

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท แพนเอเชียฟู้ตแวร์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) มีบริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด เป็นบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลัก ตั้งอยู่ในเขตสวนอุตสาหกรรม เครือสหพัฒน-ศรีราชา ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ดำเนินธุรกิจผลิตและรับจ้างผลิตรองเท้า ชิ้นส่วน ต่างๆ ของรองเท้า และผลิต รับจ้างผลิต ประกอบกระเป๋าทุกชนิด รวมทั้งผลิตกระเป๋าเดินทาง กระเป๋าเป้ เต็นท์สนาม และ อุปกรณ์เดินป่า

“บริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด”

➢ ผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ Daybreak



ในปี 2558 บริษัท แพนเอเชียฟู้ตแวร์ จำกัด (มหาชน) เริ่มประกอบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ โดยใช้ชื่อแบรนด์ “ดับเบิลยูบี ออร์แกนิก ฟาร์ม” (WB Organic Farm) เป็นฟาร์มผักอินทรีย์ที่ตั้งอยู่บนเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา ด้วยเนื้อที่กว่า 300 ไร่ WB Organic Farm ผลิตผักตั้งแต่การเพาะปลูก การเพิ่มแร่ธาตุและบำรุงดิน การเก็บเกี่ยว ตลอดจนการจัดส่งตรงถึงมือลูกค้าอย่างมีคุณภาพ ใส่ใจทุกขั้นตอนไม่ใช้สารเคมี จึงมั่นใจในความปลอดภัย พร้อม ความสะอาดของผัก และรสชาติที่หวานกรอบเป็นเอกลักษณ์



“ดับเบิลยูบี ออร์แกนิก ฟาร์ม” (WB Organic Farm)

- ได้รับการรับรอง Organic Thailand
- มีโรงคัดบรรจุที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ออย. GMP HACCP
- ปัจจุบันอยู่ในระยะปรับเปลี่ยนของ IFOAM

1.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

● วิสัยทัศน์

“มุ่งมั่นพัฒนา กิจกรรมที่ลงทุน ให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อเติบโตอย่างยั่งยืน”

● พันธกิจ

- บริษัทฯ และบริษัทย่อย ตระหนักถึงพันธกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วยพันธกิจ ดังนี้
- ✱ ดูแลด้านคุณภาพตั้งแต่ผลิตจนถึงส่งมอบ สนับสนุนกิจกรรมการปรับปรุงพัฒนาต่าง ๆ
 - ลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับ ลูกค้า
 - ✱ สร้างความไว้วางใจจากลูกค้า สามารถเป็นฐานการผลิตและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ เจริญเติบโตไปอย่างมั่นคงพร้อมกับ คู่ค้า

- ✦ พัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง สร้างเสริมบรรยากาศการทำงานที่ดี เพื่อสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว อีกทั้งยังให้ความสำคัญต่อความเป็นอยู่ที่ดีของ พนักงาน
- ✦ ยืนหยัดในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร รวมถึง ความซื่อสัตย์ในวิชาชีพ การทำงานเป็นทีม มุ่งมั่นในนวัตกรรม และรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม
- ✦ ยึดมั่นและปฏิบัติตามหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท แพนเอเชียฟู้ตแวร์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2522 โดยบริษัทฯ เป็นผู้ผลิต รับจ้างผลิตรองเท้า และเป็นผู้นำจำหน่ายรองเท้าทั้งในและต่างประเทศ และในปี 2537 บริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2531

- ปี 2523 บริษัทฯ ได้เริ่มผลิตรองเท้าในกีเพื่อส่งออกให้กับบริษัท NIKE IHM INC. ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นรายแรกในประเทศไทย และเป็นผลิตภัณฑ์แรกของบริษัทที่มีการส่งออกโดยมียอดผลิตในระยะแรกประมาณเดือนละ 40,000 คู่
- ปี 2537 บริษัทฯ ได้ยื่นคำขอจดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2537 ตาม ทะเบียนเลขที่ บมจ. 397 และที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2537 เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2537 ได้มีมติเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 400 ล้านบาท เป็น 800 ล้านบาท โดยเรียกชำระแล้ว 600 ล้านบาท เมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2537 และเรียกชำระหุ้นเพิ่มทุนส่วนที่เหลืออีก 200 ล้านบาท ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2544 เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2544 และที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2545 เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2545 ได้มีมติเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 800 ล้านบาทเป็น 1,800 ล้านบาท โดยเรียกชำระเป็น 2 งวดงวดแรกจำนวน 400 ล้านบาท และงวดที่สองจำนวน 600 ล้านบาทและที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2547 เมื่อวันที่ 23 มกราคม 2547 มีมติเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,800 ล้านบาทเป็น 2,700 ล้านบาท
- ปี 2540 บริษัทฯ เป็นบริษัทแรกของประเทศไทย สำหรับอุตสาหกรรมประเภทรองเท้าที่ได้รับใบรับรองการบริหารระบบ คุณภาพ ISO 9002 : 1994 เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2540 และเป็นอันดับ 6 ของทวีปเอเชีย เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานตามข้อตกลงและความพึงพอใจของลูกค้าพร้อมทั้งให้มีการธำรงรักษา และ ปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบการบริหารคุณภาพอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้นำระบบ ISO 9001 : 2000 มาพัฒนาใช้และได้รับการรับรองจาก BUREAU VERITAS QUALITY INTERNATIONAL เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2547 อีกทั้งยังได้รับใบรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 1996 จาก SGS YARSLY INTERNATIONAL CERTIFICATION SERVICES LIMITED เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2547

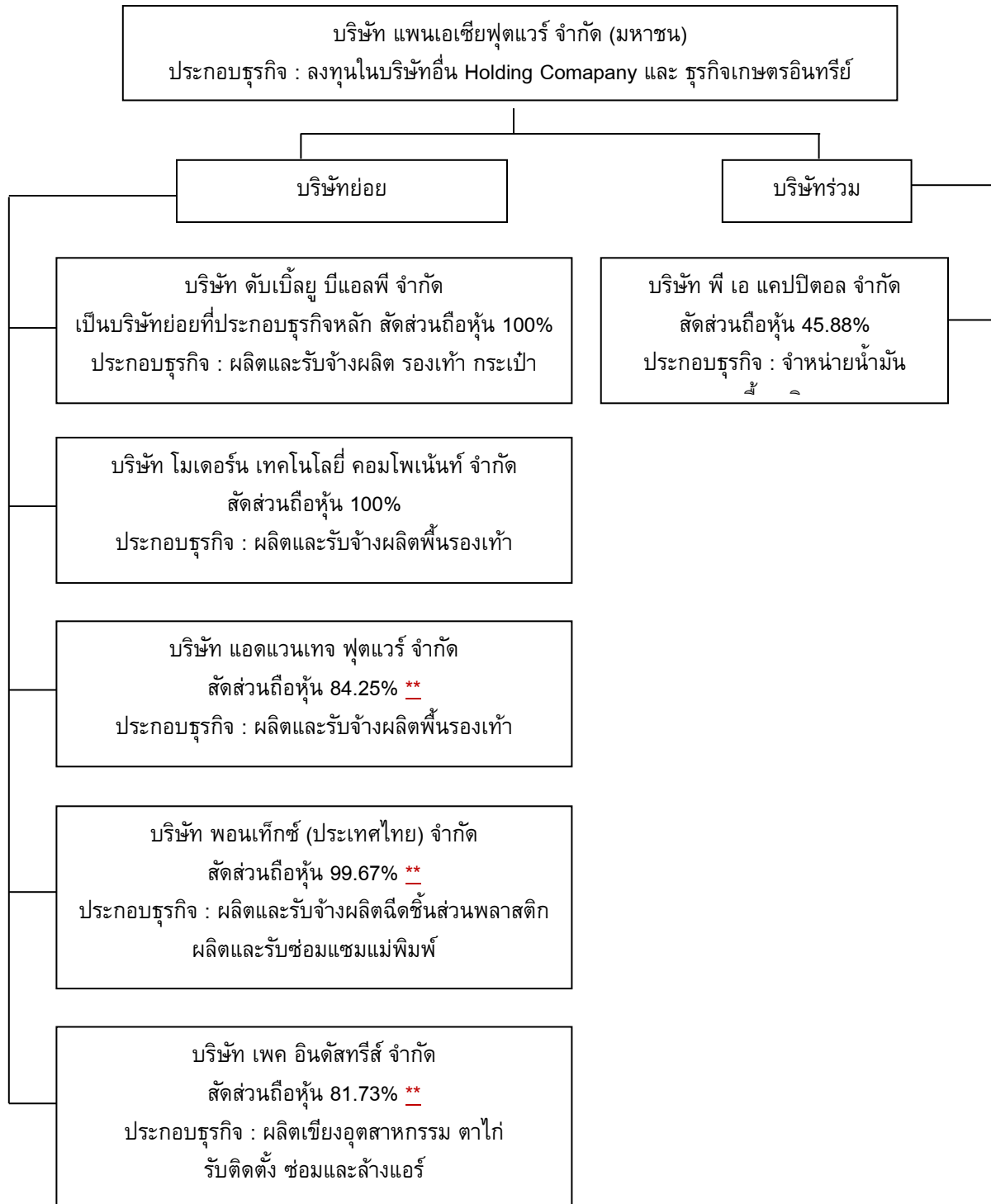
- ปี 2545 บริษัทฯ นำระบบการบริหารงานแบบ TAC (TOTAL ACTUAL COST), TPM (TOTAL PRODUCTIVE MAINTENANCE), MOPP (MISSION OBJECTIVE POLICY & PROJECT) และ DPL (DEVELOPMENT PER-PRODUCTION & LOGISTIC) มาเป็นเครื่องมือสร้างความสำเร็จในการผลิต และการด้านตลาด เพื่อลดต้นทุนในการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพ
- ปี 2546 บริษัทฯ ได้พัฒนากระบวนการผลิตโดยเริ่มนำเอาระบบ TMS (TOYOTA MANUFACTURING SYSTEM) มาประยุกต์ใช้ในการผลิตร่วมกับระบบ NOS ของลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและปรับปรุงการผลิต การทำงานให้กระชับ รวดเร็ว ยืดหยุ่น มีคุณภาพและลดต้นทุน
- ปี 2548 บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาระบบการบำรุงรักษาทีผล (TPM) ซึ่งเป็นระบบที่ทุกคนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาคนและเครื่องจักร ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้งาน การพัฒนาระบบการบำรุงรักษาทีผลอย่างต่อเนื่อง จะก่อให้เกิดผลต่อการผลิต พร้อมพัฒนาบริษัทฯ ให้มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งต่อไป อีกทั้งยังได้มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้า โดยพัฒนาและปรับปรุงระบบความชำนาญในการผลิต (CRAFTSMANSHIP) เพื่อสนองตอบความต้องการและความพึงพอใจให้กับลูกค้า
- ปี 2553 บริษัทฯ มีระบบการจัดการทางด้านการผลิต โดยพัฒนาระบบการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการผลิตมากขึ้น สามารถรองรับ ORDER รองเท้าหลากหลาย BRAND, ลงทุนซื้อเครื่องจักรเพื่อขยายกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์กระเป๋า ปัจจุบันสามารถผลิตรองเท้าได้หลากหลายแบบ และผลิตกระเป๋าภายใต้ BRAND JANSPORT KIPLING, EASTPAK
- ปี 2554 บริษัทฯ ยังคงพัฒนาระบบการจัดการทางด้านการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต บริษัทฯ ได้เพิ่มยอดขายในประเทศ โดยเปิดร้าน SHOES OUTLET ที่สำนักงานใหญ่ และมีการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ จาก บริษัท พี เอ แคปปิตอล จำกัด และ บริษัท บางกอกเรียลเบอร์ จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท ไอ.ซี.ซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) และ บริษัท สหพัฒน์พิบูล จำกัด (มหาชน)
- ปี 2556 บริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างธุรกิจจากโรงงานผลิตรองเท้าและกระเป๋าตั้งแต่วันที่ 2 พฤษภาคม 2556 เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจในการถือหุ้นในบริษัทย่อยเพียงอย่างเดียว (Holding Company) โดยบริษัทยังคงมีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อยเช่นเดิม โดยมี บริษัท ดับเบิ้ลยูบีแอลพี จำกัด (เดิม บริษัท แพนระยอง จำกัด) ซึ่งเป็นผู้ผลิตรองเท้าและกระเป๋า เป็นบริษัทแกนของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นลูกค้าในประเทศเป็นหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มในเครือเดียวกัน
- ปี 2558 • 6 กุมภาพันธ์ 2558 จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท เอ็กแซ็ค คิว จำกัด ประกอบกิจการโรงงานอุตสาหกรรมฟอกย้อม กับกระทรวงพาณิชย์ ทุนจดทะเบียน 16 ล้านบาท บริษัทฯ ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.98

- ปี 2558
- 22 ตุลาคม 2558 เปลี่ยนแปลงสภาพบริษัทจากบริษัทร่วมเป็นบริษัทย่อย 1 แห่ง คือ บริษัท แอดเวนเทจฟู้ดแวลู จำกัด
 - 19 ตุลาคม 2558 บริษัทฯ เปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว จาก 2,700,000,000 บาท คงเหลือ 275,400,000 บาท เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2558 โดยลดมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิมหุ้นละ 5 บาท เป็นหุ้นละ 0.51 บาท ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2558
- ปี 2559
- 28 มกราคม 2559 เปลี่ยนแปลงสภาพบริษัทจากบริษัทร่วมเป็นบริษัทย่อย 1 แห่ง คือ บริษัท อากาศ อุตสาหกรรม จำกัด เปลี่ยนแปลงเนื่องจากบริษัท พี เอ แคปปิตอล จำกัด ชำระหนี้เป็นหุ้นสามัญ ของ บริษัท อากาศ อุตสาหกรรม จำกัด ให้กับบริษัทฯ เป็นผลทำให้บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีสัดส่วนการถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 96.58
 - พฤษภาคม 2559 บริษัทฯ ขายเงินลงทุนในหุ้นสามัญของ บริษัท แพนเอเชีย การ์เม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด ให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้อง 2 แห่ง
 - ธันวาคม 2559 ซื้อหุ้นเพิ่มทุน บริษัท สหผลผลิต จำกัด จำนวน 50,000 หุ้น สัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 1.54 โดยบริษัทฯ และบริษัท แอดเวนเทจ ฟู้ดแวลู จำกัด (บริษัท สหผลผลิต จำกัด จดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 26 มกราคม 2560)
- ปี 2560
- 20 พฤศจิกายน 2560 จดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชี บริษัท แพนเทค อาร์ แอนด์ ดี จำกัด ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
 - 23 พฤศจิกายน 2560 ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบ GMP , HACCP จาก SGS (Thailand) Limited รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการแปรรูปที่ดี สะอาด ปลอดภัย รับรองมาตรฐานอาคารคัดบรรจุ และรับรองผลผลิต 4 ชนิด ได้แก่ กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง ต้นหอม และข้าวโพดอ่อน
- ปี 2561
- มีนาคม 2561 บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวลู จำกัด (มหาชน) ซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท อากาศ อุตสาหกรรม จำกัด จาก บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 7,307 หุ้น สัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 66 เป็นร้อยละ 99
 - 2 พฤษภาคม 2561 บริษัท พิมายฟู้ดแวลู จำกัด และ บริษัท อินโนเวชั่นนครหลวง ฟู้ดแวลู จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ อยู่ระหว่างการชำระบัญชี
 - 12 พฤศจิกายน 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ มีมติควบรวมบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท อากาศ อุตสาหกรรม จำกัด
 - 1 ตุลาคม 2561 บริษัท เอ็กแซ็ค คิว จำกัดหยุดประกอบกิจการเนื่องจากผลประกอบการขาดทุน โดยขายเครื่องจักรและอุปกรณ์ให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่ง

- ปี 2561
- ธันวาคม 2561 บริษัท พี เอ แคปปิตอล จำกัด ชำระหนี้ให้กับ บริษัท ฟุตแวร์เทค 1530 จำกัด และ บริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเนนท์ จำกัด เป็นหุ้นของบริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด จำนวน 4,961 หุ้น สัดส่วนถือหุ้นร้อยละ 35.44 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว เป็นผลให้ บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด เป็นบริษัทร่วมของกลุ่มบริษัท และ รับชำระหนี้เป็นที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง ตำบลละหาร อำเภอลวกแดง จังหวัดระยอง จำนวน 18 แปลง เนื้อที่ดินรวม 68 ไร่ 1 งาน 67 ตารางวา เป็นเงิน 51,245,950 บาท
- ปี 2562
- 2 มกราคม 2562 บริษัท ฟอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท อากาศ อุตสาหกรรม จำกัด ควรวมกิจการโดยจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่กับกระทรวงพาณิชย์ บริษัทใหม่ที่เกิดจากการควรวมภายใต้ชื่อ “บริษัท ฟอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด”
 - กุมภาพันธ์ 2562 บริษัท เอ็กซ์เซลเลนซ์ รีเบอรี่ จำกัด และ บริษัท แอดเวนเทจ ฟุตแวร์ จำกัด ซื้อหุ้นบริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด จากกรรมการ จำนวน 6,993 หุ้นในราคาหุ้นละ 801 บาท สัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 35.44 เป็นร้อยละ 81.73 ทำให้เปลี่ยนสถานะจากบริษัทร่วม เป็นบริษัทย่อย
 - 29 เมษายน 2562 บริษัท กบินทร์บุรี แพนเอเชียฟุตแวร์ จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ อยู่ระหว่างการชำระบัญชี
 - 15 พฤษภาคม 2562 บริษัท เอ็กแซ็ค คิว จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ อยู่ระหว่างการชำระบัญชี

