

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ


บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2531 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว 275,400,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อดำเนินธุรกิจการลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) และธุรกิจเกษตรอินทรีย์

##### ธุรกิจการลงทุน

ปัจจุบันบริษัทลงทุนถือหุ้นในบริษัทย่อยจำนวน 12 แห่ง เป็นบริษัทย่อยที่ยังดำเนินธุรกิจจำนวน 5 แห่ง และ บริษัทย่อยที่หยุดดำเนินธุรกิจจำนวน 7 แห่ง

**รายละเอียดบริษัทย่อย ที่ดำเนินธุรกิจ จำนวน 5 แห่ง มีดังนี้**

**บริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด** (เดิมชื่อบริษัท แพนระยอง จำกัด) เป็นบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลัก ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2537 โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 100.00 มีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 30 ล้านบาท ประกอบธุรกิจออกแบบ ผลิตและรับจ้างผลิต รองเท้า กระเป๋า รวมถึงชิ้นส่วนของรองเท้า และ กระเป๋าทุกชนิด นอกจาก บริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด ผลิตและรับจ้างผลิตให้กับแบรนด์ต่าง ๆ แล้ว

บริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด ยังเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองเท้า กระเป๋า ทุกประเภท ภายใต้แบรนด์ “DAYBREAK” 

**บริษัท แอดเวนเทจ ฟู้ดแวร์ จำกัด** ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2531 โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 79.31 มีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 91.75 ล้านบาท ปัจจุบันดำเนินธุรกิจผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้าชั้นนอก (Outsole) ส่วนใหญ่ผลิตจากวัตถุดิบยางธรรมชาติ

**บริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเน้นท์ จำกัด** ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2533 ปัจจุบันบริษัทถือหุ้นร้อยละ 55.55 มีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 50 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้าชั้นใน (Midssole) ส่วนใหญ่ผลิตจากวัตถุดิบ Phylon และ EVA

**บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด** เมื่อวันที่ 2 มกราคม 2562 บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท อากาศ อุตสาหกรรม จำกัด ควบรวมกิจการโดยจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่กับกระทรวงพาณิชย์ ภายใต้ชื่อ “บริษัท พอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด ” โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 97.02 มีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 82.705 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจออกแบบ สร้าง ผลิต รับจ้างผลิตแม่พิมพ์ และอุปกรณ์ที่ใช้ผลิตแม่พิมพ์ทุกชนิด และดำเนินธุรกิจผลิต รับจ้างผลิต ชิ้นรูปฉีดพลาสติก และ ยาง (Injection Plastic and Rubber) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิด เช่น ชิ้นส่วนรองเท้า กระเป๋า ชิ้นส่วน Automotive part ชิ้นส่วนแอร์ ตู้เย็น ซ้อน ส้อม กล่องเก็บสายไฟ ฯลฯ ที่ทำจากพลาสติก และ ผลิตภัณฑ์ตอนขนไก่ ผลิตจากวัตถุดิบยางธรรมชาติ

**บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด** ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2535 บริษัทถือหุ้นร้อยละ 32.30 มีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 14 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจผลิตเชิงพลาสติกอุตสาหกรรม เชิงพลาสติกครัวเรือน ผลิตตาข่ายทำจาก

อคูมิเนียม ทองเหลือง และ รับผิดชอบ ซ่อมแซม บำรุงรักษา เครื่องปรับอากาศ และจำหน่ายอะไหล่ ชิ้นส่วน อุปกรณ์ เครื่องปรับอากาศ

รายละเอียดบริษัทย่อย ที่หยุดดำเนินการธุรกิจ จำนวน 7 แห่ง มีดังนี้

บริษัท พิมายฟู้ดแวย์ จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัท กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2561 ปัจจุบันอยู่ระหว่างการชำระบัญชี

บริษัท อินโนเวชั่น นครหลวง ฟู้ดแวย์ จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัท กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2561 ปัจจุบันอยู่ระหว่างการชำระบัญชี

บริษัท กบินทร์บุรี แพนเอเชีย ฟู้ดแวย์ จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัท กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2562 ปัจจุบันอยู่ระหว่างการชำระบัญชี

บริษัท เอ็กแซ็ค คิว จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัท กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2562 และ จดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชี เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2563

บริษัท ฟู้ดแวย์เทค 1530 จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัท กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2563 ปัจจุบันอยู่ระหว่างการชำระบัญชี

บริษัท เอ็กซ์เซลเลนซ์ รีบเบอร์ จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัท กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2563 ปัจจุบันอยู่ระหว่างการชำระบัญชี

บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล คิวรีตี้ ฟู้ดแวย์ จำกัด หยุดดำเนินการกิจการตั้งแต่มกราคม 2558

นอกจากนี้ ยังมีการลงทุนในบริษัทรวม จำนวน 4 แห่ง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บริษัท พี เอ แคปปิตอล จำกัด	สัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 45.88	ลักษณะธุรกิจ จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง
บริษัท หนองจางรีบเบอร์ จำกัด	สัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 28.82	ปัจจุบันหยุดดำเนินการธุรกิจ
บริษัท อุทัย บางกอกรีบเบอร์ จำกัด	สัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 28.82	ปัจจุบันหยุดดำเนินการธุรกิจ
บริษัท พี.แอล.จอห์น อินดัสทรีส์ จำกัด	สัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 19.25	ปัจจุบันหยุดดำเนินการธุรกิจ

#### ธุรกิจเกษตรอินทรีย์

บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน) เริ่มประกอบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ปี 2558

โดยใช้ชื่อแบรนด์ “ดับเบิลยูบี ออร์แกนิก ฟาร์ม” WB Organic Farm



WB Organic Farm ตั้งอยู่ที่ ตำบลคลองม่วง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เนื้อที่กว่า 300 ไร่

พิกัด 14.637909 101.620180

## 1.1 วิสัยทัศน์ในการดำเนินงาน

- วิสัยทัศน์

“มุ่งมั่นพัฒนา กิจการที่ลงทุน ให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อเติบโตอย่างยั่งยืน”

- พันธกิจ

บริษัทและบริษัทย่อย ตระหนักถึงพันธกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วยพันธกิจ ดังนี้

- ดูแลด้านคุณภาพตั้งแต่ผลิตจนถึงส่งมอบ สนับสนุนกิจกรรมการปรับปรุงพัฒนาต่าง ๆ

ลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับ ลูกค้า

- สร้างความไว้วางใจจากลูกค้า สามารถเป็นฐานการผลิตและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าทั้งในและ

ต่างประเทศ เจริญเติบโตไปอย่างมั่นคงพร้อมกับ คู่ค้า

- พัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง สร้างเสริมบรรยากาศการทำงานที่ดี

เพื่อสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว อีกทั้งยังให้ความสำคัญต่อความเป็นอยู่ที่ดีของ พนักงาน

- ยืนหยัดในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร รวมถึง ความซื่อสัตย์ในวิชาชีพ การทำงานเป็นทีม มุ่งมั่นในนวัตกรรม

และรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม

- ยึดมั่นและปฏิบัติตามหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืน

ในปี 2563 บริษัทและกลุ่มบริษัท ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาขั้นตอนการผลิตอย่างต่อเนื่อง ลงทุนเครื่องจักร อุปกรณ์ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอและส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี และสามารถลดต้นทุนการผลิต รวมถึงมีแหล่งวัตถุดิบหลากหลาย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นทางเลือกนำเสนอให้กับลูกค้า

บริษัทได้กำหนดนโยบาย และส่งเสริมการพัฒนา บริษัทย่อย โดยมีเป้าหมายรายได้ และ กำไร เติบโตขึ้นจากปีก่อน แต่เนื่องจากในปี 2563 เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ธุรกิจเกิดการชะลอตัว กลุ่มลูกค้าที่เกิดผลกระทบกับสถานการณ์ดังกล่าวโดยตรง ทั้งในและต่างประเทศ ชะลอการรับสินค้ารวมถึงชะลอการสั่งซื้อใหม่ จึงส่งผลทำให้เป้าหมายในปี 2563 ยังไม่บรรลุ

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2522 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 400 ล้านบาท และนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อเดือนพฤษภาคม 2537 บริษัทดำเนินธุรกิจหลัก เป็นผู้ผลิต รับจ้างผลิตรองเท้า และเป็นผู้จำหน่ายรองเท้าทั้งในและต่างประเทศ

- ปี 2523 บริษัทฯ ได้เริ่มผลิตรองเท้าไนกี้เพื่อส่งออกไปให้กับบริษัท NIKE IHM INC. ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นรายแรกในประเทศไทย และเป็นผลิตภัณฑ์แรกของบริษัทที่มีการส่งออกโดยมียอดผลิตในระยะแรกประมาณเดือนละ 40,000 คู่
- ปี 2537 บริษัทฯ ได้ยื่นคำขอจดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2537 ตามทะเบียนเลขที่ 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 ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2544 เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2544 และที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 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 ของทวีปเอเชียเพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานตามข้อตกลงและความพึงพอใจของลูกค้าพร้อมทั้งให้มีการชำระรักษา และ ปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบการบริหารคุณภาพอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้นำระบบ ISO 9001 : 2000 มาพัฒนาใช้และได้รับการรับรองจาก BUREAU VERITAS QUALITY INTERNATIONAL เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2547 อีกทั้งยังได้รับใบรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 1996 จาก SGS YARSLEY 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) มาเป็นเครื่องมือสร้างความสำเร็จในการผลิตและการตลาด 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 ให้มีการพัฒนาอย่างไม่

หยุดยั้งต่อไป 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 และบริษัท บางกอกกรีนเบอร์ จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท ไอ.ซี.ซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) และ บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)
- ปี 2556 บริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างธุรกิจจากโรงงานผลิตรองเท้าและกระเป๋าดังแต่วันที่ 2 พฤษภาคม 2556 เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจในการถือหุ้นในบริษัทย่อยเพียงอย่างเดียว (Holding Company) โดยบริษัทยังคงมีส่วนถือหุ้นในบริษัทย่อยเช่นเดิม โดยมี บริษัท ดับเบิลยูบีแอลพี จำกัด (เดิม บริษัท แพนระยอง จำกัด) ซึ่งเป็นผู้ผลิตรองเท้าและกระเป๋า เป็นบริษัทแกนของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นลูกค้าในประเทศเป็นหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มในเครือเดียวกัน
- ปี 2558
- 6 กุมภาพันธ์ 2558 จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท เอ็กแซ็ค คิว จำกัด ประกอบกิจการโรงงานอุตสาหกรรม ฟอกย้อม กับกระทรวงพาณิชย์ ทุนจดทะเบียน 16 ล้านบาท บริษัทฯ ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.98
  - 22 ตุลาคม 2558 เปลี่ยนแปลงสภาพบริษัทจากบริษัทร่วมเป็นบริษัทย่อย 1 แห่ง คือ บริษัท แอดวาน เทจฟู้ดแวร์ 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 และบริษัทย่อยมีส่วนถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 96.58
  - พฤษภาคม 2559 บริษัทฯ ขายเงินลงทุนในหุ้นสามัญของ บริษัท แพนเอเชีย การ์เม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด ให้บริษัทที่เกี่ยวข้อง 2 แห่ง

- ธันวาคม 2559 ซื้อหุ้นเพิ่มทุน บริษัท สหชลผลพืช จำกัด จำนวน 50,000 หุ้น สัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 1.54 โดยบริษัทฯ และบริษัท แอดเวนเทจ ฟู้ดแวร์ จำกัด (บริษัท สหชลผลพืช จำกัด จัดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 26 มกราคม 2560)
- ปี 2560
- 20 พฤศจิกายน 2560 จัดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชี บริษัท แพนเทค อาร์ แอนด์ ดี จำกัด ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
  - 23 พฤศจิกายน 2560 ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบ GMP , HACCP จาก SGS (Thailand) Limited รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการแปรรูปที่ดี สะอาด ปลอดภัย รับรองมาตรฐานอาคารคัดบรรจุและรับรองผลผลิต 4 ชนิด ได้แก่ กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง ต้นหอม และข้าวโพดอ่อน
- ปี 2561
- มีนาคม 2561 บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวร์ จำกัด (มหาชน) ซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท อากาศอุตสาหกรรม จำกัด จาก บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 7,307 หุ้น สัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 66 เป็นร้อยละ 99
  - 2 พฤษภาคม 2561 บริษัท พิมายฟู้ดแวร์ จำกัด และ บริษัท อินโนเวชั่นนครหลวง ฟู้ดแวร์ จำกัด จัดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ อยู่ระหว่างการชำระบัญชี
  - 12 พฤศจิกายน 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ มีมติควมรวมบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท อากาศอุตสาหกรรม จำกัด
  - 1 ตุลาคม 2561 บริษัท เอ็กแซ็ค คิว จำกัดหยุดประกอบกิจการเนื่องจากผลประกอบการขาดทุน โดยขายเครื่องจักรและอุปกรณ์ให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่ง
  - ธันวาคม 2561 บริษัท พี เอ แคปปิตอล จำกัด ชำระหนี้ให้กับ บริษัท ฟู้ดแวร์เทค 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 ค่าบิลค่าอาหาร อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง จำนวน 18 แปลง เนื้อที่ดินรวม 68 ไร่ 1 งาน 67 ตารางวา เป็นเงิน 51,245,950 บาท
- ปี 2562
- 2 มกราคม 2562 บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท อากาศอุตสาหกรรม จำกัด ควมรวมกิจการโดยจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่กับกระทรวงพาณิชย์ บริษัทใหม่ที่เกิดจากการควมรวมภายใต้ชื่อ “บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด”
  - กุมภาพันธ์ 2562 บริษัท เอ็กแซ็คเซลลันท์ รีบเบอร์ จำกัด และ บริษัท แอดเวนเทจ ฟู้ดแวร์ จำกัด ซื้อหุ้นบริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด จากกรรมการ จำนวน 6,993 หุ้นในราคาหุ้นละ 801 บาท สัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 35.44 เป็นร้อยละ 81.73 ทำให้เปลี่ยนสถานะจากบริษัทร่วมเป็นบริษัทย่อย

- 29 เมษายน 2562 บริษัท กบินทร์บุรี แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ อยู่ระหว่างการชำระบัญชี
- 15 พฤษภาคม 2562 บริษัท เอ็กแซ็ค คิว จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ อยู่ระหว่างการชำระบัญชี
- ปี 2563
  - 16 มิถุนายน 2563 บริษัท ฟู้ดแวย์เทค 1530 จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ อยู่ระหว่างการชำระบัญชี
  - 24 มิถุนายน 2563 บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด(บริษัทย่อย) ซื้อหุ้นสามัญ บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 5,533,602 หุ้น จากสำนักงานบังคับคดีกรุงเทพมหานคร ๒ โดยการขายทอดตลาด ซึ่งบริษัท บ้านแพนเอ็นจิเนียริง แอนด์ โซลดิ้ง จำกัด (จำเลย) เป็นผู้ถือหุ้น ทำให้ บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้น บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน) จากเดิมร้อยละ 0.50 เป็น ร้อยละ 1.53
  - 12 ตุลาคม 2563 บริษัท เอ็กซ์เซลเล้นท์ รีบเบอร์ จำกัด จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ อยู่ระหว่างการชำระบัญชี
- ปี 2563
  - 26 พฤศจิกายน 2563 บริษัทฯ โอนหุ้นสามัญของบริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ จำกัด จำนวน 888,895 หุ้น เพื่อชำระหนี้ให้กับ บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นเปลี่ยนจากร้อยละ 100 คงเหลือร้อยละ 55.55
  - 26 พฤศจิกายน 2563 บริษัท ฟู้ดแวย์เทค 1530 จำกัด (จดทะเบียนเลิกเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2563) โอนหุ้นสามัญ บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด จำนวน 4,522 หุ้น เพื่อแบ่งคืนให้ผู้ถือหุ้น ทำให้บริษัทมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด ร้อยละ 32.30
  - 5 ตุลาคม 2563 บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด(บริษัทย่อย) ซื้อหุ้นสามัญ บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 162,377 หุ้น จาก บริษัท ฟู้ดแวย์เทค 1530 จำกัด(บริษัทย่อย) (จดทะเบียนเลิกเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2563) ทำให้ บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้น บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน) จากเดิมร้อยละ 1.53 เป็น ร้อยละ 1.56

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทเป็น Holding Company ซึ่งมีการลงทุนหลักในบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายรองเท้า กระเป๋า รวมถึงธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรองเท้า กระเป๋า และ ธุรกิจสนับสนุนการผลิต ฉีดพลาสติกและยาง ผลิตและซ่อมแม่พิมพ์ ผลิตเชิงอุตสาหกรรม เชิงในครัวเรือน ติดตั้ง ซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ นอกจากนี้ยังมีการลงทุนในบริษัทร่วมที่ประกอบธุรกิจ จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น
<b>กลุ่มบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลัก และยังดำเนินธุรกิจ</b>		
1. บจ. ดับเบิลยู บีแอลพี	▪ ผลิตและจำหน่ายรองเท้าและกระเป๋า	100.00
2. บจ. แอดเวนเทจ ฟู้ดแวย์ (a)	▪ ผลิตพื้นรองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้า	84.25
3. บจ. โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเน้นท์ (a)	▪ ผลิตพื้นรองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้า	98.67
4. บจ. พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) (a)	▪ ผลิตฉีดชิ้นส่วนพลาสติกและยาง	99.11
	▪ ผลิตและรับซ่อมแซมแม่พิมพ์(Mold)	
5. บจ.เพค อินดัสทรีส์ (a)	▪ ผลิตเชิงพลาสติกอุตสาหกรรม	81.68
	▪ ผลิตเชิงพลาสติกครัวเรือน	
	▪ ติดตั้ง ซ่อมแซมและบำรุงรักษา เครื่องปรับอากาศ	
<b>บริษัทร่วมที่ยังดำเนินธุรกิจ</b>		
1. บจ. พี เอ แคปปิตอล	▪ จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง	45.88

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ สจ.20/2555 เรื่อง การพิจารณาขนาดของบริษัทในส่วนที่เกี่ยวกับการอนุญาตให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (holding company)

คำนวณขนาดตามหลักเกณฑ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีสัดส่วนคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 &\text{ข้อกำหนด : ขนาดบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักต้อง } \geq 75\% \text{ ของขนาด holding company} \\
 &= \frac{\text{สินทรัพย์รวมของ holding company} - \text{เงินลงทุนในบริษัทอื่น}}{\text{สินทรัพย์รวมของ holding company}} \\
 &= \frac{559,096,164 - 1,933,314}{559,096,164} = 99.65\%
 \end{aligned}$$



ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น
<b>กลุ่มบริษัทย่อยที่หยุดประกอบธุรกิจ</b>		
1. บจ. อินเตอร์เนชั่นแนล คิวรีตี้ ฟู้ดแวย์	หยุดดำเนินการ	100.00
2. บจ. นูริรัมย์แพนฟู้ดแวย์ (a)	(b) จดทะเบียนเลิกบริษัท วันที่ 11 มิถุนายน 2557 อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	69.27
3. บจ. พิมายฟู้ดแวย์	(b) จดทะเบียนเลิกบริษัท วันที่ 2 พฤษภาคม 2561 อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	100.00
4. บจ. อินโนเวชั่น นครหลวง ฟู้ดแวย์	(b) จดทะเบียนเลิกบริษัท วันที่ 2 พฤษภาคม 2561 อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	96.07
5. บจ. กบินทร์บุรี แพนเอเชียฟู้ดแวย์	(b) จดทะเบียนเลิกบริษัท วันที่ 29 เมษายน 2562 อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	100.00
6. บจ. เอ็กแซ็ค คิว	(b) จดทะเบียนเลิกบริษัท วันที่ 15 พฤษภาคม 2562 (c) จดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชี วันที่ 29 ตุลาคม 2563	-
7. บจ. ฟู้ดแวย์เทค 1530	(b) จดทะเบียนเลิกบริษัท วันที่ 16 มิถุนายน 2563 อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	100.00
8. บจ. เอ็กซ์เซลเลนท์ รีบเบอร์	(b) จดทะเบียนเลิกบริษัท วันที่ 16 มิถุนายน 2563 อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	100.00
<b>กลุ่มบริษัทร่วมที่หยุดประกอบธุรกิจ</b>		
1. บจ. หนองจางรีบเบอร์	หยุดดำเนินการ	28.82
2. บจ. อุทัย บางกอกรีบเบอร์	หยุดดำเนินการ	28.82
3. บจ. พี.แอล.จอห์น อินดัสทรีส์	อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	19.25

(a) หมายถึง ถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม

(b) หมายถึง จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์

(c) หมายถึง จดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชีกับกระทรวงพาณิชย์

• การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

ประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ.28/2551 เรื่องการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ อ้างถึง หลักเกณฑ์ข้อ 14 บริษัทมีโครงสร้างการถือหุ้นแบบไขว้ ตามรายละเอียดต่อไปนี้

ลำดับ	ชื่อบริษัท	บริษัทถือหุ้นในบริษัทอื่น สัดส่วนการถือหุ้น	บริษัทอื่นถือหุ้นในบริษัท สัดส่วนการถือหุ้น
1	บจ. พอนเท็กซ์(ประเทศไทย)	99.11%	1.56%
2	บจ. ดับเบิลยู บีแอลพี	100.00%	0.13%

• ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

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

PAF : บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน)

IDF : บริษัท ไอ.ดี.เอฟ. จำกัด

ILC : บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล แลบบอราทอรีส์ จำกัด

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวร์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ และ ลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่นและเข้าไปบริหารงาน (Holding Company) มีบริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด เป็นบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลัก บริษัทมีรายได้หลักมาจากเงินปันผลที่ได้รับจากเงินลงทุนในบริษัทย่อย สามารถจำแนก ออกเป็น 4 สายธุรกิจหลัก ได้แก่

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

นโยบายการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ดำเนินถึงคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานของลูกค้า ระยะเวลาการส่งมอบให้ลูกค้าทันตามกำหนด และราคาที่เหมาะสม โดยการช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ดังนี้

- กลุ่มธุรกิจผลิตรองเท้า กระเป๋า และอื่น ๆ
  - ◆ บริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด เป็นผู้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า เป็นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายรองเท้า กระเป๋า ฯลฯ
- กลุ่มธุรกิจผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วนรองเท้า
  - ◆ บริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเน้นท์ จำกัด เป็นผู้ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้า
  - ◆ บริษัท แอดวานเทจ ฟู้ดแวร์ จำกัด เป็นผู้ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้า (ชิ้นส่วนรองเท้า) ทำจากยาง เพื่อส่งให้บริษัทฯ และส่งให้กับบริษัทในกลุ่มและลูกค้าอื่นทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- กลุ่มธุรกิจสนับสนุนการผลิต
  - ◆ บริษัท พอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้ผลิตฉีด พลาสติกชิ้นส่วนรองเท้า กระเป๋า และชิ้นส่วนพลาสติกอื่น ๆ ส่งให้กับบริษัทในกลุ่มและลูกค้าอื่นทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประเภทของผลิตภัณฑ์ ฉีดพลาสติกชิ้นส่วน Automotive , Footwear & Other Parts และเพิ่มผลิตภัณฑ์ฉีดวัตถุดิบที่ทำมาจากยางพารา ในปี 2561 และ เป็นผู้ผลิตและรับซ่อมแม่พิมพ์ ส่งให้บริษัทในกลุ่มและลูกค้าอื่นทั่วไป

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

- ◆ บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด เป็นผู้ผลิตเชิงอุตสาหกรรมและ ตาไก่ ชิ้นส่วนรองเท้า เพื่อส่งให้บริษัทในกลุ่ม และส่งให้กับลูกค้าอื่นทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

โครงสร้างรายได้ของส่วนงานของกลุ่มบริษัท ตามงบการเงินรวม สำหรับ 3 ปี ที่ผ่านมา

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการ โดย	% การถือหุ้น ของบริษัท (a)	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
			พันบาท	%	พันบาท	%	พันบาท	%
a) รายได้จากการขายและรายได้จากการรับจ้างผลิต								
ธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่นและธุรกิจเกษตรอินทรีย์	PAF	-						
• ธุรกิจผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์			26,856	4.21	22,832	2.65	12,717	1.52
ธุรกิจผลิตรองเท้า กระเป๋า	WBLP	100%	61,062	9.58	53,440	6.20	51,720	6.17
ธุรกิจผลิตพื้นรองเท้า ชิ้นส่วนรองเท้า								
• ผลิตพื้นรองเท้า ชิ้นส่วนทำจากยาง	AVF	84.25%	287,161	45.04	350,362	40.64	304,616	36.33
• ผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วน	MTC	98.67%	98,572	15.46	167,661	19.45	228,236	27.22
ธุรกิจสนับสนุนการผลิต								
• ฉีดชิ้นส่วนพลาสติก/ยาง/แม่พิมพ์	PTX	99.11%	106,185	16.66	124,629	14.45	134,623	16.06
• ผลิตเชิงอุตสาหกรรมและตาไก่	PEI	81.68%	27,604	4.33	40,164	4.66	-	-
• ผลิตและรับจ้างย้อมผ้า	EXACT Q	100%	-	-	-	-	24,921	2.97
รวมรายได้จากการขายและรับจ้างผลิต			607,440	95.28	759,088	88.04	756,833	90.28
b) รายได้ทางการเงิน			-	-	-	-	498	0.06
c) เงินปันผลรับ			50	0.01	51	0.01	41	0.00
d) กำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์			1,765	0.28	491	0.06	18,314	2.18
e) รายได้อื่น			28,249	4.43	102,573	11.90	62,674	7.48
รวมรายได้			637,504	100%	862,203	100%	838,361	100%

โครงสร้างกำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น ของส่วนงานของกลุ่มบริษัท ตามงบการเงินรวม สำหรับ 3 ปี ที่ผ่านมา

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น ของบริษัท (a)	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
			พันบาท	%	พันบาท	%	พันบาท	%
<b>กำไร(ขาดทุน) ขั้นต้น</b>								
ธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่นและลงทุนธุรกิจใหม่	PAF	-	4,391	16.35	(2,160)	(9.46)	(8,279)	(65.10)
ธุรกิจผลิตรองเท้า กระเป๋า	WBLP	100%	7,353	12.04	8,414	15.74	2,938	5.68
ธุรกิจผลิตพื้นรองเท้า ชิ้นส่วนรองเท้า								
● ผลิตพื้นรองเท้า ชิ้นส่วนทำจากยาง	AVF	84.25%	73,514	25.60	85,130	24.29	72,223	23.71
● ผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วน	MTC	98.67%	(39,792)	(40.37)	(49,692)	(29.64)	(29,117)	(12.76)
ธุรกิจสนับสนุนการผลิต								
● จี๊ดชิ้นส่วนพลาสติก/ยาง/แม่พิมพ์	PTX	99.11%	23,881	22.49	22,365	17.95	21,989	16.33
● ผลิตเชิงอุตสาหกรรมและตาไก่	PEI	81.68%	8,052	29.17	10,154	25.38	-	-
● ผลิตและรับจ้างย้อมผ้า	EXACT Q	100%	-	-	-	-	(2,552)	(10.24)
<b>รวมกำไรขั้นต้น</b>			<b>77,399</b>	<b>12.74</b>	<b>74,212</b>	<b>9.78</b>	<b>57,202</b>	<b>7.56</b>

หมายเหตุ : (a) หมายถึง % การถือหุ้นของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม

PAF : บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวร์ จำกัด (มหาชน)

WBLP : บริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด

MTC : บริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเน้นท์ จำกัด

PEI : บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด

AVF : บริษัท แอดวานเทจ ฟู้ดแวร์ จำกัด

PTX : บริษัท พอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด

EXACT Q : บริษัท เอ็กแซ็ค คิว จำกัด

สำหรับการประกอบธุรกิจ ประจำปี 2563 ของ บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน) [PAF]

บริษัท ปรับโครงสร้างธุรกิจจากการผลิตรองเท้าเป็น Holding Company ในปี 2556 โดยมี บริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด เป็นบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลัก ผลิตและรับจ้างผลิตรองเท้า กระเป๋า ฯลฯ โดยบริษัทฯ ประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

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

บริษัทย่อยที่ยังดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน จำนวน 5 บริษัท รวมมูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 168.008 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 และอื่นๆ มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2563 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 และชิ้นส่วนต่าง ๆ ของรองเท้า มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 20.333 ล้านบาท

3. บริษัท พอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด [PTX] จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2532 ประกอบธุรกิจ ผลิตและรับจ้างผลิตฉีดพลาสติกขึ้นรูปทุกชนิด จดทะเบียนควบรวมบริษัท ระหว่างบริษัท อากาศ 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 2563 จำนวน 72.605 ล้านบาท

4. บริษัท แอดแวนเทจ ฟู้ดแวย์ จำกัด [AVF] จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2531 ประกอบธุรกิจ ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้าที่ทำจากยาง มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 63.548 ล้านบาท

5. บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด [PEI] จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2535 ประกอบธุรกิจ ผลิตเชิงอุตสาหกรรม ดาโก้ (ชิ้นส่วนรองเท้า) รับจ้างติดตั้งและซ่อมแอร์ บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด เปลี่ยนสถานะจากบริษัทร่วมเป็นบริษัทย่อยในเดือน กุมภาพันธ์ 2562 และในปี 2563 บริษัทถือหุ้นทางตรงร้อยละ 32.30 โดยรับโอนหุ้น จากบริษัท ฟู้ดแวย์เทค 1530 จำกัด (บริษัทย่อย) จดทะเบียนเลิกและแบ่งทรัพย์สินคืนให้ผู้ถือหุ้น และถือหุ้นทางอ้อม โดยบริษัทย่อย 3 แห่ง สัดส่วนถือหุ้นร้อยละ 81.68 มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 11.522 ล้านบาท

ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีบริษัทย่อยที่หยุดดำเนินการ จำนวน 5 บริษัท

มูลค่าเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 1,559.668 ล้านบาท บริษัทฯ ได้บันทึกด้อยค่าเงินลงทุนทั้งจำนวนแล้ว มีรายละเอียดดังนี้

บริษัทย่อย	สัดส่วนเงินลงทุนร้อยละ	ทุนเรียกชำระแล้ว	จำนวนเงิน(บาท)		
			ราคาทุน	ค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุน	มูลค่าสุทธิ
1.บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลควิรตี้ ฟู้ดแวร์ จำกัด	100	350,000,000	349.999	(349.999)	--
2.บริษัท พิมายฟู้ดแวร์ จำกัด (จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2561)	100	100,000,000	115.969	(115.969)	--
3.บริษัท กบินทร์บุรี แพนเอเชีย ฟู้ดแวร์ จำกัด (จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2562)	100	350,000,000	443.523	(443.523)	--
4.บริษัท เอ็กซ์เซลเด็นท์รับเบอร์ จำกัด (จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2563)	100	370,000,000	385.887	(385.887)	--
5. บริษัท อินโนเวชั่น นครหลวง ฟู้ดแวร์ จำกัด (จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2561)	96	350,150,000	264.290	(264.290)	--
รวมมูลค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อยหยุดดำเนินการ			1,559.668	(1,559.668)	

มีบริษัทร่วม ที่ยังดำเนินงาน คือ บริษัท พี เอ แคปปิตอล จำกัด

**บริษัท พี เอ แคปปิตอล จำกัด** สถานที่ตั้ง 91/8 หมู่ที่ 1 ตำบลละหาร อำเภอลวกแดง จังหวัดระยอง ประกอบธุรกิจ ขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะสถานี ปัม ณ 31 ธันวาคม 2563 มูลค่าเงินลงทุน จำนวน 376.157 ล้านบาท บริษัทรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนทั้งจำนวนแล้ว

ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทร่วมที่หยุดดำเนินการ จำนวน 3 บริษัท มูลค่าเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 28.699 ล้านบาท บริษัทรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนทั้งจำนวนแล้ว มีรายละเอียดดังนี้

1.บริษัท หนองจางรับเบอร์ จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 11.999 ล้านบาท
2.บริษัท อุทัย บางกอกรับเบอร์ จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 8.999 ล้านบาท
3.บริษัท พี.แอล.จอห์น อินดัสทรีส์ จำกัด	มูลค่าเงินลงทุน 7.700 ล้านบาท

## ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ โดย บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน)



## วิสัยทัศน์ (Vision)

- เราจะเป็นแหล่งอาหารด้านเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ของโลก

## พันธกิจ (Mission)

- มุ่งมั่นผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและอินทรีย์ให้ได้ตามมาตรฐานสากล
- มุ่งมั่นส่งเสริมพัฒนาเครือข่ายเกษตรปลอดภัยและอินทรีย์เพื่อให้มีผลผลิตเพียงพอต่อความต้องการของตลาด
- สร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร โดยการแปรรูป
- 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 โดยเน้นสร้างบริการที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ใส่ใจสุขภาพ แต่ไม่มีเวลาในการเลือกซื้อสินค้า และต้องการความสะดวกสบาย เช่น สั่งซื้อสินค้าสินค้าออนไลน์ Facebook Line Instagram และ บริการจัดส่งผลผลิตสดจากฟาร์มให้ถึงบ้านหรือที่ทำงานให้กับลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิก เพื่อเพิ่มโอกาสในการกระจายสินค้า



- กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

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

โดย WB ORGANIC Farm เปิดโอกาสให้เข้ามาเยี่ยมชมฟาร์มเพื่อศึกษาการทำเกษตรอินทรีย์โดยการถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นเกษตรอินทรีย์ที่พัฒนาในทุกกระบวนการผลิต ตั้งแต่คัดเลือกเมล็ดพันธุ์ การเตรียมดิน น้ำ ปักชำการผลิต การป้องกันศัตรูพืชด้วยวิธีทางธรรมชาติ การเก็บเกี่ยว จนถึงขั้นตอนการส่งมอบให้ลูกค้า เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจและเห็นถึงคุณค่าของสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากผู้บริโภคยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์อยู่มาก สาเหตุมาจากการทำการตลาดขาดความชัดเจนในการสร้างคุณค่าตามหลักการเกษตรอินทรีย์เพื่อให้แตกต่างจากผลผลิตปลอดสารพิษ

- กลยุทธ์ระดับหน้าที่

เป็นการจัดสรรทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดด้วยการสร้างความเกี่ยวเนื่องให้แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความร่วมมือให้บรรดาเป้าหมายหลักที่ตั้งไว้ ทุกฝ่ายต้องสนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อให้สามารถดำเนินไปในทิศทางที่ต้องการได้ อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงและสร้างรายได้ให้ประชาชนในพื้นที่



### เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

- ผลิตและจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ WB ORGANIC Farm

WB ORGANIC Farm มีความหมายดังนี้

- **WB** ย่อมาจาก “World Best” หมายถึง ดีที่สุดในโลก
- **Organic Farm** หมายถึง การทำฟาร์ม ในรูปแบบการดำเนินงาน

ของบริษัท ตามหลักการแบบเกษตรอินทรีย์

**WB ORGANIC Farm** จึงต้องการสื่อให้เห็นถึงการทำฟาร์มเกษตรอินทรีย์ที่ดีที่สุดในโลก

เพื่อให้สอดคล้องกับ Vision ของบริษัท

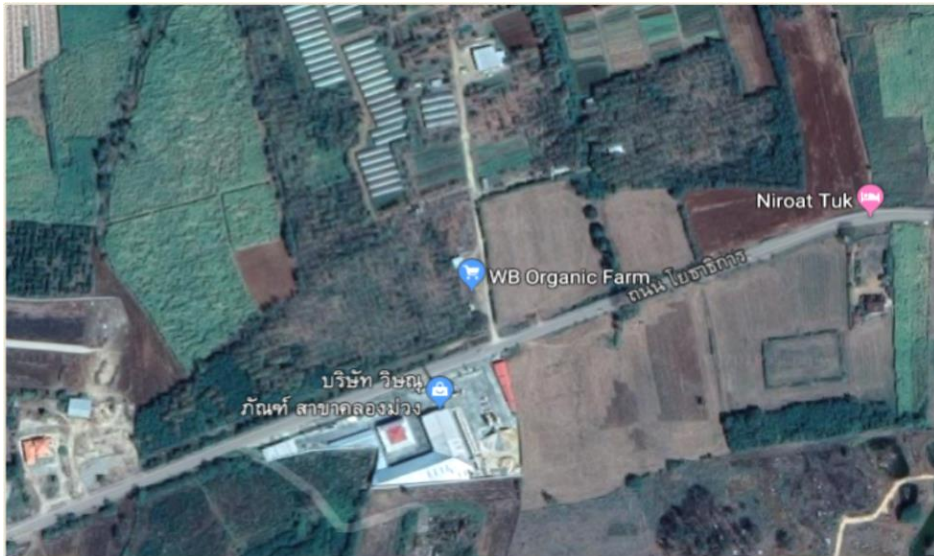
“เราจะเป็นแหล่งอาหารด้านเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ของโลก”

**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

<p>1. มาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ที่ได้รับการรับรองจาก กรมวิชาการเกษตร Organic Thailand</p>	
<p>2. มาตรฐานเกษตรปลอดภัย GAP (Good Agricultural Practice) จากกรมวิชาการเกษตร</p>	
<p>3. มาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) 4. มาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)</p>	
<p>5. มาตรฐาน IFOAM จากสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements)</p>	

## 2.1 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 โดยมีมาตรฐานการผลิตและการตรวจสอบรับรองจากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ กรมวิชาการเกษตร และหน่วยงานระดับสากลเช่น IFOAM เป็นต้น

