

-1-

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่ม จำพวกถุงนอน ถุงเท้า ชุดชั้นใน ชุดกายบริหาร ชุดนอน และสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ภายใต้เครื่องหมายการค้าเป็นของตนเองโดยมีบริษัท นิวพลัสนิติตั้ง จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทร่วมประกอบธุรกิจโรงงานผู้ผลิตสินค้าประเภท เครื่องนุ่งห่ม จำพวกถุงนอน ถุงเท้า ชุดชั้นใน ชุดกายบริหารและชุดนอน

บริษัทมีลักษณะการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

- จัดจำหน่ายสินค้าให้กับห้างสรรพสินค้า (ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่) ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัดในรูปแบบขายเชื่อ ขายปลีก และระบบเก็บเงินตามยอดขาย (PAYMENT ON SALE) โดยบริษัทมีเคาน์เตอร์ประจำตามห้างสรรพสินค้า มีพนักงานขายเป็นของบริษัทฯ เพื่อเป็นศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าของบริษัทฯ

- จัดจำหน่ายให้กับห้างโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) และร้านค้าทั่วไป ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและต่างจังหวัดในรูปแบบขายส่งลักษณะสินค้าที่มีหน่วยบรรจุ (Packaging Unit) เช่น โหล แพ็ค หีบ ขึ้นอยู่กับการต้องการของลูกค้าในการสั่งซื้อแต่ละครั้งส่วนใหญ่จะจัดเป็นหีบ พร้อมทั้งเน้นบริการการขนส่งสินค้าส่วนราคาจะต่ำกว่าการขายปลีก และเน้นการขายในปริมาณที่มาก หรือ (BIG LOT) เพื่อให้ลูกค้าส่งได้มีโอกาสที่จะทำกำไรได้ ทั้งนี้มีเงื่อนไขการชำระเงินแบบเครดิต 30 วัน 60 วัน และ 90 วัน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของลูกค้าแต่ละราย

- จัดจำหน่ายสินค้าเพื่อการส่งออกให้แก่ประเทศแถบภูมิภาคเอเชีย เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และอิสราเอล

- จัดจำหน่ายสินค้าผ่านออนไลน์ ในเว็บไซต์ของบริษัท ได้แก่ Shopatanywhere , Cherilon Dans Mate และเว็บไซต์อื่นๆ ได้แก่ Lazada, Shopee, Zilingo, 11 Street

- เป็นศูนย์การจำหน่ายสินค้าและโชว์รูม เป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าที่เป็นสมาชิกและบุคคลทั่วไปในรูปแบบขายปลีกซึ่งผู้ซื้อบริการตนเองโดยชำระเงินสด และบัตรเครดิต โดยมีรายชื่อและที่อยู่ตามนี้

1. โชว์รูมสุรวงศ์ ตั้งอยู่เลขที่ 293/16-17 ถนนสุรวงศ์ แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 02- 237-8460-1
2. โชว์รูมจังหวัดขอนแก่น สาขาขอนแก่น ตั้งอยู่เลขที่ 250/1 ชั้น 1 ศูนย์การค้าดิคคอมโมะ ถนนศรี จันทร์ ด. ในเมือง อ.เมือง จ. ขอนแก่น โทรศัพท์ (043) 389-021
3. โชว์รูมจังหวัดเชียงใหม่ สาขาภาคสวนแก้ว ตั้งอยู่เลขที่ 21 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โทรศัพท์ (053) 894-301
4. โชว์รูม ร. พ. บำรุงราษฎร์ ตั้งอยู่เลขที่ 33/3 ชั้นที่ 1 อาคารโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ สุขุมวิท3 แขวงคลองเตย เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 02-667-1248
5. โชว์รูมจังหวัด นครราชสีมา สาขาเดอะมอลล์โคราช ตั้งอยู่เลขที่ 1242/2 ชั้นที่ 2 ห้องเลขที่ 2 เอส-34 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โทรศัพท์ (044) 288175
6. โชว์รูมจังหวัดขอนแก่น สาขาเซ็นทรัลพลาซ่าขอนแก่น ตั้งอยู่เลขที่ 99 ชั้น 2 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าขอนแก่น ห้องเลขที่ 245 ถนนศรีจันทร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โทรศัพท์ (043) 288-114



รับรองความถูกต้อง

7. โชว์รูมเซ็นทรัลพลาซ่าอุดรธานี เลขที่ A114 ชั้นที่ 1 ถนน ประจักษ์ศิลปาคม ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โทรศัพท์ 042-110-555 ต่อ 1202

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทตระหนักถึงธุรกิจด้านแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาคณะกรรมการจึงได้พิจารณา ทบทวนอยู่เป็นประจำทุก ๆ ปี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปี

ในปี 2561 บริษัทได้พิจารณาทบทวนแล้วเห็นว่ายังมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันและได้เพิ่มช่องทางการ ทำธุรกิจออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของตนเอง และเว็บไซต์อื่น ๆ เพิ่มขึ้น

วิสัยทัศน์

“ มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าให้ทันสมัย สรรค์สร้างแบรนด์ไทยสู่สากล

“ สร้างงาน สร้างคน และสร้างสังคมให้ยั่งยืน ”

“ พัฒนารัฐกิจออนไลน์ให้เติบโต ”

พันธกิจ

- พัฒนาสินค้าให้เติบโตเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในวงการแฟชั่นในระดับชั้นนำทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
- การบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ต่อผู้ถือหุ้น ต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม
- ดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องโดยคำนึงถึง ความซื่อสัตย์ เป็นธรรมและจริยธรรมทางการค้า
- มุ่งมั่นการเปลี่ยนแปลงเพื่อความเข้มแข็งขององค์กร
- มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อเกิดประโยชน์ต่อองค์กร
- การสื่อสารผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค เป็นทางเลือกสู่สากล
- พัฒนาการขายสินค้าในระบบธุรกิจออนไลน์ให้ก้าวไกลสู่สากล

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

- กำหนดเป้าหมายการขายให้เติบโตจากปีก่อน 20% - 30%
- พัฒนาสินค้าออกสู่ตลาดในระดับบนและระดับล่างเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ที่ 50-70%
- เปิดร้านค้าใหม่เพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าในประเทศ 30% และต่างประเทศ 20%
- ขยายฐานการขายในระบบ Social Media Marketing (SMM) 10%
- ส่งข้อมูลการรับ-ส่งสินค้าและรายงานการขายแต่ละจุดขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตด้วยซอฟต์แวร์ ระบบปฏิบัติการด้านการขายให้เชื่อมโยงโดยตรงต่อระบบซอฟต์แวร์ SAP ภายใน 5 - 10 ปี

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

- กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) ดำเนินธุรกิจแบบยั่งยืนโดยแยกความรับผิดชอบตามส่วนงานในแต่ละฝ่าย
- กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) สร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย มุ่งเน้นคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งคุณภาพและราคา มีการพัฒนาสินค้าใหม่ที่ไม่ซ้ำใคร เพื่อเป็นผู้นำแฟชั่น เรียนรู้จุดอ่อนและจุดแข็งของคู่แข่งเพื่อพัฒนากลยุทธ์ในการแข่งขัน ปรับเปลี่ยนคู่แข่งเป็นคู่ค้า
- กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Strategy) ธุรกิจสิ่งทอมีการแข่งขันสูงในด้านราคาและการลอกเลียนแบบจึงได้กำหนดและจัดทำกลยุทธ์ให้เหมาะสมโดยแยกตามรายละเอียดดังนี้