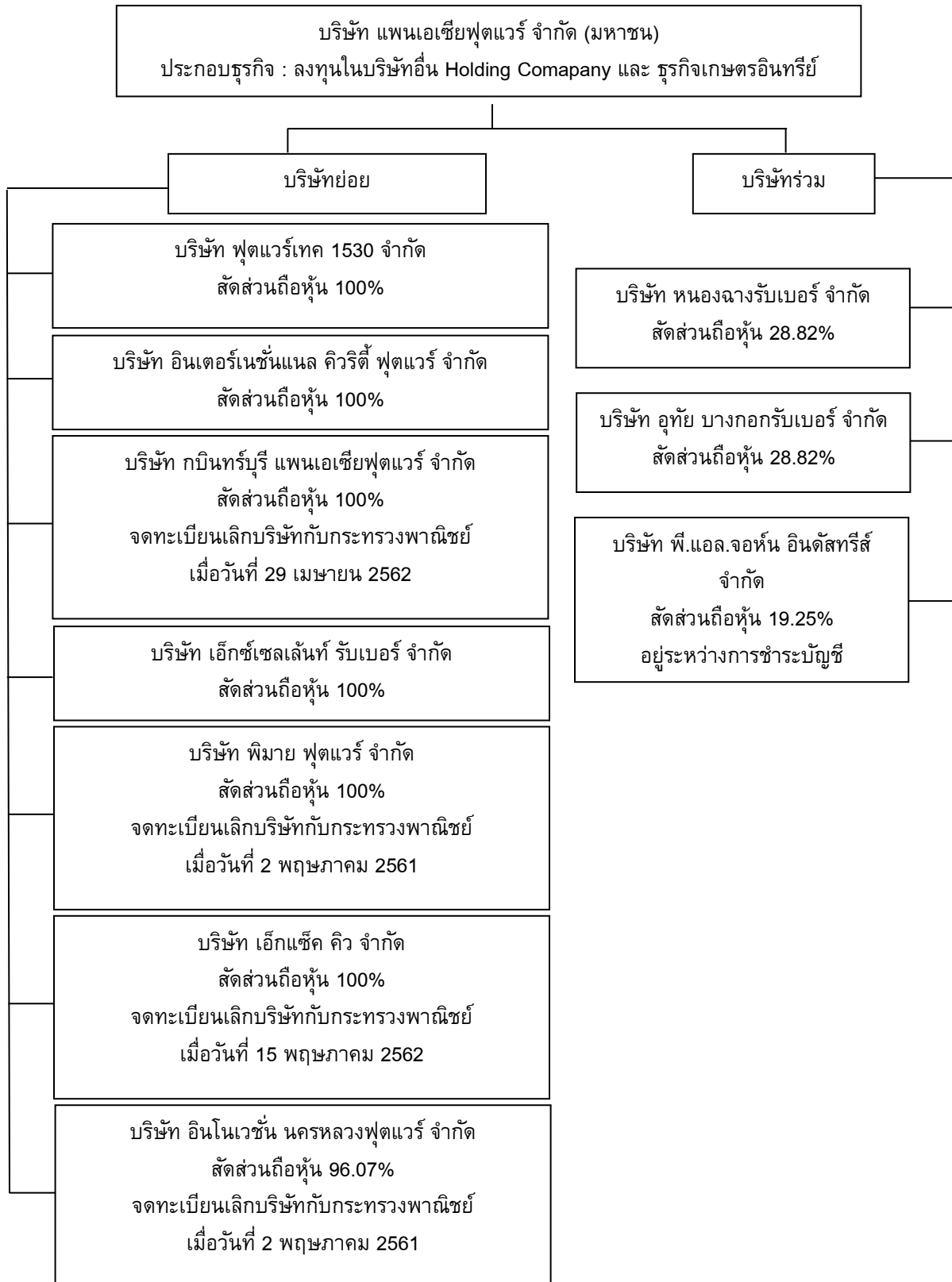
1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม (กลุ่มที่ยังดำเนินการ)



หมายเหตุ : ** หมายถึง ถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม (กลุ่มที่หยุดประกอบกิจการ)



• นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย

ปัจจุบัน บริษัท แพนเอเชียฟุตแวร์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ และ ลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่นและเข้าไปบริหารงาน (Holding Company) มีบริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด เป็นบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลัก บริษัทฯ มีรายได้หลักมาจากเงินปันผลที่ได้รับจากเงินลงทุนในบริษัทย่อย สามารถจำแนก ออกเป็น 4 สายธุรกิจหลักได้แก่

1. ธุรกิจเกษตรอินทรีย์	เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์
2. กลุ่มธุรกิจผลิตรองเท้า กระเป๋า	เป็นผู้ผลิตและรับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า
3. กลุ่มธุรกิจผลิตพื้นรองเท้า และ ชิ้นส่วนรองเท้า	เป็นผู้ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้าชั้นกลาง (Mid Sole) พื้นรองเท้าชั้นนอก (Out Sole) เพื่อประกอบเป็นพื้นรองเท้าสำเร็จรูปให้กลุ่มผู้ผลิตรองเท้า
4. กลุ่มธุรกิจสนับสนุนการผลิต	เป็นบริษัทสนับสนุนการผลิต ฉีดขึ้นส่วนพลาสติก ผลิตและรับซ่อมแม่พิมพ์ ผลิตเย็บอุตสาหกรรมและตาไก่

นโยบายการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ดำเนินถึงคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานของลูกค้า ระยะเวลาการส่งมอบให้ลูกค้าทันตามกำหนด และราคาที่เหมาะสม โดยการช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ดังนี้

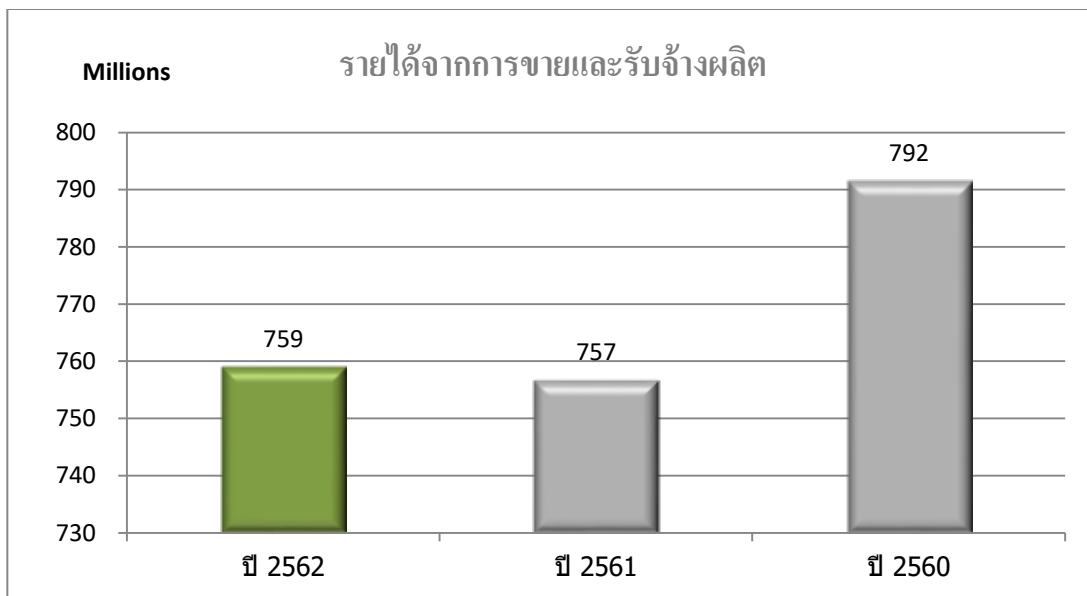
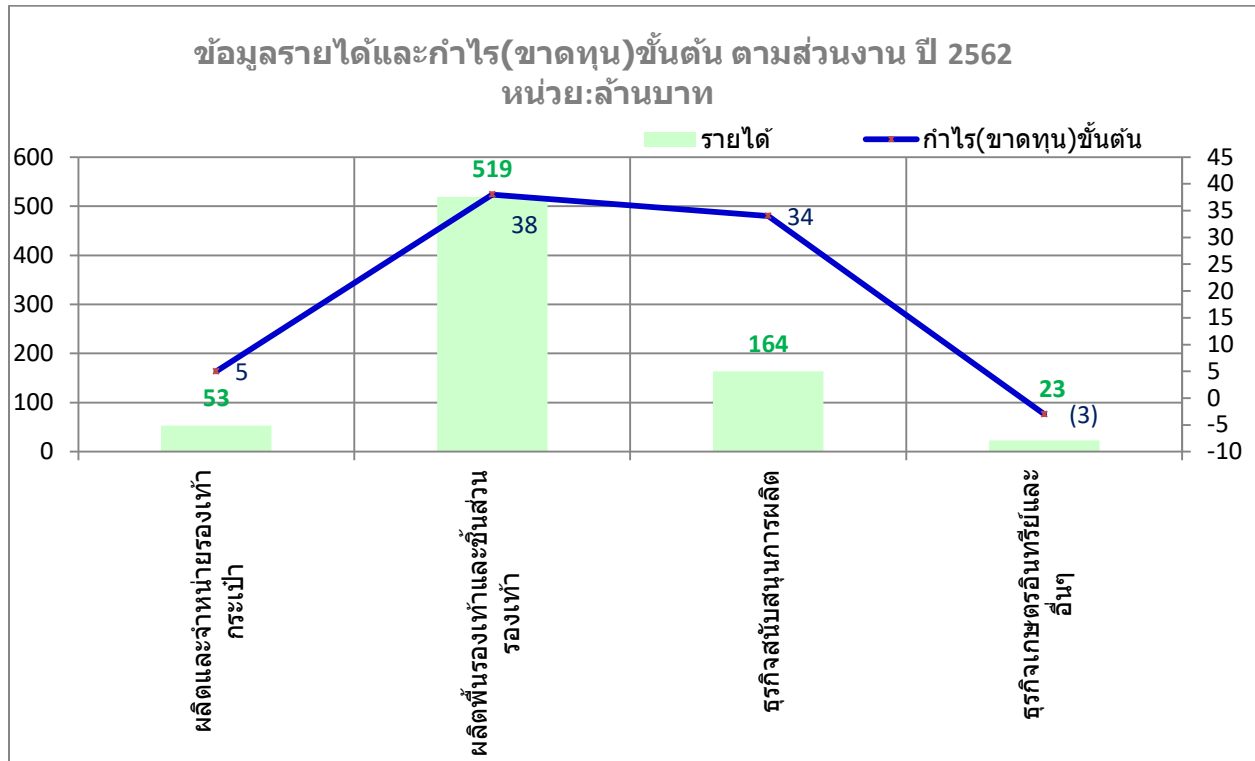
- **กลุ่มธุรกิจผลิตรองเท้า กระเป๋า และอื่นๆ**
 - ◆ บริษัท ดับเบิลยูบีแอลพี จำกัด เป็นผู้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า เป็นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายรองเท้า กระเป๋า ฯลฯ
- **กลุ่มธุรกิจผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วนรองเท้า**
 - ◆ บริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเนนท์ จำกัด เป็นผู้ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้า
 - ◆ บริษัท แอดวานเทจ ฟุตแวร์ จำกัด เป็นผู้ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้า (ชิ้นส่วนรองเท้า) ทำจากยาง เพื่อส่งให้บริษัทฯ และส่งให้กับบริษัทในกลุ่มและลูกค้าอื่นทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- **กลุ่มธุรกิจสนับสนุนการผลิต**
 - ◆ บริษัท พอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้ผลิตฉีด พลาสติกชิ้นส่วนรองเท้า กระเป๋า และชิ้นส่วนพลาสติกอื่นๆ ส่งให้กับบริษัทในกลุ่มและลูกค้าอื่นทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประเภทของผลิตภัณฑ์ฉีดพลาสติกชิ้นส่วน Automotive , Footwear & Other Parts และเพิ่มผลิตภัณฑ์ฉีดวัตถุดิบที่ทำมาจากยางพารา ในปี 2561 และ เป็นผู้ผลิตและรับซ่อมแม่พิมพ์ ส่งให้บริษัทในกลุ่มและลูกค้าอื่นทั่วไป

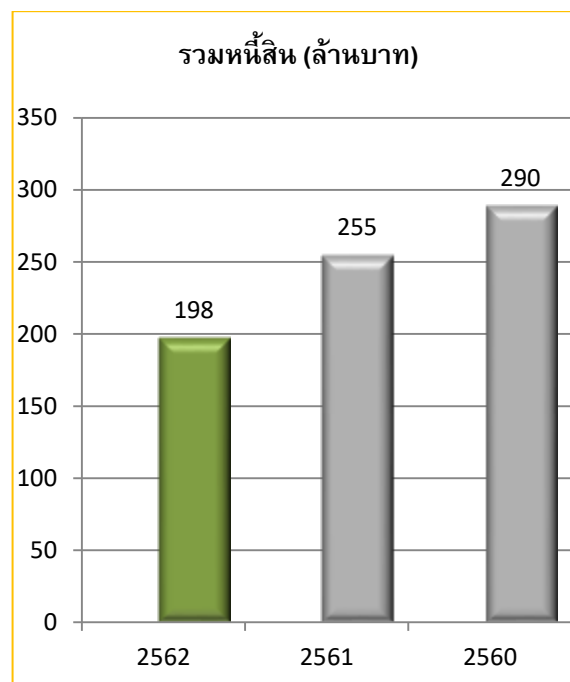
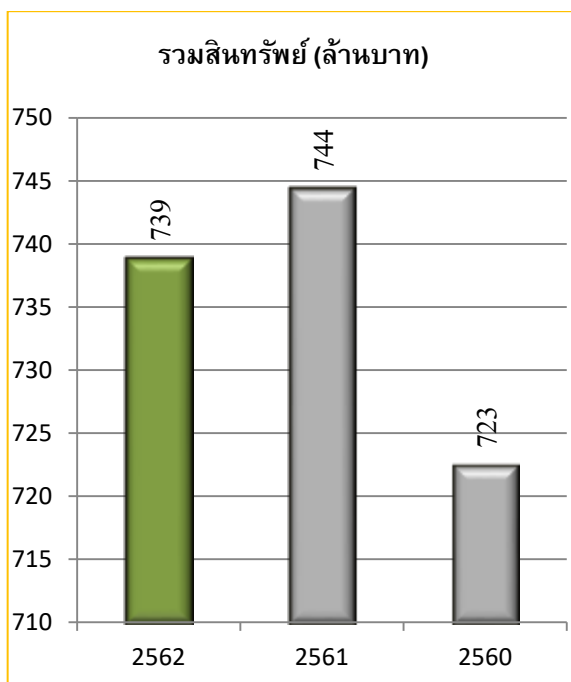
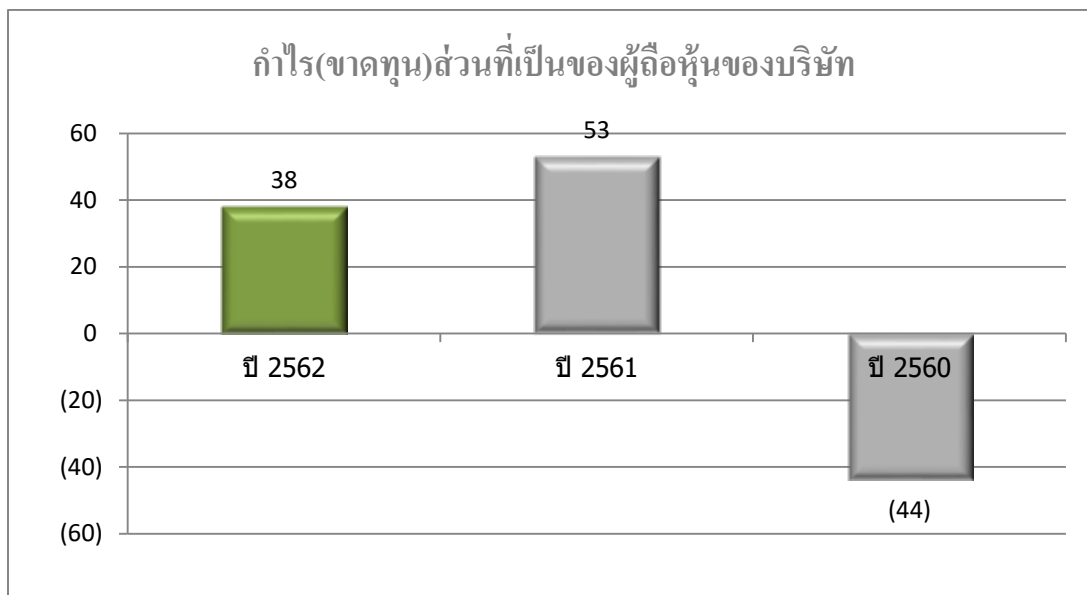
เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติปรับโครงสร้างการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท โดยการควบรวม บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด เดิมเป็นผู้ผลิตฉีดพลาสติก และ ยาง และ บริษัท อากาศ อุตสาหกรรม จำกัด ผลิตและรับซ่อมแม่พิมพ์ฉีด และ เมื่อวันที่ 2 มกราคม 2562 ได้ดำเนินการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่กับกระทรวงพาณิชย์ โดยบริษัทใหม่ที่เกิดจากการควบรวมบริษัทภายใต้ชื่อ “บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด”

 - ◆ บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด เป็นผู้ผลิตเย็บอุตสาหกรรมและ ตาไก่ ชิ้นส่วนรองเท้า เพื่อส่งให้บริษัทฯ ในกลุ่ม และส่งให้กับลูกค้าอื่นทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- ข้อมูลรายได้และกำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น ของส่วนงาน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562

บริษัท แพนเอเชียฟู้ตแวร์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย





• การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

บริษัทฯ มีโครงสร้างการถือหุ้นแบบไขว้ หลักเกณฑ์ข้อ 14 ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ.28/2551 เรื่องการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ ตามรายละเอียดดังนี้

ลำดับ	ชื่อบริษัท	บริษัทถือหุ้นในบริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือหุ้นในบริษัทฯ
		สัดส่วนการถือหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น
1	บริษัท ฟิวเจอร์เทค 1530 จำกัด	100%	0.03%
2	บริษัท ฟอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	99.67%	0.50%
3	บริษัท ดับเบิลยูบีแอลพี จำกัด	100%	0.13%

• ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ผู้ถือหุ้น	% การถือหุ้น		
	PAF	IDF	ILC
บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)	18.91%	9.00%	19.56%
บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)	18.12%	19.60%	-
บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	5.65%	-	25.00%

บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวร์ จำกัด (มหาชน)

แบบ 56-1 ปี 2562

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ โครงสร้างรายได้ของส่วนงานของกลุ่มบริษัท ตามงบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการ โดย	% การถือ หุ้นของ บริษัทฯ	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
			พันบาท	%	พันบาท	%	พันบาท	%
a) รายได้จากการขายและรายได้จากการรับจ้างผลิต								
ธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่นและธุรกิจเกษตรอินทรีย์	PAF	-						
● ธุรกิจผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์			22,832	2.64	12,717	1.52	8,298	1.02
● อื่นๆ			-	-	-	-	1,540	0.19
ธุรกิจผลิตรองเท้า กระเป๋า	WBLP	100%	53,440	6.19	51,720	6.17	48,778	6.01
ธุรกิจผลิตพื้นรองเท้า ชิ้นส่วนรองเท้า								
● ผลิตพื้นรองเท้า ชิ้นส่วนทำจากยาง	AVF	84.25%	350,362	40.59	304,616	36.33	326,981	40.31
● ผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วน	MTC	100%	167,661	19.42	228,236	27.22	225,347	27.78
ธุรกิจสนับสนุนการผลิต								
● ฉีดขึ้นส่วนพลาสติก/ยาง/แม่พิมพ์	PTX	99.67%	124,629	14.44	134,623	16.06	143,588	17.70
● ผลิตเชือกอุตสาหกรรมและตาไก่	PEI	81.73%	40,164	4.65	-	-	-	-
● ผลิตและรับจ้างย้อมผ้า	EXACT Q	100%	-	-	24,921	2.97	37,090	4.57
รวมรายได้จากการขายและรับจ้างผลิต			759,088	87.93	756,833	90.28	791,622	97.58
b) ดอกเบี้ยรับ			1,063	0.12	498	0.06	498	0.06
c) เงินปันผลรับ			51	0.01	41	0.00	22	0.00
d) กำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์			491	0.06	18,314	2.18	1,737	0.21
e) รายได้อื่น			102,573	11.88	62,674	7.48	17,202	2.12
รวมรายได้			863,266	100%	838,361	100%	811,080	100%

บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน)

แบบ 56-1 ปี 2562

สรุปผลการดำเนินงานตามสายธุรกิจ (กำไรขั้นต้น : ตามงบการเงินรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562)

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการ โดย	% การถือ หุ้นของ บริษัทฯ	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
			พันบาท	%	พันบาท	%	พันบาท	%
กำไร(ขาดทุน) ขั้นต้น								
ธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่นและลงทุนธุรกิจใหม่	PAF	-	(2,498)	(10.94)	(8,300)	(65.27)	1,673	17.01
ธุรกิจผลิตรองเท้า กระเป๋า	WBLP	100%	4,815	9.01	(219)	(0.42)	2,831	5.80
ธุรกิจผลิตพื้นรองเท้า ชิ้นส่วนรองเท้า								
● ผลิตพื้นรองเท้า ชิ้นส่วนทำจากยาง	AVF	84.25%	11,792	7.27	22,684	7.45	80,849	24.73
● ผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วน	MTC	100%	25,466	7.03	15,495	6.79	(13,611)	(6.04)
ธุรกิจสนับสนุนการผลิต								
● ฉีดขึ้นส่วนพลาสติก/ยาง/แม่พิมพ์	PTX	99.66%	22,832	18.32	22,479	16.70	24,058	16.75
● ผลิตเชือกอุตสาหกรรมและตาไก่	PEI	81.73%	10,939	27.24	-	-	-	-
● ผลิตและรับจ้างย้อมผ้า	EXACT Q	100%	-	-	1,148	4.61	(2,455)	(6.62)
● อื่น ๆ	ICF, PTR, FTC	100%	-	-	-	-	3	-
รวมกำไรขั้นต้น			73,346	9.66	53,287	7.04	93,348	11.79

สำหรับการประกอบธุรกิจ ประจำปี 2562 ของ บริษัท แพนเอเชียฟู้ตแวร์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บริษัท แพนเอเชียฟู้ตแวร์ จำกัด (มหาชน) [PAF]

บริษัทฯ ปรับโครงสร้างธุรกิจจากการผลิตรองเท้าเป็น Holding Company ในปี 2556 และมี บริษัท ดับเบิลยู บี แอลพี จำกัด เป็นบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลัก ผลิตและรับจ้างผลิตรองเท้า กระเป๋า ฯลฯ โดยบริษัทฯ ประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

- ประกอบธุรกิจโดยมีรายได้จากการถือหุ้นในบริษัทอื่นเป็นหลัก
 - จัดหาเงินทุน เพื่อดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทในกลุ่ม
 - ให้การสนับสนุนด้านอื่น ๆ แก่บริษัทในกลุ่ม
 - ลงทุนในธุรกิจใหม่ ทั้งเกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิม
- ปัจจุบันประกอบธุรกิจเกษตรอินทรีย์

บริษัทฯ มีบริษัทย่อยที่ยังดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน จำนวน 5 บริษัท รวมมูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 191.025 ล้านบาท ประกอบด้วย

1. บริษัท ดับเบิลยูบีแอลพี จำกัด [WBLP] เดิมชื่อ บริษัท แพนระยอง จำกัด จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2537 จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ดับเบิลยูบีแอลพี จำกัด เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2556 ประกอบธุรกิจ ผลิตและรับจ้างผลิตรองเท้า กระเป๋า และอื่น ๆ มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน - ล้านบาท (บริษัทฯ บันทึกค่าเผื่อเงินลงทุนในบริษัท WBLP จำนวน 43.371 ล้านบาท ในปี 2560 เนื่องจากมีผลประกอบการขาดทุน)

2. บริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเนนท์ จำกัด [MTC] จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2533 ประกอบธุรกิจ ผลิตรองเท้า พื้นรองเท้า ส่วนบนรองเท้า ฟองน้ำแผ่นเสริมพื้นรองเท้า และชิ้นส่วนต่างๆ ของรองเท้า มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 36.60 ล้านบาท

3. บริษัท พอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด [PTX] จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2532 ประกอบธุรกิจ ผลิตและรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นรูปทุกชนิด จดทะเบียนควบรวมบริษัท ระหว่างบริษัท อาภากร อุตสาหกรรม จำกัด [APK] ผลิตและรับจ้างผลิตแม่พิมพ์ อุปกรณ์ รับซ่อมแม่พิมพ์ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 2 มกราคม 2562 โดยจัดตั้งเป็นบริษัทใหม่ที่เกิดจากการควบรวมบริษัท ภายใต้ชื่อ “บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด” เพื่อรับไปซึ่งทรัพย์สินและหนี้สินในราคาตามมูลค่าตามบัญชี สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบ ของบริษัทย่อยทั้งสองบริษัท มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 72.605 ล้านบาท

4. บริษัท แอดวานเทจ ฟู้ตแวร์ จำกัด [AVF] จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2531 ประกอบธุรกิจ ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้าที่ทำจากยาง มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 63.33 ล้านบาท

5. บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด [PEI] จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2535 ประกอบธุรกิจ ผลิตเย็บอุตสาหกรรม ตาไก่ (ชิ้นส่วนรองเท้า) รับจ้างติดตั้งและซ่อมแอร์ บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด เปลี่ยนสถานะจากบริษัทร่วมเป็นบริษัทย่อยในเดือน กุมภาพันธ์ 2562 ถือหุ้นทางอ้อม โดยบริษัทย่อย 4 แห่ง สัดส่วนถือหุ้นร้อยละ 81.73 มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 18.49 ล้านบาท

ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีบริษัทย่อยที่หยุดดำเนินการ จำนวน 7 บริษัท มูลค่าเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 2,043.633 ล้านบาท บริษัทฯ ได้บันทึกด้อยค่าเงินลงทุนทั้งจำนวนแล้ว มีรายละเอียดดังนี้

1.บริษัท ฟุตแวร์เทค 1530 จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 467.968 ล้านบาท
2.บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล คิวริตี้ ฟุตแวร์ จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 349.999 ล้านบาท
3.บริษัท กบินทร์บุรี แพนเอเชียฟุตแวร์ จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 443.523 ล้านบาท
4.บริษัท เอ็กซ์เซลเลนซ์รีเบอร์ต จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 385.887 ล้านบาท
5.บริษัท พิมายฟุตแวร์ จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 115.969 ล้านบาท
6.บริษัท อินโนเวชั่น นครหลวง ฟุตแวร์ จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 264.290 ล้านบาท
7.บริษัท เอ็กซ์เซล คิว จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 15.997 ล้านบาท

บริษัทฯ มีบริษัทร่วมที่ยังดำเนินงาน คือ บริษัท พี เอ แคปปิตอล จำกัด

บริษัท พี เอ แคปปิตอล จำกัด สถานที่ตั้ง 91/8 หมู่ที่ 1 ตำบลละหาร อำเภอลพบุรี จังหวัดระยอง ประกอบธุรกิจ ขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะสถานที่ ปี ณ 31 ธันวาคม 2562 มูลค่าเงินลงทุน จำนวน 376.157 ล้านบาท บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนทั้งจำนวนแล้ว

ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีบริษัทร่วมที่หยุดดำเนินการ จำนวน 3 บริษัท มูลค่าเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 28.699 ล้านบาท บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนทั้งจำนวนแล้ว มีรายละเอียดดังนี้

1.บริษัท หนองจางรีเบอร์ต จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 12.00 ล้านบาท
2.บริษัท อุทัย บางกอกรีเบอร์ต จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 8.999 ล้านบาท
3.บริษัท พี.แอล.จอห์น อินดัสทรีส์ จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 7.70 ล้านบาท

ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ โดย บริษัท แพนเอเชียฟู้ตแวร์ จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์ (Vision)

- เราจะเป็นแหล่งอาหารด้านเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ของโลก

พันธกิจ (Mission)

- มุ่งมั่นผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและอินทรีย์ให้ได้ตามมาตรฐานสากล
- มุ่งมั่นส่งเสริมพัฒนาเครือข่ายเกษตรปลอดภัยและอินทรีย์เพื่อให้มีผลผลิตเพียงพอต่อความต้องการของตลาด
- สร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรโดยการแปรรูป
- ผลิตและขยายพันธุ์พืชให้เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งเราและเครือข่าย
- มุ่งมั่นผลิตปัจจัยการผลิตให้มีคุณภาพและเพียงพอ
- มุ่งมั่นขยายตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยและอินทรีย์ ทั้งในและต่างประเทศ

เป้าหมาย (Goal)

1. ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและอินทรีย์ให้ได้ตามมาตรฐานสากล เพื่อให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือและสามารถจำหน่ายได้ทั้งในและต่างประเทศ เป้าหมายมาตรฐานที่ขอรับการรับรอง ได้แก่
 - 1.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ที่ได้รับการรับรองจาก กรมวิชาการเกษตร Organic Thailand
 - 1.2 มาตรฐานเกษตรปลอดภัย GAP (Good Agricultural Practice) จากกรมวิชาการเกษตร
 - 1.3 มาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice)
 - 1.4 มาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)
 - 1.5 มาตรฐาน IFOAM จากสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements)
2. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย Modern Trade และ งานแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์

แนวทางการจัดการธุรกิจเชิงกลยุทธ์

- กลยุทธ์ระดับองค์กร

นอกจากการบริหารจัดการรูปแบบฟาร์มให้มีความครบวงจรและได้มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์แล้ว WB ORGANIC Farm เลือกใช้กลยุทธ์เชิงรุกเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยเน้นสร้างบริการที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพแต่ไม่มีเวลาในการเลือกซื้อสินค้า และต้องการความสะดวกสบาย เช่น ส่งซื้อสินค้าสินค้าออนไลน์ Facebook Line Instragram และบริการจัดส่งผลผลิตสดจากฟาร์มให้ถึงบ้านหรือที่ทำงานให้กับลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิก เพื่อเพิ่มโอกาสในการกระจายสินค้า

- กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

เพื่อใช้สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ฟาร์มเลือกใช้การสื่อสารโดยร่วมกับหน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน กลุ่มลูกค้าที่สนใจ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในการทำหน้าที่สื่อสารเรื่องเกษตรอินทรีย์ ตรา WB ORGANIC Farm ให้เป็นที่รู้จัก เพื่อให้กลุ่มลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องรับรู้ได้ถึงการมีอยู่ของตราสินค้า

โดย WB ORGANIC Farm เปิดโอกาสให้เข้ามาเยี่ยมชมฟาร์มเพื่อศึกษาการทำเกษตรอินทรีย์โดยการถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นเกษตรอินทรีย์ที่พิถีพิถันในทุกกระบวนการผลิต ตั้งแต่คัดเลือกเมล็ดพันธุ์ การเตรียมดิน น้ำ ปัจจัยการผลิต การป้องกันศัตรูพืชด้วยวิธีทางธรรมชาติ การเก็บเกี่ยว จนถึงขั้นตอนการส่งมอบให้ลูกค้า เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจและเห็นถึงคุณค่าของสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากผู้บริโภคยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์อยู่มาก สาเหตุมาจากการทำการตลาดขาดความชัดเจนในการสร้างคุณค่าตามหลักการเกษตรอินทรีย์เพื่อให้แตกต่างจากผลผลิตปลอดสารพิษ

- กลยุทธ์ระดับหน้าที่

เป็นการจัดสรรทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดด้วยการสร้างความเกี่ยวเนื่องให้แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความร่วมมือให้บรรลุเป้าหมายหลักที่ตั้งไว้ ทุกฝ่ายต้องสนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อให้สามารถดำเนินไปในทิศทางที่ต้องการได้ อีกทั้งยังช่วยลดสิ่งแวดล้อมและสร้างรายได้ให้ประชาชนในพื้นที่

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา

ผลิตและจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ WB ORGANIC Farm



WB ORGANIC Farm มีความหมายดังนี้

WB ย่อมาจาก “World Best” หมายถึง ดีที่สุดในโลก

Organic Farm หมายถึง การทำฟาร์มรูปแบบการดำเนินงานของบริษัท ตามหลักการแบบเกษตรอินทรีย์

WB ORGANIC Farm จึงต้องการสื่อให้เห็นถึงการทำฟาร์มเกษตรอินทรีย์ที่ดีที่สุดในโลก เพื่อให้สอดคล้องกับ Vision ของบริษัท

“เราจะเป็นแหล่งอาหารด้านเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ของโลก”

WB ORGANIC Farm

ตั้งอยู่เลขที่ 99 หมู่ที่ 16 ตำบล คลองม่วง อำเภอ ปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจุบันใช้เนื้อที่ปลูกประมาณ 120 ไร่ จากเนื้อที่ทั้งหมดกว่า 300 ไร่

พิกัด 14.637909 101.620180



มาตรฐานที่ได้รับการรับรอง

1. มาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ที่ได้รับการรับรองจาก กรมวิชาการเกษตร Organic Thailand



2. มาตรฐานเกษตรปลอดภัย GAP (Good Agricultural Practice) จากกรมวิชาการเกษตร



3. มาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice)
4. มาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)



5. มาตรฐาน IFOAM จากสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements) อยู่ระหว่างระยะปรับเปลี่ยนตั้งแต่วันที่ 5 มีนาคม 2560 สิ้นสุดระยะปรับเปลี่ยนวันที่ 22 กันยายน 2563

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

WB ORGANIC Farm เป็นธุรกิจเกษตรอินทรีย์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากคนส่วนใหญ่เริ่มให้ความสนใจกับการดูแลสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคส่วนใหญ่เชื่อว่าสุขภาพที่ดีเริ่มต้นจากการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ สะอาด และปลอดภัย โดยเฉพาะสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่รับรู้โดยทั่วกันว่าเป็นผลผลิตที่มีคุณภาพ

ผลิตผลเกษตรอินทรีย์ เป็นผลิตผลที่มีราคาสูงกว่าสินค้าเกษตรประเภทอื่น ปัจจุบันยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง มีการซื้อขายในบางพื้นที่และค่อนข้างเฉพาะกลุ่ม เช่น งานจัดแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์ ตลาดสีเขียว และร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพ จึงยังไม่สามารถหาซื้อได้อย่างสะดวก ทั้งนี้ กระบวนการผลิตของสินค้าประเภทนี้ค่อนข้างซับซ้อน เนื่องจากห้ามใช้เมล็ดพันธุ์หรือต้นกล้าที่มีการตัดแต่งทางพันธุกรรม (GMOs) ห้ามใช้ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าหญ้า ยากำจัดศัตรูพืชและฮอร์โมนสังเคราะห์ โดยครอบคลุมตั้งแต่การผลิต การดูแลรักษา กระบวนการเก็บเกี่ยว รวมถึงการจัดการระหว่างขนส่งสินค้าเพื่อป้องกันการปนเปื้อนสารเคมีจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งมุ่งเน้นความปลอดภัยของผู้บริโภค สิ่งแวดล้อม และความสมดุลทางธรรมชาติ โดยมีมาตรฐานการผลิตและการตรวจสอบรับรองจากสำนักมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ กรมวิชาการเกษตร และหน่วยงานระดับสากลเช่น IFOAM เป็นต้น

ประเภทผลผลิตเกษตรอินทรีย์

ผักสลัด	เบบี้คอส เรดโครอล เรดโอ๊ค กรีนโอ๊ค คอสเขียว บัตเตอร์เฮด ฟิลเลย์ สลัดแก้ว สลัดใบแดง มิซึนา สลัดรวม ไวต์ ร็อกเก็ต
ผักใบ	กวางตุ้งฮ่องเต้ คะน้าต้น ต้นหอมญี่ปุ่น ปวยเล้ง ต้นอ่อนทานตะวัน ผักโขม ผักกาดหอม ผักกาดขาวปลี ผักบุ้งจีน หอมแบ่ง ผักกูด เบบี้ผักฉวย เป็นต้น
ผักสมุนไพร	โหระพา ใบมะกรูด กระเพรา คื่นช่าย ตะไคร้ ผักชีไทย พริกขี้หนูสวน พริกจินดา สะระแหน่ เป็นต้น
ผักผล	แตงกวา กระเจี๊ยบ ข้าวโพดหวาน ข้าวโพดอ่อน ถั่วแขก ถั่วฝักยาว ถั่วพู บวบเหลี่ยม ฟักทอง ฟักเขียว มะเขือเทศ มะเขือเปราะ มะเขือพวง มะเขือม่วง มะนาว มะระจีน เป็นต้น
ผักหัว	เบบีแครอท แครอท ไซเท้า กะหล่ำดอก กะหล่ำปลี บล๊อคโคลี บีทรูท

ผลผลิต

ชนิดผัก	จำนวนผัก ที่ปลูก(ชนิด)	ผลผลิต (ตัน)					
		ปี 2562	%	ปี 2561	%	ปี 2560	%
ผักสลัด	12	107.09	51.51	71.87	59.08	45.56	63.71
ผักสมุนไพร	13	5.42	2.61	3.69	3.04	2.71	3.79
ผักใบ	18	49.63	23.87	25.94	21.32	12.73	17.80
ผักผล	22	16.26	7.82	11.62	9.55	8.82	12.33
ผักหัว	7	10.89	5.24	7.75	6.37	0.91	1.27
หน่อไม้ฝรั่ง	1	18.61	8.95	0.79	0.65	0.78	1.09
รวม	73	207.90	100.00	121.64	100.00	71.52	100.00

WB ORGANIC Farm ได้มีการจัดการระบบนิเวศภายในฟาร์ม โดยเน้นการปรับปรุงดิน หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ย สารกำจัดศัตรูพืช โดยการประยุกต์ใช้ธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิตและพัฒนาความต้านทานโรคของพืช มีกระบวนการจัดการดังนี้