### ประเภทผลผลิตเกษตรอินทรีย์

ผักสลัด	เบบี้คอส เรดโครลด เรดโอ๊ค กรีนโอ๊ค คอสเขียว บัตเตอร์เฮด พิลเลย์ สลัดแก้ว เบบี้เรดโครลด ไวด์ ร็อกเก็ต เป็นต้น
ผักใบ	ปรังญี่ปุ่น ผักบุ้งจีน ผักกาดหอมเขียว กวางตุ้งฮ่องเต้ กวางตุ้งต้น คะน้าต้น คะน้ายอด คะน้าฮ่องกง โหระพา โขมแดง เบบี้ผักนอย สวิสชาร์ด จิงจูฉ่าย ผักกาดขาวปลี ปวยเล้ง เป็นต้น
ผักสมุนไพร	กระเพรา คื่นช่าย ตะไคร้ ผักชีไทย พริกขี้หนูสวน พริกจินดา มัน โรสแมรี่ ต้นหอม เป็นต้น
ผักผล	มะเขือยาว กระเจียบ ข้าวโพดหวาน บวบเหลี่ยม พักทอง มะเขือเทศเชอร์รี่ มะเขือเทศเนื้อ เป็นต้น
ผักหัว	เบบี้แครอท แครอท ไซเท้า กะหล่ำดอก กะหล่ำปลี แรดิช บีทรูท เป็นต้น

### ผลผลิต

ชนิดผัก	จำนวนผัก ที่ปลูก(ชนิด)	ผลผลิต (ตัน)					
		ปี 2563	%	ปี 2562	%	ปี 2561	%
ผักสลัด	11	43.87	30.40	107.09	51.51	71.87	59.08
ผักสมุนไพร	9	3.60	2.49	5.42	2.61	3.69	3.04
ผักใบ	14	54.16	37.51	49.63	23.87	25.94	21.32
ผักผล	7	6.28	4.35	16.26	7.82	11.62	9.55
ผักหัว	8	25.67	17.79	10.89	5.24	7.75	6.37
หน่อไม้ฝรั่ง	1	10.76	7.46	18.61	8.95	0.79	0.65
รวม	50	144.34	100.00	207.90	100.00	121.64	100.00

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

- ในปี 2563 บริษัทมีนโยบายในการรักษาสถานลูกค้าเก่า และหาลูกค้าในตลาดใหม่ ทั้งในและต่างประเทศ โดยนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ สด ใหม่ เป็นสินค้าปลอดภัยและสินค้าอินทรีย์ 100% รวมถึงการให้บริการที่ดี การส่งสินค้าตรงตามที่กำหนด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด รวมทั้งพยายามที่จะแปรรูปสินค้าใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และเพิ่มฐานรายได้ของบริษัท

- ลักษณะลูกค้า และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้า	ลักษณะลูกค้า
Modern Trade	กลุ่มลูกค้าธุรกิจที่จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค ตามห้างสรรพสินค้า
Export	กลุ่มลูกค้าธุรกิจที่ส่งออกสินค้าเกษตร
Event	กลุ่มลูกค้ารักสุขภาพ โดยมุ่งจัดหาพื้นที่ขายสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
Delivery	กลุ่มลูกค้าทั่วไป ที่มีความต้องการให้จัดส่ง ไม่นิยมเดินเลือกซื้อสินค้า

- การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่าย จะจำหน่ายทั้ง Offline และ Online

#### 1 ช่องทางการจำหน่าย Offline

- จัดกิจกรรมเดิน Troop ไปตามสถานที่ต่าง ๆ พร้อมให้ลูกค้าทดลองชิม
- แจกโบรชัวร์สินค้า โดยสามารถเข้าถึงเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า
- กำหนดพื้นที่สำหรับทำกิจกรรม เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม
- WB Organic Mobile







สถานที่จัดจำหน่ายของเรา  
**LOCATE STORE**  
**Organic แท้ 100%**



**9** สาขา

สยาม พารากอน  
 ดี เอ็มพรีเมียม  
 ดี เอ็มคาวเทียร์  
 เดอะมอลล์ ท่าพระ  
 เดอะมอลล์ บางแค  
 เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน  
 เดอะมอลล์ บางกะปิ  
 MRT ลาดพร้าว  
 ดีไซน์วิลเลจ พุทธมณฑล



**9** สาขา

เซ็นทรัลเวิลด์  
 เซ็นทรัล ชิดลม  
 เซ็นทรัล แจ้งวัฒนะ  
 เซ็นทรัล นครราชสีมา  
 เซ็นทรัล ระยอง  
 เซ็นทรัล ชลบุรี  
 เซ็นทรัล พัทยาบีช  
 บ้านเอนด์บียอนด์ (พัทยาใต้)  
 โรบินสัน ศรีราชา



**FOODLAND**  
 Supermarket Co., Ltd.  
 Open 24 Hours



**AEON MaxValu**

๒ ช่องทางการจำหน่าย Online



Fanpage Facebook : WBOrganicFarm



Line @ : @wborganicfarm



Instagram : wborganic

ตัวอย่าง : การทำ Content ให้ความรู้กับผู้บริโภคผ่านช่องทาง Online



• สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มลูกค้า	ปี 2563			ปี 2562			ปี 2561		
	จำนวน (ราย)	ล้าน บาท	%	จำนวน (ราย)	ล้าน บาท	%	จำนวน (ราย)	ล้าน บาท	%
Modern Trade	23	12.61	46.83	24	14.82	60.35	22	10.27	80.07
Export	1	10.50	39.01	1	6.27	25.54	1	0.22	1.71
Event	25	1.27	4.71	18	1.75	7.13	1	0.89	6.95
Delivery	143	2.55	9.45	64	1.72	6.98	33	1.45	11.27
รวมทั้งสิ้น	192	26.93	100.00	107	24.56	100.00	71	12.83	100.00

หมายเหตุ : ส่งออกสินค้าเกษตรไปประเทศญี่ปุ่น

## ข) สภาพการแข่งขัน

- สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมในปีที่ผ่านมา

ในปี 2563 การแข่งขันในอุตสาหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจาก ราคาผักเกษตรอินทรีย์แท้ 100% ราคาจะสูงกว่าผักเกษตรปลอดภัย และผักที่ปลูกด้วยการผ่านกระบวนการสารเคมี และสืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้เกิดผลกระทบในการกระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ไปยังกลุ่มผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ บริษัทจึงใช้ช่องทาง Online และช่องทาง Delivery ส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าโดยตรง โดยลูกค้าสามารถเข้าเลือกสินค้าผ่านช่องทาง Online

- แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ เป็นสินค้าที่มีปริมาณ Demand มากกว่า Supply 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 และยังขยายครอบคลุมไปถึงคนรุ่นใหม่ que เริ่มให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น ด้วยการหาข้อมูลผ่าน Social Media ถึงผลิตภัณฑ์ที่สนใจ ใส่ใจคุณค่าทางโภชนาการ ไปจนถึงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ชีวิตให้มีคุณภาพมากขึ้น แต่อย่างไรก็ดี มีผู้บริโภคบางกลุ่มยังไม่ได้ให้คุณค่ากับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากยังขาดความรู้ความเข้าใจในความแตกต่างของกระบวนการผลิต จึงไม่เห็นความจำเป็นในการบริโภคเกษตรอินทรีย์ ยังคงบริโภคผลผลิตที่มีรสชาติหรือสารอาหารใกล้เคียงกันราคาถูกกว่า จึงต้องใช้เวลาอีกนานกว่าจะเห็นความเปลี่ยนแปลงให้หันกลับมาบริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์



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 , IFOAM ทำให้ผลิตภัณฑ์น่าเชื่อถือ ปลอดภัยจากสารเคมีในทุกกระบวนการผลิต
- (3) มีช่องทางติดต่อสื่อสารและจัดจำหน่าย ผ่านทาง Facebook , Instagram , Line เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าตาม Modern Trade และ EVENT
- (4) ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในตระกูลผักสลัด ซึ่งโดดเด่นกว่าคู่แข่ง ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ ที่มีผลผลิตตระกูลผักสลัดออกอย่างสม่ำเสมอ

จุดอ่อน

แบรนด์ WB ORGANIC Farm ยังไม่รู้จักในตลาดอย่างกว้างขวาง

**2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ****ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์**

WB ORGANIC Farm ได้มีการจัดการระบบนิเวศภายในฟาร์ม โดยเน้นการปรับปรุงดิน หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ยสารกำจัดศัตรูพืช โดยการประยุกต์ใช้ธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิตและพัฒนาความต้านทานโรคของพืช มีกระบวนการจัดการดังนี้

1. การปรับสภาพดินและการบำรุงดิน ใช้วิธีการปลูกพืชหลายชนิดหมุนเวียนกัน
2. การใช้ปุ๋ยหมัก ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ที่ผลิตเองในการดูแลพืชบำรุงดิน จะมีส่วนผสมของขี้วัว ขี้ไก่ เศษพืช ฯลฯ แล้วให้น้ำทั้งหมดมาสับผสมเข้าด้วยกัน ปุ๋ยหมักที่ผลิตได้จะใช้ใส่ในช่วงเตรียมดิน ใช้รองก้นหลุม ส่วนปุ๋ยที่ใช้ฉีดพ่นจะเป็นน้ำหมักที่ผลิตเอง ไม่ว่าจะเป็นฮอร์โมนนม สอร์โมนไข่ หรือน้ำหมักปลา
3. การจัดการน้ำ ระบบการใช้น้ำภายในฟาร์มจะขึ้นอยู่กับชนิดของพืช เนื่องจากการทำเกษตรแบบผสมผสาน จึงมีพืชหลากหลายชนิด แต่ละชนิดมีความต้องการในการดูแลรักษาแตกต่างกัน การจัดการน้ำจะใช้วิธีการวางระบบท่อใต้ดินแล้วเปลี่ยนหัวฉีดให้สอดคล้องกับความเหมาะสมของพืชในบริเวณนั้น เช่น ระบบน้ำหยด และระบบสปริงเกอร์ เป็นต้น เพื่อช่วยประหยัดเวลาและแรงงาน
4. การจัดการวัชพืช ฟาร์มเลือกกำจัดวัชพืชเท่าที่จำเป็นด้วยการใช้แรงงานคนและใช้วัชศุทธรมชาติ เช่น ฟาง มาคลุมบริเวณหน้าดิน และใช้ไม้ไผ่ท่อนตายหยากเป็นขำมาแมลง โดยใช้วิธีการต่าง ๆ 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 ไปจนถึงทีมตัดแต่งแล้วบรรจุใส่หีบห่อ

### รูปโรงเรือนปลูกพืช/ผักเกษตรอินทรีย์



### รูปภาพ : ปลูกแบบกลางแจ้ง





#### กำลังการผลิตรวม

	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
กำลังการผลิต ( กิโลกรัม )	200,750	297,036	248,891
ปริมาณการผลิตจริง ( กิโลกรัม )	144,330	207,903	121,643
อัตราการใช้กำลังการผลิต ( ร้อยละ )	71.90	70.00	48.87

#### จัดหาผลผลิตจากฟาร์มเครือข่าย

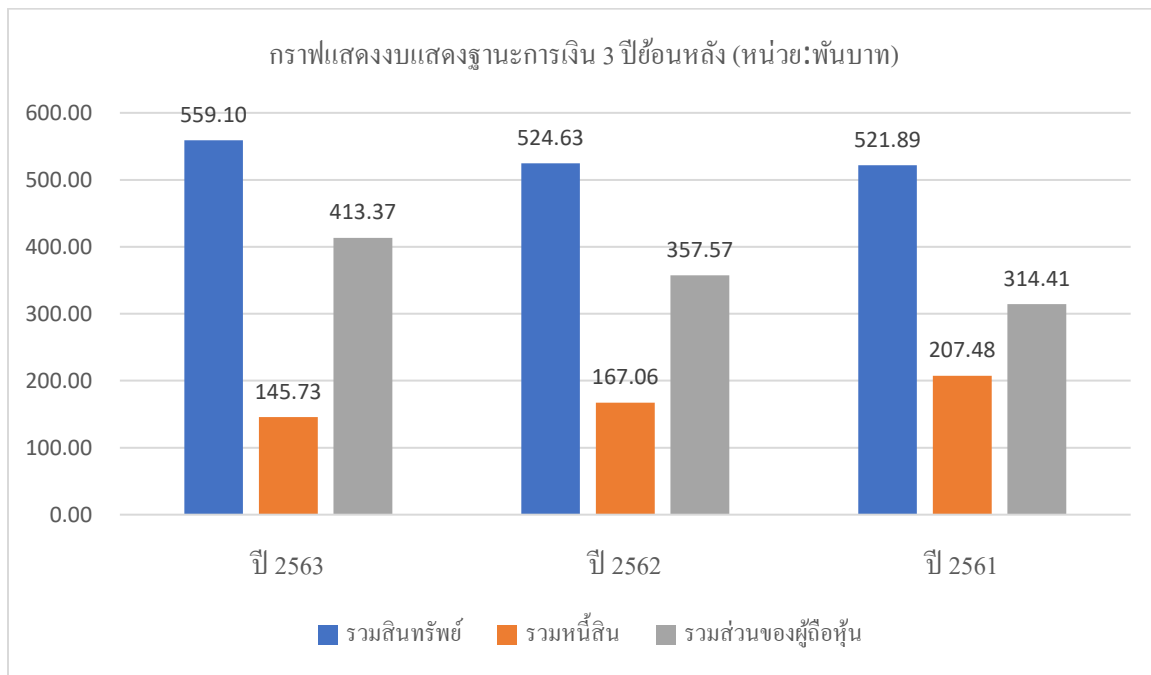
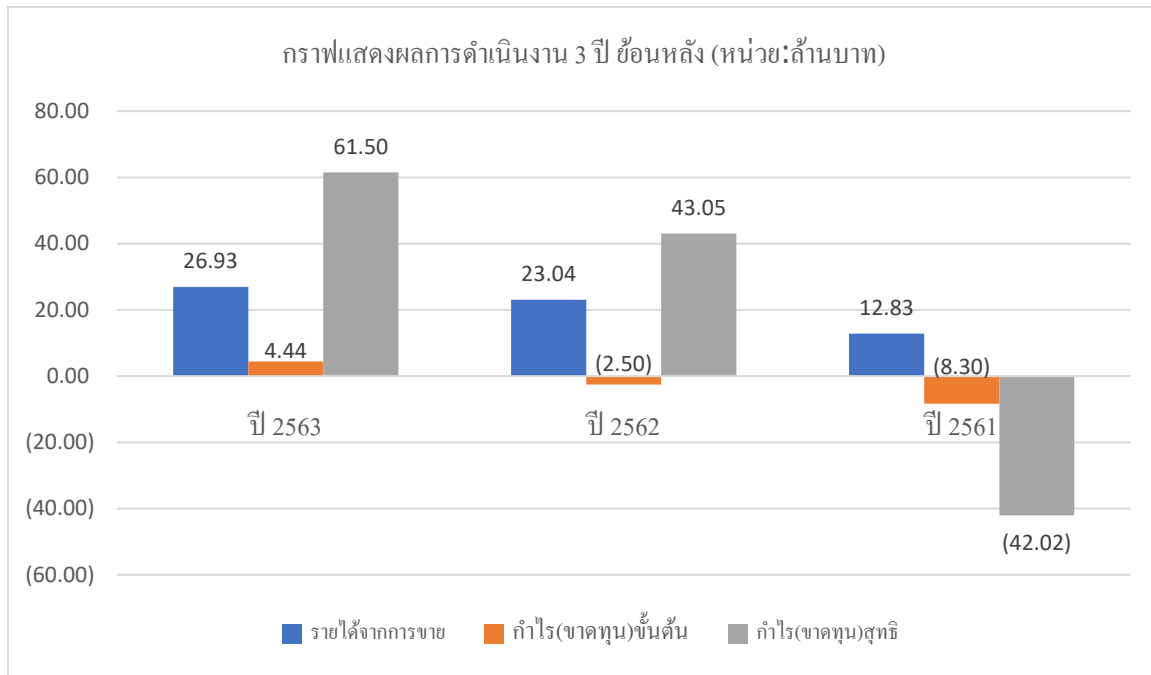
	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
จำนวนฟาร์มเครือข่าย (ราย)	123	57	26
ปริมาณ (กิโลกรัม)	123,674	84,819	34,479

- การจัดหาวัตถุดิบ แหล่งจำหน่ายวัตถุดิบในประเทศ 100% เป็นวัตถุดิบประเภท เมล็ดพันธุ์ และ ปัจจัยการผลิต ได้แก่ ปุ๋ยอินทรีย์ และ ฟาง เป็นต้น

#### ข) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

- เกษตรอินทรีย์นั้นคือการปลูกพืชให้เป็นไปตามระบบนิเวศ ปราศจากสารเคมีหรือสิ่งแปลกปลอมที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ใช้สารเคมีในการป้องกันวัชพืชและแมลงศัตรูพืช ไม่ใช้ฮอร์โมนกระตุ้นการเจริญเติบโตของพืชและสัตว์ รวมถึงการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ประโยชน์ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม คือ ช่วยสร้างสมดุลของทรัพยากรในระบบนิเวศโดยรอบ ช่วยสร้างความหลากหลายของชนิดทรัพยากรในพื้นที่โดยรอบแปลงเกษตร และไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนของสารเคมีในดิน น้ำ และพืช เกิดจิตสำนึก รู้เห็นคุณค่าของทรัพยากรในธรรมชาติมากขึ้น

#### 2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบ - ไม่มี -



**ธุรกิจการผลิตและจำหน่ายรองเท้าและกระเป๋า  
โดย บริษัท ดับเบิลยู บีแอลพี จำกัด “WBLP”**



**วิสัยทัศน์ (Vision)**

- เราจะเป็นผู้ผลิต จำหน่ายรองเท้า กระเป๋าเพื่อสุขภาพที่ดีที่สุด

**พันธกิจ (Mission)**

- ออกแบบให้ทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาดและผู้บริโภค
- ผลิตสินค้าให้มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของตลาด
- ทำสินค้าตัวอย่างได้รวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- ผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด
- ขยายช่องทางการขายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ
- สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการเพิ่มนวัตกรรมให้กับสินค้า
- พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถที่หลากหลาย
- เพิ่มช่องทางการขายให้เข้าถึงสินค้าได้ง่าย
- มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จของธุรกิจและเติบโตคู่กับการดูแลรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

**เป้าหมาย (Goal)**

1. เติบโตแบบยั่งยืน ด้วยผลิตภัณฑ์แบรนด์ Daybreak
2. ผลิตและรับจ้างผลิต จะเติบโตจากฐานลูกค้ารายเก่า และขยายช่องทางเพิ่มยอดขายลูกค้ารายใหม่



## เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจผลิตรองเท้า กระเป๋า และอื่น ๆ ในปี 2563 บริษัทมีเป้าหมายในการผลิตและรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ลูกค้าเป็นหลัก แต่เนื่องจากบริษัทได้รับคำสั่งซื้อลดน้อยลงอย่างเป็นนัยสำคัญ โดยเฉพาะลูกค้ารายใหญ่ ทำให้ผลการดำเนินงานไม่ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งประมาณการไว้ในด้านรายได้ ทั้งนี้ บริษัทยังคงดำเนินการตามนโยบายการเพิ่ม Order ที่ตั้งเป้าหมายไว้ในปี 2563 โดยเปลี่ยนจากการผลิตและรับจ้างผลิตแบรนด์ของลูกค้า เป็นขยายตลาดจากการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใน Brand “Daybreak” ซึ่งเป็น Brand ของบริษัทเอง แต่เนื่องจากเป็น Brand ใหม่ อีกทั้งยังมีคู่แข่งจำนวนมาก ทำให้ยังไม่บรรลุผลในการเพิ่มยอดขาย Brand Daybreak

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ดับเบิลยูบีแอลพี จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตรองเท้าและกระเป๋า ภายใต้แบรนด์ “Daybreak” ตั้งอยู่ที่สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ด.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี บริษัทฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เน้นการพัฒนาการออกแบบ และ นวัตกรรมใหม่ ๆ โดยมุ่งเน้นสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์และสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังรับจ้างผลิตรองเท้า กระเป๋า และอื่น ๆ ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งมีหลากหลายแบรนด์

จากผู้ผลิตรองเท้าและกระเป๋าให้กับแบรนด์ชั้นนำระดับโลก เช่น Nike K-Swiss Hummel North Face , Camper , Sangacio และแบรนด์อื่น ๆ อีกมากมาย ผู้การเป็นเจ้าของธุรกิจ Retail ด้วยการสร้างแบรนด์ขึ้นภายใต้ชื่อ Daybreak ในสโลแกนที่ว่า เบบี้ สบาย ต้องใส่ Daybreak

การออกแบบและการพัฒนา เรามุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รองเท้าใน Style Walk & Run อย่างเข้าใจ ทุกการใช้ชีวิตเพื่อตอบสนองทุก Lifestyle ทั้งด้านแฟชั่น กีฬา การทำงาน และการท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในสินค้าของเรา ซึ่งเราพิถีพิถันใส่ใจตั้งแต่กระบวนการสร้างแนวคิด กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีจุดเด่น ไม่เหมือนใคร อีกทั้งยังเน้นพัฒนาคุณภาพ ใส่ใจในทุกขั้นตอนการผลิต จนกระทั่งสินค้าออกสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพ

Daybreak เชื่อมั่นว่าเราจะก้าวไปพร้อมเคียงข้างผู้บริโภคทุกท่าน เพื่อสร้างความมั่นใจ Daybreak สามารถตอบโจทย์รูปแบบการใช้ชีวิตของคุณทุกย่างก้าว

### ประเภทของผลิตภัณฑ์

- Walk & Run Shoes
- Healthy Shoes
- Football & Futsal Boot
- Lifestyle Shoes
- Sandal
- Bags

รูปภาพ ประเภทผลิตภัณฑ์

• **Walk & Run Shoes**

 **DAYBREAK**  
OFFICIAL STORE



 **DAYBREAK**  
OFFICIAL STORE



 **DAYBREAK**  
OFFICIAL STORE



• **Healthy Shoes**



• **Football & Futsal Boot**



DAYBREAK  
OFFICIAL STORE



DAYBREAK  
OFFICIAL STORE



DAYBREAK  
OFFICIAL STORE



### • Lifestyle Shoes

DAYBREAK  
OFFICIAL STORE



DAYBREAK  
OFFICIAL STORE



DAYBREAK  
OFFICIAL STORE



### • Sandal

DAYBREAK  
OFFICIAL STORE



DAYBREAK  
OFFICIAL STORE



DAYBREAK  
OFFICIAL STORE







• Bags



## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

ในปี 2563 บริษัทยังคงใช้กลยุทธ์การให้ความสำคัญในการรักษฐานลูกค้าเก่า และหาลูกค้าในตลาดใหม่ ในส่วนของการหา Order จากผลิตและรับจ้างผลิตแบรนด์ลูกค้า โดยมุ่งเน้นผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การให้บริการที่ดี รวมถึงส่งสินค้าตามที่ลูกค้ากำหนด เพื่อให้ลูกค้าพอใจสูงสุด

ใน Brand “Daybreak” มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ ออกแบบหลากหลาย ผสมผสานกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ และขยายตลาดไปในงานแสดงและจัดจำหน่ายสินค้า และมุ่งเน้นหาตัวแทนจำหน่ายสินค้า อีกทั้งยังพัฒนาในการขายสินค้าผ่านทาง Online เนื่องจากในปี 2563 เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลทำให้เป้าหมายยอดขายไม่เป็นไปตามแผนที่ตั้งไว้ เนื่องจากไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในสถานที่จัดงาน EVENT ต่าง ๆ จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลทำให้เราทำการตลาดเชิงรุก โดยรับจ้างผลิตหน้ากาอนามัย (ผ้าปิดจมูก) ส่งมอบให้กับบริษัทต่าง ๆ ทั้งในเครือสหพัฒน์ และลูกค้าภายนอก

- ลักษณะลูกค้า และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

OEM : การรับจ้างผลิตสินค้าให้แบรนด์ต่าง ๆ ตามแบบที่ลูกค้าต้องการ

ODM : รับจ้างผลิตสินค้าและ ออกแบบสินค้าให้กับลูกค้า

OBM : ผลิตสินค้าแบรนด์ตัวเอง

- การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

#### ① ช่องทางจำหน่ายสินค้า Offline

- ร้านค้าที่จัดจำหน่ายหลัก 2 แห่ง ได้แก่

- |                        |               |
|------------------------|---------------|
| 1. Shop J-Park ศรีราชา | จังหวัดชลบุรี |
| 2. WB Shop & Cafe      | จังหวัดชลบุรี |

- มีร้านค้าที่ฝากขายสินค้า 5 แห่ง คือ

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| 1. Outlet His&Her             | I.C.C International PLC. จังหวัดกรุงเทพฯ |
| 2. บจ.กบินทร์พัฒนกิจ          | สาขาศรีราชา จังหวัดชลบุรี                |
|                               | สาขากบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี        |
|                               | สาขาลำพูน จังหวัดลำพูน                   |
|                               | สาขาแม่สอด จังหวัดแม่ฮ่องสอน             |
|                               | สาขาน้ำโพธิ์ จังหวัดตะขังเทรา            |
|                               | สาขาระยอง จังหวัดระยอง                   |
| 3. ศูนย์การค้า THE HUB-รังสิต | จังหวัดปทุมธานี                          |
| 4. บจ.เอทีเคมอลล์             | สาขายุทธยา จังหวัดอยุธยา                 |

สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

5 บจ.อินเตอร์เซ้าท์

สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

- จัดแสดงสินค้า ROAD SHOW ตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และ ภาคเอกชน เพื่อให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

## ② ช่องทางการจำหน่าย Online

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

Twiter: daybreakth

Lazada: <https://www.lazada.co.th/shop/daybreak-1525416311>Shopee [https://shopee.co.th/daybreak\\_official](https://shopee.co.th/daybreak_official)

- สัดส่วนโครงสร้างรายได้ 3 ปีที่ผ่านมา

กลุ่มลูกค้า	ปี 2563			ปี 2562			ปี 2561		
	จำนวน (ราย)	ล้าน บาท	%	จำนวน (ราย)	ล้าน บาท	%	จำนวน (ราย)	ล้าน บาท	%
OEM	22	50.67	82.16	24	43.48	80.55	16	34.99	67.10
ODM	13	6.85	11.11	11	3.75	6.95	10	4.28	8.20
OBM	15	4.15	6.73	15	6.75	12.50	14	12.88	24.70
รวมทั้งสิ้น	50	61.67	100.00	50	53.98	100.00	40	52.15	100.00

### ก) สภาพการแข่งขัน

- สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมในปีที่ผ่านมา

การแข่งขันของตลาดรองเท้า บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรองเท้าระดับกลางถึงสูง ซึ่งเป็นสินค้าที่มีราคาปานกลาง และมีคุณภาพดี เครื่องหมายการค้ายังมีชื่อเสียงไม่มากนัก เน้นการมีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ คู่แข่งที่จะผลิตสินค้าและจำหน่ายเองมีน้อย

การแข่งขันของตลาดกระเป๋ 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 มีความยืดหยุ่นทางการรับ ORDER การออกแบบ และการเลือกวัตถุดิบ

- แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

## SWOT Analysis

### Strengths

มีความสามารถในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย  
ตอบสนองกลุ่มลูกค้าขนาดเล็ก หรือนักธุรกิจใหม่ได้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ  
สามารถผลิตสินค้า LOT เล็ก ได้และตอบสนองลูกค้าได้รวดเร็ว  
มีภาพลักษณ์ที่ดี มีประสบการณ์จากการผลิตสินค้าแบรนด์ระดับโลก  
สามารถออกแบบสินค้านำเสนอลูกค้า และสามารถร่วมออกแบบกับลูกค้าได้  
บุคลากรมีประสบการณ์ มีความชำนาญและสามารถทำงานแบบ Multi Skills ได้  
มีบริการหลังการขาย

### Weakness

การทำ Market Survey น้อย  
การโฆษณาสินค้า และช่องทางการจำหน่ายสินค้าไม่เพียงพอ  
หาวัตถุดิบในการผลิตยาก อำนาจต่อรองเรื่องวัตถุดิบมีน้อย  
คู่แข่งทางการตลาดมีมาก

### Opportunities

เป็นบริษัทในเครือสหพัฒน์  
เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนรักสุขภาพ  
ลูกค้ารายเล็กที่อยากเป็นเจ้าของแบรนด์ ซึ่งโรงงานใหญ่ไม่สามารถรับ order ได้มีมาก  
ตลาดมีความต้องการสินค้าที่หลากหลาย  
ตลาดมีความต้องการสินค้าที่แปลกใหม่ และมีนวัตกรรม  
มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นและรวดเร็ว

### Threats

การปรับค่าแรงที่เพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น  
ขาดแคลนแรงงาน  
มีคู่แข่งจำนวนมาก

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

ความผันผวนของค่าเงินและเศรษฐกิจ

การแข่งขันในตลาดรองเท้าและกระเป๋าในประเทศและต่างประเทศยังมีการแข่งขันค่อนข้างสูง บริษัทฯ เน้นการผลิตสินค้า โดยการออกแบบให้ลูกค้าเลือกหลากหลายแบบ มีแฟชั่น และเน้นคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน ราคาเหมาะสม

1) ด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรองเท้าและกระเป๋า ได้หลากหลายแบบ โดยเน้นด้านการออกแบบที่ทันสมัย และด้านคุณภาพของรองเท้าและกระเป๋าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ ซึ่งรวมถึง เครื่องจักร ระบบงาน ขั้นตอนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในราคาที่เหมาะสม และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ผลิตได้ครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นส่วนที่สำคัญในการผลิต เทคโนโลยีที่มีการผลิตที่ทันสมัย จึงสามารถควบคุมทุกกระบวนการ ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

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

3) ด้านการวิจัยและพัฒนา บริษัทฯ มีเทคโนโลยีในการวิจัยและพัฒนาการผลิต มีทีมงานพัฒนารูปแบบรองเท้าต้นแบบ โดยใช้คอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยในการออกแบบ

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

- จำนวนโรงงานและที่ตั้งของบริษัท

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

จำนวนพนักงาน ณ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 179 คน

อาคาร 1 หลัง ใช้พื้นที่ 7,776 ตรม.

- กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตรวม

รายการ	จำนวน (คู่)		
	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
<b>รองเท้า</b>			
กำลังการผลิต	72,000	60,000	60,000
ปริมาณการผลิต	64,468	53,572	53,814
อัตราการใช้กำลังการผลิต	89.53%	89.29%	89.69%
	<b>จำนวน (ใบ)</b>		
<b>กระเป๋า</b>			
กำลังการผลิต	228,000	144,000	144,000
ปริมาณการผลิต	218,803	122,939	82,088
อัตราการใช้กำลังการผลิต	95.61%	85.37%	57.01%

- การจัดหาวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

วัตถุดิบที่ใช้ผลิตส่วนบนของรองเท้า (UPPER) และพื้นรองเท้า (UNITSOLE) ซึ่งบริษัทมีแหล่งวัตถุดิบจากภายในประเทศ เป็นสัดส่วนร้อยละ 100

วัตถุดิบที่ใช้ผลิตส่วนพื้นรองเท้า ส่วนใหญ่ซื้อจากบริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี่ คอมโพเน้นท์ จำกัด และ บริษัท แอดเวนเทจ ฟู้ดแวร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย

วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิตกระเป๋ แหล่งวัตถุดิบ จากภายในประเทศ สัดส่วนร้อยละ 94.67

#### ข) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตหรือการจัดวัตถุดิบเหลือใช้

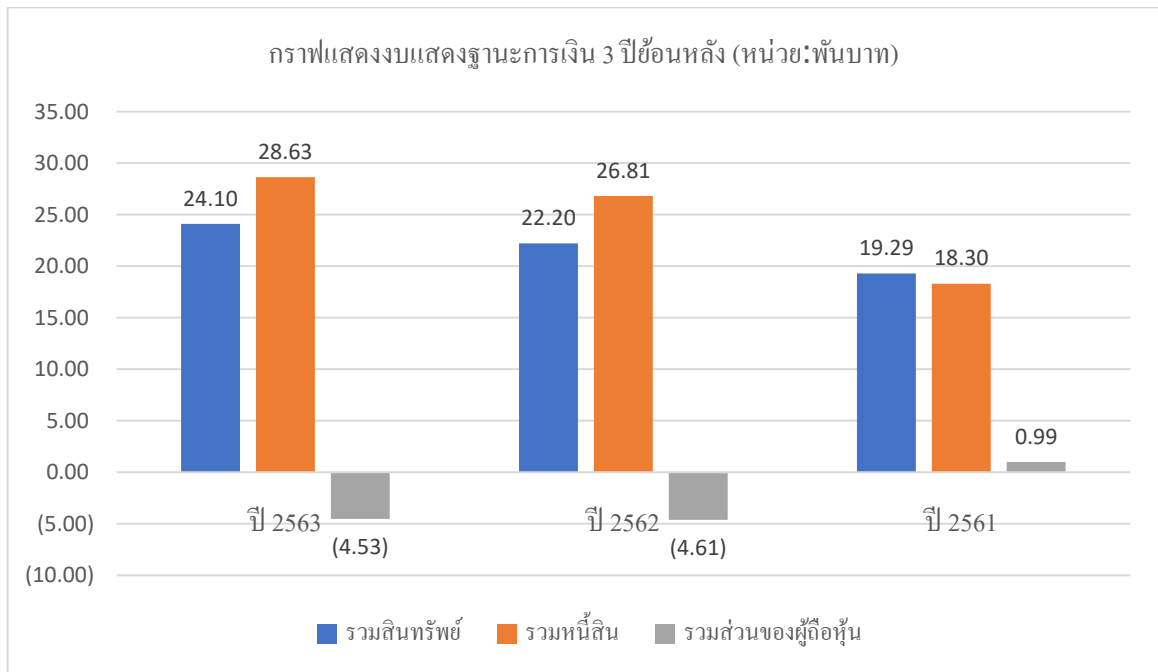
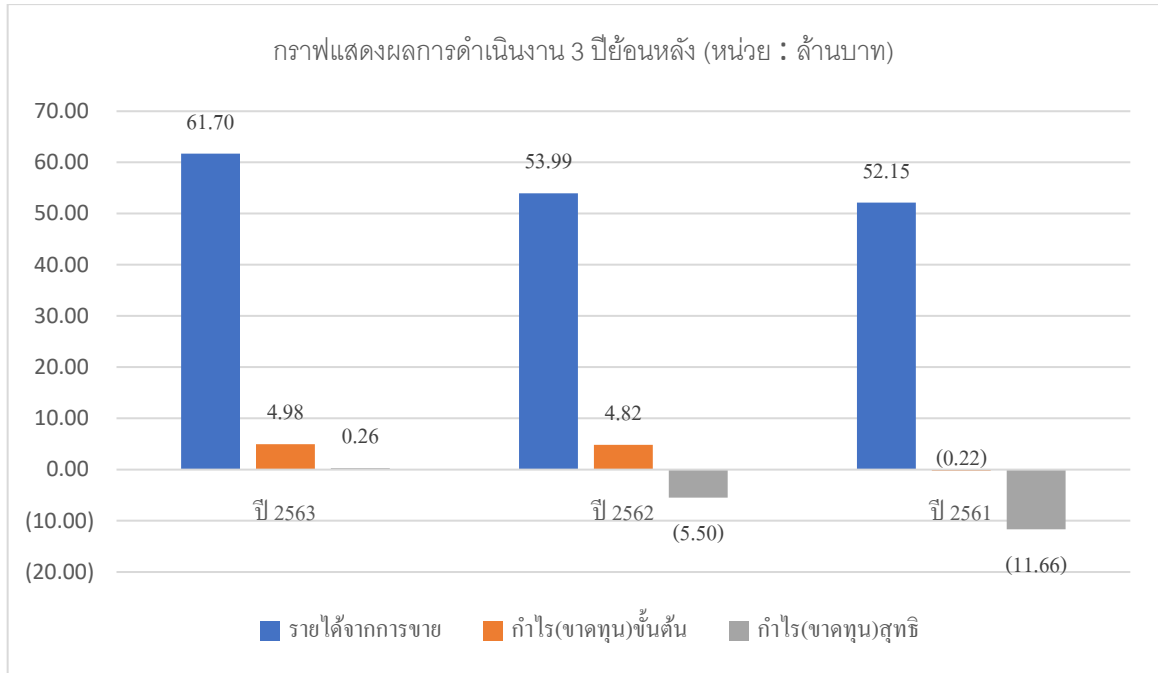
• ธุรกิจที่บริษัท ฯ ดำเนินการอยู่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยมาก อย่างไรก็ตามบริษัท ฯ มีการดำเนินการจัดการลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมโดยควบคุมการใช้วัตถุดิบและสารเคมีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีการจัดการเศษวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิตให้เกิดคุณค่าสูงสุดโดยนำไป REUSE นำกลับมาใช้ซ้ำ RECYCLE เพื่อนำไปแปรรูปเป็นวัตถุดิบอื่น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

การควบคุมโดยหน่วยงานรัฐบาล บริษัท ฯ มีการรายงานปริมาณการใช้และการครอบครองสารเคมีอันตรายที่ระบุตามข้อกำหนดของกฎหมาย รายงานผลการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน รายงานการตรวจสุขภาพพนักงานประจำปี รายงานปริมาณขยะและการขออนุญาตนำขยะออกนอกโรงงานทั้งขยะทั่วไปและขยะอันตราย ทั้งนี้บริษัทที่รับกำจัดขยะ ต้องได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งการจัดการด้านอนุรักษ์พลังงานภายในองค์กร

