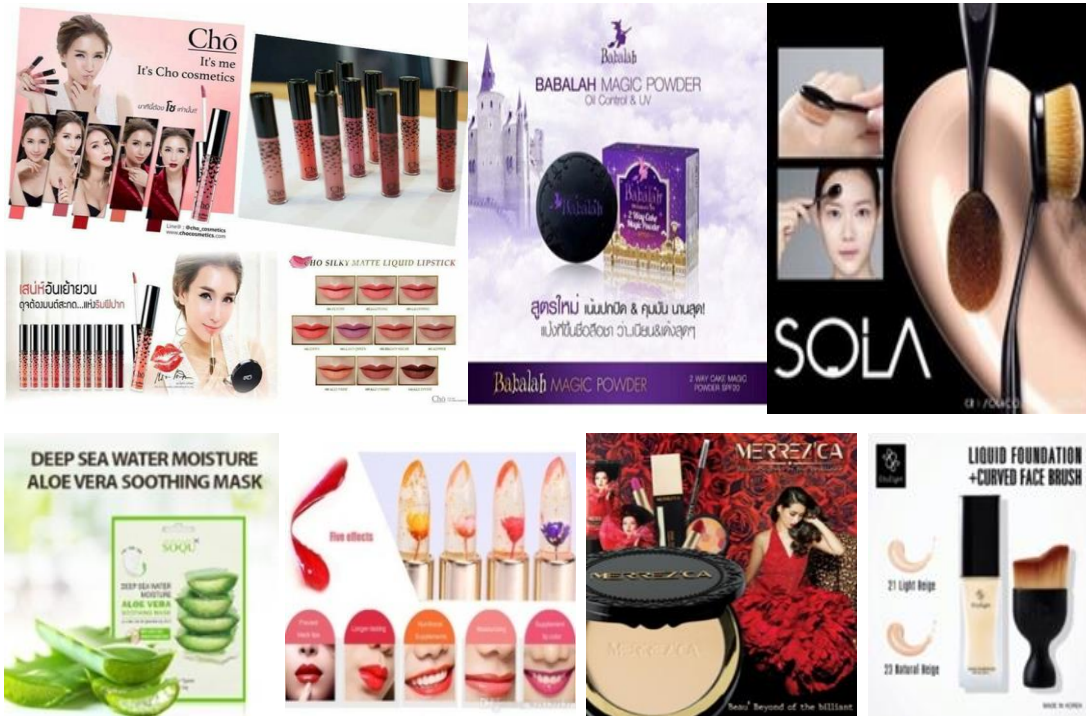
New Display Functional Shop

POP Bilingual

Beauty Market

ช่วง Learning Curve ของ Beauty Market เริ่มที่จะปรากฏผลให้เห็น บริษัทได้มีการปรับปรุงรูปแบบของ Shop มาโดยตลอด ทั้งเรื่องการจัดการพื้นที่ กระบวนการนำสินค้าเข้า-ออก การอบรมผู้จัดการให้มีความเป็นเจ้าของกิจการให้มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ยอดขายของ Beauty Market ดีขึ้นตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมออนไลน์ซึ่งบริษัทได้ร่วมมือกับผู้จัดหาสินค้าในการเชิญนักแสดงมา review สินค้าและสร้าง awareness ให้กับแบรนด์ Beauty Market

Beauty Market ถือเป็นเวทีของสินค้าแบรนด์ดังหลายๆ แบรนด์ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต นโยบายของบริษัท คือ ให้ผู้ซื้อ นำสินค้าที่โด่งดังบนอินเทอร์เน็ตมาให้ใกล้ตัวลูกค้ามากขึ้น เป็นการอาศัยสินค้าเป็นตัวสร้างแบรนด์ด้วย



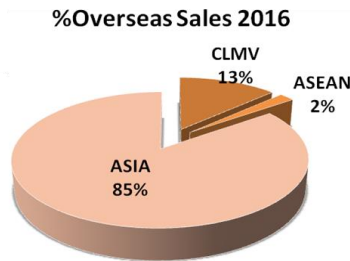
Activities Online



Activities Offline



การขยายตัวในต่างประเทศ



CLMV: Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam
 ASEAN: Indonesia, Malaysia and Singapore
 ASIA: Hong Kong, Taiwan, China, India, Oman, Bahrain, Kuwait, Oman and UAE



Independent Shops

- No. of shops 2015 : 32 Shops
- No. of shops 2016 : 40 shops
- Shop In Shop 2016 : 138 Shops

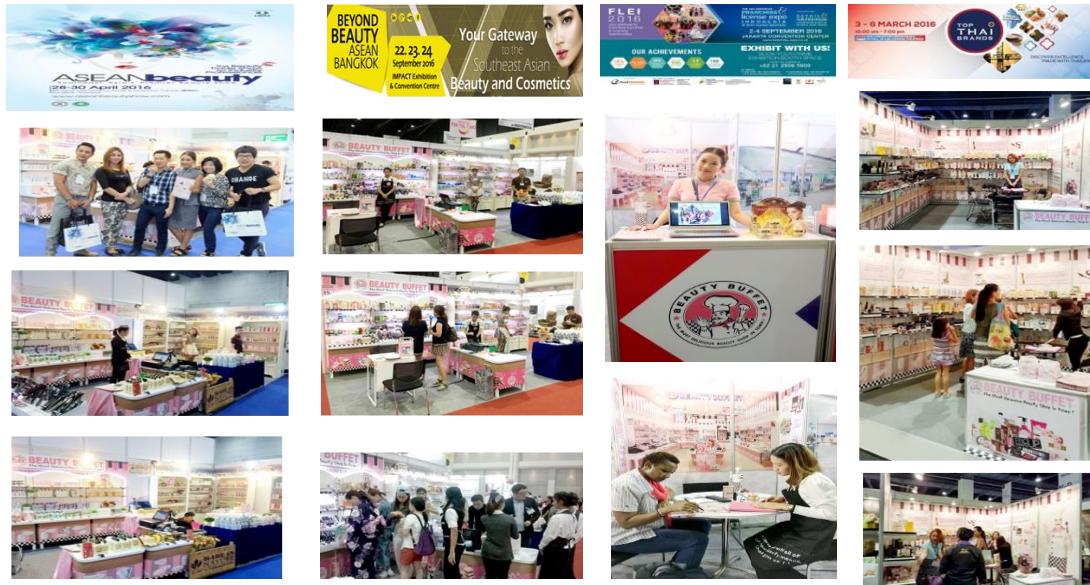
ยอดขายที่ต่างประเทศของบริษัทเจริญเติบโตเร็วมาก ซึ่งการขยายตัวในต่างประเทศนั้นเป็นช่องทางที่บ่งบอกให้บริษัททราบนโยบาย Multi-Channels ของบริษัทมาถูกทาง เพราะสินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทย ประกอบกับบริษัทมีการเติบโตของสื่อออนไลน์ที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น Beauty Plaza Online Facebook และการ review สินค้าของลูกค้าในต่างประเทศที่มากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ยอดขายในต่างประเทศปีที่ผ่านมาเจริญเติบโตถึงร้อยละ 248

ทั้งนี้ บริษัทมี Independent Shop 40 สาขา ประกอบไปด้วยร้านในประเทศเวียดนามจำนวน 29 สาขา ประเทศกัมพูชาจำนวน 7 สาขา ประเทศลาวจำนวน 2 สาขา และประเทศเมียนมาร์จำนวน 2 สาขา นอกจากนี้ยังมี Shop In Shop ในฮ่องกงจำนวน 100 สาขา ประเทศไต้หวันจำนวน 19 สาขา ประเทศอินโดนีเซียจำนวน 19 สาขา และในวันนี้ (25 เมษายน 2560) บริษัทได้เปิดสาขาแรกที่ประเทศฟิลิปปินส์ ที่ห้าง Ayala ซึ่งเป็น ห้างสรรพสินค้าที่มีหลายสาขา

บริษัทยังวางแผนที่จะเปิดร้านเพิ่มอีก 7-8 สาขาในปีนี้ ซึ่งบริษัทมีผู้จัดจำหน่ายที่มีคุณสมบัติมาก กล่าวคือ เป็นเจ้าของพลาซ่าหลายโครงการ และยังเป็นผู้มีประสบการณ์ในวงการธุรกิจค้าปลีก



นอกจากนี้ บริษัทยังได้นำสินค้าของบริษัทต่างๆ แปรนต์ไปแสดงยังตลาดต่างประเทศ โดยการออกโชว์ Expo ต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยปัจจุบันประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตเครื่องสำอาง จึงมี Event ใหญ่ๆ ที่ผู้ซื้อ ผู้ผลิตจากต่างประเทศเข้ามาร่วมงานเป็นจำนวนมาก อาทิ Asean Beauty 2016 ซึ่งจัดขึ้นที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา และ Beyond Beauty Asean Bangkok 2016 ซึ่งจัดขึ้นที่อิมแพ็ค เมืองทองธานี และนิทรรศการที่ต่างประเทศ อาทิ Franchise License Expo 2016 ซึ่งจัดขึ้นที่ประเทศอินโดนีเซีย และ Top Thai Brands 2016 ซึ่งจัดขึ้นที่ประเทศฟิลิปปินส์โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์ นอกจากนี้ บริษัทยังให้บุคลากรของบริษัทได้ไปสำรวจตลาดคู่แข่งในต่างประเทศ รวมถึงสำรวจผลิตภัณฑ์ต่างๆ



Asean Beauty 2016 Beyond Beauty Asean Bangkok 2016 Franchise License Expo 2016 Top Thai Brands 2016

เนื่องจาก นักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นทุกปี บริษัทจึงได้มีการโฆษณาผ่านสื่อที่ต่างประเทศมากขึ้น (Out of Home) อาทิ การโฆษณาภายในสนามบินจำนวน 11 แห่ง ป้ายโฆษณาตามท้องถนนที่สำคัญในกรุงเทพจำนวน 50 แห่ง และนิตยสารบนเครื่องบิน ซึ่งเป็นการสร้างแบรนด์ awareness ให้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัท และเป็น การตอกย้ำความมั่นใจในสินค้าที่ขายดีให้กับลูกค้า

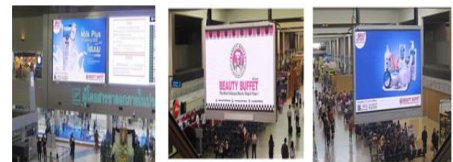
Consumer Product

Modern Trade ณ ปัจจุบันมีทั้งหมด 16 accounts เช่น Tops, Tesco Lotus, Big C, Gourmet Market, Central Food Hall, Foodland และ King Power ซึ่งบริษัทได้เริ่มการวางจำหน่ายสินค้าใน King Power เมื่อปลายปีที่แล้ว โดย King Power ได้ติดต่อบริษัทมาเนื่องจากมีการเรียกร้อง และถามหาสินค้าของบริษัทจากลูกค้าจำนวนมาก ณ ปัจจุบันสินค้าของบริษัทได้วางจำหน่ายใน King Power ทั้งหมด 7 แห่ง