1. การปรับสภาพดินและการบำรุงดิน ใช้วิธีการปลูกพืชหลายชนิดหมุนเวียนกัน
2. การใช้ปุ๋ยหมัก ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ที่ผลิตเองในการดูแลพืชบำรุงดิน จะมีส่วนผสมของขี้วัว ขี้ไก่ เศษพืช ฯลฯ แล้วให้นำทั้งหมดมาผสมเข้าด้วยกัน ปุ๋ยหมักที่ผลิตได้จะใส่ในช่วงเตรียมดิน ใช้รองกันหลุม ส่วนปุ๋ยที่ใช้ฉีดพ่นจะเป็นน้ำหมักที่ผลิตเอง ไม่ว่าจะเป็นฮอร์โมนนม ฮอร์โมนไข่ หรือน้ำหมักปลา
3. การจัดการน้ำ ระบบการใช้น้ำภายในฟาร์มจะขึ้นอยู่กับชนิดของพืช เนื่องจากเป็นการทำเกษตรแบบผสมผสาน จึงมีพืชหลากหลายชนิด แต่ละชนิดมีความต้องการในการดูแลรักษาแตกต่างกัน การจัดการน้ำจะใช้วิธีการวางระบบท่อใต้ดินแล้วเปลี่ยนหัวฉีดให้สอดคล้องกับความเหมาะสมของพืชในบริเวณนั้น เช่น ระบบน้ำหยด และระบบสปริงเกอร์ เป็นต้น เพื่อช่วยประหยัดเวลาและแรงงาน
4. การจัดการวัชพืช ฟาร์มเลือกกำจัดวัชพืชเท่าที่จำเป็นด้วยการใช้แรงงานคนและใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ฟาง มาคลุมบริเวณหน้าดิน และใช้ไม้เถาหนอนตายหยากเป็นยาฆ่าแมลง โดยใช้วิธีการต่างๆ เหล่านี้สลับกันไปตามความเหมาะสม เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายจากการจ้างแรงงานคนเพื่อกำจัดวัชพืช
5. การควบคุมโรคในพืชและการปนเปื้อนสารเคมี ใช้วิธีการวางแผนระยะเวลาในการปลูกพืชให้เหมาะสมตามฤดูกาล โดยเลือกปลูกพืชที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ เน้นการปลูกแบบหมุนเวียน ไม่ปลูกพืชชนิดเดิมซ้ำในพื้นที่ที่เคยปลูกมาแล้วในลักษณะติดต่อกันเป็นเวลานาน เน้นความอุดมสมบูรณ์ของดินและภูมิทัศน์ทางของพันธุ์พืชเป็นหลัก

แนวทางในการป้องกันการปนเปื้อนสารเคมี ทั้งที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน โดยเลือกใช้การปลูกต้นกระถินและต้นสะเดาเป็นแนวกันชนที่อยู่ใกล้กับที่ดินของผู้อื่น รวมทั้งล้างและทำความสะอาดอุปกรณ์ที่ใช้ให้สะอาดอยู่เสมอ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนมลพิษที่อาจเกิดจากปัจจัยภายในและภายนอก

6. การเก็บเกี่ยว การเก็บเกี่ยวผลผลิตภายในฟาร์มจะใช้แรงงานคนเป็นหลัก เพื่อป้องกันไม่ให้ผลผลิตเกิดความเสียหายและปนเปื้อนสารเคมี

7. การบรรจุ ใช้แรงงานคนทั้งหมดในการบรรจุ ก่อนการบรรจุสินค้าทุกครั้งพนักงานจะทำการคัดเลือกผลผลิตที่มีคุณภาพอีกรอบ เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าจะได้สินค้าที่มีคุณภาพดีและคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป

8. การจัดส่ง บริการจัดส่งสินค้าของฟาร์มด้วยรถห้องเย็นจำนวน 3 คัน ส่งตามวัน เวลา และสถานที่ที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้าแต่ละราย

ด้านการผลิต

ลักษณะการปลูกมีทั้งปลูกแบบกลางแจ้งและปลูกในโรงเรือน โดยผักแต่ละชนิดจะปลูกกลางแจ้งหรือในโรงเรือนจะพิจารณาจากฤดูเป็นหลัก มีการจัดแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างเป็นระบบ เป็นสัดส่วน โดยแบ่งเป็น ทีมเพาะต้นกล้า ทีมปลูก-ดูแล ทีมเก็บผลผลิต ไปถึงทีมตัดแต่งแล้วแพ็คเกจหีบห่อ

รูปโรงเรือนปลูกพืช/ผักเกษตรอินทรีย์



รูปภาพ : ปลูกแบบกลางแจ้ง



ด้านการตลาด บริษัทใช้กลยุทธ์ให้ความสำคัญในการรักษาฐานลูกค้าเก่า และหาลูกค้าในตลาดใหม่ ทั้งในและต่างประเทศ โดยนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ สด ใหม่ เป็นสินค้าปลอดภัยและสินค้าอินทรีย์ 100% รวมถึงการให้บริการที่ดี การส่งสินค้าตรงตามที่กำหนด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด รวมทั้งพยายามที่จะแปรรูปสินค้าใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และเพิ่มฐานรายได้ของบริษัท

ลูกค้าสามารถเข้าดูผลิตภัณฑ์ สั่งซื้อ หรือสอบถามข้อมูลต่างๆ ได้ที่



WBOrganicFarm



wborganic



Line ID : wborganicfarm

Line @ : @wborganicfarm





กลุ่มลูกค้า

- ผู้บริโภคทั่วไป
- ร้านจำหน่ายสินค้าและอาหารเพื่อสุขภาพ
- ห้างสรรพสินค้า Modern Trade

ช่องทางการจัดจำหน่ายและสัดส่วนการขาย

กลุ่มลูกค้า	ปี 2562			ปี 2561		
	จำนวน(ราย)	ล้านบาท	%	จำนวน(ราย)	ล้านบาท	%
Modern Trade	24	14.82	60.35	22	10.27	80.07
Export	1	6.27	25.54	1	0.22	1.71
Event	18	1.75	7.13	1	0.89	6.95
ขายส่ง	43	0.72	2.92	12	0.17	1.31
Other	21	1.00	4.06	21	1.28	9.96
รวมทั้งสิ้น	107	24.56	100.00	71	12.83	100.00

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

แนวโน้มอุตสาหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ซึ่งจะมีผู้ประกอบการประเภท SME และบุคคลธรรมดาเข้ามาทำธุรกิจเกษตร จึงทำให้มีการแข่งขันด้านการตลาด อีกทั้ง แบรินด์ WB Organic farm เป็นแบรนด์ใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และประกอบกับช่องทางการขายยังไม่มากพอ แต่เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจเกษตรอินทรีย์ เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน และธุรกิจนี้เป็นหนึ่งในธุรกิจ Mega Trend จึงทำให้ยังมีโอกาสสร้างแบรนด์ และเพิ่มช่องทางการขายได้อีกในอนาคต

การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การตลาด

กลุ่มลูกค้า Modern Trade

ผลผลิตส่วนใหญ่จัดจำหน่ายไปยังกลุ่มลูกค้า Modern Trade โดยตลาดที่สำคัญ คือ The Mall , Central (Tops) , Foodland , ISETAN , Siam Paragon , AEON (Maxvalu) , Emporium , Emquartier และจะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทุกสาขาของลูกค้า Modern Trade



กลุ่มลูกค้า EVENT

เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลผลิตงาน EVENT เพื่อให้แบรนด์ WB ORGANIC farm เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย งาน EVENT ที่ออกขายในปี 2562 ได้แก่

สถานที่	จังหวัด	วัน	เวลา
กระทรวงพาณิชย์	นนทบุรี	ศุกร์	06.00-14.00 น.
ICC	กรุงเทพฯ	ศุกร์	10.00-14.00 น.
BKK Farmermarket @ Habito Mall	กรุงเทพฯ	เสาร์-อาทิตย์	10.00-19.00 น.
ฮาโมนิค	ชลบุรี	พฤหัสบดี	16.00-17.00 น.
BKK Farmermarket @ Gateway Ekamai	กรุงเทพฯ	เสาร์-อาทิตย์	10.00-19.00 น.
K - Village	กรุงเทพฯ	เสาร์-อาทิตย์	10.00-19.00 น.
The Brighth พระราม 2	กรุงเทพฯ	พฤหัสบดี- อังคาร	10.00 -21.00 น.
Victoria Market เพชรเกษม 69	กรุงเทพฯ	เสาร์-อาทิตย์	10.00-21.00 น.
BKK Farmermarket @Sammakorn Place	กรุงเทพฯ	เสาร์-อาทิตย์	10.00-19.00 น.
BKK Farmermarket @LASALLE AVENUE	กรุงเทพฯ	เสาร์-อาทิตย์	10.00-19.00 น.
ตลาดไผ่ใจ	กรุงเทพฯ	ศุกร์-อาทิตย์	10.00-19.00 น.
เดอะซีน ทาวน์อินทาวน์	กรุงเทพฯ	ศุกร์-อาทิตย์	10.00-21.00 น.
ตะลักเกียะ ท่าเรือสี่พระยา	กรุงเทพฯ	เสาร์-อาทิตย์	10.00-19.00 น.



งานสหกรณ์แฟร์ ไบเทค บางนา



- ส่งเสริมการขาย
จัดชุดของขวัญเพื่อสุขภาพในทุกเทศกาล จัดโปรโมชั่น



เปิดให้ลูกค้าและผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมฟาร์ม พร้อมให้ความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์แท้ 100%



โปรโมชันผ่านรายการโทรทัศน์



รายการ ครีวส์ทันทุ่ง





รายการ ข่าว 3 มิติ ฟ้าอินทรี...ทางเลือกของการบริโภค



รายการ แฉแฟมิลี่



รายการ อัปเดตไทยแลนด์

(ข) ภาวะการแข่งขัน

ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ เป็นสินค้าที่มีปริมาณอุปสงค์มากกว่าอุปทาน เนื่องจากยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แต่พื้นที่สำหรับเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ และช่องทางการจัดจำหน่ายยังมีไม่มาก ผู้ซื้อเข้าถึงผลผลิตได้ยากและมีตัวเลือกน้อย ทั้งในแง่ของปริมาณผลผลิต (พืชที่ปลูกด้วยระบบเกษตรอินทรีย์จะไม่ทนทานต่อการเกิดโรคระบาด และสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง ทำให้ส่งผลต่อคุณภาพและปริมาณของผลผลิต) ราคาจำหน่าย และความหลากหลายของผลผลิต ผู้ขายจึงสามารถกำหนดราคาได้ แม้จะมีสินค้าทดแทนเป็นผลผลิตที่ใช้สารเคมี หรือ ผลผลิตที่มีการควบคุมสารพิษตกค้าง ที่ได้เปรียบด้านราคาและความหลากหลาย จึงต้องใช้เวลาในการสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ประกอบกับนโยบายรัฐบาลที่สนับสนุนสินค้าเกษตรช่วยให้เข้าถึงผู้บริโภคและลูกค้าเป้าหมายเพิ่มขึ้น เช่น งาน BIOFACH Southeast และ Natural Expo Southeast Asia ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีรวมทั้งกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้จากหน่วยงานรัฐ ซึ่งจะทำให้มีช่องทางสร้างความแตกต่างและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้

ปัจจัยที่กระทบต่ออัตราการเติบโต

1. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เนื่องจากผลผลิตเกษตรอินทรีย์ มีราคาสูงกว่าผลผลิตประเภทเดียวกันที่มีจำหน่ายทั่วไปตามท้องตลาด หากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวจนทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ก็อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้

2. สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม ในปัจจุบันอยู่ในสังคมผู้สูงอายุ ทำให้ค่านิยมการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น และยังขยายครอบคลุมไปถึงคนรุ่นใหม่เริ่มให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น ด้วยการหาข้อมูลผ่าน Social Media ถึงผลิตภัณฑ์ที่สนใจ ใส่ใจคุณค่าทางโภชนาการ ไปจนถึงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ชีวิตให้มีคุณภาพมากขึ้น แต่อย่างไรก็ดี มีผู้บริโภคบางกลุ่มยังไม่ได้ให้คุณค่ากับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากยังขาดความรู้ความเข้าใจในความแตกต่างของกระบวนการผลิต จึงไม่เห็นความจำเป็นในการบริโภคเกษตรอินทรีย์ ยังคงบริโภคผลผลิตที่มีรสชาติหรือสารอาหารใกล้เคียงกันราคาถูกกว่า จึงต้องใช้เวลาอันยาวนานกว่าจะเห็นความเปลี่ยนแปลงให้หันกลับมาบริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์

วิเคราะห์คู่แข่ง

คู่แข่งของ WB ORGANIC Farm เปรียบเทียบกับคู่แข่งที่อยู่ในตลาดจำนวน 3 ราย และคู่แข่งรายย่อย 5 ราย การประเมินความสามารถในการแข่งขัน ตัวอย่างหัวข้อปัจจัยใช้ในการประเมินความสามารถในการแข่งขัน เช่น สินค้าและบริการ ราคา คุณภาพ มาตรฐานและความไว้วางใจ ตำแหน่งที่ตั้ง ความโดดเด่นของสินค้า เป็นต้น

จุดเด่น

- (1) ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมแก่การปลูกผัก
- (2) ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ Organic Thailand , GAP , GMP , HACCP
ทำให้ผลิตภัณฑ์น่าเชื่อถือ ปลอดภัยจากสารเคมีในทุกกระบวนการผลิต
- (3) มีช่องทางติดต่อสื่อสารและจัดจำหน่าย ผ่านทาง Facebook , Instagram , Line
เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าตาม Modern Trade

- (4) ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในตระกูลผักสลัด ซึ่งโดดเด่นกว่าคู่แข่ง ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ ที่มีผลผลิตตระกูลผักสลัดออกอย่างสม่ำเสมอ

จุดอ่อน

แบรนด์ WB ORGANIC Farm ยังไม่รู้จักในตลาดอย่างกว้างขวาง

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

กำลังการผลิตรวม

	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560
กำลังการผลิต (กิโลกรัม)	297,036	248,891	251,059
ปริมาณการผลิตจริง (กิโลกรัม)	207,903	121,643	71,518
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	70.00	48.87	28.49

จัดหาผลผลิตจากฟาร์มเครือข่าย

ฟาร์มเครือข่าย	ปริมาณ (กิโลกรัม)
57 ราย จังหวัด : เพชรบูรณ์ นครราชสีมา ชัยภูมิ ปราจีนบุรี สระแก้ว	84,819

วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

บริษัทจัดหาวัตถุดิบและวัสดุที่ใช้ในการผลิตจากภายในประเทศร้อยละ 100

• ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เกษตรอินทรีย์นั้นคือการปลูกพืชให้เป็นไปตามระบบนิเวศ ปราศจากสารเคมีหรือสิ่งแปลกปลอมที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ใช่สารเคมีในการป้องกันวัชพืชและแมลงศัตรูพืช ไม่ใช่ฮอร์โมนกระตุ้นการเจริญเติบโตของพืชและสัตว์ รวมถึงการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ประโยชน์ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม คือ ช่วยสร้างสมดุลของทรัพยากรในระบบนิเวศโดยรอบ ช่วยสร้างความหลากหลายของชนิดทรัพยากรในพื้นที่โดยรอบแปลงเกษตร และไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนของสารเคมีในดิน น้ำ และพืช เกิดจิตสำนึก รู้เห็นคุณค่าของทรัพยากรในธรรมชาติมากขึ้น

การประกอบธุรกิจในแต่ละกลุ่มธุรกิจ

- ธุรกิจผลิตรองเท้า กระเป๋า และอื่นๆ

บริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด



1. ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตรองเท้าและกระเป๋า ภายใต้แบรนด์ " DAY BREAK " ตั้งอยู่ที่สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี บริษัทฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เน้นการพัฒนาการออกแบบ และนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยมุ่งเน้นสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์และสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังรับจ้างผลิตรองเท้า กระเป๋า และอื่นๆ ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งมีหลากหลายแบรนด์

2. กลุ่มลูกค้า กระเป๋าและรองเท้า

บริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด ผลิตและรับจ้างผลิตรองเท้า กระเป๋า และอื่น ๆ โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ผลิตและรับจ้างผลิต ภายใต้แบรนด์ของลูกค้าในเครือสหพัฒน์

ลูกค้าหลัก ได้แก่ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

2. ผลิตและรับจ้างผลิต ภายใต้แบรนด์ของลูกค้านอกเครือสหพัฒน์

ลูกค้าหลัก ได้แก่ แบรนด์ BELL&SOFA , SANGACIO , VOLT , ROME ,HADARA เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ " DAY BREAK "



กลุ่มลูกค้าจะเป็นลูกค้าทั่วไป

- ร้านค้าที่จัดจำหน่ายหลัก 3 แห่ง ได้แก่

1. ห้างสรรพสินค้า แผลมทอง
2. Shop J-Park ศรีราชา
3. Shop แฟรี่พลาซ่า

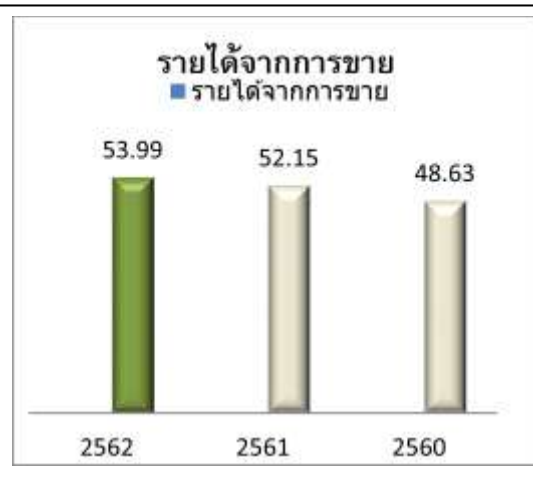
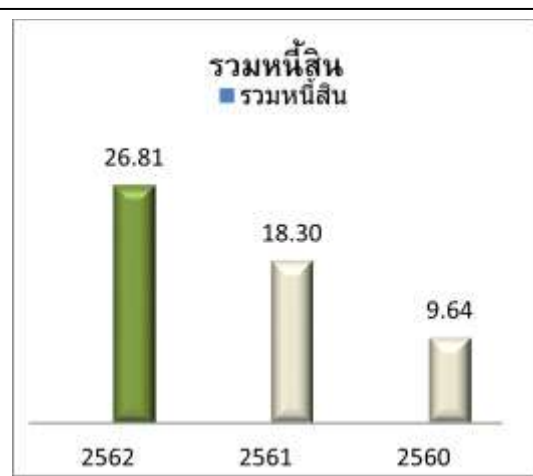
โซนแฟลชชั่น จังหวัดระยอง
จังหวัดชลบุรี
จังหวัดขอนแก่น