การดำเนินการของบริษัท เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัท ฯ 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

#### 2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบ - ไม่มี -



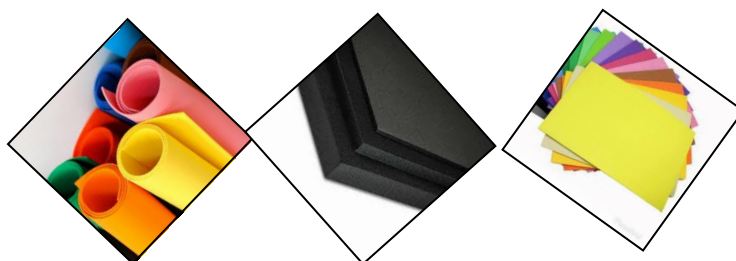


## ธุรกิจการผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วนรองเท้า

โดย บริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเน้นท์ จำกัด “MTC”

### 1. ลักษณะผลิตภัณฑ์

- ผู้ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้าชั้นกลางและชิ้นส่วนรองเท้า
- ผู้ผลิตและรับจ้างผลิตแผ่น EVA สำหรับธุรกิจกลุ่มรองเท้า กลุ่มปศุสัตว์ และกลุ่มเกษตรกรรม



### 2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

- กลยุทธ์การแข่งขัน
  - ราคา คุณภาพ และการส่งมอบ สามารถแข่งขันได้ทั้งตลาดในและต่างประเทศ
- ลักษณะลูกค้า
  - โรงงานผลิตรองเท้าที่ไม่มีการผลิตพื้นชั้นกลางรองเท้า กลุ่มลูกค้าปศุสัตว์ และกลุ่มลูกค้าเกษตรกรรม

กลุ่มลูกค้าในประเทศ	ปี 2563			ปี 2562			ปี 2561		
	จำนวน(คู่)	ล้านบาท	%	จำนวน(คู่)	ล้านบาท	%	จำนวน(คู่)	ล้านบาท	%
PHYLON	1,600,475	109.03	74.53	2,178,682	156.50	74.28	2,086,590	157.50	81.20
EVA MISODE	37,892	0.63	0.43	11,665	0.59	0.28	305,200	1.50	0.77
SOCK LINER	545,558	19.42	13.27	1,043,569	32.86	15.59	958,641	31.00	15.98
EVA SHEET	28,701	11.12	7.60	32,751	13.72	6.51	89,887	1.36	0.70
รายได้อื่น	64,253	6.10	4.17	153,716	7.03	3.34	81,796	2.61	1.34
<b>TOTAL</b>	<b>2,276,879</b>	<b>146.29</b>	<b>100.00</b>	<b>3,420,383</b>	<b>210.69</b>	<b>100.00</b>	<b>3,522,114</b>	<b>193.97</b>	<b>100.00</b>

กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	ปี 2563			ปี 2562			ปี 2561		
	จำนวน(คู่)	ล้านบาท	%	จำนวน(คู่)	ล้านบาท	%	จำนวน(คู่)	ล้านบาท	%
PHYLON	10,407	1.19	34.09	190,134	17.24	83.08	589,714	62.40	97.44
SOCK LINER	39,767	2.30	65.91	50,704	3.51	16.92	133,870	1.64	2.56
<b>TOTAL</b>	<b>50,174</b>	<b>3.49</b>	<b>100.00</b>	<b>240,838</b>	<b>20.75</b>	<b>100.00</b>	<b>723,584</b>	<b>64.04</b>	<b>100.00</b>

ส่งออกไปยังประเทศกัมพูชา โปตุเกส และ อินโดนีเซีย

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
  - โรงงานผลิตรองเท้ารายใหญ่และรายย่อย กลุ่มลูกค้าปลุสส์ตัว และกลุ่มลูกค้าเกษตรกร
- การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย
  - ขายตรงกับโรงงานผลิตรองเท้า
  - ขายตรงกับผู้บริโภคโดยตรง (กลุ่มลูกค้าปลุสส์ตัว และ กลุ่มเกษตรกร)
  - ขายผ่าน EVA ผ่าน FACEBOOK สมาคมกลุ่มลูกค้าปลุสส์ตัว

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

- มีการแข่งขันสูง สภาวะตลาดภายในประเทศมีน้อย

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

- สภาวะตลาดภายในประเทศมีน้อย ในปัจจุบันและอนาคต บริษัทฯ ต้องเพิ่มผลิตภัณฑ์ขยายไปทางกลุ่มปลุสส์ตัวและเกษตรกรเพิ่มมากขึ้น

### 3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

- สำนักงานตั้งอยู่ที่ 49 หมู่ที่ 5 ถนนสุวรรณศร ตำบลนนทรี อำเภอบินทร์บุรี จังหวัดปทุมธานี และ
- สำนักงานสาขา ตั้งอยู่ที่ 169/1 หมู่ที่ 5 ถนนสุวรรณศร ตำบลนนทรี อำเภอบินทร์บุรี จังหวัดปทุมธานี

กำลังผลิตและปริมาณการผลิต

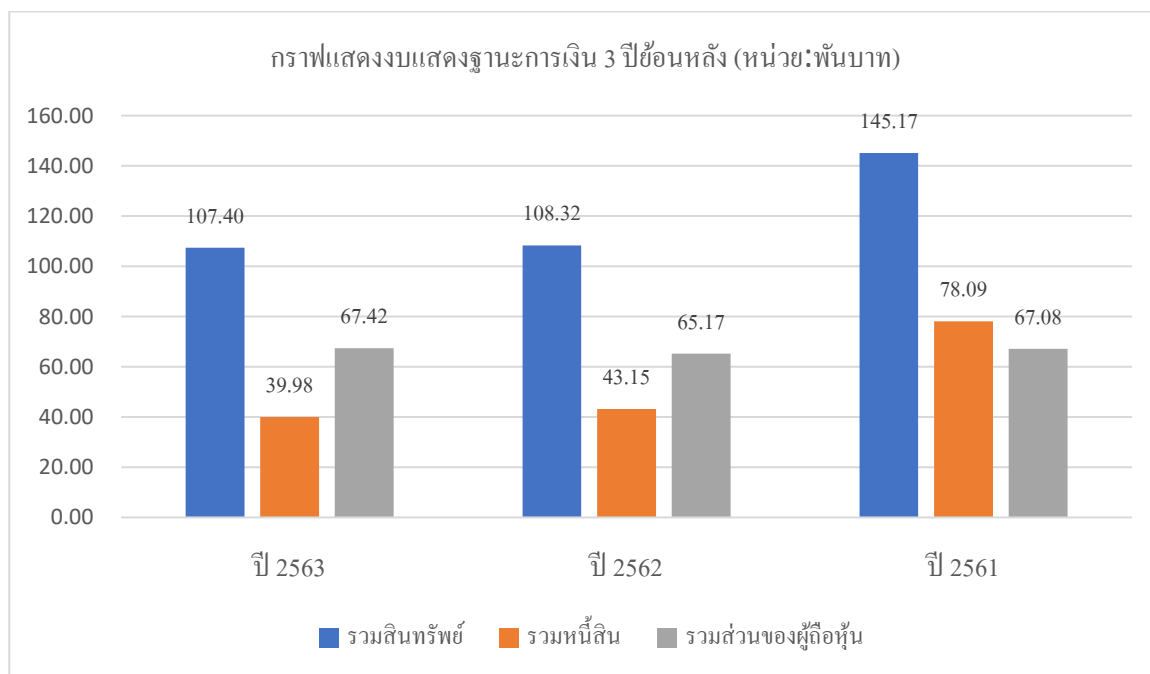
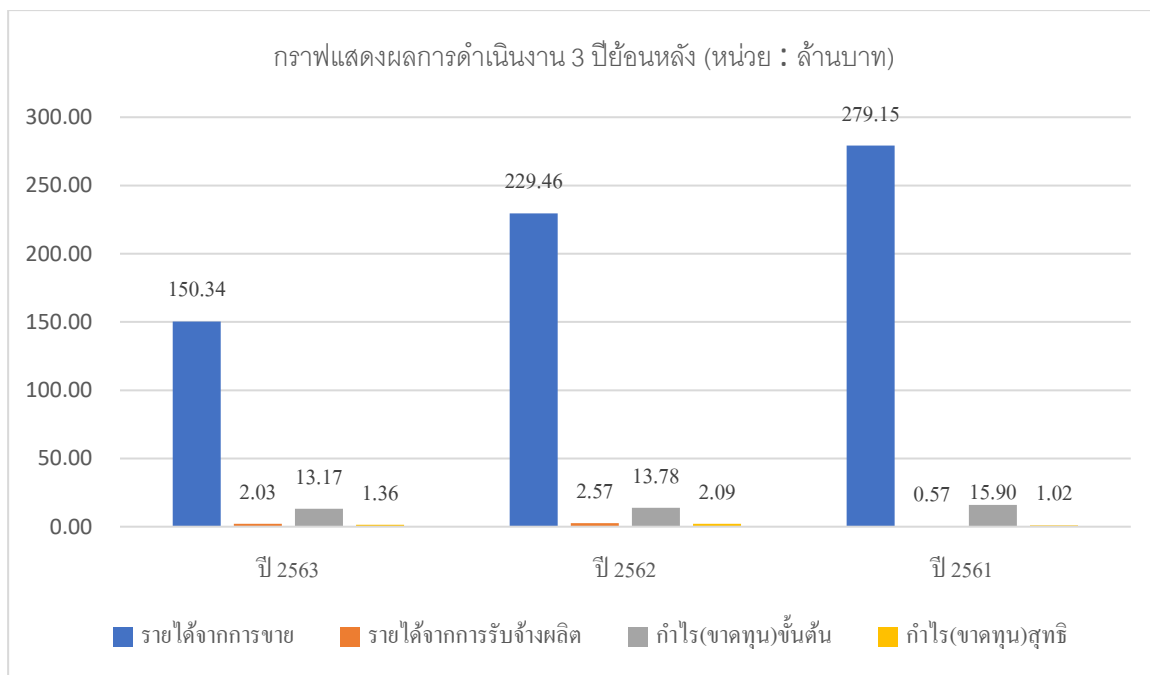
Product	หน่วย	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
		กำลังการผลิต	ผลิตจริง	กำลังการผลิต	ผลิตจริง	กำลังการผลิต	ผลิตจริง
PHYLON	คู่	3,000,000	1,782,474	3,000,000	2,483,660	3,000,000	2,882,891
EVA MISODE	คู่	300,000	50,055	300,000	24,063	300,000	251,715
SOCK LINER	คู่	1,200,000	462,809	1,200,000	1,114,103	1,200,000	1,044,872
EVA SHEET	แผ่น	43,200	18,367	43,200	32,327	43,200	31,106
TOTAL		4,543,200.00	2,313,705.00	4,543,200.00	3,654,153.00	4,543,200.00	4,210,584.00

- วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตพื้นรองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้า ได้แก่ เม็ดพลาสติก มีผู้จำหน่ายหลักประมาณ 8 ราย เช่น บริษัท สยาม แว็กซ์ พลาสติก จำกัด และ บริษัท โกลบอล คอนเน็คชั่นส์ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น
- สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศคิดเป็นร้อยละ 86.57 และซื้อต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 13.43 ประเทศที่ซื้อได้แก่ ประเทศจีน และ ประเทศเกาหลี วัตถุดิบประเภทเม็ดพลาสติก และ วัตถุดิบประเภท Microfiber

(ข) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

บริษัท มีการรายงานปริมาณการใช้และการครอบครองสารเคมีอันตรายที่ระบุตามข้อกำหนดของกฎหมาย รายงานผลการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปฏิบัติตามการควบคุมโดยหน่วยงานรัฐบาล และมีการกำจัดเศษวัสดุที่เหลือใช้ตามขั้นตอนทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ -ไม่มี



## ธุรกิจการผลิตผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วนรองเท้า

โดย บริษัท แอดแวนเทจ ฟุตแวร์ จำกัด “AVF”

### 1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- เป็นผู้ผลิตและรับจ้างผลิตพื้นรองเท้า และชิ้นส่วนรองเท้า ที่ทำจากยาง
- เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย Compound ยางใช้สำหรับอุตสาหกรรมรองเท้า



### 2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

- กลยุทธ์การแข่งขัน
  - ด้านส่งมอบสินค้า ด้านคุณภาพ ด้านราคา แข่งขันได้ทั้งตลาดระดับบน และตลาดระดับล่าง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ลักษณะลูกค้า
  - กลุ่มโรงงานผลิตรองเท้าที่ไม่มีสายการผลิตพื้นรองเท้า ชิ้นส่วนรองเท้า

กลุ่มลูกค้าในประเทศ	ปี 2563			ปี 2562			ปี 2561		
	จำนวน	ล้านบาท	%	จำนวน	ล้านบาท	%	จำนวน	ล้านบาท	%
OUTSOLE	1,986,750	56.41	23.05	3,869,670	79.71	26.00	2,932,601	68.84	24.15
UNITSOLE	1,830,046	185.54	75.81	2,010,487	225.07	73.42	1,903,678	212.19	74.44
COMPOUND	19,234	1.53	0.62	18,638	1.59	0.52	14,732	1.28	0.45
รายได้อื่นๆ	145	1.25	0.51	4,365	0.20	0.06	110,225	2.74	0.96
รวมทั้งสิ้น	3,836,175	244.73	100.00	5,903,160	306.56	100.00	4,961,236	285.04	100.00

กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	ปี 2563			ปี 2562			ปี 2561		
	จำนวน	ล้านบาท	%	จำนวน	ล้านบาท	%	จำนวน	ล้านบาท	%
OUTSOLE	958,291	47.20	100.00	975,167	48.68	100.00	321,570	23.03	100.00

ส่งออกให้กับลูกค้าต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศกัมพูชา โปรตุเกส อินโดนีเซีย จีน สโลวาเกีย และ สหรัฐอเมริกา

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
  - กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตรองเท้ารายใหญ่ และรายย่อยในประเทศและต่างประเทศ
- การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย
  - จำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบขายตรงให้กับ โรงงานผลิตรองเท้า

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

- มีการแข่งขันสูง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

- แนวโน้มอุตสาหกรรมรองเท้าภายในประเทศลดลง การเปิดเสรีทางการค้า กลุ่มสมาชิกอาเซียนขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สภาพการแข่งขันสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแรงงาน แหล่งวัตถุดิบ ฯลฯ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมได้

### 3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สำนักงานตั้งอยู่ที่ 51 หมู่ที่ 5 ถนนสุวรรณศร ตำบลนนทรี อำเภอบินทร์บุรี จังหวัดปทุมธานี

กำลังผลิตและปริมาณการผลิต

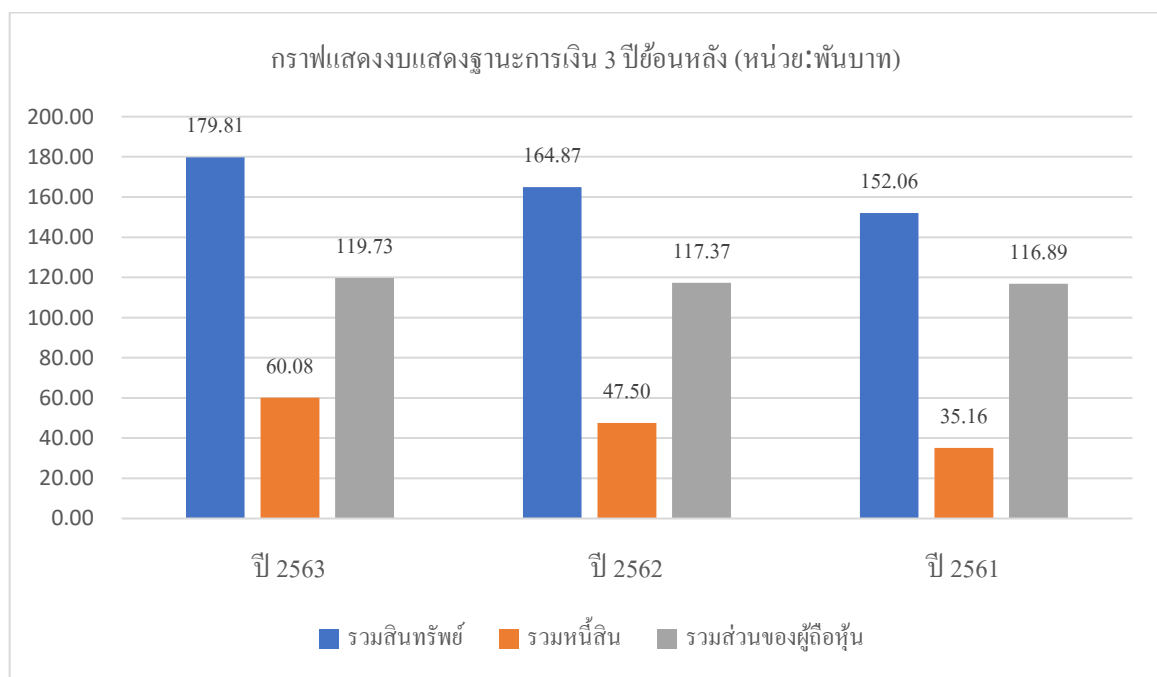
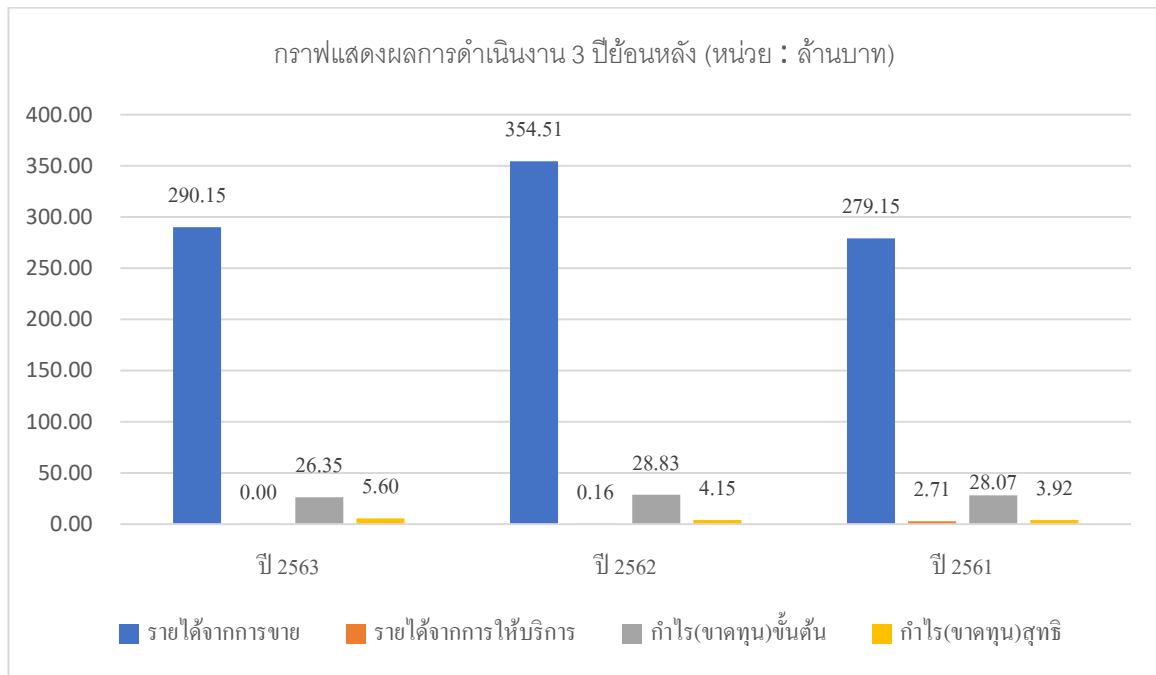
กำลังการผลิต	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	OUTPUT Prs.	Actual (Prs.)	OUTPUT Prs.	Actual (Prs.)	OUTPUT Prs.	Actual (Prs.)
OUTSOLE	6,600,000.00	4,794,466.00	6,600,000.00	6,878,327.00	6,600,000.00	5,282,806.00
UNITSOLE	1,320,000.00	806,665.00	1,140,000.00	996,044.00	1,080,000.00	838,519.00
รวม	7,920,000.00	5,601,131.00	7,740,000.00	7,874,371.00	7,680,000.00	6,121,325.00

- วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตพื้นรองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้า ได้แก่ ยาง Compound ยางสังเคราะห์ เคมีภัณฑ์ มีผู้จำหน่ายหลักประมาณ 9 ราย เช่น บจ.ซี เอส รับเบอร์ บจ.ดีสทิงค์ ลิงค์ บริษัท โกลบอล คอนเน็คชั่นส์ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น
- สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศคิดเป็นร้อยละ 100

ข) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

บริษัท มีการรายงานปริมาณการใช้และการครอบครองสารเคมีอันตรายที่ระบุตามข้อกำหนดของกฎหมาย รายงานผลการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปฏิบัติตามการควบคุมโดยหน่วยงานรัฐบาล และมีการกำจัดเศษวัสดุที่เหลือใช้ตามขั้นตอนทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

### 4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ -ไม่มี





## ธุรกิจสนับสนุนการผลิต

### โดย บริษัท พอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด “PTX”

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

#### วิสัยทัศน์ (Vision)

- เราจะเป็นบริษัทชั้นนำด้านธุรกิจแม่พิมพ์และInjection Plastic & Rubber ครบวงจร ที่มุ่งเน้น คุณแล้้งคม, พนักงาน,ครอบครัวเพื่อเราจะเติบโตไปด้วยกันในอนาคต

#### พันธกิจ (Mission)

- นำเทคโนโลยีมาใช้ลดต้นทุน
- เรียนรู้เครื่องมือช่องทางการตลาดใหม่ๆ
- พัฒนาศักยภาพของบุคลากร
- มุ่งมั่นควบคุมกระบวนการผลิตที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม
- มุ่งมั่นสร้างผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบในประเทศ

#### เป้าหมาย (Goal)

- ติดตามลูกค้าเก่าให้กลับมาซื้อซ้ำ
- เพิ่มลูกค้ารายใหม่
- เพิ่มผลิตภัณฑ์ และ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์

# 1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนพลาสติก และ ยาง ประกอบด้วย ชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนรองเท้า และ ชิ้นส่วนอื่น ๆ อาทิเช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน ชิ้นส่วนกระดิกน้ำ ชิ้นส่วนเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นต้น



- ผลิตแม่พิมพ์ฉีดพลาสติกเพื่อสนับสนุนการผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ประกอบด้วย แม่พิมพ์ที่เป็นชิ้นส่วนยานยนต์ แม่พิมพ์ที่เป็นชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและแม่พิมพ์อื่น ๆ ที่ลูกค้าเป็นผู้จ้างทำ

## EXTERIOR PARTS



## MOTORCYCLE



Emblem



## 2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

### ✧ ผลิตภัณฑ์ส่วนฉีดพลาสติก 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 เป็นลูกค้าที่สั่งซื้อชิ้นส่วนพลาสติก เพื่อนำไปประกอบรถยนต์ให้กับ BRAND ชื่อนำ เช่น TOYOTA , HONDA เป็นต้น

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

กลุ่มลูกค้า Other บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้า Other ทั้งในและต่างประเทศ ลูกค้าสั่งซื้อชิ้นส่วนพลาสติก เพื่อประกอบ กระติกน้ำร้อน , นามบัตร , STEP STAKE , ถุงมืออุตสาหกรรม , แอร์คอนดิชั่น , 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) เพื่อให้แม่พิมพ์ที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพสูงสุด
- ◆ พัฒนาขีดความสามารถผลิตชิ้นงานฉีดพลาสติกโดยเริ่มจากการผลิตแม่พิมพ์ระบบ Hot Runner
- ◆ การปรับปรุงประสิทธิภาพตลอดจนโครงสร้างของต้นทุนให้มีความเหมาะสม สามารถแข่งขันได้กับทุกกลุ่มลูกค้าของบริษัท

ลักษณะลูกค้า กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ แบ่งเป็น

- ◆ กลุ่มแม่พิมพ์ยานยนต์ กลุ่มแม่พิมพ์เครื่องใช้ไฟฟ้า กลุ่มแม่พิมพ์สินค้าอุปโภคบริโภค

กลุ่มแม่พิมพ์ชิ้นส่วนรองเท้า

- ◆ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มบริษัทในเครือ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

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

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายโดยตรงให้กับบริษัทในเครือและนอกเครือ โดยเน้นคุณภาพ ราคา และความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และร่วมพัฒนาออกแบบแม่พิมพ์โดยผู้เชี่ยวชาญร่วมกับทางลูกค้าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับลูกค้า

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันด้านแม่พิมพ์ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายย่อย นำเสนอราคาแม่พิมพ์ราคาถูก

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ปีที่ผ่านมา มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงโดยเน้น ในด้านราคา คุณภาพของงานและการส่งมอบที่ตรงต่อเวลา

สัดส่วนการขายเปรียบเทียบ 2 ปี ข้อนหลัง

กลุ่มลูกค้า	ปี 2563			ปี 2562		
	จำนวน (ราย)	ล้านบาท	%	จำนวน (ราย)	ล้านบาท	%
AUTOPART	8	15.77	14.60	9	28.68	22.79
FOOTWEAR	34	10	9.61	31	16.55	13.15
NON FOOTWEAR	33	40	37.13	36	35.58	28.27
PICKING FINGER	46	7	6.56	16	6.68	5.31
MOLD	22	9	8.70	27	15.17	12.05
<b>ขายในประเทศ</b>	<b>143</b>	<b>83</b>	<b>76.60</b>	<b>119</b>	<b>102.66</b>	<b>81.57</b>
อินโดนีเซีย	3	0.61	0.56	1	0.16	0.13
จีน	1	0.17	0.16	1	0.45	0.35
ฮ่องกง		-		2	0.69	0.55
เวียดนาม		-		2	0.07	0.05
เกาหลี		-		1	0.37	0.30
บังกลาเทศ	1	0.23	0.21	1	0.69	0.55
โปรตุเกส		-		1	0.04	0.03
แคนาดา	1	1.03	0.96		-	
อเมริกา	1	23.22	21.51	1	20.73	16.47
<b>ขายต่างประเทศ</b>	<b>7</b>	<b>25.27</b>	<b>23.40</b>	<b>10</b>	<b>23.19</b>	<b>18.43</b>
รวม	150	107.98	100.00	129	125.85	100.00

### 3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

#### นโยบายการผลิตที่สำคัญ

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านคุณภาพ การส่งมอบ และความต้องการทางเทคนิคต่าง ๆ ที่ลูกค้าร้องขอการตรวจสอบสารปนเปื้อนต่าง ๆ ที่มีในวัตถุดิบ เพื่อแน่ใจว่าชิ้นส่วนที่ผลิตออกไปจะไม่มีผลในทางลบต่อผู้บริโภค

#### วัตถุดิบและผู้จำหน่าย

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

#### ผู้จำหน่ายจำนวนสัดส่วนการซื้อภายในประเทศ และต่างประเทศ

##### สำหรับผลิตฉีดพลาสติกและยาง

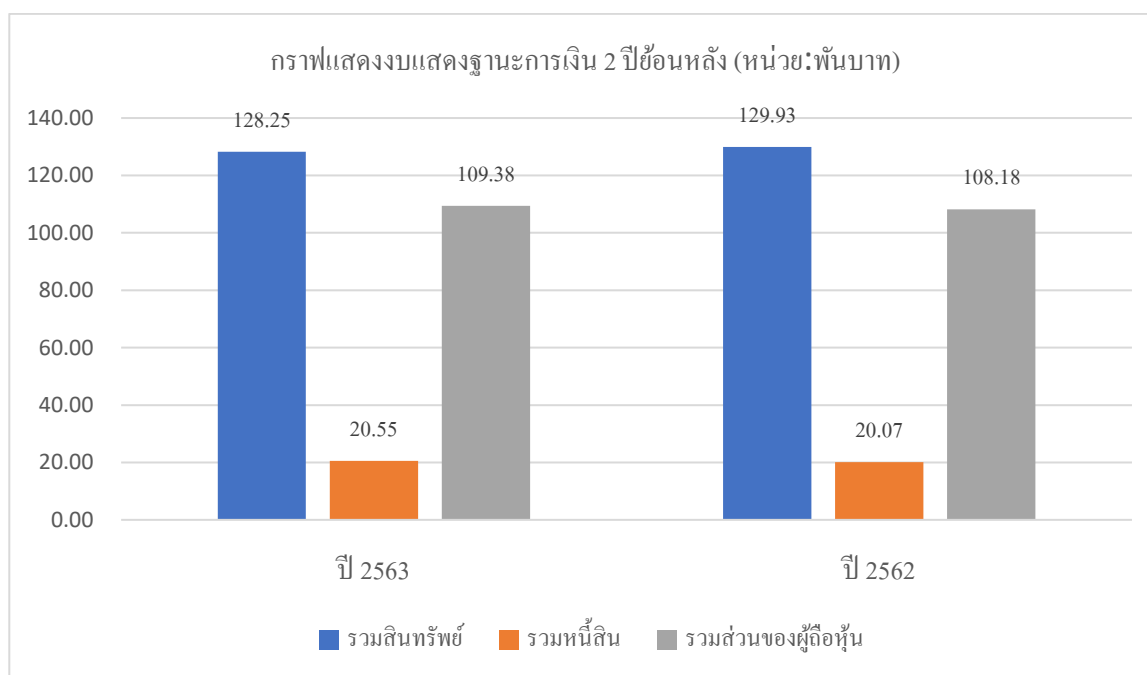
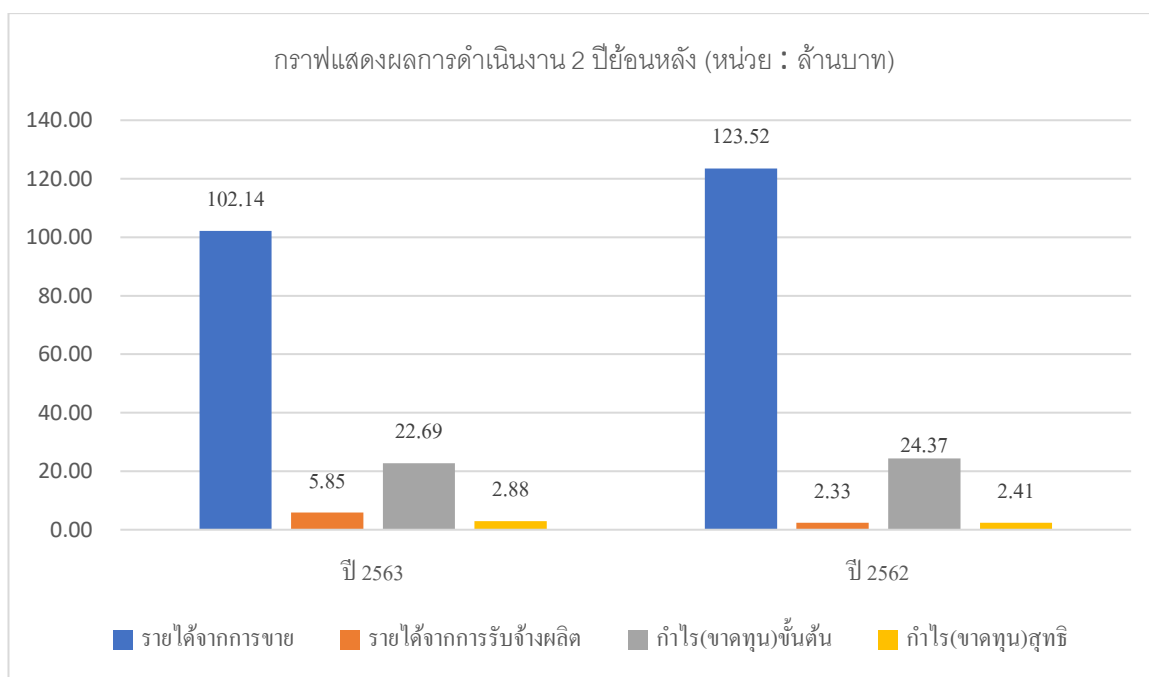
สัดส่วนในการสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศ 97.93 % สั่งซื้อจากผู้จำหน่ายมากกว่า 30 รายสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบต่างประเทศ 2.07%

##### สำหรับผลิตและซ่อมแม่พิมพ์

บริษัทฯ มีแหล่งจัดหาวัตถุดิบหลักจากในประเทศ คิดเป็น ร้อยละ 100 ซึ่งวัตถุดิบส่วนใหญ่ซื้อจากแหล่งที่เป็นมาตรฐาน ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตแม่พิมพ์  
สำนักงานตั้งอยู่ที่ 71/13,21 หมู่ที่ 5 ถนนบางนา-ตราด ก.ม.52 ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา  
ได้รับการรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001:2015 สำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไป และระบบ IATF 16949:2016 สำหรับกลุ่มลูกค้ายานยนต์ และ ระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001:2007

### 4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ - ไม่มี -





## ธุรกิจสนับสนุนการผลิต

โดย บริษัท เพค อินดัสทรีส์ จำกัด “PEI”

### วิสัยทัศน์ (Vision)

- เป็นบริษัท ผู้ผลิต ตาไก่ เชิงอุตสาหกรรมเชิงอาหาร ที่มีคุณภาพ และ เป็นที่ยอมรับระดับสากล

### พันธกิจ (Mission)

- นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาเพิ่มประสิทธิภาพ คุณภาพ และลดต้นทุนในการผลิต
- มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด
- ใช้สื่อออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย

### เป้าหมาย (Goal)

- ติดตามลูกค้าเก่าให้กลับมาซื้อซ้ำ
- เพิ่มลูกค้ารายใหม่
- เพิ่มผลิตภัณฑ์ และ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์

### 1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- เชิงพลาสติกใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม สำหรับรองบ่มหนัง ผ้าต่าง ๆ และเชิงพลาสติกใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร และโรงงานแปรรูป หมู ไก่
- ตาไก่คูลิเนียม ทองเหลือง และชิ้นส่วนประกอบรองเท้า



## 2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์

## นโยบายการตลาดในปีที่ผ่านมา

ในปี 2563 บริษัทมีการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตเชิงพลาสติก ให้เหมาะสมตามลักษณะการใช้งานแต่ละประเภทอุตสาหกรรม และมุ่งขยายตลาด โดยการขยายฐานลูกค้าทั้งเก่าและใหม่ จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และจากการเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการผลิต แต่เนื่องจากในปี 2563 เกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จึงทำให้ส่งผลกระทบต่อกระบวนการขยายตลาดอย่างเป็นนัยสำคัญ เนื่องจาก ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ชะลอการสั่งซื้อ ชะลอการรับสินค้า ระบบการขนส่งหยุดชะงัก ทำให้ปี 2563 ยอดขายลดลงจากปีก่อน ประมาณร้อยละ 40 ส่วนการพัฒนาความสามารถในการ ขี่นรูปตาไก่ และขึ้นส่วนประกอบรองเท้า นำเสนอสินค้าให้หลากหลาย แปลก แตกต่าง และน่าสนใจ ให้ต่างจากคู่แข่ง

## ลักษณะลูกค้า กลุ่มลูกค้าของบริษัทแบ่งเป็น

- ♦ กลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้า
- ♦ กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องหนัง
- ♦ กลุ่มอุตสาหกรรมอุปกรณ์กีฬา
- ♦ กลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์
- ♦ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร

กลุ่มลูกค้า	ปี 2563			ปี 2562			ปี 2561		
	จำนวน (ราย)	ล้านบาท	%	จำนวน (ราย)	ล้านบาท	%	จำนวน (ราย)	ล้านบาท	%
เชิงพลาสติก	160	15.17	52.70	177	20.67	43.53	166	20.82	43.02
ตาไก่	27	6.55	22.75	22	9.71	20.45	27	12.06	24.91
แอร์	36	1.75	6.08	25	2.05	4.31	22	1.36	2.81
<b>รวมยอดขาย-ในประเทศ</b>	<b>223</b>	<b>23.47</b>	<b>81.53</b>	<b>224</b>	<b>32.42</b>	<b>68.29</b>	<b>215</b>	<b>34.24</b>	<b>70.74</b>
BANGLADESH	4	1.03	3.56	5	1.25	2.64	4	2.51	5.19
INDIA	3	1.12	3.89	6	4.93	10.39	4	3.40	7.02
PAKISTAN	3	0.60	2.08	6	1.69	3.55	3	1.09	2.25
ITALY	1	1.96	6.80	5	5.95	12.52	4	5.80	11.99
PORTUGAL			-	1	0.01	0.01	1	0.47	0.98
POLAND	1	0.05	0.17			-	1	0.05	0.10
MYANMAR			-			-	1	0.18	0.38
LAOS	1	0.08	0.29			-	1	0.14	0.29
CHILE	1	0.23	0.82	1	0.22	0.46	1	0.21	0.44
ROMANIA			-			-	1	0.21	0.42
FRANCE			-	1	0.01	0.03			-
RUSSIA	1	0.25	0.86	2	0.94	1.98	1	0.09	0.19
COLOMBIA			-	1	0.06	0.13			-
<b>รวมยอดขาย-ต่างประเทศ</b>	<b>15</b>	<b>5.32</b>	<b>18.47</b>	<b>28</b>	<b>15.06</b>	<b>31.71</b>	<b>22</b>	<b>14.16</b>	<b>29.26</b>
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>238</b>	<b>28.79</b>	<b>100.00</b>	<b>252</b>	<b>47.48</b>	<b>100.00</b>	<b>237</b>	<b>48.40</b>	<b>100.00</b>

### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- ♦ บริษัทมีแนวทางขยายประเภทธุรกิจเชิงพลาสติก ใช้วัตถุดิบที่หลากหลาย ในการผลิต ด้วยเม็ดพลาสติกประเภท PP PE LLDPE เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมทุกประเภทอุตสาหกรรม
- ♦ บริษัทฯ มีแนวทางขยายฐานลูกค้าเชิงพลาสติกในต่างประเทศ โซน เอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ

### การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

- ♦ บริษัทฯ จำหน่ายโดยตรงให้กับบริษัทในเครือ นอกเครือ และต่างประเทศ โดยเน้นคุณภาพ ราคา และ ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และร่วมพัฒนาคุณภาพร่วมกับทางลูกค้าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับลูกค้า



### (ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันผลิตเชิงพลาสติกค่อนข้างสูงในต่างประเทศ เนื่องจากมีผู้ประกอบการจากประเทศจีน และอินเดีย นำเสนอราคาเชิงพลาสติก ราคาถูก

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต วิเคราะห์ SWOT Analysis สภาพการแข่งขันภายใน อุตสาหกรรม ดังนี้

#### Strengths: จุดแข็ง

- มีเชิงหลายขนาด หลายความหนา
- ความแปลกใหม่ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ เช่น เชิงพลาสติกกลม
- สามารถให้ลูกค้าสั่งทำรูปแบบต่าง ๆ ได้ เช่น กว้าง ยาว หนา
- มีบริการรับปาดเชิง และรับซื้อเศษเชิงที่ลูกค้าใช้แล้ว
- จัดส่งทั่วประเทศ
- มีการเพิ่มช่องทางการติดต่อ Social Media , Web site ลูกค้าจึงไม่ต้องกังวลช่วงเวลาจำกัดในการ

#### Weakness: จุดอ่อน

- สินค้ามีความต้องการเฉพาะกลุ่ม
- ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทำได้อย่างจำกัด
- คุณภาพของสินค้า เช่น ฟองอากาศ , แตก , ลาย
- ต้นทุนการผลิตสูง

**Opportunity: โอกาส**

- หากมีการพัฒนารูปแบบสินค้าเรื่อย ๆ ธุรกิจอาจมีการเจริญเติบโตได้สูง
- ผู้แข่งขันในการทำธุรกิจประเภทนี้มีน้อยราย
- นโยบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ลดการตัดต้นไม้

**Threats: อุปสรรค**

- เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีผู้ต้องการเฉพาะกลุ่ม จึงอาจต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างยอดขายมากเพื่อให้ยอดขายบรรลุเป้าหมาย
- สภาพเศรษฐกิจชะลอตัว ทำให้ลูกค้าลดปริมาณการสั่งซื้อ
- พนักงานเข้า - ออก บ่อย
- วัตถุดิบราคาไม่คงที่ , อัตราแลกเปลี่ยนผันผวน

บริษัทมีจำนวนคู่แข่งหลักประมาณ 3 ราย เป็นคู่แข่งจากต่างประเทศ 2 ราย และ ในประเทศ 1 ราย คู่แข่งในต่างประเทศ ได้แก่ Brand Hydroma ประเทศเยอรมัน และ Brand Klikpad ประเทศอินเดีย คู่แข่งในประเทศ ได้แก่ ผู้ผลิตในนาม บจ. Kansai จังหวัดฉะเชิงเทรา

**2.3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

(ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

- สำนักงานตั้งอยู่ที่ 620/5 หมู่ที่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี
- กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

ผลิตภัณฑ์	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ปริมาณ (ตัน)	%	ปริมาณ (ตัน)	%	ปริมาณ (ตัน)	%
เชิงพลาสติก	246	93.84	366	97.23	265	88.95
ตาไก่	16	6.16	10	2.77	33	11.05
รวม	263	100.00	376	100.00	298	100.00

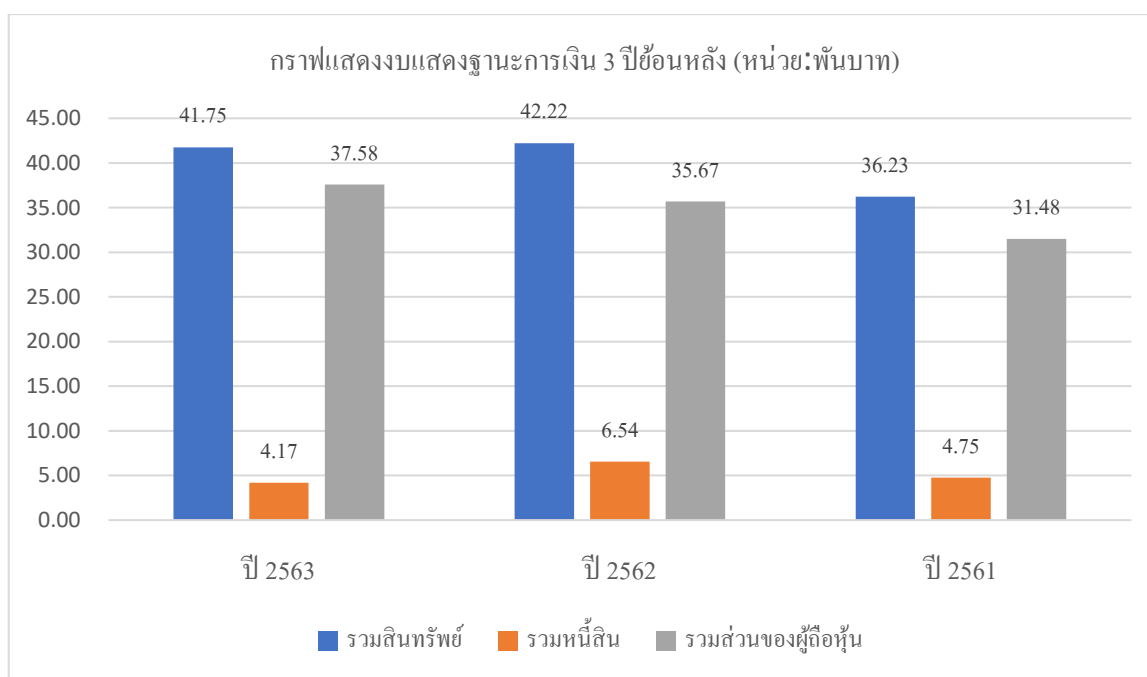
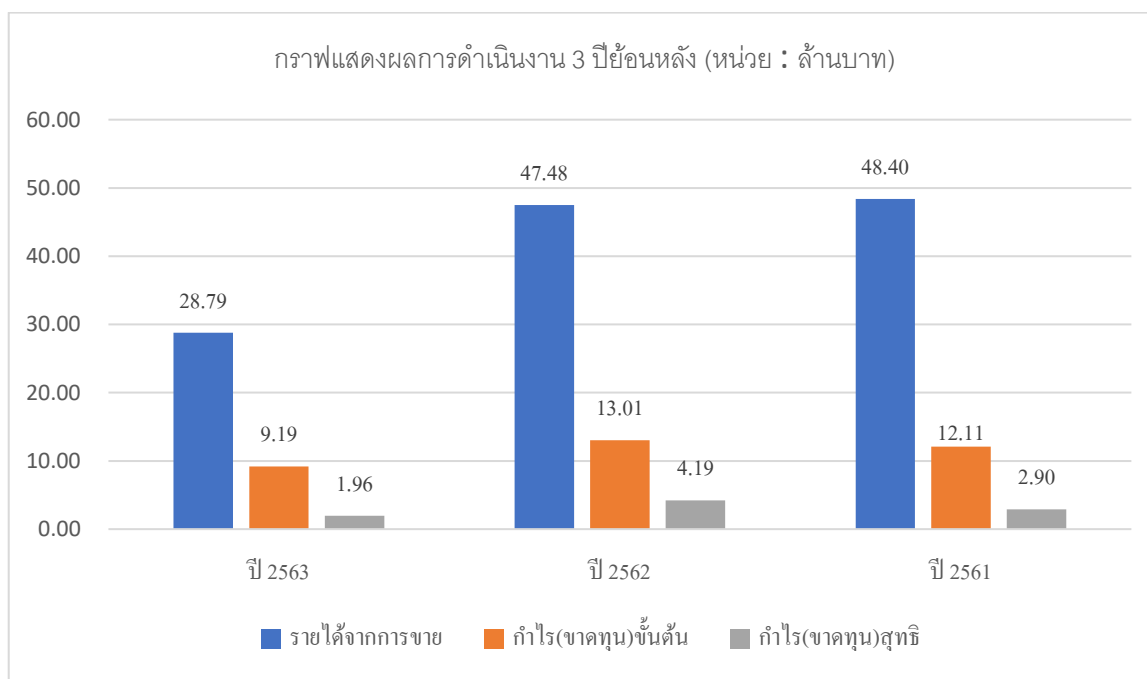
- แหล่งวัตถุดิบจากในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 98.23% และ แหล่งวัตถุดิบจากต่างประเทศ จากประเทศ เกาหลี ประเทศวัตถุดิบที่ซื้อ ได้แก่ สี สารเคมี คิดเป็นร้อยละ 1.77
- วัตถุดิบหลักใช้ในการผลิตเชิงพลาสติก คือ เม็ดพลาสติก มีผู้จำหน่ายหลัก 3 ราย ได้แก่ บจ.เลียวเซ้ง เทรคคิง บจ.โพลิเมอส์ มาร์เก็ตติ้ง และ บมจ.โกลบอล คอนเน็คชั่นส์
- วัตถุดิบหลักใช้ในการผลิตตาไก่ คือ อลูมิเนียม กับ ทองเหลือง มีผู้จำหน่ายหลัก 2 ราย ได้แก่ บมจ. พรพรหมเม็ททอล และ บจ.โตชิน อินเตอร์เนชั่นแนล คอร์ปอเรชั่น

(ข) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

บริษัท มีการรายงานปริมาณการใช้และการครอบครองสารเคมีอันตรายที่ระบุตามข้อกำหนดของกฎหมาย รายงานผลการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปฏิบัติตามการควบคุมโดยหน่วยงานรัฐบาล และมีการกำจัดเศษวัสดุที่เหลือใช้ตามขั้นตอนทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

**2.4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ**

- ไม่มี -



### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ตามรายงานของผู้สอบบัญชี มีผลบังคับใช้สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่สิ้นสุดในหรือหลังวันที่ 31 ธันวาคม 2563 กำหนดให้รายงานเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ (Key Audit Matters) ตามที่ปรากฏในรายงานผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ณ 31 ธันวาคม 2563 มีประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ 2 รายการ มีรายการดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับมูลค่าและระยะเวลาในการรับรู้รายได้

##### เหตุการณ์ที่เป็นสาเหตุแห่งความเสี่ยง

เนื่องจากรายได้จากการขายสินค้าคิดเป็นร้อยละ 92.58 ของยอดขายได้รวมของกลุ่มบริษัท ซึ่งจำนวนที่บันทึกในบัญชีจะส่งผลกระทบต่อตรงต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ประกอบกับกลุ่มบริษัทมีลูกค้าจำนวนมากขายในหลายกลุ่มธุรกิจที่มีเงื่อนไขทางการค้าที่แตกต่างกัน

##### ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

รายได้หลักของกลุ่มบริษัทมาจากการขายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งฐานรายได้หลักเกิดจากกลุ่มลูกค้ารายเดิม ซึ่งจากพฤติกรรมการสั่งซื้อของลูกค้ารายเดิมส่วนใหญ่มีนโยบายให้จัดหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยง และเพื่อการต่อรองราคาดังนั้น บริษัทอาจได้รับความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน ความต่อเนื่องของรายได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

##### มาตรการป้องกัน

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

#### 2. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อย

##### เหตุการณ์ที่เป็นสาเหตุแห่งความเสี่ยง

เนื่องจากบริษัทย่อยหลายแห่งมีผลขาดทุนจากการดำเนินงาน และ บริษัทย่อยหลายแห่งมีผลขาดทุนสะสมเป็นจำนวนมาก และมีข้อบ่งชี้ที่แสดงว่าอาจมีผลขาดทุนต่อเนื่องในอนาคต ฝ่ายบริหารต้องคาดการณ์ผลการดำเนินงานในอนาคตของบริษัทย่อย อาจทำให้เกิดความเสี่ยงเกี่ยวกับมูลค่าการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อย

##### ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

เนื่องจากบริษัทเป็นธุรกิจ Holding Company ดังนั้น รายได้หลักของบริษัท คือ รายได้เงินปันผล ซึ่งจะได้รับเงินปันผลดังกล่าวจากบริษัทย่อยที่บริษัทไปลงทุน หากผลประกอบการของบริษัทย่อยมีผลขาดทุน บริษัทต้องรับรู้ผลกระทบดังกล่าวโดยการบันทึกมูลค่าด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อย ซึ่งจะส่งผลกระทบเชิงลบโดยตรงกับผลการดำเนินงานของบริษัท



หน่วย : พันบาท

บริษัทย่อย	มูลค่าเงินลงทุน	ค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุน	มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ
● บริษัทย่อยดำเนินการ			
1. บริษัท ดับเบิ้ลยูบีแอลพี จำกัด	43,371	(43,371)	-
2. บริษัท โมเดอร์นเทคโนโลยี คอมโพเน้นท์ จำกัด	20,333	-	20,333
3. บริษัท ฟอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด	159,032	(86,427)	72,605
4. บริษัท แอดแวนเทจ ฟู้ดแวร์ จำกัด	63,548	-	63,548
5. บริษัท เพคอินคัสทรีส์ จำกัด	11,522	-	11,522
รวมมูลค่าบริษัทดำเนินการ	297,806	(129,798)	168,008
● บริษัทย่อยหยุดดำเนินการ			
1. บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล คิวริตี ฟู้ดแวร์ จำกัด	349,999	(349,999)	-
2. บริษัท กบินทร์บุรี แพนเอเชีย ฟู้ดแวร์ จำกัด	443,523	(443,523)	-
3. บริษัท เอ็กซ์เซลเลนซ์ฟู้ดเบอร์ จำกัด	385,887	(385,887)	-
4. บริษัท พิมายฟู้ดแวร์ จำกัด	115,969	(115,969)	-
5. บริษัท อินโนเวชั่นนครหลวง ฟู้ดแวร์ จำกัด	264,290	(264,290)	-
รวมมูลค่าบริษัทหยุดดำเนินการ	1,559,668	(1,559,668)	-
รวมทั้งสิ้น	1,857,474	(1,689,466)	168,008

### มาตรการป้องกัน

คณะกรรมการบริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวร์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯและบริษัทย่อย และอาจส่งผลกระทบต่อการบริหารวัตถุประสงค์ ที่จะต้องได้รับการจัดการอย่างทันเวลา ทำให้ต้องมีการเตรียมพร้อมในการกำหนดแผนรองรับ เมื่อปัจจัยต่าง ๆ เปลี่ยนแปลง ส่งผลกระทบต่อการทำงานของกิจการของบริษัท และมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อการทำงานของกิจการของบริษัท มีดังนี้

จากการที่ปรับโครงสร้างธุรกิจ เป็นธุรกิจที่มีรายได้จากการถือหุ้นในบริษัทอื่นเป็นหลัก (Holding Company) ดังนั้น ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น จะส่งผลกระทบจากการประกอบธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อย ซึ่งสามารถวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยง วิธีการป้องกัน และลดความเสี่ยง โดยสรุปได้ดังนี้

#### ความเสี่ยงจากการเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น

บริษัทเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น ดังนั้น กระแสเงินสดและผลการดำเนินงานของบริษัทจึงขึ้นอยู่กับเงินปันผลและผลประกอบการของบริษัทย่อยเป็นหลัก ทั้งนี้หากบริษัทย่อยที่ถือหุ้นได้รับผลกระทบจากความเสียหายในการดำเนินธุรกิจเป็นปัจจัยให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้ตามที่คาดการณ์ไว้ ซึ่งจะกระทบโดยตรงต่อผลประกอบการ ฐานะการเงิน ความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัท และอาจจะมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทได้ รายได้เงินปันผลรับปี 2563 ของบริษัท มีรายละเอียดดังนี้

บริษัทย่อย/บริษัทที่เกี่ยวข้อง		เงินปันผลรับ		
		ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
บริษัท อากาศ อุตสาหกรรม จำกัด **	บริษัทย่อย	-	-	5,425,250
บริษัท แอดเวนเทจ ฟู้ดแวร์ จำกัด	บริษัทย่อย	2,903,792	2,903,792	6,823,911
บริษัท ทรีพีเอสเอ็นพัฒนา จำกัด	กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	50,000	50,000	40,000
บริษัท นูตินิกิวตี้ จำกัด (มหาชน)	กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	300	1,400	1,000
บริษัท โมเดอร์นเทคโนโลยีคอมโพเนนท์ จำกัด	บริษัทย่อย	-	3,999,986	5,999,979
รวมเงินปันผลรับ		2,954,092	6,955,178	18,290,140

หมายเหตุ : \*\* บริษัท อากาศ อุตสาหกรรม จำกัด ได้จดทะเบียนควบรวมกับบริษัท ฟอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 2 มกราคม 2562 โดยใช้ชื่อบริษัทใหม่ “บริษัท ฟอนเท็กซ์(ประเทศไทย) จำกัด”

#### ● มาตรการป้องกัน

บริษัทฯ กำหนดให้แต่ละบริษัทในกลุ่มจัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan) เพื่อกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจในปีถัดไป ทั้งนี้จะมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และความเสี่ยงทุกสัปดาห์ เพื่อช่วยให้บริษัทฯ สามารถวางแผนจัดการความเสี่ยงได้อย่างทันทั่วถึง

ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสามารถในการแข่งขัน บริษัทมีการกำหนดเป้าหมาย และกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านการเงิน และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม รวมถึงปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ปัจจุบันสถานะการดำเนินธุรกิจตกอยู่ภายใต้การแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีความรุนแรง และจากภาวะเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศที่มีความไม่แน่นอน บริษัทได้กำหนดให้มีการทบทวนวิสัยทัศน์และนโยบาย รวมทั้งจัดทำแผนธุรกิจของบริษัทเป็นประจำทุกปี เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีความต่อเนื่องและทันกับการเปลี่ยนแปลง โดยจัดการประชุมติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเป็นระยะ เพื่อทบทวนและปรับปรุงแผนการดำเนินงานให้มีความเหมาะสมกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน และบรรลุเป้าหมายที่บริษัทกำหนดไว้

#### ความเสี่ยงจากการเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจเกษตรอินทรีย์

บริษัทฯ มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของจำนวนหรือปริมาณของผลผลิต เนื่องจากในระบบผลิตผลผลิตเกษตรอินทรีย์ มีปัจจัยเสี่ยงหลายอย่างที่เกี่ยวเนื่องในกระบวนการหรือในระบบผลิต ได้แก่ ดิน น้ำ ปุ๋ย การควบคุม/ป้องกันโรคและแมลง สภาพภูมิอากาศ และชนิดของพันธุ์พืชที่เหมาะสม