.....รับรองความถูกต้อง

การตลาด


- **สินค้า :** เน้นการนำนวัตกรรมการออกแบบเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง การคัดสรรวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ การผลิตสินค้าให้มีความแตกต่างและโดดเด่นกว่าสินค้าประเภทเดียวกันเพื่อให้ผู้ใช้สินค้าได้จดจำและรู้สึกประทับใจและมั่นใจในสินค้าที่ดีมีคุณภาพ มุ่งเน้นความเป็นผู้นำแฟชั่นการแต่งกายสุภาพสตรีและสุภาพบุรุษ
- **ราคา :** แยกตามประเภทสินค้าที่จัดจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าและร้านค้าส่ง โดยคำนวณจากต้นทุนบวกค่าใช้จ่ายทางตรงและทางอ้อมบวกกำไรที่คาดว่าจะได้รับตามโครงสร้างของบริษัท
- **จำหน่าย :** ผ่านตัวแทน และศูนย์จำหน่ายโดยตรงและระบบออนไลน์
- **ส่งเสริมการขาย :** โฆษณาผ่านสื่อสาธารณะ สื่อออนไลน์ และ จัดงานแสดงสินค้า

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

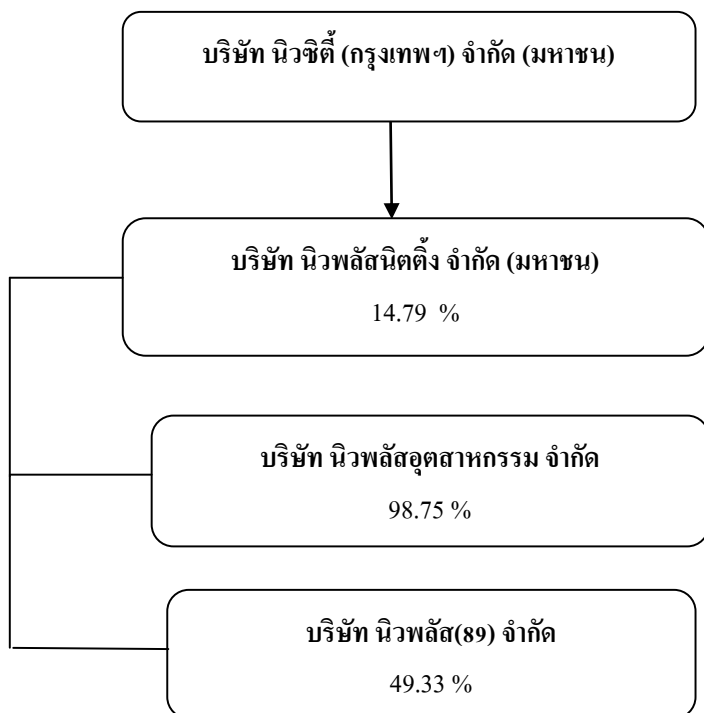
บริษัท นิวชีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทในเครือ บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2507 ในรูปของห้างหุ้นส่วนจำกัด ตั้งอยู่ที่ทำนาราชวงศ์ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ทำการจำหน่ายเครื่องสำอาง และถุงน่อง ที่สั่งมาจากต่างประเทศกิจการของห้างหุ้นส่วนได้เติบโตมาโดยตลอดจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2511 ได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด และย้ายที่ทำการมาที่ถนนสุรวงค์ ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 3 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2520 บริษัทได้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท ปี 2537 บริษัทได้แปรสภาพจากบริษัท นิวชีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด ในวันที่ 31 พฤษภาคม 2537 ด้วยทุนจดทะเบียน 120,000,000 บาท และเรียกชำระครบนับได้ว่าเป็นบริษัทแห่งแรกในประเทศไทยที่ดำเนินการจำหน่ายสินค้าจำพวกถุงน่อง ถุงเท้า ชุดชั้นในและเครื่องสำอาง

ในปี 56 มีมติการประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2556 เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2556 อนุมัติให้ขายหุ้นสามัญของบริษัท เสรีคอนโทรลจำกัด ให้กับบริษัท มิชาซ่าอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จำนวน 110,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 11 ล้านบาทโดยมีสัดส่วนการถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 11.83 ของทุนจดทะเบียน เพื่อลดภาระในการบริหารงานในบริษัท

ในปี 57 มีการปรับปรุงระบบงานด้านบัญชีโดยใช้โปรแกรม SAP Business one เพื่อการบันทึกบัญชีในระบบบัญชี สต็อก ลูกหนี้ เจ้าหนี้ และแยกประเภท เป็นการเตรียมความพร้อมและการพัฒนาข้อมูลในทุกส่วน งานให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล และมีมติการประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2557 เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2557 อนุมัติให้ขายที่ดินว่างเปล่าในซอย ขจรวิทย์ ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ให้แก่บุคคลภายนอกจำนวนเนื้อที่ 390 ตารางวา ในราคาตารางวาละ 35,000 บาท รวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 13.65 ล้านบาทมีผลกำไรจากการขายที่ดินจำนวน 1.56 ล้านบาท เพื่อลดภาระในการดูแล

..........รับรองความถูกต้อง

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทมีบริษัทร่วม 1 แห่งคือ บริษัทนิวพลัสนิตติ้ง จำกัด (มหาชน) มีสัดส่วนการถือหุ้น 14.79 % และบริษัท นิวพลัสนิตติ้ง จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อย 2 แห่ง คือ บริษัท นิวพลัสอุตสาหกรรม จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้น 98.75% และบริษัท นิวพลัส (89) จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้น 49.33 %

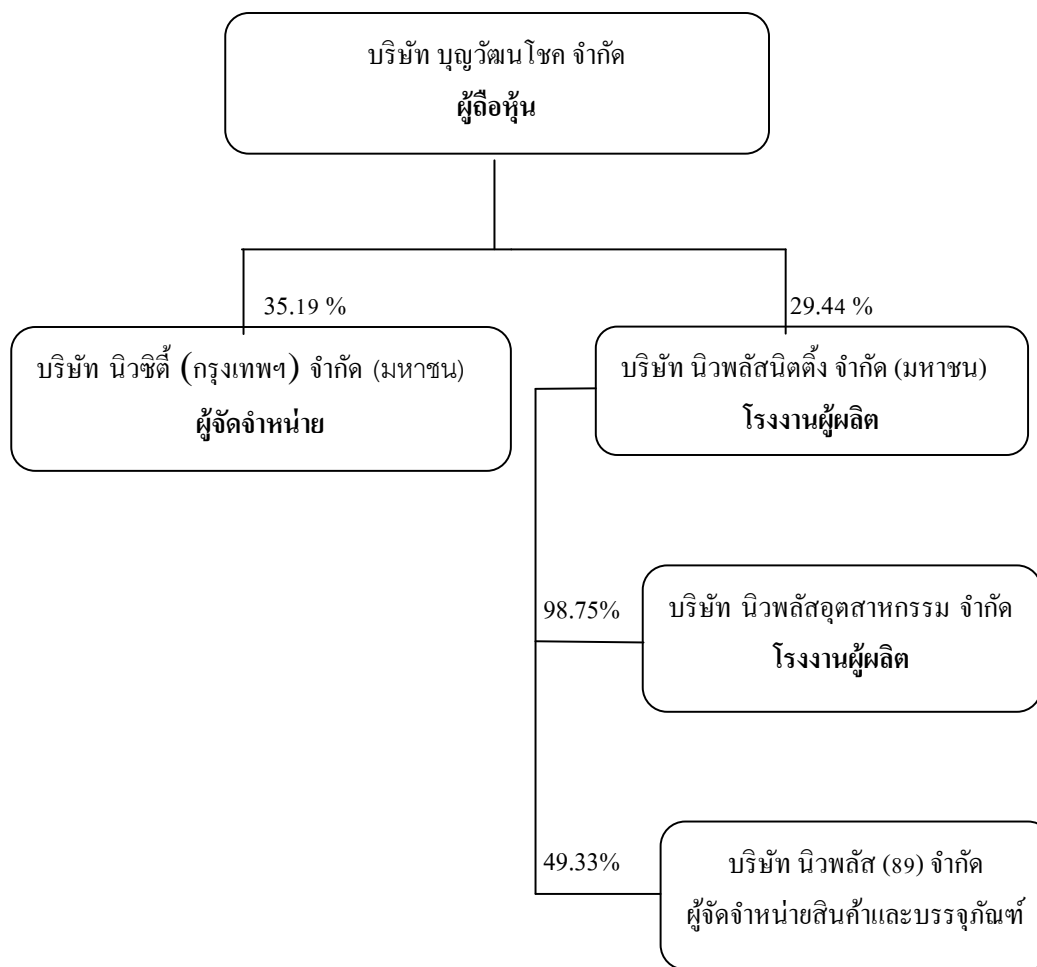
นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัท นิวซิตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าส่งซื้อสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มจำพวก ถุงน่อง ถุงเท้า ชุดชั้นใน ชุดกายบริหาร และชุดนอน จาก บริษัท นิวพลัสนิตติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นโรงงานผู้ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และได้กระจายคำสั่งซื้อให้กับบริษัทย่อยทั้งสองแห่งคือ บริษัท นิวพลัสอุตสาหกรรม จำกัด และบริษัท นิวพลัส (89) จำกัด