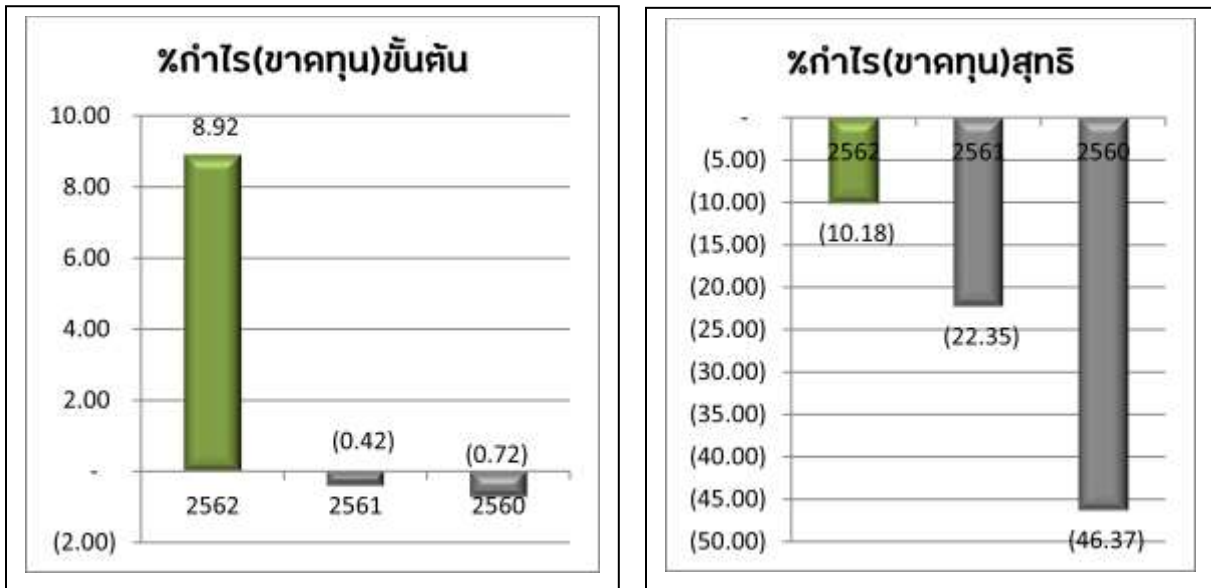
- มีร้านค้าที่ฝากขายสินค้า 5 แห่ง คือ
 1. Outlet His&Her I.C.C International PLC. จังหวัดกรุงเทพมหานคร
 2. Outlet GSP บุติกนิวซีตี่
 - เมกกะบางนา จังหวัดสมุทรปราการ
 - แฟชั่นไอซ์แลนด์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
 3. ห้างพาราไดซ์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
 4. บจ.กบินทร์พัฒนกิจ
 - สาขาศรีราชา จังหวัดชลบุรี
 - สาขากบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี
 - สาขาลำพูน จังหวัดลำพูน
 - สาขาแม่สอด จังหวัดแม่ฮ่องสอน
 - สาขabanโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
 5. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลซิตี้ จังหวัดปทุมธานี
- จำหน่ายช่องทาง SOCIAL MEDIA
 - Website
 - <https://www.daybreak.co.th/>
 - <https://www.facebook.com/DaybreakTH/>
 - <https://www.facebook.com/daybreaksportswear/>
 - <https://www.facebook.com/daybreakrunning/>
 - Instagram daybreakthailand
 - Line@: @daybreakthailand
 - Line ID. @daybreakshop
 - Lazada: <https://www.lazada.co.th/shop/daybreak-1525416311>
- จัดแสดงสินค้า ROAD SHOW ตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และ ภาคเอกชน เพื่อให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

โครงสร้างรายได้ (ตามงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท)

(หน่วย : ล้านบาท)

	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560		ช่องทาง จำหน่าย
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	
บมจ. ไอ.ซี.ซี อินเตอร์เนชั่นแนล	12.00	22.23	11.40	21.87	15.85	32.59	ห้างสรรพสินค้า
ร้านค้าของลูกค้า	35.23	65.27	27.86	53.43	20.62	42.40	ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าของ ลูกค้า
ลูกค้าทั่วไป	6.75	12.50	12.88	24.70	12.16	25.01	JPARK ศรีราชา , แหยมทอง ระยอง Outlet ฯลฯ
รวม	53.98	100.00	52.14	100.00	48.63	100.00	





เป้าหมายการดำเนินธุรกิจปีที่ผ่านมา

ธุรกิจผลิตรองเท้า กระเป๋า และอื่น ๆ ในปี 2562 บริษัทมีเป้าหมายในการผลิตและรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ลูกค้าเป็นหลัก แต่เนื่องจากบริษัทได้รับคำสั่งซื้อลดน้อยลงอย่างเป็นนัยสำคัญ โดยเฉพาะลูกค้ารายใหญ่ ทำให้ผลการดำเนินงานไม่ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งประมาณการไว้ในด้านรายได้ จึงส่งผลทำให้บริษัทมีผลการดำเนินงานขาดทุน และบริษัทยังคงดำเนินการตามนโยบายการเพิ่ม Order ที่ตั้งเป้าหมายไว้ในปี 2562 โดยเปลี่ยนจากการผลิตและรับจ้างผลิตแบรนด์ของลูกค้า เป็นขยายตลาดจากการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใน Brand “ Day Break ” ซึ่งเป็น Brand ของบริษัทเอง แต่เนื่องจากเป็น Brand ใหม่ อีกทั้งยังมียุทธศาสตร์แข่งขันจำนวนมาก ทำให้ยังไม่บรรลุผลในการเพิ่มยอดขาย Brand Daybreak

ด้านการตลาด

ในปี 2562 บริษัทยังคงใช้กลยุทธ์การให้ความสำคัญในการรักษาสถานลูกค้าเก่า และหาลูกค้าในตลาดใหม่ ในส่วนของการหา Order จากผลิตและรับจ้างผลิตแบรนด์ลูกค้า โดยมุ่งเน้นผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การให้บริการที่ดี รวมถึงส่งสินค้าตามที่ลูกค้ากำหนด เพื่อให้ลูกค้าพอใจสูงสุด

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

การแข่งขันในตลาดรองเท้าและกระเป๋าในประเทศและต่างประเทศยังมีการแข่งขันค่อนข้างสูง บริษัทฯ เน้นการผลิตสินค้าโดยการออกแบบให้ลูกค้าเลือกหลากหลายแบบ มีแฟชั่น และเน้นคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน ราคาเหมาะสม

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันของตลาดรองเท้า มีดังนี้ บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรองเท้าระดับกลางถึงสูง ซึ่งเป็นสินค้าที่มีราคาปานกลาง และมีคุณภาพดี เครื่องหมายการค้ายังมีชื่อเสียงไม่มากนัก เน้นการมีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ คู่แข่งที่จะผลิตสินค้า และ จำหน่ายเองมีน้อย

การแข่งขันของตลาดกระเป๋า มีดังนี้ ตลาดในประเทศ มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะมีสินค้าที่ขายราคาถูกในตลาดล่างมาก และมีการนำเข้าจากประเทศจีน มาขายในประเทศ ทำให้สินค้านำเข้าขายในราคาถูก บริษัทฯ จึงใช้วิธีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมีการออกแบบหลากหลาย เน้นนวัตกรรม เน้นกลุ่มลูกค้าแฟชั่น และเน้นคุณภาพของสินค้า

จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัทฯ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง

ผลิตภัณฑ์รองเท้า เมื่อเทียบกับคู่แข่งของบริษัทฯ จำนวนคู่แข่งมีน้อย ที่มีการออกแบบ และพัฒนารูปแบบและผลิตเป็นรองเท้า ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานแบรนด์ชั้นนำ ลูกค้าที่ต้องการรองเท้าเพื่อขายในตลาดระดับกลาง ต้องการจำนวนสินค้าจำนวนไม่มาก โรงงานใหญ่ ไม่สามารถรับ ORDER ได้ แต่บริษัทฯ สามารถรับ ORDER ได้

ผลิตภัณฑ์กระเป๋า เมื่อเทียบกับคู่แข่งของบริษัทฯ มีจำนวนปานกลาง เพราะบริษัทฯ มีความยืดหยุ่นทางด้านการรับ ORDER การออกแบบ และการเลือกวัตถุดิบ

สภาพและศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ

■ ด้านการตลาด

1) ด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรองเท้าและกระเป๋า ได้หลากหลายแบบ โดยเน้นด้านการออกแบบที่ทันสมัย และด้านคุณภาพของรองเท้าและกระเป๋าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ ซึ่งรวมถึงเครื่องจักร ระบบงาน ขั้นตอนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในราคาที่เหมาะสม และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ผลิตได้ครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนที่สำคัญในการผลิตเทคโนโลยีที่มีการผลิตที่ทันสมัย จึงสามารถควบคุมทุกกระบวนการ ได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ

2) ด้านการบริการ บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญโดยมุ่งเน้นความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Quick Response) ยึดมั่นในเรื่องการส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา ราคา และคุณภาพของสินค้าได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ และ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ด้วยดีตลอดมา

3) ด้านการวิจัยและพัฒนา บริษัทฯ มีเทคโนโลยีในการวิจัยและพัฒนาการผลิต มีทีมงานพัฒนารูปแบบรองเท้าต้นแบบ โดยใช้คอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยในการออกแบบ

■ ด้านการผลิตและการดำเนินงาน

1) ด้านโครงข่ายอุตสาหกรรม

ผลิตรองเท้าและกระเป๋า แบบครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชิ้นส่วนที่สำคัญในการผลิตกับบริษัทในกลุ่ม และควบคุมทุกกระบวนการผลิต จนกระทั่งตรวจสอบคุณภาพ

2) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ใช้เครื่องจักรและเครื่องมือ ที่ทันสมัยช่วยในการผลิตสินค้าได้รวดเร็วขึ้น และการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกระเป๋าส่งให้มีรูปแบบใหม่ ๆ หลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อได้ตามความต้องการและพึงพอใจมากที่สุด

3) ด้าน Logistic

มีนโยบายลดต้นทุน ทางด้าน LOGISTIC โดยการจัดระบบให้เหมาะสม และคำนึงถึงระบบ SUPPLY CHAIN คือจัดระบบตั้งแต่ SUPPLIERS จนถึงลูกค้าอย่างเหมาะสม

4) ด้านการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์

มีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า โดยใช้เครื่องมือในการตรวจสอบคุณภาพที่ทันสมัย ใช้มาตรฐานคุณภาพสินค้าเดียวกับสินค้าแบรนด์ชั้นนำ

■ ด้านการเงิน

มีสภาพคล่องทางการเงินเพียงพอ

■ การจัดหาผลิตภัณฑ์

• จำนวนโรงงานและที่ตั้งของบริษัทฯ

บริษัท ดับเบิ้ลยูบีแอลพี จำกัด

ที่ตั้ง 620/5 หมู่ 11 ถ.สุขาภิบาล 8 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230

จำนวนพนักงาน 163 คน

อาคาร 1 หลัง ใช้พื้นที่ 7,776 ตรม.

• กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตรวม

รายการ	จำนวน (คู่)		
	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560
รองเท้า			
กำลังการผลิต	60,000	60,000	60,000
ปริมาณการผลิต	53,572	53,814	43,984
อัตราการใช้กำลังการผลิต	89.29%	89.69%	73.30%
	จำนวน (ใบ)		
กระเป๋าส่ง			
กำลังการผลิต	144,000	144,000	144,000
ปริมาณการผลิต	122,939	82,088	89,202
อัตราการใช้กำลังการผลิต	85.37%	57.01%	61.95%

■ การจัดหาวัตถุดิบและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

วัตถุดิบที่ใช้ผลิตส่วนบนของรองเท้า (UPPER) และพื้นรองเท้า (UNITSOLE) ซึ่งบริษัทมีแหล่งวัตถุดิบจากภายในประเทศ เป็นสัดส่วนร้อยละ 100

วัตถุดิบที่ใช้ผลิตส่วนพื้นรองเท้า ส่วนใหญ่ซื้อจากบริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเนนท์ จำกัด และ บริษัท แอดวานเทจ ฟุตแวร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย

วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิตกระเป๋ แหล่งวัตถุดิบ จากภายในประเทศ สัดส่วนร้อยละ 86.77

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตและวัสดุเหลือใช้

ธุรกิจที่บริษัท ฯ ดำเนินการอยู่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยมาก อย่างไรก็ตามบริษัท ฯ มีการดำเนินการจัดการลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมโดยควบคุมการใช้วัตถุดิบและสารเคมีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีการจัดการเศษวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิตให้เกิดคุณค่าสูงสุดโดยนำไป REUSE นำกลับมาใช้ซ้ำ RECYCLE เพื่อนำไปแปรรูปเป็นวัตถุดิบอื่น เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การควบคุมโดยหน่วยงานรัฐบาล บริษัทฯ มีการรายงานปริมาณการใช้และการครอบครองสารเคมีอันตรายที่ระบุตามข้อกำหนดของกฎหมาย รายงานผลการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน รายงานการตรวจสุขภาพพนักงานประจำปี รายงานปริมาณขยะและการขออนุญาตนำขยะออกนอกโรงงานทั้งขยะทั่วไปและขยะอันตราย ทั้งนี้บริษัทที่รับกำจัดขยะต้องได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งการจัดการด้านอนุรักษ์พลังงานภายในองค์กร

การดำเนินการของบริษัทเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มีการนำแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมมาใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมด้านต่าง ๆ ได้แก่

1. แผนการลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าขององค์กร ตามโครงการอนุรักษ์พลังงาน
2. แผนการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในพื้นที่ทำงานประจำปี เพื่อใช้เป็นกลไก การควบคุมมลภาวะที่มีต่อพนักงานและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งได้แก่ การตรวจวัดระดับความดังของเสียง ปริมาณความเข้มข้นของสารเคมีและฝุ่นในบรรยากาศ ความเข้มข้นของแสงสว่าง ความร้อนจากการทำงาน รวมทั้งการตรวจติดตามคุณภาพน้ำทิ้ง เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดกฎหมาย ซึ่งเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรด้วย
3. แผนการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานใหม่ทุกคน เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึกให้พนักงานตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรและสังคม

4. แผนการคัดแยกขยะ ในกระบวนการผลิต ระหว่างขยะ RECYCLE และ NON RECYCLE อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

- ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ “DAY BREAK”

โอกาสทางธุรกิจ

ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพมากขึ้น ทั้งในเรื่องของอาหารการกิน การรับประทานอาหารเสริมบำรุงร่างกาย รวมทั้งการออกกำลังกายซึ่งเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในสังคม ณ ปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาออกกำลังกายกันมากขึ้น เนื่องด้วยผู้บริโภคมีความคาดหวังต้องการมีสุขภาพที่ดี แข็งแรง ความต้องการควบคุมน้ำหนักหรือลดน้ำหนัก หรือเป็นการทำกิจกรรมยามว่างเพื่อสร้างความสนุกสนานให้กับตนเอง สิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่ทำให้ผู้บริโภคต้องการการออกกำลังกาย เพราะเกิดการรับรู้ถึงคุณประโยชน์ที่จะได้รับ โดยการออกกำลังกายมีหลากหลายวิธี อาทิ การว่ายน้ำ การวิ่งมาราธอน การปั่นจักรยาน และเป็นที่นิยมกันในขณะนี้ คือ การเข้า Gymnasium (สถานออกกำลังกาย) ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้ออกกำลังกายให้ความสำคัญ นั่นคือ “รองเท้ากีฬา” ดังนั้น การคัดเลือกรองเท้ากีฬาที่เหมาะสมกับการใช้งานและการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเล่นกีฬาให้ดียิ่งขึ้น ธุรกิจรองเท้ากีฬามีการขยายตัวเพิ่มขึ้นหลากหลายยี่ห้อ (Brand) และมีการแข่งขันสูงขึ้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

โดยการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาของผู้บริโภคจึงมาจากหลากหลายปัจจัย ได้แก่ คุณภาพ ราคา ยี่ห้อ ความหลากหลาย และรูปลักษณ์ เป็นต้น ปัจจัยต่างๆเหล่านี้อาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬา ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการและทัศนคติของแต่ละบุคคลว่าจะใช้ปัจจัยใดในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถรับรู้ได้โดยตรงว่าปัจจัยใดที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า

ผู้ประกอบการธุรกิจรองเท้ากีฬา จะต้องสร้างสรรค์ความแตกต่างให้เกิดขึ้นในตัวสินค้า เพราะรองเท้ากีฬามีอยู่จำนวนมากในท้องตลาด ผู้บริโภคจึงต้องมีการพิจารณาถึงรองเท้าอย่างถี่ถ้วนจากปัจจัยต่างๆารองเท้ากีฬารูปลักษณ์แบบใด ประเภทไหนที่เหมาะสมกับการใช้งาน และเหมาะสมกับตัวผู้บริโภคเองด้วย รองเท้ากีฬาไม่ใช่แค่เพียงอุปกรณ์กีฬาสำหรับผู้ออกกำลังกายเพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับความนิยมอย่างมากในสังคม ผู้บริโภคบางรายซื้อรองเท้ากีฬาเพื่อใส่เป็นแฟชั่น หรือเพื่อใส่ออกไปตามสถานที่ต่างๆ ทั้งนี้การที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อรองเท้ากีฬาคูก็จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลักของรองเท้ากีฬาเป็นสำคัญ สิ่งสำคัญตรงนี้ก็ขึ้นอยู่กับการใช้กลยุทธ์ต่างๆของผู้ประกอบการที่จะดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ภาพรวมอุตสาหกรรม

ด้วยศักยภาพของตลาดรองเท้ากีฬาที่ดีและมีแนวโน้มในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ตลาดรองเท้ากีฬามีการแข่งขันกันสูง โดยเฉพาะรองเท้ากีฬาที่เป็นยี่ห้อสินค้าระดับสากล (International Brand) ที่มีสินค้าออกมามากครอบคลุมทุกหมวดหมู่กีฬา อีกทั้งยังพัฒนารูปแบบดีไซน์ให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น พร้อมกับมีคุณสมบัติที่ดี รองรับกับกีฬาทุกชนิด และช่วยให้สวมใส่สบาย เหมาะกับเท้าของผู้สวมใส่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตรงตามความต้องการ และตรงตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานได้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ตลาดรองเท้ากีฬาในปัจจุบันนี้ มีระดับการแข่งขันกันที่สูงขึ้น ผู้บริหารของบริษัทฯ จึงเห็นเป็นโอกาสความเป็นไปได้ทางธุรกิจที่จะดำเนินการต่อไป

วัตถุประสงค์ธุรกิจ

- เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รู้จักตราหมี ให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น
- ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าใจคุณสมบัติและจุดเด่นของรองเท้ากีฬาเมื่อเปรียบเทียบกับ คู่แข่งขัน
- สร้างความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ และทำให้ลูกค้าเกิดการทดลองใช้สินค้า
- เพื่อขยายฐานรายได้และสร้างผลกำไร



ลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ : กระเป๋า S050



ผลิตภัณฑ์ : กระเป๋า T402



ผลิตภัณฑ์รองเท้า แบรนด์ “ Day Break ”