MARKETING TOOLS: CHINESE VERSION



ป้ายโฆษณาที่สนามบินภายในประเทศ 11 แห่ง

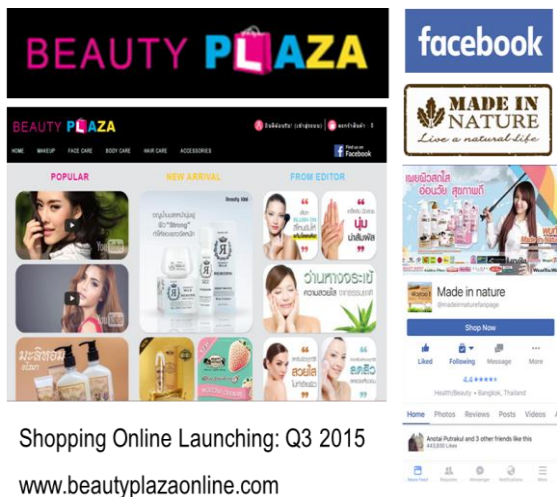


ป้ายโฆษณาถนนเส้นสำคัญในกรุงเทพ 50 จุด



จาก location ทั้งหมด 9 แห่งของ King Power และยอดขายใน King Power ณ ปัจจุบันที่ผ่านไปเพียง 3 เดือนถือ
ว่าเป็นที่น่าพอใจเป็นอย่างมาก การขายใน King Power เป็นการเพิ่มช่องทางการขาย สร้าง Brand Awareness
และสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของ Beauty

E-Commerce ตั้งแต่ปี 2557 บริษัทมียอดขายที่เติบโตมาโดยตลอด ณ ปี 2559 ยอดขายผ่านทางช่องทาง
E-commerce เพิ่มขึ้นเป็น 70,000,000 บาท บริษัทยังคงพัฒนาเว็บไซต์เพื่อสร้างความสะดวกให้กับลูกค้าในการ
เลือกซื้อสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้ยังมีกรจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของบุคคลภายนอก แม้ว่ายอดขายที่ได้จะ
ไม่มากเมื่อเทียบกับเว็บไซต์ของบริษัทเองแต่การจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของบุคคลภายนอกจะเป็นการช่วย
สร้าง Brand Awareness รวมถึงการทำกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท



Shopping Online Launching: Q3 2015
www.beautyplazaonline.com

E-Commerce 2014: Revenue 5.6 mb. (Growth 1681%)
E-Commerce 2015: Revenue 34.9 mb. (Growth 516%)
E-Commerce 2016: Revenue 70.6 mb. (Growth 112%)

On 3rd Party Websites

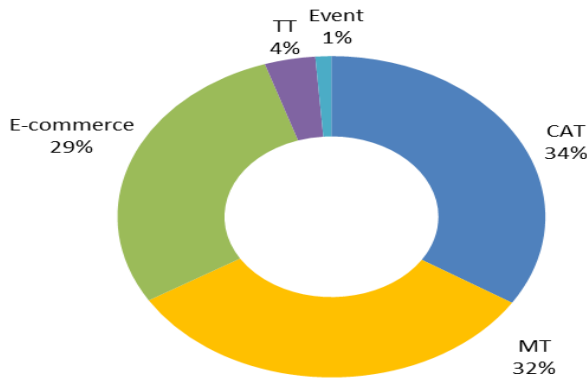
CATALOGUE



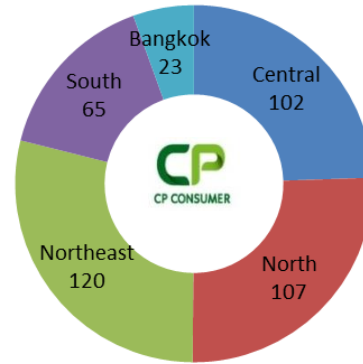
แคตตาล็อกแคตตาล็อกคสินค้าที่บริษัทได้จำหน่ายผ่านทางแคตตาล็อกของเซเว่นอีเลฟเว่นเป็นหลัก (Catalogue on Shelf) รวมถึงการขายแบบ Physical Store ของเซเว่นอีเลฟเว่นผ่านร้านค้ากว่า 700 ร้านค้า ซึ่งปีที่ผ่านมายอดขาย
จาก Physical Store ของเซเว่นอีเลฟเว่นอยู่ที่ประมาณ 85,000,000 บาท โดยในปีนี้นี้บริษัทจะร่วมมือกับเซเว่นอีเลฟ
เว่นมากขึ้น เพื่อขยายสาขาที่เป็น Catalogue on Shelf นอกจากนี้บริษัทยังศึกษาเพิ่มเติมว่าต้องทำผลิตภัณฑ์แบบ
ใด การใช้งานแบบใด ตั้งราคาเท่าใด เพื่อให้สามารถวางจำหน่ายสินค้าในเซเว่นอีเลฟเว่นอีกกว่า 9,000 สาขาที่
เหลือได้ ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินงานของฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

การออก Event ตามอาคารสำนักงานต่างๆ บริษัทก็ยังคงดำเนินการอยู่ นอกจากนี้สิ่งที่บริษัทแตกต่างจาก Brand อื่น คือ การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทาง Traditional Trade ซึ่งจำหน่ายผ่านทางร้านสะดวกซื้อที่ขายเครื่องสำอาง ตามอำเภอ หรือตำบลต่างๆ เพราะยังคงมีผู้บริโภคจำนวนหนึ่งที่ไม่สามารถเข้าถึง Shop ของบริษัทได้ การจำหน่ายผ่านช่องทาง Traditional Trade ก็มีส่วนเพิ่มยอดขายให้กับบริษัท

SALES BY CHANNEL 2016



TRADITIONAL TRADE



สินค้าที่ขายดีตัวใหม่ คือ Hokkaido Milk เนื่องจากมีความคุ้มค่า นอกจากนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค บริษัทยังวางจำหน่ายสินค้าขนาดเล็กลง เพื่อตอบรับกับกลุ่มลูกค้าที่คำนึงถึงงบประมาณมากขึ้น

Training Activities

สำหรับบุคลากรด้านการขาย บริษัทได้จัดการอบรมให้แก่พนักงานขายมา โดยตลอด และในปีนี้จะเพิ่มการอบรมให้กับพนักงานขายมากขึ้น เพราะบริษัทมองว่านอกจากการ engage กับลูกค้าแล้ว บริษัทต้อง engage ระหว่างผู้บริหารของแบรนด์กับพนักงานขาย การอบรมเป็นกิจกรรมที่ทำแล้ว

ให้ผลที่ดีมาก แม้จะไม่ได้เห็นยอดขายที่เพิ่มขึ้นในทันที แต่เป็นการรับประกันได้ว่าบุคลากรที่ดี และมีความสามารถจะอยู่และช่วยสร้างยอดขายให้กับบริษัท เพราะบริษัทไม่ได้อบรมเฉพาะด้านการขาย แต่อบรมให้พนักงานเห็นคุณค่าของชีวิต คุณค่าของบริษัทและพลังที่ได้รับจากการเป็นพนักงานขายที่เก่ง

นอกจากนี้ บริษัทยังมีรางวัลให้กับทีมที่ขายยอดขายได้ดี เช่น การพาไปรับประทานอาหารบนเรือสำราญ เป็นต้น เพื่อให้พนักงานได้มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่ง และเป็นบุคลากรที่มีความสำคัญต่อบริษัท



Hokkaido



นอกจากการสร้างพลังในการขาย บริษัทยังสร้างพลังในการใช้ชีวิต เพื่อให้ชีวิตของพนักงานมีความสุข อีกทั้งบริษัทยังสร้าง เครื่องสำอางของ Make Up Artist เพื่อช่วยกันสนับสนุนในด้านการขาย



โดยในปีนี้ บริษัทมีโครงการใหม่ชื่อ In-search of the Best เพื่อค้นหาบุคคลที่มีความสามารถในด้านใดๆ ก็ตาม เพื่อให้เป็นแบบอย่างให้กับบุคคลากรคนอื่น ๆ ได้ดำเนินตาม โดยโครงการนี้บริษัทจะพัฒนากับหลายๆ ฝ่าย เพื่อสร้างแบบอย่างที่ดีให้กับบริษัท เพราะบริษัทมองว่าเรายังพัฒนาไปได้อีกไกล แต่ก่อนอื่นบริษัทต้องสร้างตัวเองให้แข็งแรง และมีพลังจากภายในเสียก่อน



Conversion Marketing

คือ การเปลี่ยนจากผู้เยี่ยมชมเป็นผู้ซื้อของ เป็นสิ่งที่บริษัทยังคงทำอย่างต่อเนื่อง แม้อาจจะเป็นเรื่องที่ยาก แต่ก็ไม่ยากเกินไปสำหรับบริษัท เพราะบริษัทมี Physical Store Online Store เทคนิคในการจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจได้เร็วขึ้น การออกแบบสื่อทางการตลาดให้ดูน่าสนใจและเพิ่มความอยากซื้อให้มากยิ่งขึ้น และนโยบาย O to O กล่าวคือ Online to Offline และ Offline to Online ก็ได้สร้างปรากฏการณ์ให้กับบริษัทมาแล้ว บริษัทก็ยังจะดำเนินการพัฒนาผ่านทางสื่อของบริษัทต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทยังมีสื่อแอปพลิเคชัน Line เพื่อเก็บสะสมแต้มของลูกค้า และนำมาแลกของสมมนาคุณ สำหรับการโปรโมชั่นนั้นทุกแบรนด์ยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามในปีนี้นับบริษัทจะเน้น Local Store Marketing (LSM) มากขึ้น คือ ทำให้บุคลากรของบริษัท โดยเฉพาะผู้จัดการทำการตลาดเป็นมากขึ้น บริษัทจึงส่งเสริมให้ Area Supervisor ร่วมกันกับผู้จัดการในการสร้างโปรโมชั่นต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความเป็นเจ้าของกิจการให้กับผู้จัดการสาขาของทุกๆแบรนด์



Customer Relationship Management (CRM)

ปีนี้บริษัทได้นำข้อมูลต่างๆ มาพิจารณา และวิเคราะห์มากขึ้นเพื่อดูผลตอบรับจากการทำ CRM ในการรวบรวมข้อมูล (Data Mining) ซึ่งคือการขุดฐานข้อมูลให้ลึกซึ้ง เพื่อออกแบบวิธีการทำ CRM ให้ตรงกับกลุ่มลูกค้ามากขึ้น ซึ่งเป็นผลงานของฝ่าย Marketing ในการทำร่วมกับ Brand นอกจากนี้บริษัทยังได้ร่วมมือกับแบรนด์ดังอื่นๆ ในการดึงลูกค้าให้กับบริษัท



Co-Branding / Co-Member



Privilege For Member

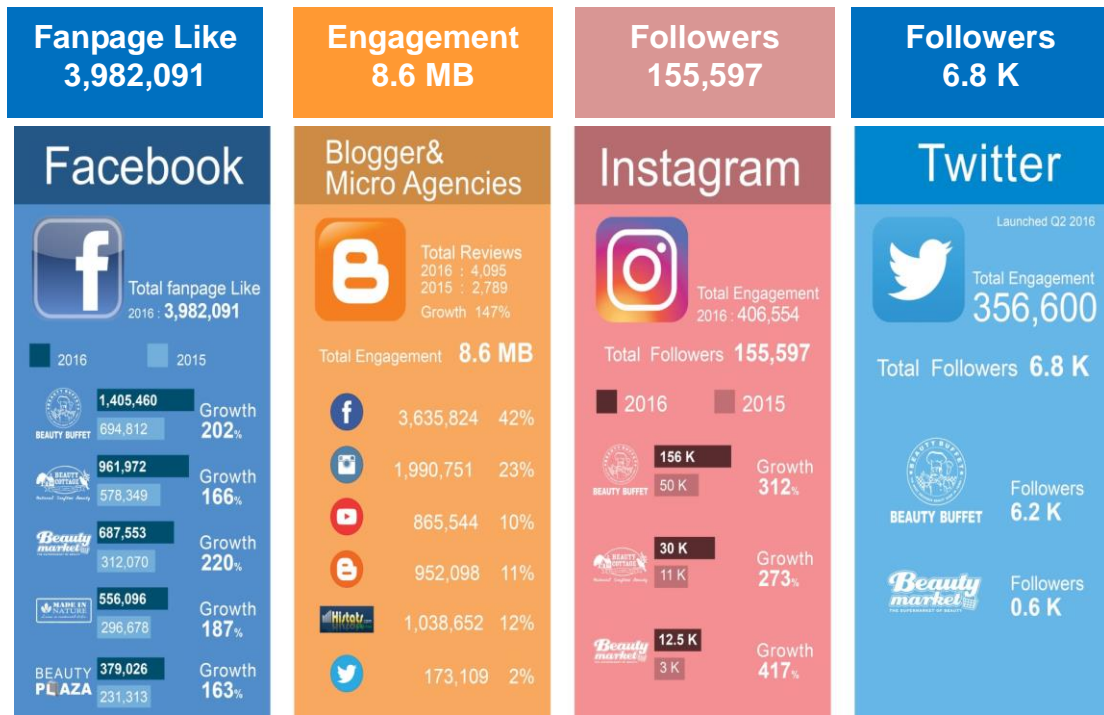


สำหรับลูกค้าประจำ บริษัทได้สร้างของขวัญพิเศษสำหรับสมาชิกจำนวนมาก ซึ่งลูกค้าประจำเหล่านี้เป็นลูกค้าที่ช่วยในการจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทช่องทางหนึ่ง เนื่องจากลูกค้าบางท่านมีผู้ติดตามเป็นพันคน การบอกกล่าวต่อกันของเพื่อนของเพื่อนเป็นการสร้าง Engagement ของ Brand ให้โตขึ้น ซึ่งเป็นการใช้ระบบ Social CRM (SCRM) ซึ่งบริษัทได้เริ่มระบบดังกล่าวมา 1-2 ปีแล้ว และก็จะยังคงทำต่อเนื่องไป