.....รับรองความถูกต้อง

1.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มขอการสั่งซื้อสินค้า 69.11 % จากโรงงานผู้ผลิตในบริษัทร่วมที่เป็นกลุ่ม นิวพลัสกรุ๊ป ซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจเป็นโรงงานผู้ผลิตตามคำสั่งซื้อของบริษัทภายใต้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน โดยกลุ่ม นิวพลัสกรุ๊ปมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ร่วมกัน คือ บริษัทบุญวัฒนโชค จำกัด โดยมีโครงสร้างธุรกิจที่สำคัญดังนี้



เครือ นิวพลัสกรุ๊ปมีนโยบายให้บริษัทในเครือแต่ละแห่งมีนโยบายและการบริหารงานของตนเอง บริษัท นิวซี้ด (กรุงเทพฯ) จำกัด(มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าจำพวกเครื่องนุ่งห่ม มีการซื้อสินค้าในกลุ่มเครือ 60-80 % ราคาที่ซื้อเป็นไปตามราคาตลาดที่ขอมรับกันได้ซึ่งไม่แตกต่างจากรายการที่กระทำกับกิจการอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกันเป็นการค้าเสรี การต่อราคาขึ้นอยู่กับกลไกของตลาดโดยทั่วไป

.....รับรองความถูกต้อง

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท เป็นผู้จำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มและเครื่องสำอาง ภายใต้เครื่องหมายการค้าเป็นของตนเองโดยแบ่งตามสายผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

2.1 สายผลิตภัณฑ์จำพวกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

- 2.1.1 ในกลุ่มสายผลิตภัณฑ์ถุงน่อง/ถุงเท้าภายใต้สัญลักษณ์ตรา เซอร์ลีออน และตรา GOLDENLEGS
- 2.1.2 ในกลุ่มสายผลิตภัณฑ์ชุดนอนและชุดชั้นในภายใต้สัญลักษณ์ตรา คาร่า และตรา CHERILON INTIMATE
- 2.1.3 ในกลุ่มสายผลิตภัณฑ์ชุดกายบริหารและชุดบัลเล่ต์ภายใต้สัญลักษณ์ตรา CHERILON-EX และตรา DANS MATE
- 2.1.4 ในกลุ่มสายผลิตภัณฑ์เสื้อ และกางเกงแพ้นภายใต้สัญลักษณ์ตรา Cherilon Basic และ Cherilon Leggings
- 2.1.5 ในกลุ่มสายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสำหรับสุภาพบุรุษ ภายใต้สัญลักษณ์ตรา SANREMO

2.2 ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอาง


- 2.2.1 ประเภทดูแลผิวหน้า ตรา MISASA ได้แก่ จำพวก แป้ง ลิปสติก อายไลน์เนอร์ มาสคาร่า และชุดสกินแคร์
- 2.2.2 ประเภทดูแลผิวกาย ตรา SCRUPLE และทานาคา ได้แก่ จำพวก แป้ง สบู่อาบน้ำ ครีมอาบน้ำ สบู่เหลวผสมนมผึ้ง โลชั่นทาผิวผสมนมผึ้ง โลชั่นทาผิวผสมสารสกัดจากผมูก และสบู่เหลวอนามัย เป็นต้น
- 2.2.3 ประเภทดูแลผิวขาเป็นสินค้านำเข้าจากประเทศเกาหลีตรา DEOPROCE ได้แก่ จำพวก ครีมบำรุงผิวหน้าและผิวขา โครงสร้างรายได้

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	2561		2560		2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สิ่งทอ	596.13	89.55	563.69	88.01	587.20	89.24
เครื่องสำอาง	69.59	10.45	76.81	11.99	70.81	10.76
รวมรายได้จากการขาย	665.72	100	640.50	100	658.01	100
อัตราเพิ่มขึ้น (ลดลง)	3.94		-2.66		4.63	

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

บริษัท ได้ตระหนักถึงการแข่งขันการค้า ได้ศึกษาหาข้อมูลของคู่แข่งเพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบโดยเฉพาะธุรกิจด้านสิ่งทอมีการแข่งขันกันสูงในด้านการลดราคา การลอกเลียนแบบสินค้า และมีการแอบอ้างยี่ห้อสินค้าที่ติดตลาด บริษัท ได้มุ่งเน้นทำการตลาดแบบยั่งยืนจัดเตรียมความพร้อมการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรอบคอบและระมัดระวัง สร้างความพึงพอใจในกลุ่มลูกค้า ดังต่อไปนี้

- 2.2.1 ผลิตภัณฑ์ บริษัทคิดค้นออกแบบและพัฒนาสินค้า ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในวงการแฟชั่นการแต่งกายอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี สำหรับปี 2561 ได้ออกแบบสินค้า จำพวกถุงน่อง Plus Size เนื้อชัพพอร์ดบางเนียนใส ควบคู่ถุงน่อง Opaque Tights ช่วยเติมลุคสไตล์แฟชั่นอินลิมีด ทั้งสองแบบปรับขยายช่วงหน้าท้องให้กว้างขึ้นเพื่อการสวมใส่ที่สบายสุดๆและถุงน่องขกสะโพก ใน Collection The Slenderwear เป็นถุงน่องขกสะโพกทั้งกางเกงกระชับสัดส่วนเป็นถุงน่องในตัวเดียวกัน เอาอยู่! ทั้งยกก้น ลดพุง ขาเล็ก ด้วยเส้นใยแข็งแรง เหนียวทนทานและสวมใส่ง่าย


รับรองความถูกต้อง

ส่วนชุดชั้นในภายใต้ Cherilon Intimate สลิลเปรสสันสายเคียวตกแต่งลูกไม้ช่วงอกและข้างลำตัวในชุดเซ็ท SUMPTUOUS RED SATIN ในสามเจดสี แดงเข้ม, ส้มอ่อน ม่วงเข้ม บอดี้สูท แขนสั้นแขวะบายตักแต่งคริสตัลดำ ในชุดเซ็ท A SPARKLY NEW YEAR PARTY ชุดนอนผ้าซาตินตกแต่งด้วยผ้าลูกไม้ในเซ็ท CELEBRATE YOUR BODY บอดี้สูทผ้าลูกไม้แขนยาวปลายแขนบาน จับในด้วยผ้ากำมะหยี่ สลิลผ้าซาตินตกแต่งลูกไม้ เสื้อคลุมผ้าลูกไม้ตัวอย่าง เปรสสันผ้าลูกไม้ทั้งตัว เลือกใช้ผ้าลูกไม้เนื้อดีจากฝรั่งเศส นำมาตัดเย็บผสมผสานกับผ้าซาตินที่นุ่มลื่นเพื่อให้เหมาะกับ เทรนด์แฟชั่นล่าสุด ผ้ากำมะหยี่เกรดดีเย็บอยู่ในคอลเลกชัน BOUDOIR ดีไซน์ของเซอรีลอน อินทิเมทเสริมสร้างสมดุล ระหว่างชุดชั้นใน กับ เสื้อผ้าด้านนอก ให้ใช้งานควบคู่กันได้ มั่นคือ แฟชั่นหนึ่งเดียว และ SEAMLESS BRA อีกชุด ชั้นในที่ใส่แล้วเพียวกระชับใส่สบายดีไซน์ Slim ของบราไร้ตะเข็บเรื่องความนุ่ม เก็บกระชับสบายดีไซน์ที่เน้นความ เพียวทั้งด้านหน้าและด้านหลังกลับสร้างความประทับใจไม่รู้ลืม สำหรับชุดออกกำลังกายภายใต้ Cherilon Dans Mate เป็นชุดออกกำลังกายและใส่จำลองหรือแล้วแต่ความเหมาะสมการนำไปใช้ของลูกค้าตัวเสื้อผลิตจากผ้า Polyester เนื้อผ้า มีความยืดหยุ่น และมีความกระชับที่พอเหมาะ เมื่อสวมใส่จะไม่รู้สึกอึดอัด หรือรัดแน่นเกินไปทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกสบาย และเคลื่อนไหวได้อย่างคล่องตัว และกางเกงผลิตจากผ้า Polyamide เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่น และคืนตัวได้ดี เนื้อผ้ากระชับ และพุงกลมเนื้อขณะเคลื่อนไหวเนื้อผ้าถักทอด้วยความละเอียดสูง ทำให้ทนทาน

