



PANEÉSMATIC SOLUTION
PUBLIC COMPANY LIMITED

YE' 2025

Opportunity Day

17 Mar 2026 at 2.15 – 3.00 p.m.



www.panelesmatic.com



Table of Contents

1

YE'2025 Earnings Result

2

รายงานการใช้จ่ายเงิน

3

Jump+

4

กลยุทธ์การขายและการตลาดสำหรับปี 2569

5

การออก Warrant

6

Company Visit



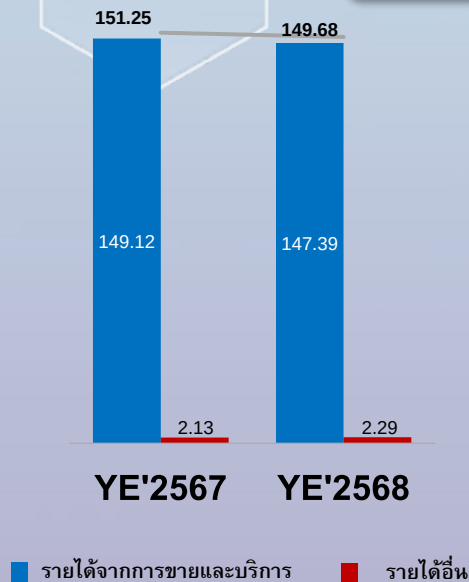
01

YE'2025 Earnings Result

YE'2568 - Revenue

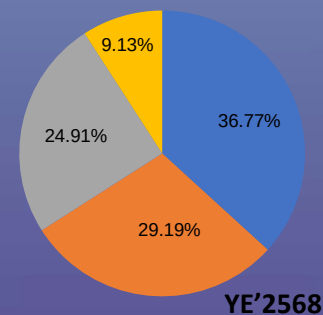
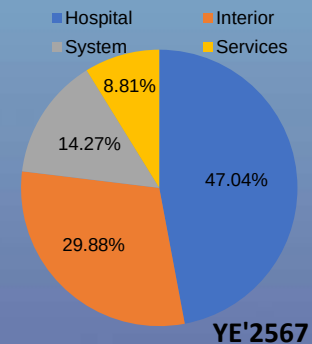
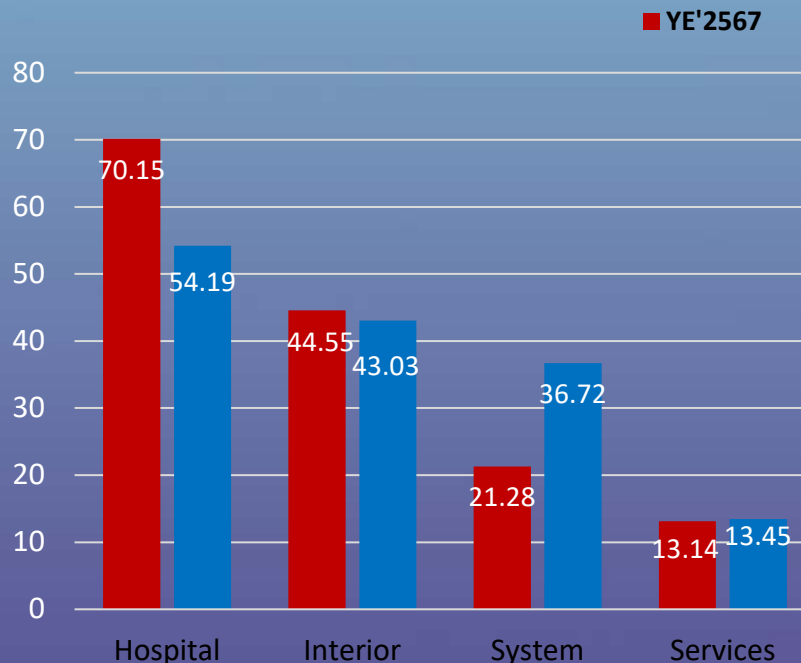
รายได้รวม

-1.04%
YoY



รายได้จากการขายและบริการ

(หน่วย: ล้านบาท)