Surprise Gift for Members

ปัจจุบันแฟนเพจของบริษัทมียอดผู้ติดตามกว่า 4,000,000,000 คน สำหรับสื่อทางช่องทางอื่นๆ เช่น Blogger และ Micro Agencies ก็มี engagement ประมาณ 10,000,000 สื่อประเภทนี้มีราคาถูกและมีประสิทธิภาพมาก



รางวัลที่ได้รับ

ทุกแบรนด์ และทุกประเภทผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับรางวัลมากมาย เช่น รางวัล Of the Year หรือ Hall of Fame จากนิตยสาร Cleo ซึ่งเป็นนิตยสารระดับโลกที่มีอิทธิพลต่อผู้อ่านมากๆ การได้รับรางวัลถือเป็นการโปรโมทสินค้าของบริษัท ทั้งยังก่อให้เกิดความมั่นใจแก่ทั้งคนขายและคนซื้อและยังสะท้อนให้เห็นว่าสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าคุณภาพดี หลายๆผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นสามารถเทียบเท่ากับผลิตภัณฑ์ Counter Brand



นอกจากนี้ หุ่นของบริษัทได้รับคัดเลือกให้เข้าคำนวณในดัชนี FTSE SET Mid Cap Index ในรอบครึ่งหลังปี 2559 และ SET 100

The Most Popular Brand on Instagram in Thailand Zocial Awards 2016 - Beauty Buffet ได้รับรางวัลอันดับ 3 เทียบเท่ากับแบรนด์ดังระดับโลก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการทำแบรนด์นั้นไม่จำเป็นต้องใช้เงินมหาศาล แต่บริษัทสามารถสร้างแบรนด์ได้ด้วยพลังของคนรุ่นใหม่และลูกค้า



โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

บริษัทได้เปิดใช้อาคารสำนักงานแห่งใหม่ (BEAUTY 2) เป็นที่เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2559 ซึ่งการเปิดใช้อาคารสำนักงานแห่งใหม่ถือเป็นการสร้างศักยภาพให้กับพนักงานในการทำงานให้กับบริษัท เป็น Happy Workplace และยังเป็นศูนย์ Digital Media ซึ่งบริษัทใช้เป็นสถานที่ในการออกแบบสื่อ หรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัท รวมถึงการจัดทำ Digital Content ต่างๆ รวมไปถึงการอบรมพนักงานทั้งหมดที่เกิดขึ้นในอาคารสำนักงานแห่งใหม่นี้



ฉลองครบรอบ 10 ปี

เมื่อปีที่แล้วบริษัทฉลองครบรอบ 10 ปี โดยมีการแจกรางวัลต่างๆ มากมาย เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ และโทรศัพท์มือถือ อย่างไรก็ตาม คำถามที่เกิดขึ้น คือ อีก 10 ปีข้างหน้า บริษัทจะปฏิบัติตนอย่างไร บริษัทจึงมีการทำ Workshop เพื่อกำหนดนโยบายต่างๆ ร่วมกันของหลายๆ ฝ่าย เพื่อที่จะพัฒนาและตั้งศักยภาพที่ซ่อนอยู่ของ Beauty Buffet ซึ่งเป็นแบรนด์หลักของบริษัท

การลงทุนในปี 2560

การลงทุนในปี 2560 นี้จะใช้งบประมาณจำนวน 160,000,000 บาท โดยแบ่งแยกออกเป็นค่าใช้จ่ายในการขยายสาขาจำนวน 110,000,000 บาท และค่าใช้จ่ายในโครงสร้างพื้นฐาน อุปกรณ์ และโปรแกรมต่างๆ อีกจำนวน 50,000,000 บาท

โดยรายละเอียดต่างๆ นั้นปรากฏตามรายงานประจำปี 2559 ที่ได้จัดส่งให้แก่ผู้ถือหุ้นในรูปแบบ CD-ROM พร้อมหนังสือเชิญประชุม

ประธานฯ สอบถามที่ประชุมว่า มีผู้ถือหุ้นรายใดประสงค์จะสอบถามเพิ่มเติมประการใดหรือไม่

มีผู้ถือหุ้นสอบถามเกี่ยวกับขนาด และมูลค่าของตลาดธุรกิจเครื่องสำอางในประเทศไทย และการเจริญเติบโตของบริษัท



นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ซึ่งแจ้งว่าเมื่อปีที่แล้วมูลค่าภาพรวมของธุรกิจเครื่องสำอางไม่ว่าจะเป็น Retail Shop, Direct Sell, Counter Brand, Hyper Market, Convenience Store หรือ Traditional Trade อยู่ที่ประมาณ 168,000,000,000 บาท หากพิจารณาเฉพาะ Retail Shop ซึ่งเป็นประเภทธุรกิจของบริษัทจะมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณร้อยละ 7 ของตลาด ซึ่งโตกว่า Gross Domestic Product (GDP) สำหรับประเทศไทยนั้นตลาดเครื่องสำอางถือว่าเป็นตลาดที่มีการเจริญเติบโตที่ดี

โดยในปีที่บริษัทตั้งเป้าให้ยอดขายเติบโตขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 หรือไม่ต่ำกว่า 3,100,000,000 บาท และมุ่งรักษาอัตรากำไรสุทธิให้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20

ผู้ถือหุ้นสอบถามเพิ่มเติมว่าเหตุใดกำไรของบริษัทจึงเติบโตมากกว่ารายได้ และเหตุใดบริษัทเพิ่มสาขาเพียงไม่กี่สาขา แต่กลับมีผลกำไรที่เจริญเติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ซึ่งแจ้งว่ามีผลมาจากหลายปัจจัย หนึ่งในนั้นคือการควบคุมค่าใช้จ่าย (Cost Control) และอีกส่วนหนึ่งคือ รายจ่ายหลายรายการของบริษัทเป็นประเภท Fixed Cost ดังนั้น เมื่อมียอดขายเกิดขึ้นมาจึงก่อให้เกิดผลกำไรที่ชัดเจน

สำหรับผลกำไรที่เจริญเติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ซึ่งแจ้งว่ายอดขายของธุรกิจร้านค้าปลีกอาจมาจากหลายทาง เช่น การเปิดร้านใหม่ หรือ มีการเจริญเติบโตของร้านเดิม (Same Store Sale Growth) รวมไปถึงการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และการอบรมต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับพนักงาน

ผู้ถือหุ้นสอบถามเกี่ยวกับการเพิ่มจำนวนสาขาของแต่ละแบรนด์ของบริษัท

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ซึ่งแจ้งว่าตัวเลขที่ได้ชี้แจงให้ที่ประชุมทราบเป็นตัวเลขที่เกิดจากความตั้งใจในการเพิ่มจำนวนสาขาของบริษัท และเป็น Outline ให้กับฝ่ายพัฒนาธุรกิจในการหาทำเลที่ดีให้กับแบรนด์ต่างๆ อย่างไรก็ตาม การเปิดสาขานั้น มีหลายปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง บริษัทจึงไม่ได้ยึดตัวเลขนี้เป็นตัวเลขที่ตายตัว มิฉะนั้นอาจก่อให้เกิดการเปิดร้านค้าในทำเลที่ไม่ดี เพราะบริษัทยังวัดจากรายได้ และยอดขายที่ได้รับในแต่ละร้านค้าด้วย

เมื่อไม่มีคำถามอื่นใดเพิ่มเติม ถือว่าที่ประชุมรับทราบรายงานผลการดำเนินงานของบริษัทประจำปี 2559 และแผนงานที่จะดำเนินการในปี 2560 แล้ว

วาระที่ 3 พิจารณาและอนุมัติงบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

ประธานฯ ได้ขอให้ นายสุรพล เพชรกลิ้ง ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน เป็นผู้ชี้แจงรายละเอียดในวาระนี้

นายสุรพล เพชรกลิ้ง จึงได้เสนอให้ที่ประชุมพิจารณาอนุมัติงบแสดงฐานะการเงิน และงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ซึ่งได้รับการตรวจสอบและรับรองโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัทในการประชุมคณะกรรมการ ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2560 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

รายการ	งบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุน เบ็ดเสร็จ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559
สินทรัพย์รวม	1,750,546,729.85
หนี้สินรวม	430,259,075.36
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท	1,320,287,654.49
รวมรายได้	2,558,841,191.10
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้	821,181,796.94
กำไรสุทธิ	656,006,452.19
กำไรต่อหุ้น	0.22
จำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (หุ้น)	3,000,000,000

รายละเอียดปรากฏตามสำเนางบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับรอบระยะเวลาบัญชี
สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ที่ได้จัดส่งให้แก่ผู้ถือหุ้นในรูปแบบ CD-ROM พร้อมหนังสือเชิญประชุมแล้ว

ประธานฯ สอบถามที่ประชุมว่ามีผู้ถือหุ้นรายใดประสงค์จะสอบถามเพิ่มเติมประการใดหรือไม่

ประธานฯ แจ้งให้ที่ประชุมทราบว่า ในขณะนี้ มีผู้ถือหุ้นมาเข้าร่วมประชุมทั้งด้วยตนเองและโดยรับมอบฉันทะ
เพิ่มเติม 24 ราย นับเป็นจำนวนผู้ถือหุ้นมาเข้าร่วมประชุมทั้งด้วยตนเองและโดยรับมอบฉันทะจำนวนทั้งสิ้น 1,254
ราย นับเป็นจำนวนหุ้นได้ 2,063,660,725 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 68.7666 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

เมื่อไม่มีคำถามอื่นใดเพิ่มเติม ประธานฯ จึงขอเสนอให้ที่ประชุมพิจารณาและอนุมัติงบแสดงฐานะการเงินและงบ
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ดังกล่าว ที่ประชุมได้พิจารณาและมีมติ ดังนี้

มติ อนุมัติงบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ซึ่ง
ได้รับการตรวจสอบและรับรองโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว ตามที่ประธานฯ เสนอทุกประการ ด้วย
คะแนนเสียงข้างมากของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน โดยมี
ผลการนับคะแนนในวาระนี้ ดังนี้