➤ รองเท้าสุภาพ รุ่น WEAVE



➤ รองเท้าใส่แฟชั่น

EROTIQUE

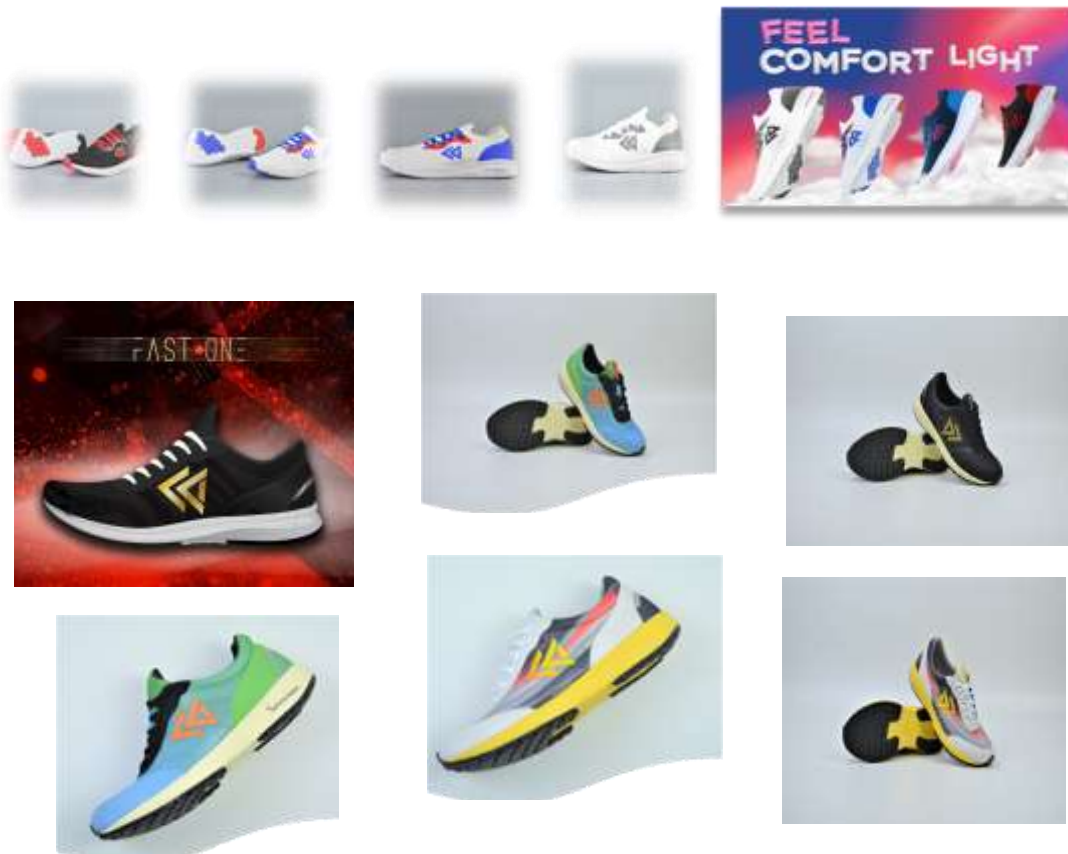


GREEN LIFE



➤ รองเท้า Running





➤ รองเท้า Football

Champion



FUZION



➤ รองเท้า Futsal



การตลาดและการแข่งขัน

บริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

- ติดตามความเคลื่อนไหวของตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด
- ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงความต้องการมาก จึงต้องเน้นการออกแบบ (Design) และการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
- ต้องมีการปรับตัว จากการผลิตตามคำสั่งซื้อซึ่งลูกค้าเป็นผู้กำหนดรูปแบบ (Pattern) เพียงอย่างเดียว มาเป็นการผลิตที่ต้องมีทั้งการผลิตให้ตรงตามรูปแบบ (Pattern) ที่ลูกค้ากำหนด และเพิ่มการออกแบบ (Design) ของบริษัทฯ เข้าไปด้วย
- การหาตลาดและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่ ควบคู่ไปกับการติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งและคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลายทันต่อแนวโน้มแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลง อยู่ตลอดเวลา รวมทั้งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างสูงสุด

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จะเน้นการขยายกลุ่มลูกค้า ไปยังกลุ่มลูกค้าคนรักสุขภาพ และกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งผู้บริโภคต้องการรองเท้ากีฬาที่สวมใส่สบาย เก็บรักษาง่าย และความสะดวกในการสวมใส่ ราคาที่ไม่สูงมากนัก โดยใช้สื่อและผู้มีชื่อเสียงที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจของแต่ละกลุ่มลูกค้า
- ด้านการสื่อสารการตลาด จะเน้นการใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดหลาย ๆ ช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยจะเน้นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความมั่นใจที่จะใช้รองเท้า Day Break ทดแทนการใช้รองเท้า Brand อื่นๆ



ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. สามารถออกแบบสินค้าเองได้ | 6. มีการบริการลูกค้าที่ดี |
| 2. สามารถผลิตสินค้าได้ทั้ง lot เล็ก และ lot ใหญ่ | 7. มีการบริการหลังการขาย |
| 3. เป็นบริษัทที่ผลิตเอง ขายเอง จึงสามารถกำหนดราคาได้ | 8. สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลาย |
| 4. สามารถเลือกวัตถุดิบได้ | |
| 5. ส่งมอบสินค้าได้รวดเร็ว | |
| 6. มีการบริการลูกค้าที่ดี | |

■ ธุรกิจผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วนรองเท้า

บริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเนนท์ จำกัด

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์

- ผู้ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้าชั้นกลางและชิ้นส่วนรองเท้า
- ผู้ผลิตและรับจ้างผลิตแผ่น EVA สำหรับธุรกิจกลุ่มรองเท้า กลุ่มปศุสัตว์ และกลุ่มเกษตรกรรม

2. การตลาดและการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

- กลยุทธ์การแข่งขัน
 - ราคา คุณภาพ และการส่งมอบ สามารถแข่งขันได้ทั้งตลาดในและต่างประเทศ
- ลักษณะลูกค้า
 - โรงงานผลิตรองเท้าที่ไม่มีการผลิตพื้นชั้นกลางรองเท้า กลุ่มลูกค้าปศุสัตว์ และกลุ่มลูกค้าเกษตรกรรม
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - โรงงานผลิตรองเท้ารายใหญ่และรายย่อย กลุ่มลูกค้าปศุสัตว์ และกลุ่มลูกค้าเกษตรกรรม
- การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย
 - ขายตรงกับโรงงานผลิตรองเท้า
 - ขายตรงกับผู้บริโภครายย่อย (กลุ่มลูกค้าปศุสัตว์ และ กลุ่มลูกค้าเกษตรกรรม)
 - ขายผ่าน EVA ผ่าน FACEBOOK สมาคมกลุ่มลูกค้าปศุสัตว์

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

- มีการแข่งขันสูง สภาพตลาดภายในประเทศมีน้อย

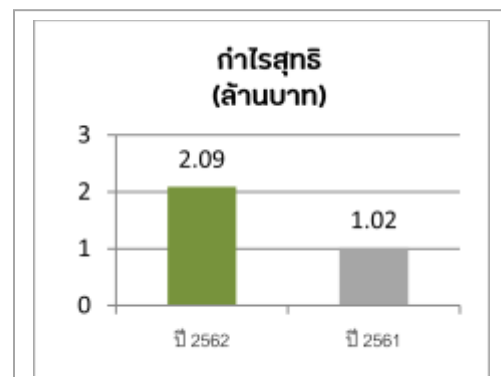
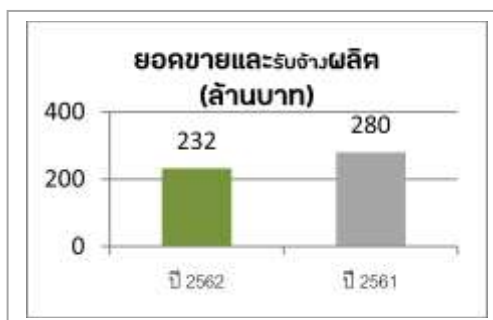
(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

- สภาพตลาดภายในประเทศมีน้อย ในปัจจุบันและอนาคต บริษัทฯ ต้องเพิ่มผลิตภัณฑ์ขยายไปทางกลุ่มปศุสัตว์และเกษตรกรรมเพิ่มมากขึ้น

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 49 หมู่ที่ 5 ถนนสุวรรณศร ตำบลนนทรี อำเภอบินทร์บุรี จังหวัดปทุมธานี และมีสำนักงานสาขา ตั้งอยู่ที่ 169/1 หมู่ที่ 5 ถนนสุวรรณศร ตำบลนนทรี อำเภอบินทร์บุรี จังหวัดปทุมธานี มีบริษัทที่ได้รับมอบหมายให้จัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ จำนวน 7 ราย เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าให้ได้ตามความต้องการของลูกค้า

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ -ไม่มี -



■ ธุรกิจผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วนรองเท้า

บริษัท แอดแวนเทจ ฟู้ดแวร์ จำกัด

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- เป็นผู้ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วนรองเท้า ที่ทำจากยาง
- เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย Compound ยางใช้สำหรับอุตสาหกรรมรองเท้า

2. การตลาดและการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

- กลยุทธ์การแข่งขัน
 - ด้านส่งเสริมสินค้า ด้านคุณภาพ ด้านราคา แข่งขันได้ทั้งตลาดระดับบน และตลาดระดับล่างทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ลักษณะลูกค้า
 - กลุ่มโรงงานผลิตรองเท้าที่ไม่มีสายการผลิตพื้นรองเท้า ชิ้นส่วนรองเท้า
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตรองเท้ารายใหญ่ และรายย่อยในประเทศและต่างประเทศ
- การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย
 - จำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบขายตรงให้กับโรงงานผลิตรองเท้า

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

- มีการแข่งขันสูง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

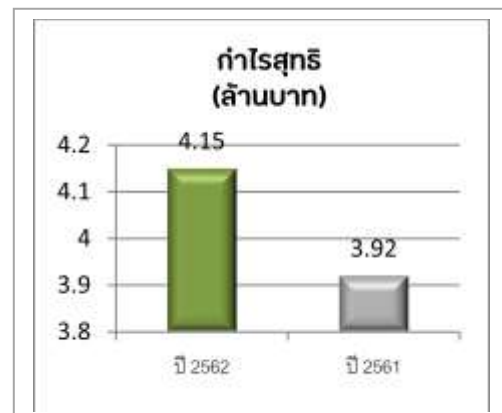
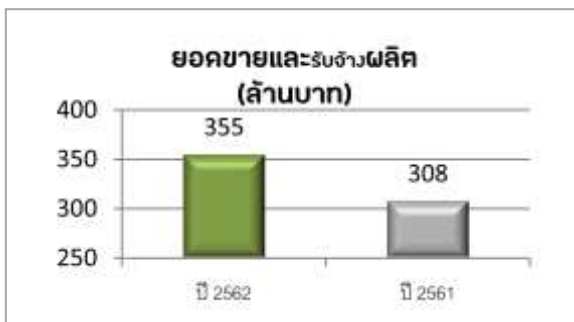
- แนวโน้มอุตสาหกรรมรองเท้าภายในประเทศลดลง การเปิดเสรีทางการค้า กลุ่มสมาชิกอาเซียนขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สภาพการแข่งขันสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแรงงาน แหล่งวัตถุดิบ ฯลฯ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมได้

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 51 หมู่ที่ 5 ถนนสุวรรณศร ตำบลนนทรี อำเภอบินทร์บุรี จังหวัดปทุมธานี มีบริษัทที่ได้รับมอบหมายให้จัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ จำนวน 4 ราย เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าให้ได้ตามความต้องการของลูกค้า

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -



■ ธุรกิจสนับสนุนการผลิต

บริษัท พอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติการปรับโครงสร้างการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท โดยการควบรวมบริษัทย่อยสองบริษัทได้แก่ บริษัท พอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท อาภากร อุตสาหกรรม จำกัด โดยจัดตั้งเป็นบริษัทใหม่ที่เกิดจากการควบรวมบริษัทภายใต้ชื่อ “บริษัท พอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด” เพื่อรับไปซึ่งทรัพย์สินและหนี้สินในราคาตามมูลค่าตามบัญชี สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบของบริษัทย่อยทั้งสองบริษัท ซึ่งการควบรวมดังกล่าวเสร็จสิ้นแล้วและได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่กับกระทรวงพาณิชย์แล้วในเดือนมกราคม 2562

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- ผลิตชิ้นส่วนพลาสติก และ ยาง ประกอบด้วย ชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนรองเท้า และ ชิ้นส่วนอื่นๆ อาทิ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน ชิ้นส่วนกระดิกน้ำ ชิ้นส่วนเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นต้น
- ผลิตแม่พิมพ์ฉีดพลาสติกเพื่อสนับสนุนการผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ประกอบด้วย แม่พิมพ์ที่เป็นชิ้นส่วนยานยนต์ แม่พิมพ์ที่เป็นชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและแม่พิมพ์อื่นๆที่ลูกค้าเป็นผู้จ้างทำ

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

✧ ผลิตชิ้นส่วนฉีดพลาสติก และ ยาง

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

- กลยุทธ์การแข่งขัน

ปัจจุบันโรงงานพลาสติกในประเทศไทยมีจำนวนกว่า 3,000 แห่ง (ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมพลาสติกไทย) ทำให้มีการแข่งขันสูง บริษัทฯ มุ่งเน้นในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาที่เหมาะสม ส่งมอบให้ลูกค้าภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังพัฒนานวัตกรรม เพื่อนำเสนอเป็นทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า

- ลักษณะลูกค้า กลุ่มลูกค้าของบริษัท แบ่งเป็น

กลุ่มลูกค้า Automotive Part เป็นลูกค้าที่สั่งชิ้นส่วนพลาสติก เพื่อนำไปประกอบรถยนต์ให้กับ BRAND ชี้นำ เช่น TOYOTA , HONDA เป็นต้น

กลุ่มลูกค้า Footwear ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่สั่งชิ้นส่วนพลาสติก เพื่อนำไปประกอบรองเท้าทุกประเภท เช่น รองเท้าฟุตบอล รองเท้าฟุตบอล รองเท้าวิ่ง รองเท้าแตะ ฯลฯ โดยจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ อาทิเช่น BRAND : ECCO , PAN , FBT , LACOSTE เป็นต้น

กลุ่มลูกค้า Other บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้า Other ทั้งในและต่างประเทศ ลูกค้าสั่งชิ้นส่วนพลาสติก เพื่อประกอบ กระดิกน้ำร้อน , นามบัตร , STEP STAKE , ถุงมืออุตสาหกรรม , แอร์คอนดิชัน , หมวกกันน็อก เป็นต้น

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าหลัก ยังคงเป็น ลูกค้ากลุ่ม Automotive Part Footwear และ Other ซึ่งเป้าหมายบริษัทฯ มุ่งขยายตลาดโดยการเพิ่มลูกค้ารายใหม่ ๆ ในแต่ละกลุ่มให้มากขึ้น ทั้งลูกค้าในประเทศ และต่างประเทศ

- การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายโดยตรงให้กับบริษัทลูกค้าที่สั่งซื้อชิ้นส่วนพลาสติก โดยเน้นคุณภาพ ราคา และความเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรม ยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา การส่งมอบ และการให้บริการ นอกเหนือจากการแข่งขันในประเทศไทยแล้ว ประเทศจีนยังคงเป็นคู่แข่งหลักที่สำคัญด้านราคา ซึ่งบริษัทฯ ต้องเป็นผู้นำและให้ความสำคัญด้านคุณภาพ และการส่งมอบ เป็นอันดับหนึ่งเพื่อให้ราคาเป็นอันดับสองในการพิจารณาของลูกค้า

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

การแข่งขันในอุตสาหกรรม ยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา การส่งมอบ และการให้บริการ นอกเหนือจากการแข่งขันในประเทศไทยแล้ว ประเทศจีนยังคงเป็นคู่แข่งหลักที่สำคัญด้านราคา ซึ่งบริษัทฯ ต้องเป็นผู้นำและให้ความสำคัญด้านคุณภาพ และการส่งมอบ เป็นอันดับหนึ่งเพื่อให้ราคาเป็นอันดับสองในการพิจารณาของลูกค้า

✧ รับจ้างผลิตและซ่อมแม่พิมพ์ฉีดพลาสติก

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

• กลยุทธ์การแข่งขัน

- ◆ พัฒนาขีดความสามารถในการออกแบบและผลิตแม่พิมพ์ โดยใช้ CAD,CAM รวมถึงเทคโนโลยีการขึ้นรูปแม่พิมพ์ด้วยความเร็วสูง (High Speed Machining) เพื่อให้แม่พิมพ์ที่ใช้ใน การผลิตมีคุณภาพสูงสุด
- ◆ พัฒนาขีดความสามารถผลิตภัณฑ์งานฉีดพลาสติกโดยเริ่มจากการผลิตแม่พิมพ์ ระบบ Hot Runner
- ◆ การปรับปรุงประสิทธิภาพตลอดจนโครงสร้างของต้นทุนให้มีความเหมาะสม สามารถแข่งขันได้กับทุกกลุ่มลูกค้าของบริษัท

• ลักษณะลูกค้า กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ แบ่งเป็น

- ◆ กลุ่มแม่พิมพ์ยานยนต์ กลุ่มแม่พิมพ์เครื่องใช้ไฟฟ้า กลุ่มแม่พิมพ์สินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มแม่พิมพ์ชิ้นส่วนรองเท้า
- ◆ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มบริษัทในเครือ

• กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- ◆ บริษัทฯ มีแนวทางขยายประเภทรูทจิกจากผลิตแม่พิมพ์ฉีดพลาสติก แม่พิมพ์ปั๊ม (Punch-Die) แม่พิมพ์อัดยาง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมทุกประเภทแม่พิมพ์

• การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายโดยตรงให้กับบริษัทในเครือและนอกเครือ โดยเน้นคุณภาพ ราคา และความเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และร่วมพัฒนาออกแบบแม่พิมพ์โดยผู้เชี่ยวชาญร่วมกับทางลูกค้าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับลูกค้า

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันด้านแม่พิมพ์ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายย่อย นำเสนอราคาแม่พิมพ์ราคาถูก

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ปีที่ผ่านมา มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงโดยเน้น ในด้านราคา คุณภาพของงานและการส่งมอบที่ตรงต่อเวลา

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

นโยบายการผลิตที่สำคัญ

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านคุณภาพ การส่งมอบ และความต้องการทางเทคนิคต่างๆ ที่ลูกค้าร้องขอการตรวจสอบสารปนเปื้อนต่างๆ ที่มีในวัตถุดิบ เพื่อแน่ใจว่าชิ้นส่วนที่ผลิตออกไปจะไม่เป็นผลในทางลบต่อผู้บริโภค

วัตถุดิบและผู้จำหน่าย

- วัตถุดิบที่สำคัญ คือ เม็ดพลาสติก ในการผลิตฉีดพลาสติก และ โมลด์เบส ในการผลิตแม่พิมพ์
- แหล่งที่มาของวัตถุดิบ มีการสั่งซื้อจากใน และต่างประเทศ ในการนำเข้าวัตถุดิบจะเป็นการสั่งซื้อผ่านตัวแทนในประเทศ
- ปัญหาสำคัญที่มีผลกระทบ คือ ราคาน้ำมัน และค่าเงินบาท ซึ่งอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงราคา ของเม็ดพลาสติก มีแนวโน้มที่สูงขึ้น