2.2.2 ยี่ห้อสินค้า บริษัทได้ตระหนักว่าสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองมีความเข้มแข็งและติดตลาดเป็นที่ นิยม เช่น ดราเซอรีลอน เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในวงการแฟชั่นของหญิงน่อง อย่างยั่งยืนตลอด 50 กว่าปี และ บริษัทได้คิดค้นตราและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้าเป็นของตนเอง เช่น ตรา CHERILON, GOLDENLEGS, ACCEMT, ANFANA, ANNABEL, AMANDA, ANGELY, AZIRA, DANS, CARA, DANS MATE, SANREMO และ SCRUPLE เป็นต้น

2.2.3 ราคา บริษัทได้กำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับรูปแบบ สามารถเปลี่ยนแปลงราคาได้ตามภาวะการแข่งขัน

2.2.4 ประชาสัมพันธ์ บริษัทได้เลือกใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดโดยผ่านสื่อสาธารณะต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ เช่น นิตยสารแฟชั่นรายปักษ์ และรายเดือน ป้ายโฆษณา สถานีโทรทัศน์ ประเทวาไรตี้ และ Social Media นอกจากนี้มี การจัดงานแสดงสินค้า (Road Show) ตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

2.2.5 ส่งเสริมการขาย บริษัทสร้างแรงจูงใจโดยจัดกิจกรรมการขายสินค้าร่วมกับห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไป นอกจากนี้ร่วมกับ บริษัทในกลุ่มเครือสหพัฒน์ในการแสดงสินค้าในภาครัฐและเอกชนเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าสำหรับผู้มีรายได้น้อย นอกจากนี้มีการจัดสินค้าให้กับร้านค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ร้านค้าต่าง ๆ ดังนี้

2.2.6 ของสมนาคุณ (ของแถม)

บริษัทได้กำหนดเป้าหมายการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นจำนวนที่มีปริมาณตามเป้าหมายที่กำหนด ได้รับผลิตภัณฑ์สินค้าฟรี เพื่อก่อให้เกิดยอดขายที่สูงและเป็นแรงจูงใจในการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าวิธีนี้จะได้รับความสนใจจากกลุ่มพ่อค้าส่งเป็นอย่างยิ่ง

2.2.7 การบริการ

บริษัทมุ่งเน้นการจัดอบรมพนักงานให้มีประสิทธิภาพและศักยภาพในการให้บริการฝึกอบรมแนะนำผลิตภัณฑ์ สินค้าของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้า



.....รับรองความถูกต้อง

2.2.8 ส่วนลดการค้า

บริษัทจัดให้มีส่วนลดการค้าสำหรับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าในปริมาณที่บริษัทกำหนดจะได้รับส่วนลดการค้าจากราคาปกติ และการรับชำระเงินก่อนวันครบกำหนดชำระ จะได้รับส่วนลดการค้าเพิ่มอีก 3% เพื่อส่งเสริมให้ร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายมีกำไรจากการค้าเพิ่มขึ้น

2.2.9 กลุ่มลูกค้า การแข่งขันการค้าในกลุ่มลูกค้าบริษัทได้แบ่งการแข่งขันตลาดค้าส่งและตลาดค้าปลีกได้จัดจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างกันเพื่อให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม กลุ่มค้าส่งเป็นลูกค้าจำพวก ร้านยี่ปั่ว ชาปั่ว เน้นการขายสินค้าในยี่ห้อ เฉพาะร้านค้ากลุ่มนี้ ให้ร้านค้าสามารถทำกำไรได้ เพื่อสามารถสู้คู่แข่งสินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน และสินค้าที่ลอกเลียนแบบได้ สำหรับลูกค้าในกลุ่มนี้ได้เป็นพันธมิตรทางการค้าในระยะเวลา 50 กว่าปี มีส่วนแบ่งการตลาด อยู่ในระดับ 40 % ส่วนกลุ่มค้าปลีก เป็นลูกค้าจำพวก ห้างสรรพสินค้า โมเดิร์นเทรด และร้านสะดวกซื้อ การขายสินค้าในลูกค้ากลุ่มนี้ เป็นสินค้าแบรนด์เนมที่มีราคาสูงคุณภาพได้มาตรฐานสามารถแข่งขันสินค้าแบรนด์เนมที่นำเข้าจากต่างประเทศได้ มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับ 60 %


แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในปี 2560 บริษัทได้ขยายฐานการค้าโดยหาลูกค้ารายใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นให้ความสำคัญการค้าของตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ให้เติบโตจากปีก่อนโดยได้พัฒนา www.newcity.co.th และนำ Social Media หรือ Facebook ภายใต้ Cherilon Newcity Bangkok, Cherilondansmate, Cherilon, Cara Newcity Shopatany where Cherilon Dans Mate และมีการฝากขายสินค้าระบบออนไลน์ที่ LAZADA ZALORA 11 Street และShopee ในแต่ละปีมีการพัฒนาสินค้าโดยนำนวัตกรรมสินค้าที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายร่วมกับตัวแทนจำหน่ายเพื่อสามารถผลักดันสินค้าสู่ลูกค้าในกลุ่มเป้าหมายได้โดยมีการนำสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดในสินค้าจำพวกสิ่งทอเช่น ถุงน่องประดิษฐ์ โดยเด่นและแตกต่างกับถุงน่องตาข่ายปกติแล้ว ไอเท็มहरुรีเวชา ไอเดียง่าย ๆ ที่ผู้บริโภคประดิษฐ์เองได้ ถุงน่องเนื้อทิบ ถุงเท้าแฟนซี เป็นต้น สินค้าที่คัดสรรในแต่ละปีเป็นสินค้าที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองยากต่อการลอกเลียนแบบ

บริษัทมีการพัฒนาสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าเป็นของตนเองและเป็นตราที่มีความเข้มแข็งสามารถสู้คู่แข่งได้ อีกทั้งเป็นตัวแทนจัดจำหน่าย (Distributor) สินค้าอื่น ๆ ที่ไม่ซ้ำกับสินค้าเดิม เพื่อเป็นการขยายกลุ่มสินค้าให้หลากหลายในผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ได้คัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อเพิ่มช่องทางการขายให้สอดคล้องกับแผนงานการขายที่กำหนดไว้พร้อมทั้งคัดสรรกลุ่มลูกค้าที่เป็นคู่ค้าที่ดี เช่นกลุ่มค้าส่งประเภท โมเดิร์นเทรด ยี่ปั่ว และชาปั่ว เพราะเป็นการค้าที่ไม่พึ่งพาพนักงาน (PC) การรับชำระเงินตรงตามเงื่อนไขที่กำหนด หลีกเลี่ยงร้านค้าที่มีความเสี่ยงต่อการชำระหนี้และการขายออนไลน์