ในวาระนี้ มีผู้ถือหุ้นมาประชุมและออกเสียงลงคะแนนรวมทั้งสิ้น 2,063,660,725 หุ้น

ผู้ถือหุ้น	จำนวน (เสียง)	คิดเป็นร้อยละ
(1) เห็นด้วย	2,063,653,925	99.9997
(2) ไม่เห็นด้วย	0	0.00
(3)งดออกเสียง	6,800	0.0003
(4) บัตรเสีย	0	0.00
รวมจำนวนเสียง	2,063,660,725	100.00

วาระที่ 4 พิจารณาและอนุมัติการจัดสรรทุนสำรองตามกฎหมาย และการจ่ายเงินปันผลสำหรับผลการดำเนินงานปี 2559

ประธานฯ ได้ขอให้ นายสุรพล เพชรกลิ้ง ให้รายละเอียดในวาระนี้

นายสุรพล เพชรกลิ้ง ได้แถลงต่อที่ประชุมว่า จากผลการดำเนินงานสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีกำไรสุทธิตามงบการเงินเป็นจำนวน 656,006,452.19 บาท (หกร้อยห้าสิบล้านหกพันสี่ร้อยห้าสิบบาทสิบเก้าสตางค์)

ทั้งนี้ ตามกฎหมาย บริษัทต้องจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีไว้เป็นทุนสำรองไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิจนกว่าทุนสำรองนี้จะมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียนตามที่กฎหมายกำหนด โดยทุนสำรองตามกฎหมาย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีจำนวน 30,000,000 บาท (สามสิบล้านบาทถ้วน) อย่างไรก็ตามตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 ได้มีมติอนุมัติการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท จำนวนไม่เกิน 22,610,000 หน่วย โดยไม่คิดมูลค่าให้แก่กรรมการที่เป็นผู้บริหารและ/หรือพนักงานของบริษัท (ESOP Warrant-1) และเพื่อรองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิซึ่งออกและเสนอขายแก่กรรมการที่เป็นผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทดังกล่าว ที่ประชุมจึงได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 2,261,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 300,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 302,261,000 บาท ซึ่งบริษัทได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนของบริษัทต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์เป็นที่เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2559

ดังนั้น เพื่อให้ทุนสำรองครบตามที่กฎหมายกำหนด บริษัทจึงต้องจัดสรรทุนสำรองเพิ่มเติมอีกเป็นจำนวนเงิน 226,100 บาท (สองแสนสองหมื่นหกพันหนึ่งร้อยบาทถ้วน) รวมเป็นทุนสำรองทั้งสิ้น 30,226,100 บาท (สามสิบล้านสองแสนสองหมื่นหกพันหนึ่งร้อยบาทถ้วน) ซึ่งครบถ้วนเท่ากับร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียน

อย่างไรก็ดี บริษัทยังเหลือผลกำไรเป็นเงิน 655,780,352.19 บาท (หกร้อยห้าสิบล้านเจ็ดแสนแปดหมื่นสามร้อยห้าสิบบาทสิบเก้าสตางค์) ซึ่งบริษัทยังมีกระแสเงินสดเพียงพอและสามารถจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นทุกรายตามสัดส่วนของหุ้นที่ตนถืออยู่ของบริษัท บริษัทมีความประสงค์จะจ่ายเงินปันผลจากกำไรสุทธิประจำปี 2559 ทั้งสิ้นในอัตราหุ้นละ 0.218 บาท หรือเป็นจำนวนเงิน 654,133,252.80 บาท (หกร้อยห้าสิบล้านหนึ่งแสนสามหมื่นสามพันสองร้อยห้าสิบบาทแปดสิบสตางค์) คิดเป็นอัตราร้อยละ 99.75 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและสำรองตามกฎหมาย ซึ่งสูงกว่านโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทซึ่งจะจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50

โดยบริษัทได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้นแล้ว ในอัตราหุ้นละ 0.080 บาท เป็นเงินจำนวน 240,000,000 บาท (สองร้อยสี่สิบล้านบาทถ้วน) ดังนั้น บริษัทจึงประสงค์จะจ่ายเงินปันผลเพิ่มอีกในอัตราหุ้นละ 0.138 บาท เป็นเงินปันผลทั้งสิ้น 414,133,252.80 บาท (สี่ร้อยสิบสี่ล้านหนึ่งแสนสามหมื่นสามพันสองร้อยห้าสิบบาทแปดสิบสตางค์) ให้กับผู้ถือหุ้นซึ่งมีชื่อปรากฏ ณ วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้น (Record Date) ที่มีสิทธิรับเงินปันผลในวันที่ 3 พฤษภาคม 2560 และให้รวบรวมรายชื่อตามมาตรา 225 ของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และ

ตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2551 โดยประกาศปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้นในวันที่ 4 พฤษภาคม 2560 และกำหนดวันจ่ายเงินปันผลในวันที่ 19 พฤษภาคม 2560

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2560 ได้มีผู้มาใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิซึ่งออกและเสนอขายแก่กรรมการที่เป็นผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัท (ESOP Warrant-1) จำนวน 965,600 หน่วยคิดเป็นจำนวนหุ้นแปลงสภาพแล้วจำนวน 965,600 หุ้น (เก้าแสนหกหมื่นห้าพันหกร้อยหุ้น) โดยบริษัทได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นชำระแล้วกับจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมดต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์เป็นที่เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2560 ทำให้จำนวนหุ้นที่จะได้รับสิทธิในการรับเงินปันผลจากผลการดำเนินงานของบริษัทปี 2559 เพิ่มขึ้นจาก 3,000,000,000 หุ้น (สามพันล้านหุ้น) เป็น 3,000,965,600 หุ้น (สามพันล้านเก้าแสนหกหมื่นห้าพันหกร้อยหุ้น) โดยตารางเปรียบเทียบข้อมูลการจ่ายเงินปันผล เป็นดังนี้

รายการ	เงินปันผลสำหรับปี 2560 (ปีที่เสนอ) จากผลการดำเนินงานปี 2559	เงินปันผลสำหรับปี 2559 (ปีที่ผ่านมา) จากผลการดำเนินงานปี 2558
1. กำไรสุทธิ (บาท)	656,006,452.19	402,493,176.32
2. จำนวนหุ้น (หุ้น)	3,000,965,600	3,000,000,000
3. เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	0.218	0.133
- เงินปันผลระหว่างกาล	0.080*	0.050
- เงินปันผล (ขออนุมัติจ่ายเพิ่ม)	0.138	0.083
4. จัดสรรเพื่อสำรองตามกฎหมาย (บาท)	226,100.00	เงินสำรองครบ ตามที่กฎหมายกำหนด
5. รวมเงินปันผลจ่ายทั้งสิ้น (บาท)	654,133,252.80	399,000,000.00
6. อัตราเงินปันผลจ่ายต่อกำไรสุทธิ (ร้อยละ) หลังภาษีและเงินสำรองตามกฎหมาย	99.75	99.13

*เงินปันผลระหว่างกาลจากผลการดำเนินงานปี 2559 เป็นอัตราเงินปันผลที่จำนวน 3,000,000,000 หุ้น

ประธานฯ สอบถามที่ประชุมว่ามีผู้ถือหุ้นรายใดประสงค์จะสอบถามเพิ่มเติมประการใดหรือไม่

ประธานฯ แจ้งให้ที่ประชุมทราบว่า ในขณะนี้ มีผู้ถือหุ้นมาเข้าร่วมประชุมทั้งด้วยตนเองและโดยรับมอบฉันทะเพิ่มเติม 1 ราย นับเป็นจำนวนผู้ถือหุ้นมาเข้าร่วมประชุมทั้งด้วยตนเองและโดยรับมอบฉันทะจำนวนทั้งสิ้น 1,255 ราย นับเป็นจำนวนหุ้นได้ 2,063,661,725 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 68.7666 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

เมื่อไม่มีคำถามอื่นใด ประธานฯ จึงขอเสนอให้ที่ประชุมพิจารณาและอนุมัติการจัดสรรหุ้นสำรองตามกฎหมาย และการจ่ายเงินปันผลสำหรับผลการดำเนินงานสำหรับปี 2559 ที่ประชุมได้พิจารณาและมีมติ ดังนี้

มติ อนุมัติการจ่ายเงินปันผลสำหรับผลประกอบการประจำปี 2559 เพิ่มอีกหุ้นละ 0.138 บาท คิดเป็นเงินปันผลรวมทั้งปีเท่ากับร้อยละ 99.75 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและสำรองตามกฎหมาย คิดเป็นจำนวนเงินปันผลสำหรับงวดนี้ทั้งสิ้น 414,133,252.80 บาท (สี่ร้อยสิบสี่ล้านหนึ่งแสนสามหมื่นสามพันสองร้อยห้าสิบสองบาทแปดสิบสตางค์) โดยกำหนดให้ผู้ถือหุ้นที่จะมีชื่อปรากฏ ณ วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้น (Record Date) ในวันที่ 3 พฤษภาคม 2560 เป็นผู้ที่มีสิทธิได้รับเงินปันผลและให้รวบรวมรายชื่อตามมาตรา 225 ของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติมพ.ศ. 2551 โดยประกาศปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้นในวันที่ 4 พฤษภาคม 2560 และกำหนดวันจ่ายเงินปันผลในวันที่ 19 พฤษภาคม 2560 ตามที่ประธานฯ เสนอทุกประการ ด้วยคะแนนเสียงข้างมากของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและออกเสียงลงคะแนน โดยมีผลการนับคะแนนในวาระนี้ ดังนี้

ในวาระนี้ มีผู้ถือหุ้นมาประชุมและออกเสียงลงคะแนนรวมทั้งสิ้น 2,063,661,725 หุ้น

	ผู้ถือหุ้น	จำนวน (เสียง)	คิดเป็นร้อยละ
(1)	เห็นด้วย	2,063,656,725	99.9998
(2)	ไม่เห็นด้วย	0	0.00
(3)	งดออกเสียง	5,000	0.0002
(4)	บัตรเสีย	0	0.00
	รวมจำนวนเสียง	2,063,661,725	100.00

วาระที่ 5 พิจารณากำหนดรายชื่อกรรมการที่ออกตามวาระและแต่งตั้งกรรมการเข้าแทน

ประธานฯ ได้แถลงต่อที่ประชุมว่าในปี 2560 กรรมการของบริษัทที่ครบวาระการดำรงตำแหน่งมีจำนวน 3 ท่าน คิดเป็นอัตรา 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด ซึ่งได้แก่

- 1) นายวิบูลย์ พจนาลักษณ์ ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ
- 2) นายสุวิน ไกรภูเบศ ดำรงตำแหน่งกรรมการ
- 3) นายปรัชญา เลวัน ดำรงตำแหน่งกรรมการ

ประธานฯ ได้แจ้งต่อที่ประชุมว่า เนื่องจากกรรมการทั้ง 3 ท่านเป็นผู้มีส่วนได้เสียในการพิจารณาวาระนี้ ประธานฯ จึงขอเรียนเชิญกรรมการทั้ง 3 ท่านออกจากห้องประชุม เพื่อความโปร่งใสในการดำเนินการประชุมในวาระนี้

หลังจากนั้น ประธานฯ ได้กล่าวต่อไปว่า ในการเลือกตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ครบกำหนดออกตามวาระ สามารถได้รับเลือกกลับเข้ามาดำรงตำแหน่งตามเดิมได้อีก

คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาตามข้อเสนอของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน โดยดูถึงความเหมาะสมด้านคุณวุฒิ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญจากหลากหลายวิชาชีพ รวมถึงผลการปฏิบัติงานในฐานะกรรมการบริษัทในช่วงที่ผ่านมาแล้ว สำหรับนายวิบูลย์ พจนาลักษณ์ซึ่งถูกเสนอชื่อให้ได้รับการเลือกตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ เป็นผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และนโยบาย

การกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท บริษัทจึงเห็นสมควรเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาแต่งตั้งกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งตามวาระในครั้งนี้ กลับเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทต่อไปอีกวาระหนึ่ง ซึ่งได้แก่ นายวิบูลย์ พจนาลัย เป็นกรรมการอิสระ นายสุวิน ไกรภูเบศ และนายปรัชญา เลวัน เป็นกรรมการ ทั้งนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการได้มีมติในการประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2560 ให้กำหนดชื่อกรรมการออกตามวาระ 3 ท่านดังกล่าวข้างต้น และเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติแต่งตั้งกรรมการทั้ง 3 ท่านกลับเข้าเป็นกรรมการของบริษัท อีกวาระหนึ่ง รายละเอียดข้อมูลของผู้ที่ได้รับการเสนอชื่อเป็นกรรมการดังที่ได้จัดส่งให้แก่ผู้ถือหุ้นพร้อมหนังสือเชิญประชุมแล้ว

ประธานฯ สอบถามที่ประชุมว่ามีผู้ถือหุ้นรายใดประสงค์จะสอบถามเพิ่มเติมประการใดหรือไม่

ประธานฯ แจ้งให้ที่ประชุมทราบว่า ในขณะนี้ มีผู้ถือหุ้นมาเข้าร่วมประชุมทั้งด้วยตนเองและโดยรับมอบฉันทะเพิ่มเติม 2 ราย นับเป็นจำนวนผู้ถือหุ้นมาเข้าร่วมประชุมทั้งด้วยตนเองและโดยรับมอบฉันทะจำนวนทั้งสิ้น 1,255 ราย นับเป็นจำนวนหุ้นได้ 1,514,697,725 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 50.4737 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

เมื่อไม่มีคำถามอื่นใดเพิ่มเติม ประธานฯ จึงขอเสนอให้ที่ประชุมพิจารณาอนุมัติการแต่งตั้งกรรมการใหม่แทนกรรมการที่ครบกำหนดออกตามวาระ ที่ประชุมได้พิจารณาและมีมติ ดังนี้

มติ ที่ประชุมมีมติด้วยคะแนนเสียงข้างมากของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนนสำหรับการเลือกตั้งกรรมการที่ครบกำหนดออกตามวาระ กลับเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ และกรรมการของบริษัทต่อไปอีกวาระหนึ่ง ด้วยคะแนนเสียงในแต่ละรายดังนี้

1) **นายวิบูลย์ พจนาลัย** ดำรงตำแหน่ง กรรมการอิสระ

มีผู้ถือหุ้นมาประชุมและออกเสียงลงคะแนนรวมทั้งสิ้น 1,514,697,725 หุ้น

ผู้ถือหุ้น	จำนวน (เสียง)	คิดเป็นร้อยละ
(1) เห็นด้วย	1,514,233,225	99.9693
(2) ไม่เห็นด้วย	459,500	0.0303
(3)งดออกเสียง	5,000	0.0003
(4) บัตรเสีย	0	0.00
รวมจำนวนเสียง	1,514,697,725	100.00

2) **นายสุวิน ไกรภูเบศ** ดำรงตำแหน่ง กรรมการ

มีผู้ถือหุ้นมาประชุมและออกเสียงลงคะแนนรวมทั้งสิ้น 1,514,697,725 หุ้น

ผู้ถือหุ้น	จำนวน (เสียง)	คิดเป็นร้อยละ
(1) เห็นด้วย	1,490,672,316	98.4138
(2) ไม่เห็นด้วย	24,025,409	1.5862

(3) งดออกเสียง	0	0.00
(4) บัตรเสียง	0	0.00
รวมจำนวนเสียง	1,514,697,725	100.00

3) **นายปรัชญา เลวัน** ดำรงตำแหน่ง กรรมการ

มีผู้ถือหุ้นมาประชุมและออกเสียงลงคะแนนรวมทั้งสิ้น 1,514,697,725 หุ้น

ผู้ถือหุ้น	จำนวน (เสียง)	คิดเป็นร้อยละ
(1) เห็นด้วย	1,514,692,725	99.9997
(2) ไม่เห็นด้วย	0	0.00
(3) งดออกเสียง	5,000	0.0003
(4) บัตรเสียง	0	0.00
รวมจำนวนเสียง	1,514,697,725	100.00

วาระที่ 6 พิจารณาและอนุมัติค่าตอบแทนของกรรมการประจำปี 2560

ประธานฯ แถลงต่อที่ประชุมว่า ในวาระนี้จะใช้คะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุม โดยผู้ถือหุ้นที่มีส่วนได้เสียกับค่าตอบแทนรายเดือนของกรรมการซึ่งเป็นผู้บริหารของบริษัท ค่าตอบแทนเบี้ยประชุมของกรรมการ และโบนัสของกรรมการอิสระจะไม่มีสิทธิลงคะแนนเสียงในวาระนี้

คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาตามข้อเสนอของที่ประชุมคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2560 โดยได้ถกแถลงและพิจารณาอย่างละเอียดถึงความเหมาะสมประการต่างๆ แล้วรวมถึงพิจารณาจากการขยายตัวทางธุรกิจและการเติบโตทางผลกำไรของบริษัทแล้วเห็นสมควรกำหนดค่าตอบแทนคณะกรรมการประจำปี 2560 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เสนอค่าตอบแทนรายเดือนของกรรมการซึ่งเป็นผู้บริหารของบริษัทประจำปี 2560 ในอัตราที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.4 จากมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2559 ซึ่งได้อนุมัติไว้
2. เสนอค่าตอบแทนเบี้ยประชุมของคณะกรรมการของบริษัทประจำปี 2560 ในอัตราที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2559 ซึ่งได้อนุมัติไว้ดังนี้

ค่าตอบแทนเบี้ยประชุมของกรรมการ	ปี 2560 (ปีที่เสนอ) (บาท/คน)	ปี 2559 (ปีที่ผ่านมา) (บาท/คน)
1. ค่าเบี้ยประชุมของกรรมการบริษัท	ต่อการประชุม 1 ครั้ง	ต่อการประชุม 1 ครั้ง
• ประธานกรรมการบริษัท	25,527	24,311
• กรรมการบริษัท	19,145	18,233

คำตอบแทนเบี้ยประชุมของกรรมการ	ปี 2560 (ปีที่เสนอ) (บาท/คน)	ปี 2559 (ปีที่ผ่านมา) (บาท/คน)
2. ค่าเบี้ยประชุมของกรรมการตรวจสอบ	ต่อการประชุม 1 ครั้ง	ต่อการประชุม 1 ครั้ง
● ประธานกรรมการตรวจสอบ	25,527	24,311
● กรรมการตรวจสอบ	19,145	18,233
3. ค่าเบี้ยประชุมของกรรมการสรรหา และพิจารณาค่าตอบแทน	ต่อการประชุม 1 ครั้ง	ต่อการประชุม 1 ครั้ง
● ประธานกรรมการสรรหาและ พิจารณาค่าตอบแทน	25,527	24,311
● กรรมการสรรหาและพิจารณา ค่าตอบแทน	19,145	18,233

ทั้งนี้ กรรมการที่เป็นผู้บริหารจะไม่ได้รับเบี้ยประชุม เนื่องจากได้รับคำตอบแทนรายเดือนในฐานะผู้บริหารแล้ว

3. เสนอคำตอบแทนกรรมการในรูปแบบโบนัสกรรมการที่จ่ายในปี 2560 ซึ่งเป็นโบนัสจากผลประกอบการปี 2559 โดยกำหนดอัตราเงินโบนัสเท่ากับร้อยละ 0.05 ของรายได้ปี 2559 และจะจ่ายโบนัสไม่เกิน 1,404,420.60 บาท (หนึ่งล้านสี่แสนสี่พันสี่ร้อยยี่สิบบาทหกสิบสตางค์) โดยเฉลี่ยให้กรรมการอิสระทุกท่าน

ทั้งนี้ กรรมการที่เป็นผู้บริหารจะไม่ได้รับโบนัสกรรมการเนื่องจากได้รับคำตอบแทนรายเดือนในฐานะผู้บริหารแล้ว

ประธานฯ สอบถามที่ประชุมว่ามีผู้ถือหุ้นรายใดประสงค์จะสอบถามเพิ่มเติมประการใดหรือไม่

เมื่อไม่มีคำถามอื่นใด ประธานฯ จึงขอเสนอให้ที่ประชุมพิจารณาอนุมัติคำตอบแทนของกรรมการประจำปี 2560 เป็นแต่ละรายการ ที่ประชุมได้พิจารณาและมีมติ ดังนี้

มติ อนุมัติคำตอบแทนของกรรมการประจำปี 2560 ตามที่ประธานฯ เสนอทุกประการ ด้วยคะแนนเสียงข้างมากซึ่งไม่น้อยกว่าสองในสามของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมโดยมีผลการนับคะแนนในวาระนี้ ดังนี้

- 1) คำตอบแทนรายเดือนของกรรมการซึ่งเป็นผู้บริหารของบริษัทประจำปี 2560 ในอัตราที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.4

มีผู้ถือหุ้นมาประชุมรวมทั้งสิ้น 1,514,706,725 หุ้น

ผู้ถือหุ้น	จำนวน (เสียง)	คิดเป็นร้อยละ
(1) เห็นด้วย	1,514,086,725	99.9591
(2) ไม่เห็นด้วย	5,000	0.0003
(3)งดออกเสียง	615,000	0.0406
(4) บัตรเสีย	0	0.00
รวมจำนวนเสียง	1,514,706,725	100.00

2) ค่าตอบแทนเบี้ยประชุมกรรมการของบริษัทประจำปี 2560 ในอัตราที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5

มีผู้ถือหุ้นมาประชุมรวมทั้งสิ้น 1,789,612,725 หุ้น

ผู้ถือหุ้น	จำนวน (เสียง)	คิดเป็นร้อยละ
(1) เห็นด้วย	1,788,992,725	99.9654
(2) ไม่เห็นด้วย	5,000	0.0003
(3)งดออกเสียง	615,000	0.0344
(4) บัตรเสีย	0	0.00
รวมจำนวนเสียง	1,789,612,725	100.00

3) ค่าตอบแทนกรรมการในรูปแบบโบนัสกรรมการประจำปี 2560

มีผู้ถือหุ้นมาประชุมรวมทั้งสิ้น 1,789,612,725 หุ้น

ผู้ถือหุ้น	จำนวน (เสียง)	คิดเป็นร้อยละ
(1) เห็นด้วย	1,777,423,581	99.3189
(2) ไม่เห็นด้วย	11,574,144	0.6467
(3)งดออกเสียง	615,000	0.0344
(4) บัตรเสีย	0	0.00
รวมจำนวนเสียง	1,789,612,725	100.00

วาระที่ 7 พิจารณาและอนุมัติแต่งตั้งผู้สอบบัญชีและกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตประจำปี 2560

ประธานฯ ได้ชี้แจงต่อที่ประชุมว่า เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อบังคับของบริษัท และเพื่อให้เป็นไปตามคุณสมบัติของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทจึงจำเป็นต้องพิจารณาแต่งตั้งผู้สอบบัญชีซึ่งสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ให้ความเห็นชอบ และกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีประจำปี 2560 ทั้งนี้ บริษัทได้แต่งตั้งผู้สอบบัญชีจากบริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งมีรายชื่อดังต่อไปนี้เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท และกำหนดค่าตอบแทนตามข้อเสนอบริการสอบบัญชีที่ผู้สอบบัญชีเสนอมา สำหรับบริษัทเป็นจำนวนเงินรวม 1,300,000 บาท (หนึ่งล้านสามแสนบาทถ้วน)