ผู้จำหน่ายจำนวนสัดส่วนการซื้อภายในประเทศ และต่างประเทศ

สำหรับผลิตฉีดพลาสติกและยาง

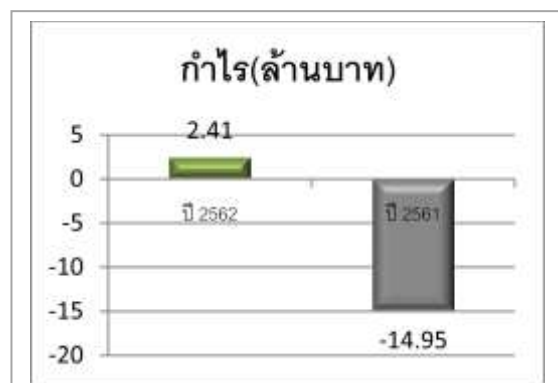
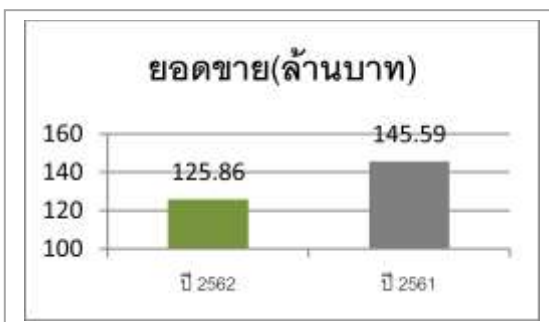
สัดส่วนในการสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศ 95.06% สั่งซื้อจากผู้จำหน่ายมากกว่า 30 รายสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบต่างประเทศ 4.94%

สำหรับผลิตและซ่อมแม่พิมพ์

บริษัทฯ มีแหล่งจัดหาวัตถุดิบหลักจากในประเทศ คิดเป็น ร้อยละ 100 ซึ่งวัตถุดิบส่วนใหญ่ซื้อจากแหล่งที่เป็นมาตรฐาน ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตแม่พิมพ์

บริษัทฯ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 71/13,21 หมู่ที่ 5 ถนนบางนา-ตราด ก.ม.52 ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา บริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001:2015 สำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไป และ IATF 16949:2016 สำหรับกลุ่มลูกค้ายานยนต์ และ ระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001:2007

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ - ไม่มี -



■ ธุรกิจสนับสนุนการผลิต

บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- เชียงพลาสติกใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม สำหรับรองบ่มหนัง ผ้าต่าง ๆ และเชียงพลาสติกใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร และโรงงานแปรรูป หมู ไก่
- ตาไก่กลมมียูนิฟอร์ม ทองเหลือง และชิ้นส่วนประกอบรองเท้า

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

รับจ้างผลิตและซ่อมแม่พิมพ์ฉีดพลาสติก

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

- กลยุทธ์การแข่งขัน
 - ◆ พัฒนาขีดความสามารถในการผลิตเชียงพลาสติก ให้เหมาะสมตามลักษณะการใช้งานแต่ละประเภทอุตสาหกรรม
 - ◆ พัฒนาขีดความสามารถในการ ขึ้นรูปตาไก่ และชิ้นส่วนประกอบรองเท้า ให้หลากหลาย และนำสมัย
- ลักษณะลูกค้า กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ แบ่งเป็น
 - ◆ กลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้า กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องหนัง กลุ่มอุตสาหกรรมอุปกรณ์กีฬา กลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - ◆ บริษัทฯ มีแนวทางขยายประเภทธุรกิจเชียงพลาสติก ใช้วัตถุดิบที่หลากหลาย ในการผลิต PP PE LLDPE เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมทุกประเภทอุตสาหกรรม
 - ◆ บริษัทฯ มีแนวทางขยายฐานลูกค้าเชียงพลาสติกในต่างประเทศ โซน เอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ

• การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายโดยตรงให้กับบริษัทในเครือ นอกเครือ และต่างประเทศ โดยเน้นคุณภาพ ราคา และความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และร่วมพัฒนาคุณภาพร่วมกับทางลูกค้าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับลูกค้า

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันผลิตเชียงพลาสติกค่อนข้างสูงในต่างประเทศ เนื่องจากมีผู้ประกอบการจากประเทศ จีน และอินเดีย นำเสนอราคาเชียงพลาสติก ราคาถูก

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

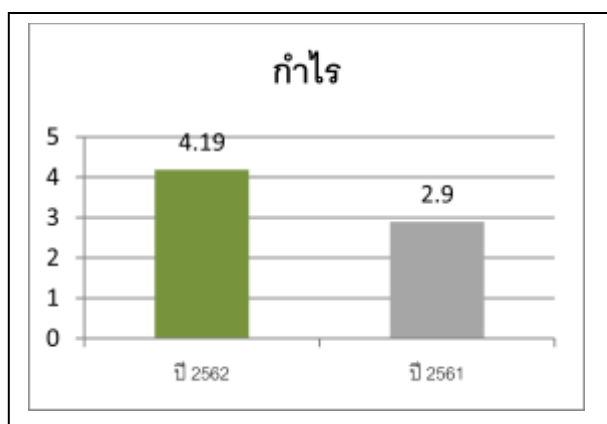
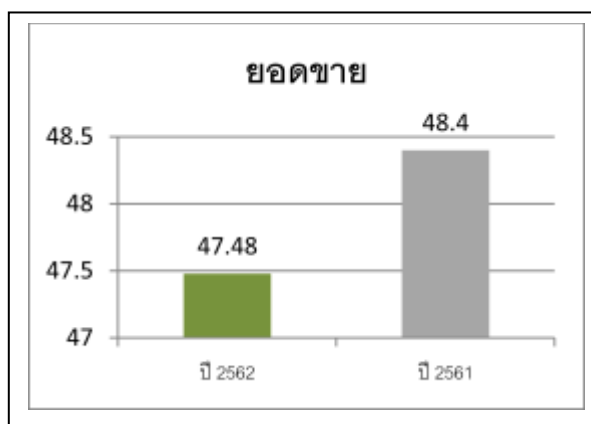
สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ปีที่ผ่านมา มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงโดยเน้น ในด้านราคา

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 626/1 หมู่ที่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี บริษัทฯ มีแหล่งจัดหาวัตถุดิบหลักจากในประเทศ คิดเป็น ร้อยละ 98.00% ซึ่งวัตถุดิบส่วนใหญ่ซื้อจากแหล่งที่เป็นมาตรฐาน ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตเชิงพลาสติก และตาไก่

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -



3. ปัจจัยความเสี่ยง

ตามรายงานของผู้สอบบัญชี มีผลบังคับใช้สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่สิ้นสุดในหรือหลังวันที่ 31 ธันวาคม 2562 กำหนดให้รายงานเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ (Key Audit Matters) ตามที่ปรากฏในรายงานผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ณ 31 ธันวาคม 2562 มีประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ 2 รายการ มีรายการดังนี้

1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับมูลค่าและระยะเวลาในการรับรู้รายได้

เนื่องจากรายได้จากการขายสินค้าคิดเป็นร้อยละ 87 ของยอดขายโดยรวมของกลุ่มบริษัท ซึ่งจำนวนที่บันทึกในบัญชีจะส่งผลกระทบต่อตรงต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ประกอบกับกลุ่มบริษัทมีลูกค้าจำนวนมากภายในหลายกลุ่มธุรกิจ ซึ่งมีเงื่อนไขทางการค้าที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงมีความเสี่ยงเกี่ยวกับมูลค่าและระยะเวลาในการรับรู้รายได้

2. ความเสี่ยงเกี่ยวกับมูลค่าค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อย

เนื่องจากบริษัทย่อยหลายแห่งมีผลขาดทุนจากการดำเนินงาน และบริษัทย่อยหลายแห่งมีผลขาดทุนสะสมเป็นจำนวนมาก และมีข้อบ่งชี้ที่แสดงว่าอาจมีผลขาดทุนต่อเนื่องในอนาคต การพิจารณาค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวต้องใช้ดุลยพินิจที่สำคัญของฝ่ายบริหารของบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ผลการดำเนินงานในอนาคตของบริษัทย่อย รวมถึงการกำหนดอัตราคิดลดและข้อสมมติที่สำคัญ ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงเกี่ยวกับมูลค่าค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อย

ซึ่งคณะกรรมการบริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวร์ จำกัด (มหาชน) ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวมีผลกระทบต่อการดำเนินงาน พร้อมทั้งกำหนดมาตรการรองรับความเสี่ยง ตามความเสี่ยงที่ผู้ตรวจสอบบัญชีแสดงความเห็นไว้ดังนี้

- ความเสี่ยงเกี่ยวกับมูลค่าและระยะเวลาในการรับรู้รายได้

เนื่องจากรายได้หลักมาจากการขายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งฐานรายได้หลักส่วนใหญ่เกิดจากกลุ่มลูกค้ารายเดิม ซึ่งลูกค้ารายเดิมมีแนวโน้มที่จะลดคำสั่งซื้อ สาเหตุเนื่องจากต้องการกระจายความเสี่ยงจากการสั่งซื้อให้มีหลาย ๆ ราย และลูกค้าส่วนใหญ่ จะเน้นการแข่งขันทางด้านราคาเป็นหลัก ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนหรือความไม่ต่อเนื่องของรายได้ อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้

➤ มาตรการป้องกัน

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าว จึงกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อรักษาความต่อเนื่องของรายได้ด้วยการรักษาคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐานของลูกค้า ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญตั้งแต่ขั้นตอนการ ออกแบบ การจัดหาวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต รวมถึงมุ่งเน้นการเพิ่มรายได้จากลูกค้ากลุ่มเดิม ผลิตภัณฑ์ใหม่/ผลิตภัณฑ์เดิม และมุ่งเน้นการหาลูกค้ารายใหม่ โดยกำหนดเป็น Key Performance Indicator

● ความเสี่ยงเกี่ยวกับมูลค่าค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อย

เนื่องจากมีบริษัทย่อยหลายแห่งหยุดดำเนินการและมีผลประกอบการขาดทุน บริษัทพิจารณามูลค่าค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อย โดยพิจารณาจากผลการดำเนินงาน ของบริษัทย่อยแต่ละแห่ง ซึ่งมีผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างเป็นนัยสำคัญ ซึ่ง ณ 31 ธันวาคม 2562 มูลค่าของค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อย มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย : พันบาท)

บริษัทย่อย	มูลค่าเงินลงทุน	ค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุน	มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ
● บริษัทหยุดดำเนินการ			
1. บริษัท ฟู้ดแวร์เทค 1530 จำกัด	467,968	(467,968)	-
2. บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล คิวริตี ฟู้ดแวร์ จำกัด	349,999	(349,999)	-
3. บริษัท กบินทร์บุรี แพนเอเชีย ฟู้ดแวร์ จำกัด	443,523	(443,523)	-
4. บริษัท เอ็กซ์เซลเลนซ์รีเบอรี่ จำกัด	385,887	(385,887)	-
5. บริษัท พิมายฟู้ดแวร์ จำกัด	115,969	(115,969)	-
6. บริษัท อินโนเวชั่นนครหลวง ฟู้ดแวร์ จำกัด	264,290	(264,290)	-
7. บริษัท เอ็กซ์เซล คิว จำกัด	15,997	(15,997)	-
รวมมูลค่าบริษัทหยุดดำเนินการ	2,043,633	(2,043,633)	-
● บริษัทยังดำเนินการ			
1. บริษัท ดับเบิลยูบีแอลพี จำกัด	43,371	(43,371)	-
2. บริษัท โมเดอร์นเทคโนโลยี คอมโพเนนท์ จำกัด	36,600	-	36,600
3. บริษัท ฟอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด	159,032	(86,427)	72,605
4. บริษัท แอดวานเทจ ฟู้ดแวร์ จำกัด	63,330	-	63,330
รวมบริษัทยังดำเนินการ	302,333	(129,798)	172,535
รวมทั้งสิ้น	2,345,966	(2,173,431)	172,535

คณะกรรมการบริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวร์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯและบริษัทย่อย และอาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ ที่จะต้องได้รับการจัดการอย่างทันเวลา ทำให้ต้องมีการเตรียมพร้อมในการกำหนดแผนรองรับ เมื่อปัจจัยต่าง ๆ เปลี่ยนแปลง ส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทฯ และมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทฯ มีดังนี้

เนื่องจากบริษัทฯ ปรึบโครงสร้างธุรกิจ เป็นธุรกิจที่มีรายได้จากการถือหุ้นในบริษัทอื่นเป็นหลัก (Holding Company) ดังนั้น ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น อาจจะมีผลกระทบจากการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ซึ่งสามารถวิเคราะห์ ประเด็นความเสี่ยง วิธีการป้องกัน และลดความเสี่ยง โดยสรุปได้ดังนี้

ความเสี่ยงจากการเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น

บริษัทเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น ดังนั้น กระแสเงินสดและผลการดำเนินงานของบริษัทจึงขึ้นอยู่กับเงินปันผลและผลประโยชน์ของบริษัทย่อยเป็นหลัก ทั้งนี้หากบริษัทย่อยที่ถือหุ้นได้รับผลกระทบจากความเสียหายในการดำเนินธุรกิจ เป็นปัจจัยให้ผลประโยชน์ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้ตามที่คาดการณ์ไว้ ซึ่งจะกระทบโดยตรงต่อผลประโยชน์ ฐานะการเงิน ความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัท และอาจจะมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทได้ รายได้เงินปันผลรับปี 2562 ของบริษัท มีรายละเอียดดังนี้

บริษัทย่อย/บริษัทรวม		เงินปันผลรับ	เงินปันผลรับ	เงินปันผลรับ
		ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560
บริษัท อากาศ อุตสาหกรรม จำกัด	บริษัทย่อย	-	5,425,250	3,598,500
บริษัท แอดวานเทจ ฟู้ตแวร์ จำกัด	บริษัทย่อย	2,903,792	6,823,911	7,259,480
บริษัท ทรีฟายล์สพัฒนา จำกัด	บริษัทรวม	50,000	40,000	20,000
บริษัท บุติคนิวซีดี จำกัด (มหาชน)	กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	1,400	1,000	1,500
บริษัท โมเดอร์นเทคโนโลยีคอมโพเนนท์ จำกัด	บริษัทย่อย	3,999,986	5,999,979	-
รวมเงินปันผลรับ		6,955,178	18,290,140	10,879,480

● มาตรการป้องกัน

บริษัทฯ กำหนดให้แต่ละบริษัทในกลุ่มจัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan) เพื่อกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจในปีถัดไป ทั้งนี้จะมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และความเสี่ยงทุกเดือน อย่างน้อยเดือนละ 2 ครั้ง เพื่อช่วยให้บริษัทฯ สามารถวางแผนจัดการความเสี่ยงได้อย่างทันทั่วทั้ง

ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสามารถในการแข่งขัน บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านการเงิน และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม รวมถึงปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ปัจจุบันสถานะการดำเนินธุรกิจตกอยู่ภายใต้การแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีความรุนแรงและจากภาวะเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศที่มีความไม่แน่นอน บริษัทได้กำหนดให้มีการทบทวนวิสัยทัศน์และนโยบายรวมทั้งจัดทำแผนธุรกิจของบริษัทเป็นประจำทุกปี เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีความต่อเนื่องและทันกับการเปลี่ยนแปลง โดยจัดการประชุมติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเป็นระยะ เพื่อทบทวนและปรับปรุงแผนการดำเนินงานให้มีความเหมาะสมกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน และบรรลุเป้าหมายที่บริษัทกำหนดไว้

ความเสี่ยงจากการเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจเกษตรอินทรีย์

บริษัทฯ มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของจำนวนหรือปริมาณของผลผลิต เนื่องจากในระบบผลิตผลผลิตเกษตรอินทรีย์ มีปัจจัยเสี่ยงหลายอย่างที่เกี่ยวเนื่องในกระบวนการหรือในระบบผลิตได้แก่ ดิน น้ำ ปุ๋ย การควบคุม/ป้องกันโรคและแมลง สภาพภูมิอากาศ และชนิดของพันธุ์พืชที่เหมาะสม

● มาตรการป้องกัน

1. ปลูกพืชหลากหลายชนิด ให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศในแต่ละฤดู
2. การสร้างแหล่งน้ำเพื่อใช้ในฤดูแล้ง และพัฒนาวิธีหรือใช้เทคโนโลยีที่สามารถประหยัดน้ำ
3. มีกระบวนการจัดซื้อจัดหาผลผลิตเกษตรอินทรีย์ โดยการรับซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์จากฟาร์มเครือข่าย
4. การตรวจสอบคุณภาพน้ำ
“น้ำ” เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในระบบผลิตพืชอาหาร ซึ่งต้องคำนึงถึงในด้านคุณภาพตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน เช่น น้ำที่เหมาะสมสำหรับใช้แปลงปลูก หรือน้ำที่เหมาะสมสำหรับการใช้ล้างผลผลิต
5. การตรวจสอบคุณภาพดิน
คุณภาพของดินและปริมาณแร่ธาตุในดินเป็นปัจจัยสำคัญในการเจริญเติบโตของพืชในระบบผลิตถ้าหากดินที่ใช้มีการปนเปื้อนด้วยธาตุหรือโลหะหนักที่เป็นอันตรายเช่น แคดเมียม ตะกั่ว ฯลฯ อาจก่อให้เกิดการสะสมของธาตุนั้นๆในพืชได้ จัดให้มีระบบการตรวจวิเคราะห์ดิน โดยเฉพาะในแหล่งปลูกที่เป็นพื้นที่เสี่ยงต่อการปนเปื้อน
6. การควบคุม/ป้องกัน โรคและแมลงศัตรูพืช
โรคและแมลงศัตรูพืช มีระบบการจัดการที่เหมาะสม ปลอดภัย หรือการควบคุมศัตรูพืชโดยไม่ใช้สารเคมี
7. การตรวจสอบการปนเปื้อนจุลินทรีย์
การปนเปื้อนของจุลินทรีย์ เนื่องจากมีผลโดยตรงต่อผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์ในกลุ่มที่ก่อให้เกิดโรคเช่น อีโคไล (E.Coli) และ ซัลโมเนลลา (Salmonella) เป็นต้น

ความเสี่ยงเกี่ยวกับการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือราย

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีลูกค้ารายใหญ่เพียง 1 - 5 ราย สัดส่วนรายได้ในปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 51.92 ของรายได้ขายและรับจ้างผลิต หากมีปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าไม่สามารถสั่งซื้อได้ในปริมาณ และเวลาตามที่กำหนดไว้ย่อมส่งผลกระทบต่อยอดขายและโอกาสทางการตลาด

● มาตรการป้องกัน

1. พัฒนาสินค้าให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. ปรับปรุงประสิทธิภาพในสายการผลิตเพื่อลดต้นทุน เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันด้านระดับราคาและคุณภาพของสินค้า
3. รักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยมุ่งมั่นสร้างความพอใจ พร้อมให้บริการที่ดี
4. หาแหล่งวัตถุดิบรายใหม่ เพื่อลดต้นทุนการผลิต และยังคงได้คุณภาพตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้บริษัทฯ ได้รับผลประโยชน์สูงสุด
5. มีการทำงานเป็นทีมระหว่างผู้ผลิตและฝ่ายผลิตภัณฑ์มากขึ้นในรูปแบบ One Body โดยใช้วิธีคิดแบบ Zero base ในการประชุมเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ตั้งแต่การวางแผนเป้าหมาย Order สินค้า การวางแผนวัตถุดิบและการผลิต รวมถึงมีความสามารถในการปรับแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์

6. และเพื่อไม่ให้กระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทจึงได้หาลูกค้าหลาย ๆ รายเพื่อให้กระจายความเสี่ยงในการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งมากเกินไป