ศักยภาพในการแข่งขัน

บริษัทมีความมั่นใจในศักยภาพสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าเป็นของตนเองที่มีชื่อเสียงและยาวนานมา ตลอด 50 กว่าปี เป็นที่ยอมรับและรู้จักกันอย่างแพร่หลายในวงการแฟชั่นสตรี คือ ตราเซอร์ลอน สำหรับวงการแฟชั่นสุภาพบุรุษคือ ตราแซริโม อีกทั้งคิดค้นยุทธวิธีในการพัฒนาสินค้าออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี และได้เตรียมความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงให้ตามยุคตามสมัยอยู่เสมอเพื่อความก้าวหน้าขององค์กร

..........รับรองความถูกต้อง

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สินค้าประเภทสิ่งทอ บริษัทมีฝ่ายผลิตภัณฑ์สินค้า เป็นผู้ออกแบบร่วมกับโรงงานผู้ผลิตในกลุ่มเครือนิเวศกลุ่ม ซึ่งเป็นบริษัทร่วม มีการส่ง พอร์ แคช ออเคอร์ ล่วงหน้า 6-9 เดือน ให้โรงงานผู้ผลิตในราคาตลาดที่ยอมรับกันได้ซึ่งไม่แตกต่างจากรายการค่าที่กระทำกิจการอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกันเป็นการค้าเสรีโดยมีข้อตกลงสั่งซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 69.11 สำหรับโรงงานการผลิตสินค้าสิ่งทออื่น ๆ มีข้อตกลงสั่งซื้อคิดเป็นร้อยละ 28.89 และมีการส่ง พอร์ แคช ออเคอร์ ล่วงหน้า 6-9 เดือน หรือบางแห่ง 12 เดือน ส่วนสินค้าประเภทเครื่องสำอาง มีการส่งผลิตจากโรงงานผู้ผลิตโดยตรงในกลุ่มเครือสหพัฒน์ฯ มีจำนวน 3-5 แห่ง มีความสัมพันธ์ทางการค้าเป็นระยะเวลา 50 กว่าปี มีข้อตกลงสั่งซื้อสินค้า 1-3 %

สินค้าประเภท Out Source บริษัท มีการสั่งซื้อสินค้าจาก Supplier ที่เป็นโรงงานผู้ผลิตที่ไม่สังกัดในเครือในปี 61 มีข้อตกลงสั่งซื้อ ร้อยละ 10.40

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นได้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทพอสรุปได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงทางธุรกิจ

บริษัท เป็นผู้จำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองภายใต้ปรัชญา “เราจะพัฒนาสินค้าภายใต้ตราของตนเองให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในวงการแฟชั่นในระดับชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ” การทำธุรกิจหลักของบริษัทมีความเสี่ยงในปัจจัยทั้งภายในและภายนอกดังต่อไปนี้

1.1 ความเสี่ยงต่อการแข่งขันทางการตลาด

การทำธุรกิจสินค้าประเภทสิ่งทอและเครื่องสำอาง เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคตามสมัยอยู่เสมอมีความเสี่ยงต่อ การลอกเลียนแบบสินค้า การลดราคา การแย่งครองส่วนแบ่งทางการตลาด และ สินค้ามีความหลากหลายและมากกว่าความต้องการของตลาด

การป้องกันความเสี่ยง

บริษัทมุ่งเน้นพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นเอกลักษณ์ให้ผู้บริโภคได้จดจำ เสริมสร้างความเข้มแข็งในตราสินค้า ให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในวงการแฟชั่นมาเป็นระยะเวลา ยาวนานถึง 55 ปี มุ่งเน้นการคัดสรรเส้นใยที่ดีต่อการสวมใส่เน้นความสบาย มีการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้าให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค

บริษัทมีสินค้าแบ่งตามสายผลิตภัณฑ์จำพวกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มีสัดส่วนการขาย 90 % ดังนี้

1.1.1 สายผลิตภัณฑ์ ชุดน่องและชุดเท้าภายใต้สัญลักษณ์ตรา CHERILON และตรา GOLDENLEGS

1.1.2 สายผลิตภัณฑ์ ชุดนอน และชุดชั้นใน ภายใต้สัญลักษณ์ตรา CARA และตรา CHERILON INTIMATE

1.1.3 สายผลิตภัณฑ์ ชุดกายบริหารและชุดบิลเลต์ ภายใต้สัญลักษณ์ ตรา CHERILON-EX และตรา DANSMATE

1.1.4 สายผลิตภัณฑ์ เสื้อ และกางเกงแฟชั่น ภายใต้สัญลักษณ์ ตรา CHERILON BASIC และ CHERILON LEGGINGS

1.1.5 สายผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้า ชุดเท้า และกางเกงในสำหรับสุภาพบุรุษ ภายใต้สัญลักษณ์ ตรา SANREMO

สายผลิตภัณฑ์จำพวกเครื่องสำอาง มีสัดส่วนการขาย 10 % ดังนี้

.....รับรองความถูกต้อง

1.1.6 สายผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลผิวกาย และผิวหน้า ภายใต้สัญลักษณ์ ตรา SCRUPLE และตรา MISASA

1.1.7 สายผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลผิวกายและผิวหน้า ภายใต้สัญลักษณ์ ตรา DEOPROCE เป็นสินค้านำเข้าจากประเทศเกาหลี

1.18. สายผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลผิวกายและผิวหน้า ภายใต้สัญลักษณ์ ตรา DE LEAF THANAKA เป็นสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย

2. ความเสี่ยงต่อสินค้าคงคลัง

สินค้าของบริษัทเป็นสินค้าสำเร็จรูปประเภทสิ่งทอ ผ้าผืน เป็นสินค้าแฟชั่น มีสินค้าไว้ในปริมาณที่มากพอ กับการขายสินค้าตามช่วงเวลา มีการประมาณการสินค้าไว้ล่วงหน้าตามความนิยมในฤดูกาล และนอกฤดูกาล จึงมีสินค้าที่จัดเก็บสินค้าไว้ในคลังสินค้าหลากหลายชนิด และคลังฝากขายตามจุดขายแต่ละจุด มีสินค้าบางประเภทขายได้มาก บางประเภทขายได้น้อย จึงมีความเสี่ยงต่อการจัดการต่าง ๆ ในคลังสินค้าเกี่ยวกับ รายการสินค้าที่คงเหลือในคลัง การรวบรวมข้อมูล การจดบันทึกสินค้ารับเข้า และจ่ายออก เกิดความผิดพลาด และไม่แม่นยำ


การป้องกันความเสี่ยง

บริษัทมีสินค้าคงคลังไว้เพื่อสร้างยอดขาย ทันต่อความต้องการของลูกค้า มีสินค้าหลากหลายชนิดจึงให้ความสำคัญในการบริหารจัดการคลังสินค้า (Warehouse) และสินค้าคงคลัง และความซับซ้อน มีการแบ่งกลุ่มสินค้าตามสายผลิตภัณฑ์ จำแนกสินค้าคงคลังตามประเภท โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ในการจัดการเบิกจ่าย – รับเข้า เพื่อให้เกิดความถูกต้อง แม่นยำ และทันเวลา สามารถคัดแยกสินค้า ค้างนาน เพื่อลดราคาล้างสต็อก และสินค้าล้าสมัย ในปี 2561 มีสินค้าคงคลังประเภทสิ่งทอ ในคลังสินค้า จำนวน 153.23 ล้านบาท สต็อกขายฝากจำนวน 127.52 ล้านบาท สต็อกสาขารวม 8 แห่ง จำนวน 15.18 ล้านบาท และสินค้าประเภทเครื่องสำอางในคลังสินค้าจำนวน 11.60 ล้านบาท สต็อกขายฝากจำนวน 1.08 ล้านบาท