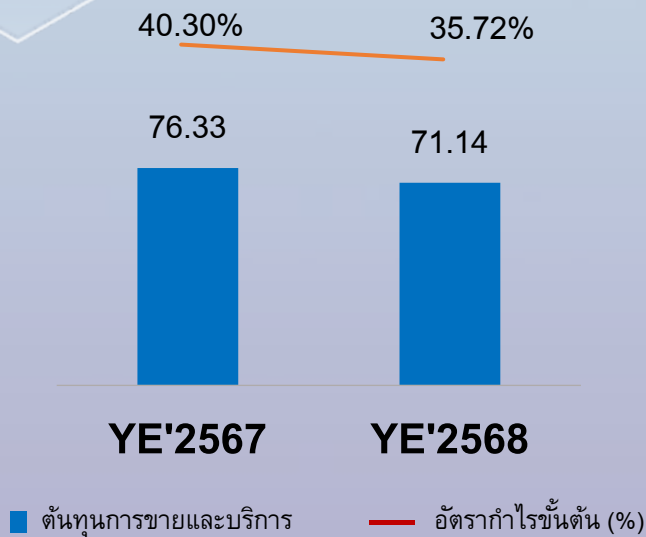


YE'2568 - Costs and Expenses

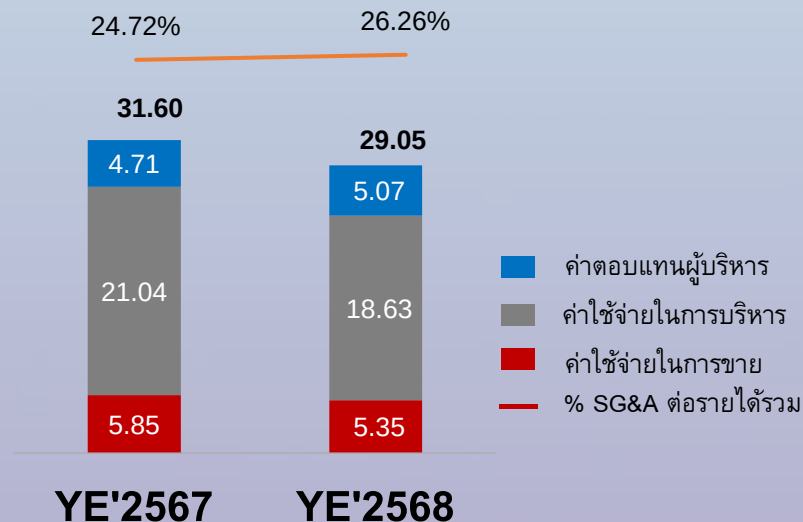
(หน่วย: ล้านบาท)

ต้นทุนขาย และอัตรากำไรขั้นต้น (%GPM)

งานขายประตูและผนัง



ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) และ % ต่อรายได้รวม (ไม่รวมงานระบบ)

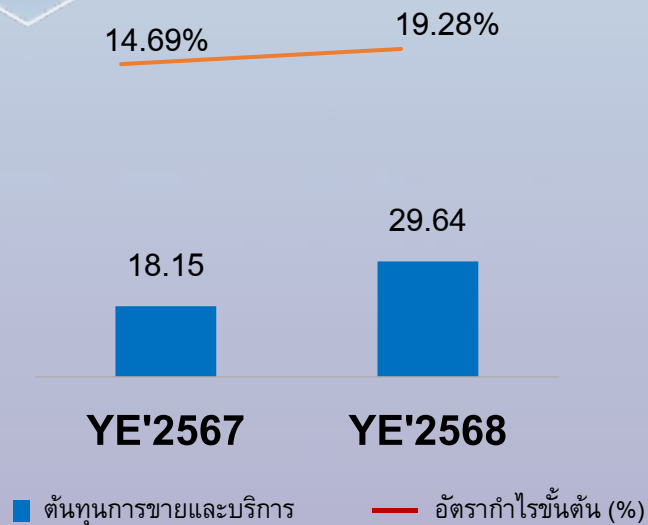


YE'2568 - Costs and Expenses

(หน่วย: ล้านบาท)

ต้นทุนขาย และอัตรากำไรขั้นต้น (%GPM)

งานรับเหมาก่อสร้างและตกแต่งภายใน



02

รายงานการใช้เงิน

รายงานการใช้เงินจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568

วัตถุประสงค์การใช้เงิน	แผนการใช้เงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงินที่ใช้ไป (ล้านบาท)	จำนวนคงเหลือ (ล้านบาท)
1. เพื่อสร้างโรงงานแห่งใหม่	142.58	91.12	51.46
2. ชำระคืนเงินกู้ยืม	28.78	28.78	-
3. เพื่อใช้เป็นเงินทุน หมุนเวียนของบริษัทฯ	5.00	5.00	-
รวมทั้งสิ้น	176.36	124.90	51.46

