



NEP-AC 010/2568

วันที่ 14 สิงหาคม 2568

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2568 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผลการดำเนินงาน

บริษัท เอ็นอีพี อสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน) ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2568 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568 เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2567 ตามรายละเอียดดังนี้

สำหรับงวด 3 เดือน ของไตรมาสที่ 2 ปี 2568 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568

บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานสำหรับงวด 3 เดือนของไตรมาสที่ 2 ปี 2568 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568 มีผลขาดทุนสุทธิ 2.12 ล้านบาท เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2567 ซึ่งมีผลกำไรสุทธิ 4.97 ล้านบาท ผลการดำเนินงานขาดทุนเพิ่มขึ้น 7.09 ล้านบาท เนื่องจากสาเหตุหลักที่สำคัญดังนี้

1. รายได้จากการขาย และ รายได้อื่น

บริษัท มีรายได้จากการขายในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568 จำนวน 3.14 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปี 2567 มีรายได้จากการขาย 0.53 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.61 ล้านบาท รายได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานในธุรกิจขายสินค้าภายใต้แบรนด์ VAVA Z ที่เป็นรูปแบบ Circular Upcycling ถือว่าเป็นไปในทิศทางที่ดี

รายได้อื่นในปี 2568 มีรายได้ 1.05 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปี 2567 มีจำนวน 3.00 ล้านบาท ลดลง 1.95 ล้านบาท ซึ่งไม่ได้มีรายการที่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ

2. ต้นทุนขาย, กำไรขั้นต้น

ไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัท มีต้นทุนขาย 2.29 ล้านบาท เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันปี 2567 มีต้นทุนขาย -0.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.97 ล้านบาท มีกำไรขั้นต้น 0.85 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27 ของรายได้จากการขาย ซึ่งอัตรากำไรขั้นต้นดังกล่าวเป็นไปตามแผนของบริษัทในการดำเนินงานในธุรกิจขายสินค้าภายใต้แบรนด์ VAVA Z ทั้งนี้บริษัทคาดว่าจะสามารถผลักดันรายได้จากการขายสินค้าภายใต้แบรนด์ AVA Z ที่เป็นรูปแบบ Circular Upcycling ให้มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้น ในทิศทางของธุรกิจสิ่งแวดล้อมตามที่บริษัทได้กำหนดไว้ในแผนธุรกิจได้อย่างแน่นอน

3. ต้นทุนในการจัดจำหน่าย

ไตรมาส 2 ปี 2568 ต้นทุนในการจัดจำหน่าย 1.69 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 53.82 ของรายได้จากการขายโดยบริษัทมุ่งเน้นกลยุทธ์สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพิ่มรายได้และขยายฐานลูกค้า ภายใต้แบรนด์ VAVAZ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพย์สินของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยบริษัทได้ดำเนินการขยายตลาดและพัฒนาช่องทางการขาย มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และมีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยมีการใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายและการบริหารทรัพย์สินอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้เสริม เพื่อผลักดันยอดขายตามที่บริษัทได้กำหนดไว้



4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ไตรมาส 2 ปี 2568 มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 6.19 ล้านบาท เทียบกับงวดเดียวกันของปี 2567 มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 9.77 ล้านบาท ลดลงจากปี 2567 จำนวน 3.58 ล้านบาท ทั้งนี้ในปี 2568 บริษัท ยังคงดำเนินนโยบายในการบริหารจัดการ ปรับลดค่าใช้จ่ายทั้งหมดอย่างต่อเนื่อง

5. ค่าตอบแทนผู้บริหาร

ไตรมาส 2 ปี 2568 มีค่าตอบแทนผู้บริหาร 1.56 ล้านบาท เทียบกับงวดเดียวกันของปี 2567 มีค่าตอบแทนผู้บริหาร 1.57 ล้านบาท ลดลง 0.01 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 0.34 ซึ่งไม่ได้มีรายการที่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ

6. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ไตรมาส 2 ปี 2568 มีค่าใช้จ่ายทางการเงิน 0.02 ล้านบาท เทียบกับงวดเดียวกันของปี 2567 มีจำนวน 0.05 ล้านบาท ลดลง 0.03 ล้านบาท ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายทางการเงินของบริษัทจะเป็นดอกเบี้ยจากสัญญาเช่าซื้อ โดยที่บริษัทไม่มีหนี้สินระยะยาวจากสถาบันทางการเงิน