ชื่อผู้สอบบัญชี	ใบอนุญาตเลขที่
(1) นางสาวสุวิมล กฤตยาเกียรติ	2982
(2) นายณพฤกษ์ พิษณุวงศ์	7764
(3) นางสาวสุภาภรณ์ มั่งจิตร	8152

เมื่อเปรียบเทียบกับค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตประจำปี 2559 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	ปี 2560 (ปีที่เสนอ) (บาท)	ปี 2559 (ปีที่ผ่านมา) (บาท)
ค่าสอบบัญชีและค่าสอบทานงบการเงิน รายไตรมาสของบริษัท (Audit Fee)	1,300,000	1,150,000
ค่าบริการอื่น (Non-Audit Fee)	ไม่มี	ไม่มี
รวม	1,300,000	1,150,000

ทั้งนี้ ผู้สอบบัญชีดังกล่าวเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทตลอดระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมา โดยมีผลการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ไม่มีความสัมพันธ์และไม่มีส่วนได้เสียกับบริษัท ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว จึงมีความเป็นอิสระในการตรวจสอบและแสดงความเห็นต่องบการเงินของบริษัท

ประธานฯ สอบถามที่ประชุมว่ามีผู้ถือหุ้นรายใดประสงค์จะสอบถามเพิ่มเติมประการใดหรือไม่

มีผู้ถือหุ้นสอบถามว่าเนื่องจากบริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัดได้ปฏิบัติงานให้แก่บริษัทมาเป็นระยะเวลาเกิน 5 ปีแล้ว ไม่ทราบว่าผู้สอบบัญชีดังกล่าวข้างต้นทั้ง 3 ท่าน ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทตั้งแต่เมื่อใด ผู้ลงนามในงบการเงินของบริษัทคือท่านใด นอกจากนี้ ผู้ถือหุ้นขอทราบถึงเหตุผลและความจำเป็นในการขอเพิ่มค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และสอบถามบริษัทว่าได้มีการพิจารณาใช้บริษัทสอบบัญชี 4 บริษัทใหญ่ (Big Four) หรือไม่

ประธานฯ ได้ขอให้ นายสุรพล เพชรกลิ้ง เป็นผู้ตอบข้อซักถามของผู้ถือหุ้น

นายสุรพล เพชรกลิ้ง ชี้แจงว่าคุณสุวิมล กฤตยาเกียรติ ได้รับแต่งตั้งให้เป็นผู้สอบบัญชีผู้ลงนามในงบการเงินของบริษัทเป็นครั้งแรกเมื่อปีที่แล้ว แต่เดิมนั้นคุณสมจินตนา พลหิรัญรัตน์ ใบอนุญาตเลขที่ 5599 เป็นผู้สอบบัญชีผู้ลงนามในงบการเงินของบริษัท

สำหรับการเพิ่มค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจำนวน 150,000 บาทนั้น เป็นผลมาจากข้อกำหนดที่เพิ่มขึ้นมาในปี 2560 ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่กำหนดให้ผู้ตรวจสอบบัญชีต้องตรวจสอบข้อมูลด้านระบบ IT เพิ่มขึ้น จำนวนเงินค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่เพิ่มขึ้นนั้นคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 7-8 ซึ่งคณะกรรมการบริษัทเห็นว่าเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างเหมาะสมและสมควรกับจำนวนธุรกรรมของบริษัทที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการตรวจสอบตามมาตรฐานการบัญชีฉบับใหม่ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น

สำหรับเรื่องการพิจารณาใช้บริษัทสอบบัญชี 4 บริษัทใหญ่ (Big Four) นั้น บริษัทเห็นว่าบริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด เป็นบริษัทผู้ตรวจสอบบัญชีคนไทยซึ่งมีใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ อย่างไรก็ตาม ในอนาคตอาจมีการพิจารณาใช้บริษัทสอบบัญชี 4 บริษัทใหญ่ (Big Four)

เมื่อไม่มีคำถามอื่นใดเพิ่มเติม ประธานฯ จึงเสนอให้ที่ประชุมพิจารณาอนุมัติการแต่งตั้งและกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตประจำปี 2560

ประธานฯ แจ้งให้ที่ประชุมทราบเพิ่มเติมว่าในวาระนี้มีผู้ถือหุ้นมาประชุมทั้งด้วยตนเองและโดยรับมอบฉันทะเพิ่มเติม 2 ราย นับเป็นจำนวนผู้ถือหุ้นมาเข้าร่วมประชุมทั้งด้วยตนเองและโดยรับมอบฉันทะจำนวนทั้งสิ้น 1,258 ราย นับเป็นจำนวนหุ้นได้ 2,063,710,725 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 68.7682 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ที่ประชุมได้พิจารณาและมีมติดังนี้

มติ อนุมัติแต่งตั้ง คุณสุวิมล กฤตยาเกียรติ์ โบอนุญาตเลขที่ 2982 คุณนพฤกษ์ พิษณุวงษ์ โบอนุญาตเลขที่ 7764 และคุณสุภาภรณ์ มั่งจิตร โบอนุญาตเลขที่ 8152 ซึ่งเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ได้รับการรับรองจาก ก.ล.ต. จากบริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทประจำปี 2560 และอนุมัติค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีประจำปี 2560 เป็นจำนวนเงิน 1,300,000 บาท (หนึ่งล้านสามแสนบาทถ้วน) ตามที่ประธานฯ เสนอ ด้วยคะแนนเสียงข้างมากของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน โดยมีผลการนับคะแนนในวาระนี้ ดังนี้

ในวาระนี้ มีผู้ถือหุ้นมาประชุมและออกเสียงลงคะแนน รวมทั้งสิ้น 2,063,710,725 หุ้น

ผู้ถือหุ้น	จำนวน (เสียง)	คิดเป็นร้อยละ
(1) เห็นด้วย	2,012,057,525	97.4971
(2) ไม่เห็นด้วย	51,033,600	2.4729
(3) งดออกเสียง	619,600	0.0300
(4) บัตรเสีย	0	0.00
รวมจำนวนเสียง	2,063,710,725	100.00

วาระที่ 8 พิจารณาเรื่องอื่นๆ

ไม่มีผู้ใดเสนอเรื่องอื่นใดต่อที่ประชุมเพื่อพิจารณา แต่มีผู้ถือหุ้นสอบถามคำถามที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการของบริษัท ประธานฯ จึงมอบหมายให้ นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ตอบคำถามดังกล่าว โดยมีรายละเอียดโดยสรุปดังต่อไปนี้

1. ผู้ถือหุ้นสอบถามว่าบริษัทเน้นตลาด CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม) หรือตลาด Asean หรือตลาดจีน เกาหลี ญี่ปุ่น มากกว่ากัน

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่าบริษัทค่อยๆ ขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศโดยเริ่มจากประเทศที่ใกล้เคียงกับประเทศไทยก่อน คือ CLMV เนื่องจากเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมใกล้เคียง และรู้จักประเทศไทยเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามการลงทุนในต่างประเทศบริษัทอาศัยช่องทางผู้จัดจำหน่ายในการขยายตลาด ถัดจาก CLMV บริษัทก็ขยายตลาดไปยังตลาดของ Asean เช่น ในอินโดนีเซีย ซึ่งบริษัทลงทุนในลักษณะ Shop in Shop จากนั้นบริษัทก็ขยายตลาดออกไปยังเอเชีย คือ ฮองกง และได้หวัน สำหรับจีนซึ่งเป็นประเทศที่ใหญ่ และมีโอกาสทางธุรกิจมากมายนั้น ก็เป็นที่ทราบเช่นกันว่าจีนมีกฎระเบียบมากมาย และซับซ้อนต่อการทำธุรกิจค้าปลีก ซึ่งบริษัทต้องใช้เวลาในการศึกษา และทำความเข้าใจกับกฎระเบียบต่างๆ ของจีนเสียก่อน สำหรับการลงทุนในต่างประเทศ บริษัทต้องแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบว่าบริษัทจะลงทุนผ่านทางผู้จัดจำหน่ายเท่านั้น เนื่องจากบริษัทมองว่าผู้จัดจำหน่ายเป็นผู้เชี่ยวชาญ มีความรู้ในกฎระเบียบ และการบริโภคของลูกค้าในประเทศนั้นๆ

2. ผู้ถือหุ้นแจ้งว่าบริษัทไทยหลายบริษัทที่ขยายตลาดไปยังต่างประเทศ พบว่ามีสินค้าของตนถูกลอกเลียนแบบ เป็นผลให้สินค้าของประเทศไทยดูมีมูลค่าลดลง ผู้ถือหุ้นจึงสอบถามว่าบริษัทเคยพบปัญหาเหล่านี้หรือไม่

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่าโอกาสการถูกลอกเลียนแบบสินค้ามีอยู่แล้ว บริษัทไม่สามารถห้ามการลอกเลียน หรือทำสินค้าเลียนแบบ แต่การเลียนแบบก็อาจเป็นตัวบ่งบอกได้ว่าสินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักจริงๆ อย่างไรก็ดี การออกแบบผลิตภัณฑ์ และวัสดุที่ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นเป็นระดับ Premium โดยปัจจุบันบริษัทได้ใช้ฉลากไฮโลแกรมเพื่อป้องกันการปลอมแปลงสินค้า และขณะนี้บริษัทได้ศึกษาการใช้ QR Code เพื่อให้ลูกค้าสามารถสแกนตรวจสอบที่มาของสินค้าของบริษัทได้นอกจากนี้บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายการบริการ หรือทะเบียนใดๆ ตามกฎหมายในต่างประเทศทั้งหมด แม้ว่าจะต้องเสียเวลา และค่าใช้จ่ายที่มากเพียงใดก็ตาม

3. ผู้ถือหุ้นสอบถามถึงความเห็นของบริษัทในความแตกต่างของรายได้ระหว่าง Beauty Cottage และ Beauty Buffet ซึ่งมีจำนวนสาขาที่แตกต่างกันไม่มาก แต่ Beauty Buffet กลับมีรายได้ถึงร้อยละ 70 ของรายได้รวมในขณะที่ Beauty Cottage มีรายได้รวมเพียงร้อยละ 9

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่า Beauty Cottage เป็นแบรนด์ที่เปิดภายหลัง Beauty Buffet และเพิ่งเริ่มเปิดดำเนินการมาได้ไม่กี่ปี บริษัทได้นำประสบการณ์จาก Beauty Buffet มาปรับใช้กับ Beauty Cottage อย่างไรก็ตามแต่ละแบรนด์ของบริษัทก็มีภาพลักษณ์ และกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่แตกต่างกัน นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศมองว่า Beauty Cottage ได้ผ่านช่วง Learning Curve มาแล้ว และอยู่ในช่วงเริ่มสร้างผลประกอบการที่ดี ซึ่งบริษัทมองว่าในอนาคต Beauty Cottage อาจเป็นอีกแบรนด์เด่นให้กับบริษัทเช่นเดียวกับ Beauty Buffet

4. ผู้ถือหุ้นสอบถามว่าจากผลกำไรของบริษัทที่มีเป็นจำนวนมาก ทำให้นักลงทุนหลายท่านให้ความสนใจกับธุรกิจเครื่องสำอาง บริษัทมีวิธีรับมือกับเรื่องนี้อย่างไร