3. ความเสี่ยงต่อสินค้าล้าสมัย

บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบซื้อมา-ขายไป ประเภทสิ่งทอจำพวกสินค้าแฟชั่นการแต่งกายสำหรับสุภาพสตรี และสุภาพบุรุษมีสินค้าไว้เพื่อรอการจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างเพียงพอและสินค้ากลุ่มแฟชั่นนี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมีความเสี่ยงต่อสินค้าคงเหลือในปี 2561 บริษัทมีสินค้าคงเหลือจำนวน 308.61 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 66.34 ของสินทรัพย์หมุนเวียน และร้อยละ 41.40 ของสินทรัพย์รวม มีอัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ 1.57 เท่า มีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย 232 วันส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าออกล่าช้ามีผลต่อสินค้าล้าสมัยและต้นทุนในการบริหารจัดการที่สูงส่งผลต่อการลดค่าสินค้าซึ่งมีผลต่อกำไรสุทธิลดลง ในปี 2561 มีการลดค่าสินค้าจำนวน 10.79 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 58.96 ของกำไรสุทธิ สำหรับงบการเงินเฉพาะกิจการ อย่างไรก็ตามบริษัทมีความตระหนักถึงเรื่องนี้และมีความรับผิดชอบและป้องกันการเกิดสินค้าที่ล้าสมัย โดยมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับสินค้าและป้องกันความเสี่ยงดังนี้

- สำหรับสินค้าที่นำเข้าใหม่ บริษัทมีการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าให้สอดคล้องกับเป้าหมายการขายและกำหนดแผนการสั่งซื้อสินค้าไว้ล่วงหน้าเพื่อให้ Supplier จัดส่งสินค้าให้ทันตามกำหนดระยะเวลาและบริษัทได้จัดส่งสินค้าที่นำเข้าใหม่นี้ให้แก่ลูกค้าทันที เพื่อลดภาระในการเก็บสต็อก
- สำหรับสินค้าที่เคลื่อนไหวช้าหรือค้างนานบริษัททำการลดค่าจากราคาต้นทุน และนำไปขายในราคาที่ถูกลง ตามงานแสดงสินค้าในโครงการของภาครัฐหรือเอกชนที่จัดงานแสดงสินค้านำราคาถูกเพื่อช่วยเหลือผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย จัดทำรายงานความเคลื่อนไหวสินค้าเพื่อติดตามอายุสินค้าและเร่งระบายสินค้า


.....รับรองความถูกต้อง

- ลดจุดขายตามห้างสรรพสินค้าที่ไม่ก่อเกิดกำไรและเสริมสร้างจุดขายที่สามารถทำกำไรและยอดขายที่มากพอ

4. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัทขายสินค้าประเภทสิ่งทอแฟชั่นการแต่งกายให้กับลูกค้ารายใหญ่ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น และ โลตัส เป็นลูกค้าประเภท คิสเคาท์สตรี มีสัดส่วนการขาย ร้อยละ 20.89 ของรายได้รวม มีการขายสินค้าในเชิงปริมาณมีราคาต่ำเพื่อสอดคล้องกับนโยบายสำหรับห้างเหล่านี้ มีความเสี่ยงหากสินค้าของบริษัทขายต่ำกว่าเป้าหมายที่ร้านค้ากำหนดถูกยกเลิกการสั่งซื้อสินค้า และการนำสินค้าเข้าห้าง มีผลกระทบต่อรายได้บริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

การป้องกันความเสี่ยง

บริษัทมีสินค้าที่มีคุณภาพ ภายใต้ตราเชอร์ล่อน มีความต้องการของลูกค้าและมียอดขายที่เป็นไปตามเป้าหมายที่ห้างเป็นผู้กำหนดในแต่ละปีบริษัทนำเสนอสินค้าเข้าห้างเพิ่มขึ้น ส่วนสินค้าที่คงค้าง ร้านค้าเป็นผู้บริหารจัดการลดราคาเพื่อระบายสินค้าออก ส่วนต่างราคาบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบ เพื่อรักษาสัดส่วนการขายและเป็นคู่ค้าร่วมกันได้ยาวนาน ในการพึ่งพิงลูกค้าในกลุ่มค้าส่งเป็นการขายสินค้าที่ไม่พึ่งพิงพนักงานขายของบริษัท เป็นการขายเชื่อภายใต้เงื่อนไขการชำระเงิน 30-60 วัน และปัจจุบันร้านค้าในกลุ่มนี้มีการขยายฐานการค้าในรูปแบบร้านสะดวกซื้อเป็นจำนวนมากส่งผลต่อการทำการค้าของบริษัทขายตามฐานการค้าเช่นกัน อีกทั้งบริษัทได้เพิ่มช่องทางการขายระบบค้าส่งในระบบโซเชียล เน็ตเวิร์ค เว็บไซต์ (Social Network Website) ที่บริษัทได้พัฒนาและศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมในการขายสินค้าระบบออนไลน์ในปี 2561 บริษัทได้ขยายฐานลูกค้าไปยังต่างประเทศ เพิ่มขึ้นส่งผลต่อยอดการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 81.23 เพื่อเป็นช่องทางช่วยสร้างรายได้ในอนาคตและทดแทนลูกค้าในกลุ่มนี้

5. ความเสี่ยงต่อการพึ่งพาพนักงานขาย ประจำแค่นเตอร์ขาย

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าตามห้างสรรพสินค้าระบบฝากขาย โดยมีแค่นเตอร์และมีพนักงานขายเป็นของบริษัทมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นของพนักงานได้แก่ เงินเดือน, ค่าเปอร์เซ็นต์, เบี้ยเลี้ยง, เงินรางวัล และค่าล่วงเวลา มีสัดส่วนต่อต้นทุนในการจัดจำหน่าย ร้อยละ 59.10 มีจำนวนพนักงานขาย 244 คนจำนวนพนักงานขาย เพิ่มขึ้นจากปี 60 ร้อยละ 3.83 มีสัดส่วนการขายสินค้าร้อยละ 31.14 ของรายได้รวม มีความเสี่ยงต่อยอดการขายลดลง อย่างมีนัยสำคัญ

การป้องกันความเสี่ยง

บริษัทได้วางแผนการขายในกลุ่มห้างสรรพสินค้าโดยมุ่งเน้นแค่นเตอร์ที่มียอดขายที่สูงหากไม่จำเป็นก็ไม่ขายพื้นที่และจัดหาพื้นที่ขายตามงานแสดงสินค้าร่วมกับกลุ่มบริษัทในเครือสหพัฒน์ฯขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรงเพื่อเป็นการขยายช่องทางการขายแทนการขายพื้นที่ในห้างสรรพสินค้า และเพิ่มการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในโซเชียล เน็ตเวิร์ค เว็บไซต์ (Social Network Website) เพื่อลดต้นทุนการขายเพื่อสร้างรายได้จากการขายในการพึ่งพาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการขายเพื่อทดแทนการขายโดยไม่ต้องพึ่งพาพนักงานขายและห้างสรรพสินค้ามากเกินไป

6. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงโรงงานผู้รับจ้างผลิตรายใหญ่เพียงหนึ่งราย

บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าจำพวกถุงน่องถุงเท้า กับบริษัทนิเวลล์สินดิ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เป็นจำนวน 338.95 ล้านบาท โดยมีสัดส่วน ร้อยละ 69.07 ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ และบริษัทร่วมบริษัทมีความเสี่ยงที่พึ่งพิงผู้ผลิตที่เป็นรายใหญ่เพียงหนึ่งราย หากโรงงานผู้ผลิตไม่สามารถผลิตสินค้าให้ทันตามวันเวลาที่กำหนดส่งผลกระทบต่อยอดขายลดลง ซึ่งในปี 2561 บริษัทมียอดขายสินค้าที่ผลิตจากบมจ.นิเวลล์สินดิ้ง และบริษัทย่อยมีสัดส่วนการขาย ร้อยละ 80