7. ส่วนแบ่งผลกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม

ไตรมาส 2 ปี 2568 ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วมมีจำนวน 5.39 ล้านบาท เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันปี 2567 มีจำนวน 12.13 ล้านบาท ลดลง 6.74 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 55.59 เนื่องจากบริษัทร่วมมีผลกำไรลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน

สำหรับงวด 6 เดือน ปี 2568 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568

บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานสำหรับงวด 6 เดือนของปี 2568 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568 มีผลกำไรสุทธิ 1.50 ล้านบาท เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2567 ซึ่งมีผลกำไรสุทธิ 6.10 ล้านบาท ผลการดำเนินงานมีกำไรลดลง 4.60 ล้านบาท เนื่องจากสาเหตุหลักที่สำคัญดังนี้

1. รายได้จากการขาย และ รายได้อื่น

บริษัท มีรายได้จากการขายสำหรับงวด 6 เดือนของปี 2568 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568 จำนวน 6.84 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปี 2567 มีรายได้จากการขาย 15.90 ล้านบาท ลดลง 9.06 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 56.98 เนื่องจากยอดขายผลิตภัณฑ์กระสอบพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนที่ลดลง สืบเนื่องจากบริษัทได้ยุติการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระสอบพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตั้งแต่วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2567

รายได้อื่นในปี 2568 มีรายได้ 1.53 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปี 2567 มีจำนวน 3.73 ล้านบาท ลดลง 2.22 ล้านบาท เนื่องจากในปี 2567 บริษัทฯ ดำเนินการจำหน่ายวัตถุดิบที่ไม่ได้ใช้งานแล้ว ซึ่งเกิดจากการยุติการผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน

2. ต้นทุนขาย, กำไรขั้นต้น

สำหรับงวด 6 เดือน ปี 2568 บริษัท มีต้นทุนขาย 4.95 ล้านบาท และมีกำไรขั้นต้น 1.89 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.63 ของรายได้จากการขาย เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2567 มีต้นทุนขาย 19.70 ล้านบาท ลดลง 14.75 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 74.87 ทั้งนี้สืบเนื่องจากในปี 2567 บริษัทได้ยุติการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระสอบพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน ทั้งนี้บริษัทคาดว่าจะสามารถผลักดันรายได้จากการขายสินค้าภายใต้แบรนด์ VAVA Z ที่เป็นรูปแบบ Circular Upcycling ให้มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้น ในทิศทางของธุรกิจสิ่งแวดล้อม ตามที่บริษัทได้กำหนดไว้ในแผนธุรกิจได้อย่างแน่นอน



3. ต้นทุนในการจัดจำหน่าย

สำหรับงวด 6 เดือน ปี 2568 มีต้นทุนในการจัดจำหน่าย 3.05 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 44.59 ของรายได้จากการขาย เทียบกับงวดเดียวกันของปี 2567 มีต้นทุนในการจัดจำหน่าย 0.91 ล้านบาท ต้นทุนในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 2.13 ล้านบาท โดยบริษัทมีเป้าหมายเพิ่มรายได้และขยายฐานลูกค้า ภายใต้แบรนด์ VAVAZ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพย์สินของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยบริษัทได้ดำเนินการขยายตลาดและพัฒนาช่องทางการขาย มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และมีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยมีการใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายและการบริหารทรัพย์สินอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้เสริม เพื่อผลักดันยอดขายตามที่บริษัทได้กำหนดไว้

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

สำหรับงวด 6 เดือน ปี 2568 มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 12.56 ล้านบาท เทียบกับงวดเดียวกันของปี 2567 มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 21.76 ล้านบาท ลดลง 9.20 ล้านบาท ทั้งนี้ในปี 2568 บริษัทยังคงเดินหน้าดำเนินนโยบายในการบริหารจัดการ ปรับลดค่าใช้จ่ายทั้งหมดอย่างต่อเนื่อง