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ซึ่งแจ่มต่อผู้ถือหุ้นว่าธุรกิจเครื่องสำอางดูเหมือนเริ่มดำเนินการได้ง่าย แต่การเปิด Shop เป็นร้อยแห่งนั้นมีหลายเรื่องเข้ามาเกี่ยวข้องมาก เช่น การบริการ การควบคุมการผลิตสินค้า การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฯลฯ Beauty Buffet เปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2549 ซึ่งเป็นช่วงที่ธุรกิจเครื่องสำอางเกาหลีเป็นที่นิยม แต่ที่ผ่านมามาแบรนด์เกาหลีหลายแบรนด์มากที่ต้องถอนการลงทุนออกไปจากประเทศไทย ทั้งที่จริงๆแล้วเค้ามีปัจจัยหลายๆด้านที่ดีกว่าบริษัท ไม่ว่าจะเป็นเงินลงทุน จำนวนของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการสนับสนุนของภาครัฐบาล บริษัทจึงมองว่าการทำธุรกิจเครื่องสำอางเป็นเรื่องของความเข้าใจ การดำเนินงาน การบริการ การอบรมบุคลากร การผลิตสินค้า จุดแข็งของบริษัทอยู่ที่ความคิดสร้างสรรค์ ความกระตือรือร้น บุคลากร และอีกปัจจัยหลายๆประการที่รวมกันทำให้เกิดเป็นความแข็งแกร่งของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทเห็นว่าบริษัทยังคงต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของตลาด และกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ

5. ผู้ถือหุ้นสอบถามเกี่ยวกับการจ่ายเงินปันผลของบริษัท ซึ่งบริษัทได้จ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 100 มา 3 ปีติดต่อกันแล้ว ไม่ทราบว่าเป็นอนาคตบริษัทจะคงนโยบายการจ่ายเงินปันผลในอัตราร้อยละ 100 ให้แก่ผู้ถือหุ้นแบบนี้ต่อไปหรือไม่

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ซึ่งแจ่มต่อผู้ถือหุ้นว่าบางท่านอาจมีข้อสงสัยว่าเหตุใดบริษัทจึงไม่นำเงินกำไรไปลงทุนอย่างอื่น เช่น สร้างโรงงาน หรือการร่วมลงทุน บริษัทขอเรียนให้ทราบว่าตลอดระยะเวลาที่บริษัทอยู่ในตลาดมา 4 ปีย่างเข้าสู่ปีที่ 5 บริษัทมีความระมัดระวังและพิจารณาไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วนทุกครั้งก่อนนำเงินของผู้ถือหุ้นไปใช้ในเรื่องใดๆ บริษัทมองว่าศักยภาพที่บริษัทมีอยู่ ณ ปัจจุบันนี้ คือ อุปรกรณ์ โครงสร้างพื้นฐาน และบุคลากรนั้นมีศักยภาพที่เพียงพอในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงเห็นว่าควรคืนเงินส่วนหนึ่งให้กับผู้ถือหุ้น แต่หากในอนาคตบริษัทมีความจำเป็นต้องลงทุนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพใดๆให้กับบริษัท บริษัทจะศึกษาและพิจารณาให้ละเอียดถี่ถ้วนก่อนนำเงินลงทุนของท่านผู้ถือหุ้นไปต่อยอดเพื่อเสริมสร้างศักยภาพนั้นๆ

6. ผู้ถือหุ้นสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มของ Same Store Sale Growth ในช่วงเดือน 2 และ 3

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ซึ่งแจ่มต่อผู้ถือหุ้นว่าตัวเลขในช่วงเดือน 1-3 หรือไตรมาส 1 นั้นยังไม่เป็นทางการ อย่างไรก็ตาม บริษัทขอให้ผู้ถือหุ้นสบายใจว่าบริษัทยังมีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่ดี

7. ผู้ถือหุ้นสอบถามถึงสินค้าที่อาจได้รับความนิยมเท่ากับสินค้าโฟมโนม Hokkaido ซึ่งเป็นสินค้าขายดีของบริษัท

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ซึ่งแจ่มต่อผู้ถือหุ้นว่าบริษัทมีความพยายามที่จะผลักดันผลิตภัณฑ์หลายๆ ตัวให้เป็น Product Hero ของบริษัทด้วยการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เช่น Beauty Cottage ซึ่งใช้การตลาดรูปแบบใหม่ในการทำการตลาดแบบประสานระหว่าง Online กับ Offline รวมไปถึงการพัฒนากระบวนการของการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ประกอบกับมีการเขียนโปรแกรมเพื่อให้แบรนด์ ฝ่ายการตลาด และฝ่ายปฏิบัติการ สามารถติดตามประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า เพราะบริษัทเล็งเห็นว่าเมื่อมีสินค้าที่

ขายดี หรือ Product Hero เกิดขึ้น บริษัทต้องพยายามรักษาให้ความนิยมน้อยไปนานๆ และขณะเดียวกันก็ต้องผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ตัวอื่นๆ ได้มาเป็น Product Hero ควบคู่ไปด้วย

นอกจากนี้บริษัทยังมีโครงการค้นหาบุคคลที่ขายเก่งมาเป็นตัวอย่างให้กับบุคลากรคนอื่น ๆ และบริษัทยังมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มว่าผลิตภัณฑ์ตัวไหนมีแนวโน้มที่จะเป็น Product Hero ต่อไปในอนาคต

8. ผู้ถือหุ้นสอบถามถึงยอดรายได้ที่แท้จริงของการขายสินค้าที่ต่างประเทศ และยอดรายได้ที่แท้จริงของการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่าในปี 2559 ยอดรายได้จากต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 7 ซึ่งมาจากผู้บริโภคนักชาวจีนเกินครึ่ง ส่วนยอดขายที่มาจากการค้าปลีกของบริษัทอยู่ที่ร้อยละ 25-30 แล้วแต่ช่วงระยะเวลา ทั้งนี้ บริษัทไม่อาจกำหนดตัวเลขที่ชัดเจนแน่นอนได้ เพราะลูกค้าบางท่านซื้อไปขายตามร้านค้าเล็กๆ ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งบริษัทไม่สามารถติดตามไปถึงถึงจุดนั้น

9. ผู้ถือหุ้นสอบถามว่าบริษัทสามารถเข้าถึงข้อมูลของสาขาของบริษัทในต่างประเทศที่บริษัทไม่ได้ลงทุนเอง เช่น เวียดนาม หรือฟิลิปปินส์ ได้หรือไม่ หรือเฉพาะแต่ผู้ที่เปิดร้านค้าในประเทศนั้นๆ เท่านั้นที่จะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่าการเปิดสาขาในต่างประเทศของบริษัทจะมีกฎระเบียบต่างๆ และการควบคุมที่คล้ายๆ กันระบบแฟรนไชส์ในประเทศไทย เช่น ในฟิลิปปินส์ ที่บริษัทเพิ่งเปิดสาขาไปนั้น บริษัทติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดเพื่อให้ระบบมีความใกล้เคียงกับประเทศไทยมากที่สุด รวมทั้งยังมีการแลกเปลี่ยน และประสานข้อมูลทั้งยอดขาย การตั้งเป้า การทำการตลาด ซึ่งต้องใช้ระบบเวลา และทีมงานพอสมควร แต่บริษัทก็พบอุปสรรคในเรื่องของโปรแกรมสำเร็จรูปบางโปรแกรม เช่น โปรแกรม Point of Sale (POS) หรือโปรแกรมที่ใช้ในการบริหารอยู่บ้าง แต่บริษัทก็อาศัยช่องทางของ CRM หรือ Social Media ต่างๆ

ปีที่ผ่านมานั้นบริษัทให้การส่งเสริมหน่วย Oversea มากขึ้นทั้งด้านบุคลากรและ Process ที่ดูแลตลาดของจีน และประเทศต่างๆ ในการ monitoring และ control เพราะบริษัทมองว่าเป็นภารกิจอย่างหนึ่งของหน่วย Oversea และบริษัทยังนำประสบการณ์ที่ได้รับจากการทำ Brand ในประเทศไทยมาถ่ายทอดในการทำการตลาดต่างประเทศอีกด้วย

10. ผู้ถือหุ้นสอบถามว่ามีความเป็นไปได้หรือไม่ที่บริษัทจะขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทด้วยตนเองในประเทศจีน โดยไม่ผ่านช่องทางตัวแทนคนจีนที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่าบริษัทมีหลายรูปแบบในการประกอบธุรกิจในประเทศจีน เพราะแม้ว่าประเทศจีนจะเป็นตลาดที่ใหญ่ และมีโอกาสมาก แต่ก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่าย บริษัทไม่มีนโยบายที่จะไปลงทุนด้วยตนเอง 100% เนื่องจากบริษัทได้ศึกษาจากหลายบริษัท ที่เติบโตในประเทศ แล้วไปลงทุน

ต่างประเทศด้วยตนเอง แต่ผลประกอบการไม่เป็นไปอย่างที่มุ่งหวัง ดังนั้น บริษัทจึงมองการลงทุนในประเทศจีนหลายๆ แบบ เช่น ร้านที่เป็นต้นแบบ หรือเป็น Show Case เอาไว้ดูแลแบรนด์ แต่รูปแบบธุรกิจของบริษัทมีความยืดหยุ่น เพราะบริษัทจะเลือกหารูปแบบที่ดีและเหมาะสมที่สุดกับการทำธุรกิจในประเทศจีน บริษัทไม่ได้มองแต่เพียงยอดขายอย่างเดียว แต่พิจารณาถึงแบรนด์ คู่ค้า และอุปสรรคต่างๆ ประกอบด้วย

11. ผู้ถือหุ้นสอบถามถึงการวางแผนของบริษัทเรื่องแผนการสืบต่อธุรกิจ (Succession Plan) เนื่องจากคุณสุวิน ไกรภูเบศเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อบริษัท

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่าบริษัทมองภาพใหญ่และภาพรวมขององค์กรเป็นหลัก เพราะบริษัทไม่ได้ต้องการ Hero คนเดียว ถึงแม้ว่าบริษัทมีผู้บริหารที่เก่ง แต่ถ้าบุคลากรระดับ Staff ไม่มีความสามารถ หรือความซื่อสัตย์ต่อองค์กร บริษัทนั้นๆ ก็ไปไม่รอด ดังนั้น สิ่งที่บริษัททำตลอดมาคือการเสริมสร้างคนตั้งแต่เบื้องล่าง และสำหรับระดับ Middle Management และ Top Management บริษัทมองว่าต้องทำตัวให้เป็นผู้ที่เรียนรู้อยู่ตลอดเวลา บริษัทจึงมีการจ้าง Coaching และอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อการสร้างวัฒนธรรมการทำงานขององค์กรให้เกิด Sustainable, Creative และ Dynamic อยู่ตลอดเวลา

12. ผู้ถือหุ้นสอบถามว่าบริษัทมีนโยบายจ้าง Market Maker หรือไม่ เนื่องจากผู้ถือหุ้นไม่ต้องการให้ราคาหุ้นโดดไปมา และไม่ประสงค์ให้หุ้นของบริษัทกลายเป็นหุ้นเก็งกำไร

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่าบริษัทไม่สามารถควบคุมตลาดได้ มุมมองส่วนตัวของตนมองว่าการทำ Market Maker ของบริษัทคือการทำให้ Performance ให้ดี ทำยอดขายให้ได้ สร้างการเจริญเติบโตที่ดี และสร้างพนักงานที่เก่ง ซึ่งถือเป็นค่านิยมของคำว่า Market Maker ของ Beauty Community

13. ผู้ถือหุ้นสอบถามว่าผลประกอบการในไตรมาส 1 สวยหรือไม่

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ตอบผู้ถือหุ้นว่าถ้าไม่สวยบริษัทคงไม่ตั้งชื่อว่า Beauty

14. ผู้ถือหุ้นสอบถามว่ากรรมการแต่ละท่านมีความเชี่ยวชาญในด้านใด และมีส่วนร่วมในบริษัทอย่างไรบ้าง