.....รับรองความถูกต้อง

การป้องกันความเสี่ยง

การสั่งซื้อสินค้าจาก บริษัท นิวพลัสดีคิง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือนิวพลัสกรุ๊ป และเป็นบริษัทร่วมโดยมีผู้ถือหุ้นร่วมกันและผู้บริหารร่วมกัน เป็นการก่อตั้งโรงงานร่วมกันเพื่อแยกประเภทธุรกิจการค้าอย่างเป็นระบบโดยเป็นผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเพื่อสะดวกในการบริหารงานในแต่ละประเภทให้ชัดเจน ในการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละปีมีการวางแผนการผลิตร่วมกันเป็นเวลาล่วงหน้า 6-9 เดือน เพื่อป้องกันการผลิตล่าช้าและสามารถแก้ไขปัญหาาร่วมกันได้ การทำงานอยู่ในทิศทางเดียวกันมีความไว้วางใจและเชื่อมั่นในการบริหารงานภายใต้คุณภาพมาตรฐาน ISO บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายรูปแบบซื้อมา-ขายไป มีช่องทางในการซื้อสินค้าได้อย่างหลากหลายโดยไม่ผูกขาดกับโรงงานผู้ผลิตหากสินค้านั้นตรงตามความต้องการของบริษัท สำหรับโรงงานในกลุ่มเครือที่ถือเป็นบริษัทร่วมบริษัทให้การสนับสนุนการทำการค้าระหว่างกันเพื่อให้ธุรกิจโรงงานผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายให้เจริญเติบโตอย่างเท่าเทียมกัน

7. ความเสี่ยงต่อการกู้ยืมเงิน

บริษัทมีวงเงินเบิกเกินบัญชี (OD) กับสถาบันการเงินจำนวน 6 แห่ง รวมเป็นจำนวน 97.00 ล้านบาท ในปี 2561 ใช้วงเงินไปทั้งสิ้นจำนวน 30 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.93 และมีวงเงินกู้ยืมระยะสั้น (P/N) กับสถาบันการเงินจำนวน 3 แห่ง รวมเป็นจำนวน 322.00 ล้านบาท ใช้ไป 60.00 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.63 รวมเป็นภาระหนี้จำนวน 90 ล้านบาท มีความเสี่ยงต่ออัตราดอกเบี้ยที่ผันผวนตามภาวะการตลาดในปี 2561 บริษัทจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ประเภท เงินเบิกเกินบัญชี (OD) จำนวน 0.67 ล้านบาทในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6.87 - 7.75 ต่อปี และจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ประเภท P/N จำนวน 1.56 ล้านบาท ในอัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 2.30 - 2.50 ต่อปี รวมเป็นดอกเบี้ยที่จ่ายทั้งสิ้นจำนวน 2.25 ล้านบาท

การป้องกันความเสี่ยง

บริษัทได้วางระบบการบริหารด้านการเงินอย่างรัดกุมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการเงินป้องกันการขาดสภาพคล่องโดยรักษาระดับของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดให้เพียงพอต่อการดำเนินงานของกิจการ หลีกเลี่ยงการลงทุนที่มีความเสี่ยง

8. ความเสี่ยงต่อการขาดทุนจากผลการดำเนินงาน

การดำเนินงานในแต่ละปีบริษัทได้ตั้งเป้าหมายการขายเพิ่มขึ้นจากผลการดำเนินงานของปีก่อนและนำไปปฏิบัติงานให้สอดคล้องตามเป้าหมายที่วางไว้ และนำมาเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นเพื่อประเมินผล และวัดค่า การกำหนดเป้าหมายบริษัทได้วางแผนล่วงหน้าตลอดทั้งปีเป็นบวก หากเกิดผลกระทบต่อบังคับภายนอกที่บริษัทไม่สามารถควบคุมได้ เช่น กลไกของตลาดเป็นลบ ภาวะเศรษฐกิจที่ผันแปรและถดถอย เหตุการณ์ไม่สงบในเรื่องการเมือง การก่อการร้าย และการเกิดอุทกภัย ที่เกิดขึ้นในประเทศ และนอกประเทศ เป็นเหตุการณ์ที่ยากยิ่งที่อาจคาดการณ์ในสถานการณ์นั้น ๆ ได้บริษัทอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานที่ขาดทุนได้ เพราะบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนการตั้งเป้าหมายการขายที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีบริษัทไม่สามารถหามาตรการป้องกันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกได้ แต่บริษัทได้เตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ได้นำพหุองค์การผ่านพ้นจากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ มาได้จนถึงทุกวันนี้

ในแต่ละปีบริษัทไม่สามารถหามาตรการป้องกันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกได้แต่บริษัทได้เตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ได้นำพหุองค์การผ่านพ้นจากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ มาได้จนถึงทุกวันนี้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สินทรัพย์	ทำเลที่ตั้ง	พื้นที่ใช้สอย เนื้อที่/ตารางวา	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	บางรัก	13.3	1.22	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	คลองตัน	716.0	9.75	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	พระโขนง	60.0	1.20	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	สาขาเชิงใหม่	27.0	0.21	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	สาขาละโวทัย	3,589.0	3.17	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	สาขานครราชสีมา	13.0	0.26	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม			15.81		
อาคาร	บางรัก		0.91	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	คลองตัน		19.93	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	พระโขนง		5.80	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	สวนนคร		1.03	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	สุวินทวงศ์		12.85	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	สาขาเชิงใหม่		0.53	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	สาขานครราชสีมา		1.73	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม			42.78		
หัก ค่าเสื่อมราคา			-42.27		
คงเหลือสุทธิ			0.51		

.....รับรองความถูกต้อง

อาคารบางรัก มีลักษณะเป็นตึกแถว 2 ห้อง มีจำนวน 5 ชั้น ตั้งอยู่เลขที่ 293/16-17 ถนนสุรวงศ์ แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ตั้งแต่วันที่ 10 มิถุนายน 2501 ราคาเริ่มแรกตามมูลค่าบัญชีเป็นจำนวนเงิน 907,730 บาท ณ. ปัจจุบันหลังจากตัดค่าเสื่อมราคาคงเหลือมูลค่าตามบัญชี เป็นจำนวนเงิน 1.00 บาท เป็นที่โชว์รูมและจำหน่ายสินค้าเป็นสาขาที่ 1 แทนโชว์รูมหลัก เนื่องจากได้มีย้ายสถานที่ทำการสำนักงานใหญ่

- อาคารคลองตัน อาคาร 6 ชั้น 1 หลัง ตั้งอยู่เลขที่ 574 ซอยพาณิชย์อนันต์ ถนนสุขุมวิท 71 เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่โกดังเก็บสินค้าของบริษัท
- อาคารสุวินทวงศ์ มีอาคาร 2 ชั้น 1 หลัง ตั้งอยู่เลขที่ 40 หมู่ 20 ตำบลศาลาแดง อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นสถานที่โกดังเก็บสินค้าแห่งที่ 2

สินทรัพย์อื่น ๆ ประกอบด้วย

สินทรัพย์	มูลค่าทางบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)
	ณ. 31 ธ.ค. 2561
ยานพาหนะ	4.13
เครื่องใช้สำนักงาน	11.37
ครุภัณฑ์	42.92
เครื่องตกแต่งสำนักงาน	22.87
อุปกรณ์ไฟฟ้า	0.40
รวม	81.69
(หัก) ค่าเสื่อมราคาสะสม	-70.06
คงเหลือสุทธิ	11.63
สิทธิการเช่า	
- สาขาอาร์ซีเอ	0.47
- สาขาโคราช	3.76
รวมสิทธิการเช่า	4.23

เงินลงทุนระยะยาว

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภท	รายละเอียด	จำนวนเงิน
เงินลงทุน-ในตลาดหลักทรัพย์	ราคาตามดัชนีหลักทรัพย์	156.81
เงินลงทุน-นอกตลาดหลักทรัพย์	ราคาคงเหลือตามมูลค่าทางบัญชี	12.63
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	ราคาดุลค่าตามบัญชี (สำหรับการเงินเฉพาะกิจการ)	62.31
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	ราคาดุลค่าตามบัญชี (งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย)	46.60
ที่ดินว่างเปล่า-อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี	4,037.30 ตารางวา กรรมสิทธิ บริษัท.เป็นเจ้าของ	1.21