5. ค่าตอบแทนผู้บริหาร

สำหรับงวด 6 เดือน ปี 2568 มีค่าตอบแทนผู้บริหาร 3.29 ล้านบาท เทียบกับงวดเดียวกันของปี 2567 มีค่าตอบแทนผู้บริหาร 3.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.10 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.13 เนื่องจากบริษัทมีการปรับเพิ่มค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน เพื่อผลักดันยอดขายตามที่บริษัทได้กำหนดไว้

6. ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

สำหรับงวด 6 เดือน ปี 2568 มีค่าใช้จ่ายทางการเงิน 0.03 ล้านบาท เทียบกับงวดเดียวกันของปี 2567 มีจำนวน 0.12 ล้านบาท ลดลง 0.09 ล้านบาท ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายทางการเงินของบริษัทเป็นดอกเบี้ยจากสัญญาเช่าซื้อ โดยที่บริษัทไม่มีหนี้สินระยะยาวจากสถาบันทางการเงิน

7. ส่วนแบ่งผลกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม

สำหรับงวด 6 เดือน ปี 2568 ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วมมีจำนวน 16.92 ล้านบาท เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันปี 2567 มีจำนวน 32.24 ล้านบาท ลดลง 15.33 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทร่วมมีผลกำไรลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน

ฐานะการเงิน

1. **สินทรัพย์รวม** บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม ณ. วันที่ 30 มิถุนายน 2568 จำนวน 584.63 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากวันที่ 31 ธันวาคม 2567 จำนวน 1.46 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.25 ซึ่งมีรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

- 1.1 **สินทรัพย์หมุนเวียน** ณ.วันที่ 30 มิถุนายน 2568 มีจำนวน 25.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ปี 2567 จำนวน 3.44 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.85 ซึ่งมีสาระสำคัญมาจากรายการเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น 8.13 ลบ และมีสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่นลดลงจำนวน 5.11 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทฯ ได้ดำเนินการถอนเงินฝากประจำ เพื่อนำมาใช้หมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

- 1.2 **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน** ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 มีจำนวน 559.51 ล้านบาท ลดลง 1.98 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 0.35 ซึ่งรายการเงินลงทุนในบริษัทร่วมเพิ่มขึ้น 1.44 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งผลกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม และลดลง 2.67 ล้านบาท จากการตัดจำหน่ายค่าเสื่อมราคาประจำปีของสินทรัพย์



2. **หนี้สินรวม** บริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 จำนวน 6.39 ล้านบาท ลดลงจากวันที่ 31 ธันวาคม 2567 จำนวน 0.04 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 0.62 ซึ่งมีรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้
 - 2.1 **หนี้สินหมุนเวียน** ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 มีจำนวน 3.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.10 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.32 โดยมีการชำระหนี้เป็นไปตามกำหนดชำระ
 - 2.2 **หนี้สินไม่หมุนเวียน** ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 มีจำนวน 3.37 ล้านบาท ลดลง 0.14 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 4.02 ซึ่งเป็นการลดลงจากหนี้สินตามสัญญาเช่าจำนวน 0.13 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นจากการประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงานจำนวน 0.08 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทไม่มีหนี้สินระยะยาวจากสถาบันทางการเงิน
3. **ส่วนของผู้ถือหุ้น** ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 มีจำนวน 578.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากวันที่ 31 ธันวาคม 2567 จำนวน 1.50 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.26 เนื่องจากบริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิ

แนวทางในอนาคต

ในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2568 บริษัทมุ่งเน้นกลยุทธ์สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจภายใต้ธุรกิจแบรนด์ VAVAZ เพื่อให้สามารถรับรู้รายได้จากการขายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการเร่งสรรหาผู้เช่าพื้นที่อาคารโรงงาน เพื่อใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินที่ไม่ได้ใช้งาน และการศึกษาโครงการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือการ Trading ผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแผนธุรกิจที่ได้นำเสนอแผนงานไว้แล้วช่วงต้นปี เพื่อสร้างการเติบโตทางด้านรายได้ให้กับบริษัทอย่างยั่งยืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ VAVAZ

1. การขยายตลาดและพัฒนาช่องทางทางการขาย

1.1 การขยายช่องทางจำหน่าย (Omnichannel Expansion)