03

Jump+



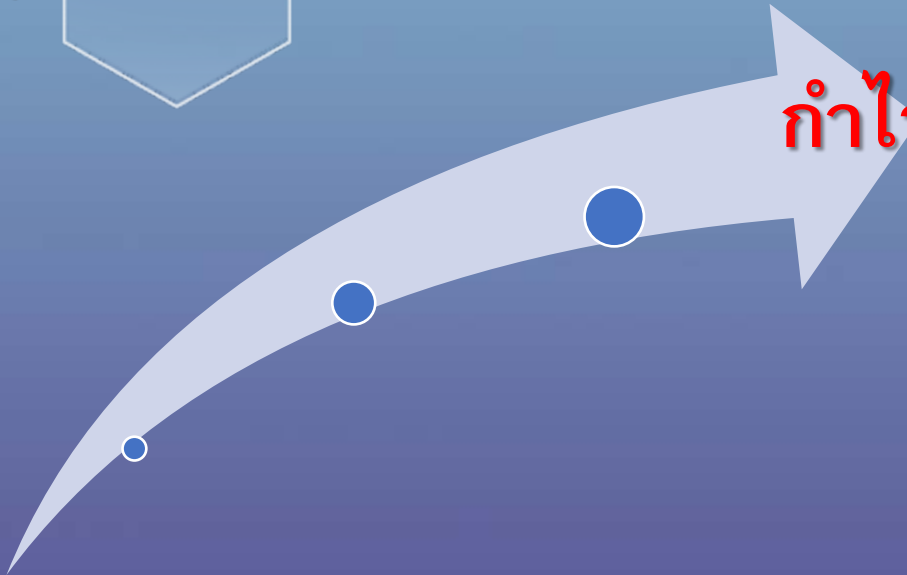
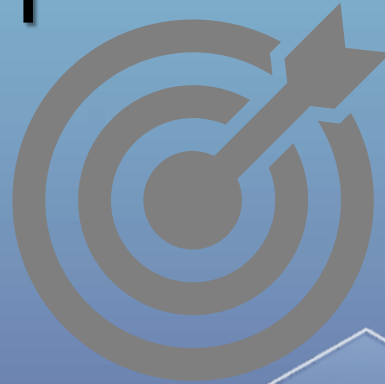
เป้าหมายรายได้ปี 2569 - 2571

2569	2570	2571
220 ล้านบาท	300 ล้านบาท	400 ล้านบาท

เป้าหมายกำไรระดับองค์กร ปี 2571

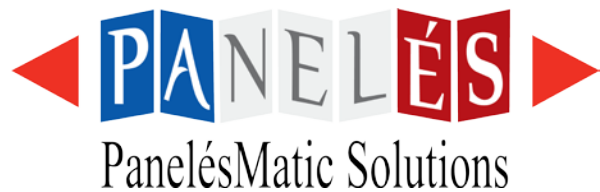
กำไรสุทธิ

57 - 70 ล้านบาท



04

กลยุทธ์การขายและการตลาดสำหรับปี 2569



กลยุทธ์การขายและการตลาด
สำหรับปี 2569

กลยุทธ์ด้านการขาย

กลยุทธ์ด้านการขาย Recategorized กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ตามกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย และ บทบาทเชิงกลยุทธ์ของบริษัท

Category 1

- Healthcare & Clean Room Solution

Category 2

- Flexible Space Solution

Category 3

- Smart Access & Door System

Category 4

- Acoustic & Workplace Solution

Category 5

- Interior & Premium Living Solution

กลยุทธ์ด้านการขาย

กลยุทธ์ด้านการขาย Recategorized กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ตามกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย และ บทบาทเชิงกลยุทธ์ของบริษัท

Category 1

- Healthcare & Clean Room Solution

Category 2

- Flexible Space Solution

Category 3

- Smart Access & Door System

Category 4

- Acoustic & Workplace Solution

Category 5

- Interior & Premium Living Solution

Category 1

- Healthcare & Clean Room Solution

ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ Manusa Acoustic & Hermetic Door, Lead Sheet & Lead Glass, Motion 4 Acoustic Door และ Acoustic Wall.