.....รับรองความถูกต้อง

บริษัทจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าเป็นของตนเองโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชื่อเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า/บริการ	เลขทะเบียน	ระยะเวลาคุ้มครอง
CHERILON	ถุงน่อง	ค 448	21/3/15 – 20/3/65
CHERILON	ถุงเท้า	Kh/43546	25/6/55 - 25/6/65
GOLDENLEGS	ถุงน่อง	ค134675	10/1/34 – 9/1/64
ACCEMT	ถุงน่อง	ค23032	9/6/37 – 8/6/67
ANFANA	ถุงน่อง	ค118613	31/5/33 – 31/5/63
ANNABEL	ถุงน่อง	ค142114	17/5/34 – 16/5/64
ANNISS	ถุงน่อง	ค227155	11/3/48 – 10/3/68
AMANDA	ถุงน่อง	ค36318	11/4/38 – 10/4/68
ANGELY	ถุงน่อง	ค277118	8/8/50 – 7/8/70
AZIRA	ถุงน่อง	ค69790	13/3/40 – 12/3/70
CAMELLIA	ถุงน่อง	ค19729	3/11/36 – 2/11/66
CEDERIA	ถุงน่อง	ค24058	18/7/37 – 17/7/67
CHOPAN	ถุงน่อง	ค132044	10/1/34 – 10/1/64
CARA	ถุงน่อง ฯลฯ	ค21292	14/10/36 – 13/10/66
COMPULOM	ถุงน่อง	ค24893	18/7/37 – 17/7/67
COOL LOOK	ถุงน่อง	ค24891	18/7/37 – 17/7/67
DANZ	ถุงน่อง	ค126283	15/10/33 – 14/10/63
EXOTARD	ถุงน่อง	ค135660	15/10/33 – 14/10/63
FORTRESS	ถุงน่อง	ค28473	23/9/37 – 22/9/67
FANTATICO	ถุงน่อง	ค28472	23/9/37 – 22/9/67
FREASY	ถุงน่อง	ค133214	28/4/40 – 27/4/70
FINESSE	ถุงน่อง	ค59086	18/7/37 – 17/7/67
FIXIPANTS	ถุงน่อง	ค122042	6/10/42 – 5/10/62
SPUNDEX	ถุงน่อง	ค30313	7/12/37 -6/12/67
SASHER	ถุงน่อง	ค62307	23/9/37 – 22/9/67
SANREMO	ถุงเท้า	ค34073	5/10/37 - 4/10/67

.....

รับรองความถูกต้อง

SANREMO	ชุดชั้นใน	ค318688	14/8/52 – 13/8/62
CHERIE	เสื้อชั้นใน	ค76053	18/7/37 – 17/7/67
CITYMATE	ชุดเต้านร่า	ค174473	8/1/44 – 7/1/64
DANS MATE	ชุดเต้านร่า	ค146855	28/2/44 – 27/2/64
DANCE MATE	ชุดเต้านร่า	ค144250	8/1/44 – 7/1/64
GRAZIA	เสื้อแขนยาว	ค18488	3/12/36 – 2/12/66
HIKKO HOUSE	เสื้อ,กางเกง	ค222306	19/11/47 – 18/11/67
TRER BIEN	เสื้อ	ค63700	9/9/39 – 8/9/69
CHERI GIFF	ตุ๊กตา	ค117233	3/3/33 – 29/3/63
SCRUPLES	แชมพู	ค137725	30/1/24 -29/1/64
SCRUPLES	สบู่หอม	ค135715	8/4/24 -7/4/64
MISASA	ครีมบำรุงผิว	ค305880	3/11/51 2/11/61
PURE VIVID	เครื่องสำอาง	ค29003	30/6/37 -29/6/67
BELLE	น้ำหอม	ค57903	24/11/29 – 24/11/59
CHA CHA	ลิปสติก	ค146857	23/2/44 -22/2/64
CHILLI CHIC	ลิปสติก	ค150977	23/2/44 -22/2/64
V-CARE	กล้วขอบน้ำผึ้ง	ค111536	18/8/42 -17/8/62

4.2 การลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัทเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัท นิเวลล์สเนดดิ้ง จำกัด (มหาชน) จำนวน 1,479,062 หุ้น เป็นตัวเงินในราคาทุนรวม 69.93 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนการถือ 14.79 % โดยมีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการลงทุนในบริษัทกลุ่มเครือเดียวกัน ซึ่งบริษัท นิเวลล์สเนดดิ้ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเป็นโรงงานผู้ผลิตสินค้าเพื่อส่งสินค้าให้บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่าย

.....รับรองความถูกต้อง

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย


- ไม่มี -



รับรองความถูกต้อง

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

- ชื่อบริษัท : บริษัท นิวซิตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)
- ชื่อย่อหลักทรัพย์ : NC
- ที่ตั้งสำนักงาน : 666 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์ (02)294-6999 โทรสาร (02)294-4068
Email : account@newcity.co.th
- ประกอบธุรกิจประเภท : ดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มและเครื่องสำอางในรูปแบบค้าส่งและค้าปลีก
- จำนวนและชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญจดทะเบียน จำนวน 14,951,000 หุ้น
- ทุนจดทะเบียน : จำนวน 14,951,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวม 149,510,000 บาท
- ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว : จำนวน 14,951,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวม 149,510,000 บาท
- ที่ตั้งสาขา
- สาขาที่ 1 : ตั้งอยู่เลขที่ 293/16-17 ถนนสุรวงศ์ แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ (02) 2378460-1
 - สาขาที่ 2 : ตั้งอยู่เลขที่ 250/1 ชั้น 1 ศูนย์การค้าดิคคอมโม่ยะ ถนนศรีจันทร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โทรศัพท์ (043) 389-021
 - สาขาที่ 3 : ตั้งอยู่เลขที่ ศูนย์การค้าคาสวนแก้ว 21 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โทรศัพท์ (053) 894-301
 - สาขาที่ 4 : ตั้งอยู่เลขที่ 33/3 ชั้นที่ 1 อาคารโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ สุขุมวิท3 แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ (02) 667-1249
 - สาขาที่ 5 : ตั้งอยู่เลขที่ 1242/2 เดอะมอลล์โคราช ชั้นที่ 2 ห้องเลขที่ 2 เอส-34 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โทรศัพท์ (044) 288-175
 - สาขาที่ 6 : ตั้งอยู่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าขอนแก่น 99 ชั้น 2 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าขอนแก่น ห้องเลขที่ 245 ถนนศรีจันทร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โทรศัพท์ (043) 288-114
 - สาขาที่ 7 : ตั้งอยู่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าอุดรธานี เลขที่ A114 ชั้นที่ 1 ถนนประจักษ์ศิลปาคม ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โทรศัพท์ 042-110-555 ต่อ 1202

.....รับรองความถูกต้อง

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นเกิน 10%

<u>ชื่อบริษัท</u>	<u>ประเภทกิจการ</u>	<u>จำนวนหุ้น</u>	<u>% การลงทุน</u>
บริษัท แอ็ดเวนซอร์ โกรเทค จำกัด	ปลูกดอกไม้	29,998	18.28
บริษัท นิเวลล์สินิตติ้ง จำกัด (มหาชน)	ผลิตสิ่งทอ	1,479,062	14.79

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้น : บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
 โทรศัพท์ (02) 009-9000 โทรสาร (02) 009-9991

ผู้สอบบัญชี : นางสาวกรรณิการ์ วิภาณุรัตน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทะเบียนเลขที่ 7305
 บริษัท กรินทร์ ออดิท จำกัด
 138 อาคารบุญมิตร ชั้น 6 ห้องบี 1 ถนนสีลม แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก
 กรุงเทพฯ 10500 โทรศัพท์ (02) 634-2484-6
 E-mail : audit@karinaudit.co.th

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย : ไม่มี

ที่ปรึกษาทางการเงิน : ไม่มี

ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาจัดการ : ไม่มี

.....รับรองความถูกต้อง