- เพิ่มตัวแทนจำหน่ายและ B2B Partner ร่วมมือกับร้านค้าปลีกโลก ร้านไลฟ์สไตล์ และธุรกิจที่สนใจแนวคิด Upcycle Fashion
- บุกตลาดผ่านพาร์ตเนอร์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee/Lazada TikTok Shop และ Home Pro Online
- สรรหาหน้าร้านขายสินค้าแบรนด์ VAVAZ ใหม่เพื่อเพิ่มยอดขาย นอกเหนือจากร้าน Emsphere และร้านวันนิมมาน

1.2 การขยายช่องทางออนไลน์ (E-commerce & Social Commerce)

- เพิ่มยอดขายจาก Shopee, Lazada, TikTok Shop และ Facebook/Instagram Store
- ทำ Live Commerce & Influencer Marketing เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่ม Conversion Rate
- ขยายโฆษณาผ่าน Google Ads, Meta Ads และ TikTok Ads ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

1.3 การเพิ่มยอดขายผ่านองค์กรและลูกค้าองค์กร (B2B & Corporate Sales)

- ผลักดัน VAVAZ สู่ตลาด Corporate Gift สำหรับบริษัทที่ต้องการของขวัญรักษ์โลก
- เจาะกลุ่ม โรงแรม รีสอร์ท และองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม ที่มองหาผลิตภัณฑ์รักษ์โลกเพื่อนำไปใช้
- เจาะกลุ่มลูกค้าส่วนงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ ที่มีโครงการและกิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

2.1 การพัฒนาไลน์สินค้าใหม่ (Product Diversification)

- เพิ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล และ Upcycling เช่น Accessories, Lifestyle Products



- ออกแบบ Limited Collection เช่น รุ่งลายช้าง ลายวัด และ ลายTUKTUK เพื่อเพิ่มรูปแบบสินค้าให้กับช่องทางงานฝากขาย ให้สินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น
- ออกแบบ Limited Collection Brand VAVAZ เช่น รุ่งรองพิมพ์ รุ่งไนลอน และการรีรันรุ่น Hippo ให้มีรูปแบบที่ทันสมัย โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อรองรับการขายออนไลน์และหน้าร้าน
- เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่มีลวดลายน่ารักเสนอขายในกลุ่มลูกค้า Gift Shop ที่มีหน้าร้านและสาขา ในราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค

2.2 การสร้างความแตกต่างของแบรนด์ (Brand Positioning)

- นำเสนอ VAVAZ ให้เป็นแบรนด์ Upcycle Fashion ที่ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- เพิ่มมูลค่าด้วย Storytelling และ Brand Identity ให้ลูกค้ารู้สึกมีส่วนร่วมกับการช่วยโลก

2.3 การพัฒนาความร่วมมือ (Collaboration & Co-branding)

- ร่วมมือกับ ดีไซน์เนอร์ นักออกแบบ หรือศิลปิน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์
- จัดทำ Collaboration กับแบรนด์ที่มีแนวคิดคล้ายกัน เช่น แบรนด์ออร์แกนิก หรือแบรนด์แพชั่นรักโลก
- ทำ Research & Development (R&D) เพื่อพัฒนาวัสดุใหม่ที่ใช้ได้ในวงการ Circular Upcycle Economy

3. การใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย

3.1 การสร้างคอนเทนต์และการตลาดแบบดิจิทัล (Content & Digital Marketing)

- ผลิต UGC (User-Generated Content) และรีวิวจากลูกค้าเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ
- ทำ SEO และ Content Marketing เพื่อเพิ่มการเข้าถึงจากการค้นหาบน Google
- ใช้ Line OA กระตุ้นลูกค้าให้กลับมาซื้อซ้ำ
- ใช้กลยุทธ์จากการจ้างงานคนในชุมชนให้มีรายได้ ภายใต้โครงการสร้างงาน สร้างคน สร้างอาชีพอย่างยั่งยืน

3.2 การตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing)

- จัด Pop-up Store และ Roadshow ในทำเลเป้าหมายเพื่อทดลองตลาดและสร้าง Awareness
- เข้าร่วม งานแฟร์และอีเวนต์ด้านสิ่งแวดล้อมและแฟชั่น เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ
- การจัดกิจกรรมให้ลูกค้าสามารถมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็น ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีของสมนาคุณ

แนวทางเชิงกลยุทธ์

1. วางกลยุทธ์แยกตามช่องทาง

- OEM : รับเจ้าหน้าที่ขายเข้ามาเพื่อเร่งติดตามฐานลูกค้าเก่าและเร่งเปิดฐานลูกค้ารายใหม่ ฝึก Role play เทคนิคการนำเสนองานขายให้กับทีมขาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์และเทคนิคการปิดการขายได้อย่างมืออาชีพ
- ขายเอง : พิจารณาย้ายหรือปรับปรุงสาขาที่ทำรายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และเพิ่มสินค้ารูปแบบใหม่ๆ พร้อม Application การขาย เข้ามาทดแทนสินค้าเดิมที่วางขายมายาวนานแล้ว
- ฝากขาย : เร่งติดต่อร้านค้าฝากขายที่เป็นร้านค้ารายใหญ่ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการคัดเลือกร้านค้าที่มีศักยภาพในการกระจายสินค้าให้กับบริษัท และเพิ่มความหลากหลายของสินค้า คัดเลือกจุด



ขายที่มีศักยภาพ วางสินค้าให้ชัดเจนยิ่งขึ้นในกลุ่ม Functional + Lifestyle และจัดทีมผลักดัน
การขาย

2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เช่น Mini Size สำหรับนักท่องเที่ยว, ลายพิเศษ, ถุงใส่
ของใช้เฉพาะกลุ่ม และสินค้าคอลเลกชันใหม่ที่เป็นงานแบรนด์ VAVAZ ทดแทนสินค้าที่ตกรุ่น
3. เพิ่มงบประมาณและความถี่ในการทำการตลาด โดยเน้นการวัดผล ROI ของแต่ละแคมเปญ

2. การบริหารทรัพย์สินเพื่อสร้างรายได้เสริม

การให้เช่าพื้นที่และอาคาร เป็นการปล่อยเช่าพื้นที่อาคารโรงงานเดิมให้กับธุรกิจอื่น ๆ เพื่อใช้ประโยชน์ เช่น
เช่าเพื่อเป็นโกดังเก็บสินค้า หรือโรงงานผลิต ฯลฯ

3. การลงทุนในธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องกับ Sustainability หรือ ธุรกิจ Trading Company

- ศึกษาโอกาสลงทุนใน Biodegradable Products หรือ Green Business ที่มีศักยภาพเติบโตสูง
- ศึกษาโอกาสลงทุนในการ Trading ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทนอกเหนือจากที่มีการ
ดำเนินงานอยู่แล้ว

สำหรับทิศทางในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2568 บริษัทฯ ยังคงผลักดันผลการดำเนินงานในธุรกิจหลักภายใต้
ธุรกิจแบรนด์ VAVA Z โดยจะเร่งการผลักดันรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตางค์และสินค้าแฟชั่นอื่น ๆ ให้
เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และการเร่งสรรหาผู้เช่าพื้นที่อาคารโรงงาน เพื่อใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินที่ไม่ได้ใช้
งาน รวมถึงแผนการศึกษาโมเดลธุรกิจใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกิจซื้อขายไป หรือการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ โดย
การเป็น Trading Company เพิ่มโอกาสสร้างรายได้ใหม่ และกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพาสินค้ากลุ่มเดิมเพียง
อย่างเดียว การมีสินค้ากลุ่มใหม่ที่สามารถเข้าทำตลาดได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จะช่วยเพิ่มช่องทางรายได้
ลดความเสี่ยงจากความผันผวนของยอดขายในสินค้ากลุ่มเดิม และสร้างคามยั่งยืนทางธุรกิจในระยะยาว

บริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะดำเนินการอย่างเต็มที่และต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยการดำเนินการตาม
แผนงานและแผนปฏิบัติการทุกขั้นตอน บริษัทฯ จะให้ความสำคัญระมัดระวังอย่างละเอียดรอบคอบเพื่อให้เป็นไปตาม
กฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาด
หลักทรัพย์และกฎเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทและผู้ถือหุ้นเป็นสำคัญ เพื่อสร้างความ
ยั่งยืนให้กับบริษัทต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

- วีระชาติ โล่ห์ศิริ -

(นายวีระชาติ โล่ห์ศิริ)

กรรมการผู้จัดการ