กลุ่มลูกค้า คือ โรงพยาบาลของรัฐและเอกชน / ห้องผ่าตัด / ห้องแล็บ / Clean room และผู้รับเหมา Turnkey ด้าน Healthcare



กลยุทธ์ด้านการขาย

กลยุทธ์ด้านการขาย Recategorized กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ตามกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย และ บทบาทเชิงกลยุทธ์ของบริษัท

Category 1

- Healthcare & Clean Room Solution

Category 2

- Flexible Space Solution

Category 3

- Smart Access & Door System

Category 4

- Acoustic & Workplace Solution

Category 5

- Interior & Premium Living Solution

Category 2

- Flexible Space Solution

ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ Panelés Operable Walls, Glazing Partition System และ Panelés Acoustic.
กลุ่มลูกค้า คือ โรงแรม / Convention / Ballroom / อาคารสำนักงาน / สถาบันการศึกษา และหน่วยงาน
ภาครัฐ



กลยุทธ์ด้านการขาย

กลยุทธ์ด้านการขาย Recategorized กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ตามกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย และ บทบาทเชิงกลยุทธ์ของบริษัท

Category 1

- Healthcare & Clean Room Solution

Category 2

- Flexible Space Solution

Category 3

- Smart Access & Door System

Category 4

- Acoustic & Workplace Solution

Category 5

- Interior & Premium Living Solution

Category 3

- Smart Access & Door System

ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ Automatic Door System, Door Hardware และระบบควบคุมการเข้าออกอัจฉริยะ (Smart Access) รวมถึง Device ต่าง ๆ

กลุ่มลูกค้า คือ อาคารสำนักงาน / หน่วยงานราชการต่าง ๆ / สถานศึกษา / โรงพยาบาลของรัฐและเอกชน และอาคารพาณิชย์หรือ Mixed-Use.



กลยุทธ์ด้านการขาย

กลยุทธ์ด้านการขาย Recategorized กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ตามกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย และ บทบาทเชิงกลยุทธ์ของบริษัท

Category 1

- Healthcare & Clean Room Solution

Category 2

- Flexible Space Solution

Category 3

- Smart Access & Door System

Category 4

- Acoustic & Workplace Solution

Category 5

- Interior & Premium Living Solution

Category 4

- Acoustic & Workplace Solution

ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ Acoustic Panelés & Felts, Panelés Silence Booths และ Carpet Tile.
กลุ่มลูกค้า คือ อาคารสำนักงาน / Hybrid Workplace / สถานศึกษา / โรงพยาบาล (พื้นที่ทั่วไป) และที่อยู่อาศัย (บ้านเดี่ยว, คอนโดมิเนียม หรือทาวน์เฮ้าส์ระดับกลางถึงบน (Mid to High-end) (B2C))



กลยุทธ์ด้านการขาย

กลยุทธ์ด้านการขาย Recategorized กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ตามกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย และ บทบาทเชิงกลยุทธ์ของบริษัท

Category 1

- Healthcare & Clean Room Solution

Category 2

- Flexible Space Solution

Category 3

- Smart Access & Door System

Category 4

- Acoustic & Workplace Solution

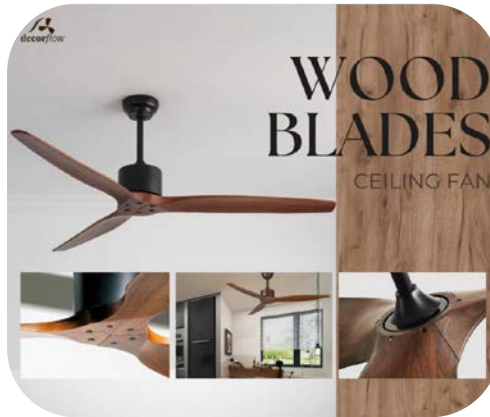
Category 5

- Interior & Premium Living Solution

Category 5

- Interior & Premium Living Solution

ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ Home Theater, Decorative Ceiling Fan (Décor Flow) / Acoustic Felt (Design Series) / Veneer Stone และ Interior Finish / Furniture (ในอนาคต)
กลุ่มลูกค้า คือ กลุ่มที่อยู่อาศัยระดับกลางถึงบน (Mid to High-end) (B2C), Interior Designer และ Boutique Hotel / Resort.