ความเสี่ยงเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจ โดยการขายผ่านทางช่องทางหลัก คือ Outlet J-Park และ ผ่านช่องทาง Social Media ซึ่งยังไม่มีการขายช่องทางไปยัง Discount Store ซึ่งเป็นช่องทางที่มีการขายตัวมาก ทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

● มาตรการป้องกัน

1. บริษัทฯ มีนโยบายขยายการขายเข้าไปใน Discount Store รวมทั้งเพิ่มและพัฒนาระบบ การขายและการส่งสินค้าเฉพาะช่องทางนี้เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการและกำลังซื้อของกลุ่ม Discount Store รวมถึงการ Launch Brand ใหม่ที่มีราคาและคุณภาพตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเน้นที่รูปแบบและสีสันตามแฟชั่นเป็นหลัก
2. เร่งขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เพิ่มมากขึ้น โดยขยาย Outlet บริหารจัดการเองในรูปแบบ Specialty Store เพื่อลดการพึ่งพาในห้างสรรพสินค้าใหญ่

ความเสี่ยงเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปมากผู้บริโภคเกิดความพิถีพิถันในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ส่งผลให้เกิดสภาวะการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น

● มาตรการป้องกัน

1. บริษัทฯ มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสม เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มมากขึ้น และขยายฐานลูกค้าใหม่โดยให้ลูกค้าสามารถออกแบบสินค้าที่ต้องการได้ด้วยตัวเอง รวมถึงการมีระบบลูกค้าสมาชิก (Customer Relation Management)
2. สร้างความหลากหลายของสินค้าเพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และยังเป็นการขายฐานตลาดให้กว้างยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและให้เข้ากับ Lifestyle ของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ฉะนั้นสินค้าของบริษัทฯ จึงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
3. จากกระแสการใช้สื่อมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่มีพฤติกรรมรับสื่อเพียงแค่โทรทัศน์ นิตยสารและ วิทยุ แต่ปัจจุบันสื่อที่มีอิทธิพลและมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย คือ สื่อทางดิจิทัลและออนไลน์ ทำให้แบรนด์เตรียมตัวเร่งพัฒนาเครื่องมือการทำการตลาดแบบดิจิทัลและออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มที่ชอบซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งอนาคตจะเป็นช่องทางหลักอีกช่องทางที่สามารถสร้างยอดขายได้อย่างมาก

ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับลูกหนี้การค้า ลูกหนี้อื่นและ เงินให้กู้ยืม

● มาตรการป้องกัน

ฝ่ายบริหารควบคุมความเสี่ยงนี้โดยการกำหนดให้มีนโยบายและวิธีการในการควบคุมสินเชื่อที่เหมาะสม ดังนั้น บริษัทฯ และบริษัทย่อยจึงไม่คาดว่าจะได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการให้สินเชื่อ นอกจากนี้ การให้สินเชื่อของ บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีการกระจุกตัวเนื่องจากบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีฐานของลูกค้าที่หลากหลายและมีอยู่จำนวนมาก

ราย จำนวนเงินสูงสุดที่บริษัทและบริษัทย่อยอาจต้องสูญเสียจากการให้สินเชื่อมูลค่าตามบัญชีของลูกค้า เงินให้กู้ยืม และลูกหนี้อื่นที่แสดงอยู่ในงบแสดงฐานะการเงิน

ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยเป็นการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในตลาด บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่อาจปรับเปลี่ยนขึ้นในอนาคต เนื่องจากบริษัทมีการกู้ยืมเพื่อใช้หมุนเวียนในกิจการและมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว โดยอ้างอิงกับอัตรา MLR ของธนาคารที่ให้กู้ยืมเงิน ดังนั้น หากธนาคารมีการปรับเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยดังกล่าว จะทำให้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางการเงิน กระแสเงินสด และผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคต และเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย บริษัทตระหนักถึงความจำเป็นต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงอย่างใกล้ชิด แต่เนื่องจากหนี้สินของบริษัทส่วนใหญ่เป็นหนี้สินระยะสั้น ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยค่อนข้างต่ำ ซึ่ง ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อย ใช้เงินเบิกเกินบัญชี 3.95 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 8.91 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 69.31

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทและบริษัทย่อยมีการซื้อวัตถุดิบ และ ขายสินค้า บางส่วนจากต่างประเทศ โดยชำระและได้รับเป็นเงินตราต่างประเทศ ทำให้บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนจากการที่บริษัทต้องชำระหรือได้รับ ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมียอดคงเหลือของสินทรัพย์ จำนวน 386,601.22 Usd. และ หนี้สินทางการเงิน จำนวน 64,415.64 Usd. และ 11,390.51 Euro ที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ซึ่งยังไม่ได้มีการทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา บริษัทและบริษัทย่อย ติดตามข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ค่าเงินอย่างใกล้ชิดเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้าและการก้าวสู่เป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)

จากนโยบายการเปิดการค้าเสรี ทำให้มีการแข่งขันค่อนข้างสูงในด้านราคากับประเทศต่าง ๆ ที่มีต้นทุนต่ำ อาทิ เช่น จีน, เวียดนาม

● มาตรการป้องกัน

- ด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท : บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยผู้บริโภค โดยทำการสำรวจผลการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ และคุ้มค่าในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท
- มีการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าพอใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัท
- บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากการลดภาษีนำเข้า โดยจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้านำเข้าจากประเทศเขตการค้าเสรี เพื่อพัฒนาต้นทุนของบริษัทให้ลดลง

ความเสี่ยงจากการล้าสมัยของสินค้า

กลุ่มสินค้านำเข้า กระป๋อง สินค้ากลุ่มแพคเกจจิ้งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ผลิตจึงต้องทำการพัฒนาและออกสินค้านำเข้าใหม่ ๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา บริษัทจึงอาจประสบปัญหาในเรื่องสินค้าที่มีอยู่อาจเสื่อมความนิยมและล้าสมัย ทำให้บริษัทไม่สามารถจำหน่ายสินค้าดังกล่าวได้ บริษัทจึงมีความเสี่ยงในสินค้าคงค้างที่ไม่สามารถจำหน่ายได้

สำหรับสินค้าเก่าที่ล้าสมัยเกิดจากการหมุนเวียนสินค้าไม่ตรงตามฤดูกาลขาย อีกทั้งมีความถี่จากการรับคืนสินค้าซึ่งเกิดจากการนำส่งสินค้าเข้าเพื่อขายตามสถานที่จัดงานต่าง ๆ ในปริมาณที่มากเพื่อเป็นจุดสนใจในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าแต่มีความเสี่ยงต่อการขายถ้าหากยอดการขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายหรือลดต่ำลงก็จะเกิดสินค้าคงเหลือในปริมาณที่มากเช่นกัน

- **มาตรการป้องกัน**

- ใช้ระบบ Inventory เพื่อวิเคราะห์ Aging สินค้าคงเหลือ
- บริษัทฯอาจมีความจำเป็นที่จะต้องปรับลดราคาขายของสินค้านำเข้าดังกล่าวเพื่อให้ทันกับตลาดและสามารถแข่งขันได้
- สำหรับสินค้าเก่าและล้าสมัยบริษัทฯมีนโยบายตั้งสำรองสินค้าเสื่อมสภาพ
- นอกจากนี้บริษัทฯมีการจัดมหกรรมลดราคาสินค้าตามโซว์รูมทั้งกรุงเทพฯและต่างจังหวัด เพื่อเป็นการระบายสินค้า

ความเสี่ยงด้านความผันผวนราคาวัตถุดิบและการจัดหาวัตถุดิบ

เนื่องจากบริษัทฯมีนโยบายซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพเพื่อให้สามารถผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน ดังนั้น บริษัทฯจะไม่ซื้อ วัตถุดิบบางชนิดหรือวัตถุดิบจากผู้ขายเพียงรายเดียว ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดแคลนหรือขาดอำนาจต่อรองทางด้านราคาได้

โดยปกติแล้วราคาสถิติภัณฑ์ของบริษัทฯ จะเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับราคาวัตถุดิบ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงหากราคาสถิติภัณฑ์ ไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับราคาวัตถุดิบซึ่งจะมีผลกระทบต่อส่วนต่างราคา

- **มาตรการป้องกัน**

- บริษัทฯกำหนดให้ฝ่ายวิจัยผลิตภัณฑ์และฝ่ายจัดซื้อดำเนินการแสวงหา ผู้ขายสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อให้มีผู้ขายสินค้ามากรายยิ่งขึ้น
- ทำการเปรียบเทียบราคาซื้อวัตถุดิบและวัสดุต่าง ๆ เปรียบเทียบผู้จัดจำหน่ายอย่างน้อย 3 ราย ต่อ 1 รายการซื้อวัตถุดิบและวัสดุต่าง ๆ
- บริษัทฯยังคงรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้จัดจำหน่ายรายย่อยอื่นอย่างต่อเนื่อง

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 620/5 หมู่ 11 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี (ในโครงการสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ตามงบการเงินรวม ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1.ที่ดิน	บริษัทและบริษัทย่อย	10.73	ค้ำประกัน บมจ.ธนาคาร กรุงเทพ
2.อาคาร	บริษัทและบริษัทย่อย	10.79	
3.อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน			ค้ำประกันเงินกู้ 94 ล้านบาท ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ธ.กรุงเทพ
3.1 ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	บริษัท	315.40	
3.2 อาคาร	บริษัท	2.29	

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ตามงบการเงินเฉพาะกิจการ ดังนี้

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

1) ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน

สถานที่ตั้ง	ขนาด			ประเภทของการถือ กรรมสิทธิ์	มูลค่าตาม บัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์ การถือครอง ครอง
	ไร่	งาน	ตารางวา			
จังหวัดชลบุรี	11	3	78.5	จำนอง BBL	77.65	ให้เช่า
จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	261	3	65	จำนอง คุณบุญยสิทธิ์ โชควัฒนา	96.27	ที่ดิน ว่างเปล่า
จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	155	2	53.5	เป็นเจ้าของ	98.77	ที่ดิน ว่างเปล่า
รวม	429	1	97		272.69	

2) อาคารและสิ่งปลูกสร้าง

สถานที่ตั้ง	รายการ	ประเภทของการถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์การถือครอง
จังหวัดชลบุรี	อาคารโรงงาน 4 หลัง พื้นที่ 18,334.50 ตารางเมตร	จำนอง BBL	44.96	ให้เช่า
รวม			44.96	
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน			317.65	

หมายเหตุ : BBL หมายถึง บมจ.ธนาคารกรุงเทพ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทย่อย มีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1) ที่ดิน

สถานที่ตั้ง	ขนาด			ประเภทของการถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์การถือครอง
	ไร่	งาน	ตารางวา			
จังหวัดฉะเชิงเทรา	4	-	77	PTX ค่าประกันวงเงิน BBL	8.80	ใช้ในกิจการ
รวม	4	-	77		8.80	

2) อาคารและสิ่งปลูกสร้าง

สถานที่ตั้ง	รายการ	ประเภทของการถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์การถือครอง
จังหวัดฉะเชิงเทรา	อาคารโรงงาน เนื้อที่ 3,732 ตารางเมตร	PTX ค่าประกันวงเงิน BBL	7.31	ใช้ในกิจการ
รวม			7.31	

หมายเหตุ : PTX หมายถึง บริษัท ฟอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

3) อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

3.1 ที่ดิน

สถานที่ตั้ง	ขนาด			ประเภทของการถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์การถือครองครอง
	ไร่	งาน	ตารางวา			
จังหวัดเลย	671	3	0	ERC	59.86	-
จังหวัดกรุงเทพ	0	0	52	ICF	1.30	-
จังหวัดระยอง	68	1	67	FTC	51.25	-
รวม	740	1	19		112.41	

หมายเหตุ : ERC หมายถึง บริษัท เอ็กซ์เซลลेंट รีบเบอร์ จำกัด

FTC หมายถึง บริษัท ฟุตแวร์เทค 1530 จำกัด

3.2 อาคารและสิ่งปลูกสร้าง

สถานที่ตั้ง	รายการ	ประเภทของการถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์การถือครองครอง
จังหวัดกรุงเทพฯ	อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	ICF เป็นเจ้าของ	1.45	-
รวม			1.45	

หมายเหตุ : ICF หมายถึง บริษัท อินเทอร์เน็ตชั่นแนล คิวริตี้ ฟุตแวร์ จำกัด

4) เครื่องจักรและอุปกรณ์

ประกอบด้วยจักรอุตสาหกรรม เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรองเท้า เครื่องจักรที่สำคัญติดตั้งอยู่ในอาคารโรงงาน อายุการใช้งานอยู่ระหว่าง 5-10 ปี มีเครื่องจักร 14 เครื่องติดภาระค่าประกัน BBL

5) สัญญาเช่าอาคาร ใช้ในการประกอบธุรกิจ (โรงงานผลิต)

- บริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเนนท์ จำกัด (บริษัทย่อย) มีสัญญาเช่าอาคาร อายุสัญญา 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 2 หลัง รวมเนื้อที่ 9,252 ตารางเมตร สวนอุตสาหกรรมเครื่องสัพพัตน์ กบินทร์บุรี เลขที่ 49 หมู่ 5 ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี กับ บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) มูลค่า 500,000.00 บาทต่อเดือน รวมมูลค่าทั้งสิ้น 6,000,000.00 บาทต่อปี กำหนดค่าเช่า โดยอ้างอิงจากค่าเช่าพื้นที่โดยรอบ และพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง ลักษณะสภาพ และการใช้ประโยชน์

- บริษัท แอดเวนเทจ ฟุตแวร์ จำกัด (บริษัทย่อย) มีสัญญาเช่าอาคาร อายุสัญญา 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 2 หลัง รวมเนื้อที่ 6,500 ตารางเมตร สวณอุตสาหกรรมเครื่องสัพพณ์ กบินทร์บุรี เลขที่ 51 หมู่ 5 ถ.สุวรรณศร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี กับ บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) มูลค่า 350,000.00 บาทต่อเดือน รวมมูลค่าทั้งสิ้น 4,200,000.00 บาทต่อปี กำหนดค่าเช่า โดยอ้างอิงจากค่าเช่าพื้นที่โดยรอบ และพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง ลักษณะสภาพ และการใช้ประโยชน์
- บริษัท ดับเบิลยูบีแอลพี จำกัด (บริษัทย่อย) มีสัญญาเช่าอาคาร อายุสัญญา 2 ปี 10 เดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2560 - 31 ธันวาคม 2562 รวมเนื้อที่ 3,000 ตารางเมตร เลขที่ 620/5 หมู่ 11 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี กับ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มูลค่า 30,000 บาทต่อเดือน รวมมูลค่าทั้งสิ้น 360,000 บาทต่อปี
- บริษัท แพนเอเชียฟุตแวร์ จำกัด (มหาชน) มีสัญญาเช่าที่ดินบางส่วนเพื่อทำการเกษตร อายุสัญญา 3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2560 ถึง 31 พฤษภาคม 2563 รวมเนื้อที่ 306-0-57 ไร่ เลขที่ 99 หมู่ที่ 16 บ้านหนองหิน ต.คลองม่วง อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา ปีละ 150,000 บาท
- บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด (บริษัทย่อย) มีสัญญาเช่าอาคาร อายุสัญญา 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 2 หลัง รวมเนื้อที่ 1,451 ตารางเมตร เลขที่ 626/1 หมู่ 11 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี กับ บริษัท ไอทีเอฟ จำกัด มูลค่า 130,590 บาทต่อเดือน รวมมูลค่าทั้งสิ้น 1,567,080 บาทต่อปีกำหนดค่าเช่า โดยอ้างอิงจากค่าเช่าพื้นที่โดยรอบ และพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง ลักษณะสภาพ และการใช้ประโยชน์

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีการลงทุนในบริษัทย่อย มูลค่ารวม 172.535 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 32.89 ของสินทรัพย์รวม

ทั้งนี้ นโยบายการลงทุนในขนาดของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับสถานะเศรษฐกิจ โอกาสในการทำธุรกิจ และเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

5.1 คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯและบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

-ไม่มี -

5.2 คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯและบริษัทย่อย อย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้

-ไม่มี -

5.3 คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯและบริษัทย่อย

-ไม่มี -

6.ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	: บริษัท แพนเอเชียฟุตแวร์ จำกัด (มหาชน) ("PAF")
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ธุรกิจการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ธุรกิจโครงการเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์
สถานที่ตั้ง	: 620/5 หมู่ 11 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107537001501
โทรศัพท์	: 038 480 020 - 1
โทรสาร	: 038 480 080
เว็บไซต์	: www.panasiafootwear.com
ทุนจดทะเบียน	: 275,400,000 บาท
ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว	: 275,400,000 บาท
ชนิดหุ้น	: หุ้นสามัญ
จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	: 540,000,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้	: หุ้นละ 0.51 บาท

ข้อมูลสำคัญอื่น

บริษัท แพนเอเชียฟุตแวร์ จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนในบริษัทอื่น โดยถือหุ้นในสัดส่วนตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีรายละเอียดดังนี้

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภทของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดยบริษัทฯ	
				จำนวนหุ้น	%
บริษัทย่อย (ยังดำเนินธุรกิจ)					
1. บจก. ดับเบิลยูบีแอลพี 620/5 หมู่ที่ 11 ถ.สุขาภิบาล 8 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี โทร. 0-3848-0020-1 โทรสาร 0-3848-0080	ผลิตและรับจ้างผลิต รองเท้า กระเป๋า	หุ้นสามัญ	300,000	299,993	100
2. บจก. พอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) 71/13,21 หมู่ 5 ถ.บางนา-ตราด กม.52 ต.ท่าข้าม อ.บางปะกง จ.ฉะเชิงเทรา โทร. 0-3857-3053-4 โทรสาร 0-3857-3052	ผลิตและรับจ้างฉีดขึ้นส่วนพลาสติก/ยาง ผลิตและซ่อมแม่พิมพ์	หุ้นสามัญ	82,705	80,238	97.02
3. บจก. โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ เน้นท์ 49 หมู่ 5 ถ.สุวรรณศร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5892-4 โทรสาร 0-3720-5290	ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้า	หุ้นสามัญ	2,000,000	1,999,993	100
4. บจก. แอดวานเทจ ฟุตแวร์ 51 หมู่ 5 ถ.สุวรรณศร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5892-4 โทรสาร 0-3720-5290	ผลิตและรับจ้างผลิตรองเท้า และชิ้นส่วนรองเท้า	หุ้นสามัญ	3,670,000	2,903,792	79.12

บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์ฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ : 0-2009-9000
โทรสาร : 0-2009-9991
Website : www.set.or.th/tsd

ผู้สอบบัญชี : นางสาววิสสุตา จริยธนากร
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3853
นายเต็มพงษ์ โอปนพันธุ์
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 4501
นางสาวมณี รัตนบรรณกิจ
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 5313
บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
ชั้น 33 อาคารเลอรัชดา
193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย
เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ : 0-2264-0777
โทรสาร : 0-2640-7899-0