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ตอบผู้ถือหุ้นว่าคณะกรรมการทุกท่านเป็นผู้ร่วมก่อตั้ง และมีส่วนร่วมในการบริหาร และพัฒนาบริษัทโดยใช้ประสบการณ์ของแต่ละท่านมาโดยตลอด การทำธุรกิจนั้นบริษัทต้องมองหลายๆ ด้าน ไม่ใช่เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง และเมื่อบริษัทประกอบธุรกิจความงามความเห็นจากผู้หญิงว่าผู้หญิงต้องการอะไร ชอบอะไร ก็ถือว่าเป็นส่วนสำคัญ ถึงแม้กรรมการท่านอื่นๆ จะไม่ได้แสดงออกในที่ประชุม แต่ทุกท่านมีส่วนและมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการดำเนินงานของบริษัท

15. ผู้ถือหุ้นชื่นชมการทำงานที่เน้น Performance ของบริษัทซึ่งก่อให้เกิดผลประโยชน์ และการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นที่ดีมาโดยตลอด และขอสอบถามว่าบริษัทมีแนวโน้มที่จะสร้างทีม Investment Relation (IR) เพื่อให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง เกี่ยวกับสถานการณ์หุ้นของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์หรือไม่ และเนื่องจากบริษัทแจ้งว่าปี 2560 นี้จะเป็นปีแห่งการลงทุน ผู้ถือหุ้นจึงขอสอบถามเกี่ยวกับโครงสร้างทางการเงินที่บริษัทวางแผนไว้ และสอบถามว่าบริษัทมีแผนการที่จะเพิ่มทุน หรือออก Esop Warrant อีกหรือไม่

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่าบริษัทมีหน่วย IR ที่ให้ข้อมูลแก่นักลงทุน ผู้ถือหุ้น และนักวิเคราะห์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศแล้ว ทีม IR มีกิจกรรมมากมาย เช่น Road Show, Conference Call, Company Visit อีกทั้งบริษัทยังส่งเสริมความรู้ให้แก่ทีม IR ด้วยการส่งไปอบรม นอกจากนี้หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ก็ตามในตลาดไม่ว่าจะด้านบวกหรือลบ บริษัทจะคอยติดตามและส่งข้อมูลให้แก่ทีม IR ตลอด เพราะบริษัทมีนโยบายที่จะประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลที่โปร่งใสแก่ผู้ถือหุ้นอยู่แล้ว

สำหรับการลงทุนนั้น บริษัทไม่ได้เน้นการลงทุนด้วยเงิน หากแต่เป็นการลงทุนด้านแรง และความพยายาม อย่างไรก็ตาม ในบางครั้งบริษัทก็มีความจำเป็นที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ที่จะต้องใช้จ่ายเงินไปกับการลงทุน เช่น การเพิ่มบุคลากร แต่ขอเรียนให้ผู้ถือหุ้นทราบว่าเงินที่บริษัทใช้ในการลงทุนนั้นได้ผ่านการกลั่นกรอง และควบคุมจากบริษัท เพื่อให้เงินทุกบาททุกสตางค์ที่บริษัทใช้ในการลงทุนนั้นเกิดความคุ้มค่าที่สุด

สำหรับการออก Esop Warrant เป็นสิ่งที่บริษัทส่งเสริม Royalty ให้กับพนักงาน เพราะบริษัทมองว่าพนักงานมีส่วนในการสร้างบริษัท และสร้างผลประโยชน์ให้กับบริษัท

16. ผู้ถือหุ้นสอบถามว่าบริษัทมีนโยบายอย่างไร หากในอนาคตมีการซื้อตัวพนักงานเกิดขึ้น

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่าผลประโยชน์ของบริษัทนั้นส่วนหนึ่งมาจากพนักงาน บริษัทมองว่าบริษัทมีเงินเดือน โบนัส และสวัสดิการที่ดีให้กับพนักงาน อีกทั้งบริษัทยังมอบสิ่งที่ไม่สามารถวัดมูลค่าได้ คือ ความรู้และประสบการณ์ให้กับพนักงานตลอด ดังนั้น การทำงานที่บริษัทจึงถือเป็นการทำงานกับบริษัทที่เจริญเติบโตดี บริษัทไม่สามารถห้ามการซื้อตัวพนักงานได้ แต่ขอเรียนให้ท่านผู้ถือหุ้นทราบว่า turn over rate ของบริษัทต่ำมากอยู่ที่เพียงร้อยละ 5 หรือต่ำกว่า อีกทั้งบริษัทมีนโยบาย Happy Workplace ซึ่งการเปิดใช้อาคาร Beauty 2 ทำให้พนักงานมีพื้นที่ในการทำงาน และผ่อนคลายมากขึ้น

17. ผู้ถือหุ้นให้ความเห็นว่าการป้องกันการซื้อตัวพนักงานอาจไม่ใช่เรื่องยากเมื่อเทียบกับการพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่ นอกจากนี้ผู้ถือหุ้นสอบถามถึงการโฆษณาผ่านทางสื่อโทรทัศน์ว่าบริษัทมีแผนจะโฆษณาผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์หรือไม่ เนื่องจากมีหลายบริษัทที่โฆษณาผ่านทางสื่อโทรทัศน์และทำให้ผลประโยชน์โตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่าเรื่องของการพัฒนาดคนนั้นอาจเป็นเรื่องที่ยาก แต่บริษัทมีการพัฒนาตลอดเวลา อีกทั้งบริษัทได้สร้างบรรยากาศของการแข่งขันในเรื่องยอดขาย หรือการดำเนินงานในทุกๆ ด้าน ประกอบกับโครงการ In-search of the best ซึ่งค้นหาบุคคลผู้มีความสามารถให้เป็นแบบอย่างกับพนักงานคนอื่น ก็เป็นตัวที่ทำให้บุคลากรเห็นว่าตนมีความสามารถในการขายอยู่ในระดับใด

การพัฒนาตนเองนั้นมี 2 รูปแบบ คือ 1) บริษัทผลักดันให้พนักงานมีการพัฒนา และ 2) พนักงานคอยผลักดันตนเอง ซึ่งวิธีที่ 2 เป็นวิธีที่ดีที่สุด และบริษัทยังคอยวัดประสิทธิภาพให้พนักงานทราบตนเองทั้งทางด้านตัวเลข และคุณภาพ (Qualitative)

สำหรับการโฆษณาผ่านทางสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อประเภท Traditional นั้นบริษัทมองไว้หลายด้าน ด้านหนึ่ง คือ เป็นสื่อที่ใช้เงินลงทุนจำนวนมาก แม้จะก่อ impact มากแต่ก็เป็น impact ต่อกลุ่มลูกค้าที่ไม่เฉพาะเจาะจง และหากไม่มีระบบที่ดีมารองรับการขายที่จะทำให้แรงส่ง (momentum) เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องก็อาจก่อให้เกิดผลเสียได้ หลายบริษัทมองว่าเมื่อผลประกอบการไม่ดี ก็จะใช้สื่อทางโทรทัศน์มาสร้างผลประกอบการ แต่สำหรับตัว Beauty นั้นมองความสำคัญของสื่อทางโทรทัศน์น้อยลงเรื่อยๆ เนื่องจากปัจจุบัน ผู้บริโภคใช้เวลากับสื่อทางโทรทัศน์น้อยลง และใช้เวลากับสื่อ online มากขึ้น ประกอบกับผู้บริโภคเชื่อถือคำโฆษณาที่ออกจากบริษัทผู้ประกอบการเองน้อยลง และรับฟังเสียงจากเพื่อนที่บอกต่อเพื่อน หรือผู้ review สินค้า เห็นได้จากปรากฏการณ์ลิปสติก Semi-Matte Lipstick เบอร์ 9 ซึ่งบริษัทไม่ได้ใช้ดารา หรือการโฆษณาใดๆ แต่ยอดขายที่ได้รับกลับมาเป็นอย่างดีนั้นเป็นผลมาจากลูกค้า Influencer การแชร์ทาง twitter หรือ Facebook และการบอกกล่าวต่อๆ กัน

18. ผู้ถือหุ้นชื่นชมผลประกอบการของบริษัท และผลตอบแทนที่มีให้กับผู้ถือหุ้นที่อยู่ในระดับดีมาก ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง capital gain หรือเงินปันผล ผู้ถือหุ้นแจ้งว่าจากรายงานประจำปีพบว่า มี 2 แบรินด์ที่ไม่ค่อยได้ขยายสาขา ได้แก่ Beauty Cottage และ Beauty Market จึงขอสอบถามความเห็นของบริษัทในเรื่องนี้ เพราะผู้ถือหุ้นเห็นว่าตอนแรกเปิดทั้ง 2 แบรินด์นี้ถือเป็นการตลาดที่ดีและน่าสนใจ แต่เมื่อปีที่แล้วผลประกอบการจากทั้ง 2 แบรินด์กลับไม่ค่อยเติบโต แต่ในปีนี้เป็นบริษัทกลับมีเป้าหมายที่จะเพิ่มสาขาของทั้ง 2 แบรินด์ โดยเพิ่มสาขาของ Beauty Cottage จาก 15 สาขาเป็น 86 สาขา และเพิ่มสาขาของ Beauty Market จาก 5 สาขาเป็น 18 สาขา ผู้ถือหุ้นจึงสอบถามถึงเหตุผลที่ทำให้บริษัทคิดว่าจะสามารถผลักดันผลประกอบการจากการเปิดสาขาของทั้ง 2 แบรินด์ให้เป็นไปตามเป้าหมายได้

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นว่าจากที่เรียนให้ผู้ถือหุ้นทราบว่าจำนวนสาขาที่ตั้งเป้าว่าจะขยายนั้นเป็นเรื่องของเป้าหมายที่บริษัทวางแผนไว้ อย่างไรก็ตาม การขยายสาขาเป็นเรื่องของการหาทำเลที่ดี และมีคุณภาพ เพื่อให้บริษัทมียอดขายที่ดี สำหรับ Beauty Cottage กับ Beauty Market ถือเป็นช่วง Learning Curve เพราะทุกอย่างมีช่วงของการเรียนรู้ ไม่มีใครสามารถบอกหรือสอนเราได้ทั้งหมด ประสบการณ์และเวลาเท่านั้นที่สอนเรา ซึ่ง Beauty ก็เคยผ่านช่วง Learning Curve มาแล้วเมื่อครั้งเป็นแบรินด์ Mona หรือ Cosmeda หากบริษัทเลิกประกอบกิจการไปตั้งแต่ตอนนั้นก็คงไม่มี Beauty ในวันนี้ แม้กระทั่งแบรินด์ระดับโลกเมื่อมาที่ตลาดประเทศไทยก็ต้องเริ่มต้นเรียนรู้การตลาดใหม่ Beauty Cottage เมื่อครั้งแรกเริ่มเปิดกิจการถือว่ามีผลประกอบการที่ดีมาก บริษัทต้องปรับกลยุทธ์การตลาดไปเรื่อยๆ และผลการเรียนรู้ก็เริ่มแสดงออกมาในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาที่ Beauty Cottage เริ่มเป็นแบรินด์ดาวรุ่งให้กับบริษัท แม้กระทั่ง Beauty Buffet ซึ่งเป็นแบรินด์ที่เป็นที่รู้จัก ก็ยังต้องมีการทำ workshop เพื่อปรับโครงสร้างหรือจัดระบบใหม่ บริษัทจึงต้องตั้งคำถามว่า 10 ปีต่อจากนี้บริษัทจะทำอะไรต่อไป การขยาย

สาขาใดๆ ของบริษัทจึงเป็นไปได้ด้วยความระมัดระวัง เพราะบริษัทจะใช้เงินในการลงทุนอย่างรอบคอบ เพื่อให้มีผลกำไรกลับไปสู่ท่านผู้ถือหุ้นมากที่สุด

เมื่อไม่มีคำถามอื่นใด ประธานฯ จึงกล่าวปิดการประชุมในเวลา 17.20 น.

(พลโทเผด็จ จารุจินดา)

ประธานคณะกรรมการและประธานในที่ประชุม

(นางดารณี ปะเถตัง)

เลขานุการบริษัท