1

Recategorized
ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้
เหมาะสมกับ
กลุ่มเป้าหมายและกลยุทธ์

2

เดิม B2B → ใหม่ B2B,
B2G, B2C และ D2C

3

เดิม Offline Marketing
→ ใหม่ Offline Marketing และ
Online Marketing

4

เดิม ผู้ผลิตและจำหน่าย
→ ใหม่ Solution Provider

5

เดิมใช้ Manual CRM
→ ใหม่ CRM Tools

6

Headhunted หา Top
Sale เพื่อสร้าง Sales
Team

7

เปลี่ยนจาก Brand
Awareness เป็น Brand
Loyalty

8

กระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ
ไปยังผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
เพิ่มขึ้นในอนาคต

9

เพิ่มสาขาภาคอีสาน
ภายในปี 2569 และสาขา
ภาคเหนือภายในปี 2570

05

การออก Warrant

การออก Warrant

คือ การออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้น

บริษัททยอยระดมทุนตามความต้องการใช้เงินทุนในอนาคต (สามารถชะลอผลกระทบจาก Dilution Effect) และเพิ่มโอกาสในการขยายฐานผู้ลงทุนรายใหม่

เพิ่มทุนโดยการออก Warrant

ข้อดี

- 1) ไม่มีภาระดอกเบี้ย และไม่ต้องชำระคืนเงินต้น
- 2) เพิ่มทางเลือกให้กับผู้ลงทุน ในการใช้สิทธิ หรือ ขาย Warrant หน้ากระดาน
- 3) ส่งผลกระทบแง่บวกทางจิตวิทยาต่อผู้ลงทุน
- 4) ราคาหุ้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในระยะสั้นถึงปานกลาง
- 5) เพิ่มหลักทรัพย์ที่ซื้อขายในกระดาน ส่งผลให้หลักทรัพย์หุ้นสามัญ ได้รับความสนใจมากขึ้น
- 6) เพิ่มจำนวนหุ้นสามัญที่ซื้อขายในกระดาน ส่งผลให้สภาพคล่องของหลักทรัพย์สูงขึ้น

ข้อเสีย

- 1) ไม่สามารถจัดหาเงินได้อย่างรวดเร็ว (แต่สอดคล้อง กับแผนธุรกิจปี 2569 – 2571)
- 2) กระทบ ROE
- 3) อาจเกิดหรือไม่เกิด Dilution Effect

ออก Warrant 2 รุ่น ได้แก่ PANEL-W1 และ PANEL-W2

PANEL-W1 มีวัตถุประสงค์หลักในการระดมเงินทุน ในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี เพื่อบริการเติบโตของแผนธุรกิจในระยะสั้น โดยมีโครงสร้าง ดังนี้

- 1) อัตราการให้ Warrant: หุ้นสามัญ เท่ากับ 4:1
- 2) ราคาการใช้สิทธิ 1.30 บาทต่อสิทธิ
- 3) Warrant มีอายุ 1 ปี
- 4) กำหนดการใช้สิทธิทุก 3 เดือน
- 5) จำนวน PANEL-W1 เท่ากับ 47,500,000 สิทธิ

PANEL-W2 มีวัตถุประสงค์หลักในการระดมเงินทุน ไม่เกิน 3 ปี
เพื่อรองรับการเติบโตของแผนธุรกิจในระยะกลาง และส่งผลทาง
จิตวิทยาต่อราคาหุ้นในทางบวกในระยะสั้น โดยมีโครงสร้าง ดังนี้

- 1) อัตราการให้ Warrant: หุ้นสามัญ เท่ากับ 8:1
- 2) ราคาใช้สิทธิ 3.68 บาทต่อสิทธิ
- 3) Warrant มีอายุ 3 ปี
- 4) กำหนดการใช้สิทธิทุก 3 เดือน
- 5) จำนวน PANEL-W2 เท่ากับ 23,750,000 สิทธิ

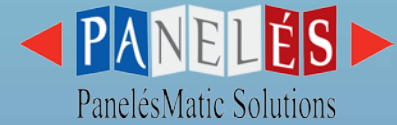
06

Company Visit

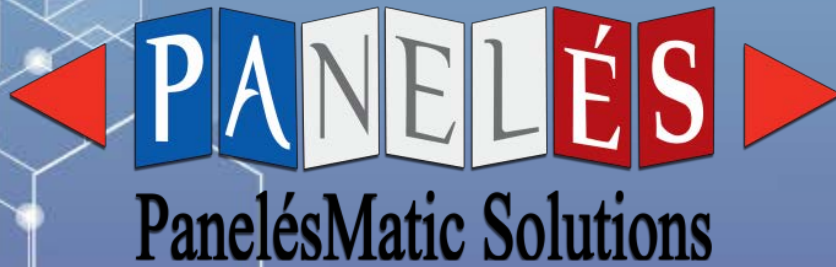


Company Visit

14 Feb 2026



Q&A



THANKS



(+66) 02-965-5578 to 80 Ext. 408



www.panelesmatic.com



ir@panelesmatic.com



36 Moo 7, New Samakkhi road,
Bang Talat, Pak Kret, Nonthaburi 11120