#### ● มาตรการป้องกัน

1. ปลูกพืชหลากหลายชนิด ให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศในแต่ละฤดู
2. การสร้างแหล่งน้ำเพื่อใช้ในฤดูแล้ง และพัฒนาวิธีหรือใช้เทคโนโลยีที่สามารถประหยัดน้ำ

3. มีกระบวนการจัดซื้อจัดหาผลผลิตเกษตรอินทรีย์ โดยการรับซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์จากฟาร์มเครือข่าย
4. การตรวจสอบคุณภาพน้ำ  
“น้ำ” เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในระบบผลิตพืชอาหาร ซึ่งต้องคำนึงถึงในด้านคุณภาพตามวัตถุประสงค์ของการทำงาน เช่น น้ำที่เหมาะสมสำหรับใช้แปลงปลูก หรือน้ำที่เหมาะสมสำหรับการใช้ล้างผลผลิต
5. การตรวจสอบคุณภาพดิน  
คุณภาพของดินและปริมาณแร่ธาตุในดินเป็นปัจจัยสำคัญในการเจริญเติบโตของพืชในระบบผลิตถ้าหากดินที่ใช้มีการปนเปื้อนด้วยธาตุหรือโลหะหนักที่เป็นอันตรายเช่น แคดเมียม ตะกั่ว ฯลฯ อาจก่อให้เกิดการสะสมของธาตุนั้น ๆ ในพืชได้ จัดให้มีระบบการตรวจวิเคราะห์ดิน โดยเฉพาะในแหล่งปลูกที่เป็นพื้นที่เสี่ยงต่อการปนเปื้อน
6. การควบคุม/ป้องกัน โรคและแมลงศัตรูพืช  
โรคและแมลงศัตรูพืช มีระบบการจัดการที่เหมาะสม ปลอดภัย หรือการควบคุมศัตรูพืชโดยไม่ใช้สารเคมี
7. การตรวจสอบการปนเปื้อนจุลินทรีย์  
การปนเปื้อนของจุลินทรีย์ เนื่องจากมีผลโดยตรงต่อผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์ในกลุ่มที่ก่อให้เกิดโรคเช่น อีโคไล (E.Coli) และ ซัลโมเนลลา (Salmonella) เป็นต้น

### ความเสี่ยงเกี่ยวกับการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่น้อยราย

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีลูกค้ารายใหญ่เฉลี่ยปี 2563 จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.85 เมื่อเทียบกับปี 2562 มีลูกค้ารายใหญ่เฉลี่ย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 76 ของรายได้จากการขายและรายได้จากการรับจ้างผลิต หากมีปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าไม่สามารถสั่งซื้อได้ในปริมาณ มูลค่า และเวลาตามที่กำหนดไว้ย่อมส่งผลกระทบต่อยอดขายและโอกาสทางการตลาด รายละเอียดการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ มีรายละเอียดแยกตามธุรกิจ ดังนี้

บริษัท	ประเภทธุรกิจ	ลูกค้ารายใหญ่ปี 2563		ลูกค้ารายใหญ่ปี 2562	
		จำนวน (ราย)	สัดส่วน %	จำนวน (ราย)	สัดส่วน %
WBLP	ผลิตและจำหน่ายรองเท้า กระเป๋า	8	86.89	8	73.62
MTC	ผลิตพื้นรองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้า	10	52.68	10	63.94
AVF	ผลิตพื้นรองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้า	7	21.01	10	90.32
PTX	ธุรกิจสนับสนุนการผลิต	10	70.37	10	71.65
PEI	ธุรกิจสนับสนุนการผลิต	5	35.68	10	42.27
เฉลี่ย		8	43.85	10	76.00

#### ● มาตรการป้องกัน

1. พัฒนาสินค้าให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. ปรับปรุงประสิทธิภาพในสายการผลิตเพื่อลดต้นทุน เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันด้านระดับราคาและคุณภาพของสินค้า
3. รักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยมุ่งมั่นสร้างความพอใจ พร้อมให้บริการที่ดี
4. หาแหล่งวัตถุดิบรายใหม่ เพื่อลดต้นทุนการผลิต และยังได้คุณภาพตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้บริษัทฯ ได้รับผลประโยชน์สูงสุด

5. มีการทำงานเป็นทีมระหว่างผู้ผลิตและฝ่ายผลิตกันมากขึ้นในรูปแบบ One Body โดยใช้วิถีคิดแบบ Zero base ในการประชุมเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ตั้งแต่การวางแผน Order สินค้า การวางแผนวัตถุดิบและการผลิต รวมถึงมีความสามารถในการปรับแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์
6. และเพื่อไม่ให้กระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทจึงได้หาลูกค้าหลายๆรายเพื่อให้กระจายความเสี่ยงในการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งมากเกินไป

#### ความเสี่ยงเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจ โดยการขายผ่านทางช่องทางหลัก คือ Outlet J-Park และ ผ่านช่องทาง Social Media ซึ่งยังไม่มีมีการขยายช่องทางไปยัง Discount Store ซึ่งเป็นช่องทางที่มีการขยายตัวมาก 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

พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปมากผู้บริโภคเกิดความพึงพิถันในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ส่งผลให้เกิดสภาวะการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น

##### ● มาตรการป้องกัน

1. บริษัทฯ มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสม เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มมากขึ้น และขยายฐานลูกค้าใหม่โดยให้ลูกค้าสามารถออกแบบสินค้าที่ต้องการได้ด้วยตัวเอง รวมถึงการมีระบบลูกค้าสมาชิก (Customer Relation Management)

2. สร้างความหลากหลายของสินค้าเพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และยังเป็นการขยายฐานตลาดให้กว้างยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและให้เข้ากับ Lifestyle ของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ฉะนั้นสินค้าของบริษัทฯ จึงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

3. จากกระแสการใช้สื่อมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่มีพฤติกรรมรับสื่อเพียงแค่โทรทัศน์ นิตยสารและ วิทยุ แต่ปัจจุบันสื่อที่มีอิทธิพลและมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย คือ สื่อทางดิจิทัลและออนไลน์ ทำให้แบรนด์เตรียมตัวเร่งพัฒนาเครื่องมือการทำการตลาดแบบดิจิทัลและออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มที่ชอบซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งอนาคตจะเป็นช่องทางหลักอีกช่องทางที่สามารถสร้างยอดขายได้อย่างมาก

### ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับลูกหนี้การค้า ลูกหนี้อื่นและ เงินให้กู้ยืม

#### ● มาตรการป้องกัน

ฝ่ายบริหารควบคุมความเสี่ยงนี้โดยการกำหนดให้มีนโยบายและวิธีการในการควบคุมสินเชื่อที่เหมาะสม ดังนั้นบริษัทฯ และบริษัทย่อยจึงไม่คาดว่าจะได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการให้สินเชื่อ นอกจากนี้ การให้สินเชื่อของบริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีการกระจุกตัวเนื่องจากบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีฐานของลูกค้าที่หลากหลายและมีอยู่จำนวนมาก ราย จำนวนเงินสูงสุดที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยอาจต้องสูญเสียจากการให้สินเชื่อคือมูลค่าตามบัญชีของลูกค้า เงินให้กู้ยืมและลูกหนี้อื่นที่แสดงอยู่ในงบแสดงฐานะการเงิน

### ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยเป็นการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในตลาด บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่อาจปรับเปลี่ยนขึ้นในอนาคต เนื่องจากบริษัทฯ มีการกู้ยืมเพื่อใช้หมุนเวียนในกิจการและมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว โดยอ้างอิงกับอัตรา MLR ของธนาคารที่ให้กู้ยืมเงิน ดังนั้น หากธนาคารมีการปรับเปลี่ยนของอัตราดอกเบี้ยดังกล่าว จะทำให้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางการเงิน กระแสเงินสด และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต และเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย บริษัทฯ ตระหนักถึงความจำเป็นต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงอย่างใกล้ชิด แต่เนื่องจากหนี้สินของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นหนี้ระยะสั้น ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยค่อนข้างต่ำ ซึ่ง ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อย ใช้วงเงินเบิกเกินบัญชี 17.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2562 จำนวน 13.61 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 77.51

### ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีการซื้อวัตถุดิบ และ ขายสินค้า บางส่วนจากต่างประเทศ โดยชำระและได้รับเป็นเงินตราต่างประเทศ ทำให้บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนจากการที่บริษัทฯ ต้องชำระหรือได้รับ ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดคงเหลือของสินทรัพย์ จำนวน 337,852.52 Usd. และ หนี้สินทางการเงิน จำนวน 20,039.70 Usd. ที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ซึ่งยังไม่ได้มีการทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา บริษัทฯ และบริษัทย่อย ติดตามข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ค่าเงินอย่างใกล้ชิดเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

### ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้าและการก้าวสู่เป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)

จากนโยบายการเปิดการค้าเสรี ทำให้มีการแข่งขันค่อนข้างสูงในด้านราคากับประเทศต่าง ๆ ที่มีต้นทุนต่ำ อาทิเช่น จีน, เวียดนาม

#### ● มาตรการป้องกัน

- ด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท : บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยผู้บริโภค โดยทำการสำรวจผลการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและคุ้มค่าในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท
- มีการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าพอใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัท

- บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากการลดภาษีนำเข้า โดยจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้านำเข้าจากประเทศเขตการค้าเสรี เพื่อพัฒนาต้นทุนของบริษัทให้ลดลง

### ความเสี่ยงจากการล้าสมัยของสินค้า

กลุ่มสินค้ารองเท้า กระเป๋า สินค้ากลุ่มแฟชั่นนี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ผลิตจึงต้องทำการพัฒนาและออกสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา บริษัทจึงอาจประสบปัญหาในเรื่องสินค้าที่มีอยู่อาจเสื่อมความนิยมและล้าสมัย ทำให้บริษัทไม่สามารถจำหน่ายสินค้านี้ได้ บริษัทจึงมีความเสี่ยงในสินค้าคงค้างที่ไม่สามารถจำหน่ายได้

สำหรับสินค้าเก่าที่ล้าสมัยเกิดจากการหมุนเวียนสินค้าไม่ตรงตามฤดูกาลขาย อีกทั้งมีความถี่จากการรับคืนสินค้าซึ่งเกิดจากการนำส่งสินค้าเข้าเพื่อขายตามสถานที่จัดงานต่าง ๆ ในปริมาณที่มากเพื่อเป็นจุดสนใจในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าแต่มีความเสี่ยงต่อการขายถ้าหากยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายหรือลดลงก็จะเกิดสินค้าคงเหลือในปริมาณที่มากเช่นกัน

#### • มาตรการป้องกัน

- ใช้ระบบ Inventory เพื่อวิเคราะห์ Aging สินค้าคงเหลือ
- บริษัทอาจมีความจำเป็นต้องปรับลดราคาขายของสินค้านี้ดังกล่าวเพื่อให้ทันกับตลาดและสามารถแข่งขันได้
- สำหรับสินค้าเก่าและล้าสมัยบริษัทฯ มีนโยบายตั้งสำรองสินค้าเสื่อมสภาพ
- นอกจากนี้บริษัทมีการจัดมหกรรมลดราคาสินค้าตามโซ่ร้านทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อเป็นการระบายสินค้า

### ความเสี่ยงด้านความผันผวนราวัตถุดิบและการจัดหาวัตถุดิบ

เนื่องจากบริษัทมีนโยบายซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพเพื่อให้ สามารถผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน ดังนั้น บริษัทจะไม่ซื้อ วัตถุดิบบางชนิดหรือวัตถุดิบจากผู้ขายเพียงรายเดียว ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดแคลนหรือขาดอำนาจต่อรองทางด้านราคาได้

โดยปกติแล้วราคาส่งของสินค้าจะเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับราคาวัตถุดิบ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงหากราคาส่งของสินค้าไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับราคาวัตถุดิบซึ่งจะมีผลกระทบต่อส่วนต่างราคา

#### • นโยบายการซื้อวัตถุดิบ

- ซื้อเครดิตในราคาเงินสด หรือ ต่ำกว่า
- ใช้ Volume ในการเจรจาต่อรองราคา
- ซื้อตรงจากผู้ผลิต
- หาแหล่งซื้อวัตถุดิบเพิ่ม

#### • มาตรการป้องกัน

- บริษัทกำหนด ให้ฝ่ายวิจัยผลิตภัณฑ์และฝ่ายจัดซื้อดำเนินการแสวงหา ผู้ขายสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อให้มีผู้ขายสินค้ามากรายยิ่งขึ้น
- ทำการเปรียบเทียบราคาซื้อวัตถุดิบและวัสดุต่าง ๆ เปรียบเทียบผู้จัดจำหน่ายอย่างน้อย 3 ราย ต่อ 1 รายการซื้อวัตถุดิบและวัสดุต่าง ๆ
- บริษัทยังคงรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้จัดจำหน่ายรายย่อยอย่างต่อเนื่อง

บริษัท	ประเภทธุรกิจ	ประเภทวัตถุดิบ	Supplier รายใหญ่ปี 2563	
			จำนวน (ราย)	สัดส่วน %
WBLP	ผลิตและจำหน่ายรองเท้า กระเป๋า	พื้นรองเท้า หนัง น้ำยาทา	5	47.03
MTC	ผลิตพื้นรองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้า	เม็ดพลาสติก สี ไมโครไฟเบอร์	10	70.25
AVF	ผลิตพื้นรองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้า	เคมีภัณฑ์ น้ำยาทา Compound	7	6.57
PTX	ธุรกิจสนับสนุนการผลิต	เม็ดพลาสติก ยาง	10	85.88
PEI	ธุรกิจสนับสนุนการผลิต	เม็ดพลาสติก ทองเหลือง อลูมิเนียม	4	77.94
เฉลี่ย			7	36.74



#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 620/5 หมู่ 11 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี (ในโครงการสวนอุตสาหกรรม เครือสหพัฒน์) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ตามงบการเงินรวม ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1.ที่ดิน	บริษัทและบริษัทย่อย	10.73	ค้ำประกัน บมจ.ธนาคาร กรุงเทพ
2.อาคาร	บริษัทและบริษัทย่อย	8.16	
3.อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน			
3.1 ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	บริษัทและบริษัทย่อย	382.55	ค้ำประกันเงินกู้ 94 ล้านบาท ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ธ.กรุงเทพ
3.2 อาคาร	บริษัท	42.68	

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ตามงบการเงินเฉพาะกิจการ ดังนี้  
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

##### 1) ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน

สถานที่ตั้ง	ขนาด			ประเภทของการถือ กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี สุทธิ (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์การ ถือครองครอง
	ไร่	งาน	ตารางวา			
จังหวัดชลบุรี	11	3	78.5	จำนอง BBL	77.65	ให้เช่า
จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	235	3	45	จำนอง คุณบุญยสิทธิ์ โชควัฒนา	77.67	ที่ดิน ว่างเปล่า
จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	181	2	73.5	เป็นเจ้าของ	116.12	ที่ดิน ว่างเปล่า
จังหวัดระยอง	68	1	67	เป็นเจ้าของ	51.25	ที่ดิน ว่างเปล่า
รวม	497	3	64		322.69	

## 2) อาคารและสิ่งปลูกสร้าง

สถานที่ตั้ง	รายการ	ประเภทของการถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์การถือครอง
จังหวัดชลบุรี	อาคารโรงงาน 4 หลัง พื้นที่ 18,334.50 ตารางเมตร	จำนอง BBL	42.68	ให้เช่า
รวม			42.68	
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน			365.37	

หมายเหตุ : BBL หมายถึง บมจ.ธนาคารกรุงเทพ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทย่อย มีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

## 1) ที่ดิน

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

## 2) อาคารและสิ่งปลูกสร้าง

สถานที่ตั้ง	รายการ	ประเภทของการถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์การถือครอง
จังหวัดฉะเชิงเทรา	อาคารโรงงาน เนื้อที่ 3,732 ตารางเมตร	PTX ค้ำประกันวงเงิน BBL	6.99	ใช้ในกิจการ
รวม			6.99	

หมายเหตุ : PTX หมายถึง บริษัท พอนเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

## 3) อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

## 3.1 ที่ดิน

สถานที่ตั้ง	ขนาด			ประเภทของการถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์การถือครอง
	ไร่	งาน	ตารางวา			
จังหวัดเลย	671	3	0	ERC	59.86	-
รวม	671	3	0		59.86	

หมายเหตุ : ERC หมายถึง บริษัท เอ็กซ์เซลเลนซ์ รีบเบอร์ จำกัด

4) เครื่องจักรและอุปกรณ์

ประกอบด้วยจักรอุตสาหกรรม เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรองเท้า เครื่องจักรที่สำคัญติดตั้งอยู่ในอาคารโรงงาน อายุการใช้งานอยู่ระหว่าง 5-10 ปี มีเครื่องจักร 36 เครื่องคิดภาระค่าประกัน BBL

5) สัญญาเช่าอาคาร ใช้ในการประกอบธุรกิจ (โรงงานผลิต)

- บริษัท โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเน้นท์ จำกัด (บริษัทย่อย) มีสัญญาเช่าอาคาร อายุสัญญา 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 2 หลัง รวมเนื้อที่ 9,252 ตารางเมตร สวนอุตสาหกรรมศรีสพพัฒน์ 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 ฟู้ดแวย์ จำกัด (บริษัทย่อย) มีสัญญาเช่าอาคาร อายุสัญญา 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 2 หลัง รวมเนื้อที่ 6,500 ตารางเมตร สวนอุตสาหกรรมศรีสพพัฒน์ กบินทร์บุรี เลขที่ 51 หมู่ 5 ต.สุวรรณศร ต. นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี กับ บริษัท สหพัฒนาปิบูล จำกัด (มหาชน) มูลค่า 350,000.00 บาทต่อเดือน รวมมูลค่าทั้งสิ้น 4,200,000.00 บาทต่อปี กำหนดค่าเช่า โดยอ้างอิงจากค่าเช่าพื้นที่โดยรอบ และพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง ลักษณะสภาพ และการใช้ประโยชน์
- บริษัท คับเบิลยูบีแอลพี 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 แพนเอเชียฟู้ดแวย์ จำกัด (มหาชน) มีสัญญาเช่าที่ดินบางส่วนเพื่อทำการเกษตร อายุสัญญา 3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2563 ถึง 31 พฤษภาคม 2566 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 2563 จำนวน 2 หลัง รวมเนื้อที่ 1,451 ตารางเมตร เลขที่ 626/1 หมู่ 11 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี กับ บริษัท ไอดีเอฟ จำกัด มูลค่า 130,590 บาทต่อเดือน รวมมูลค่าทั้งสิ้น 1,567,080 บาทต่อปีกำหนดค่าเช่า โดยอ้างอิงจากค่าเช่าพื้นที่โดยรอบ และพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง ลักษณะสภาพ และการใช้ประโยชน์

#### 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อย มูลค่ารวม 168.008 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 30.05 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ นโยบายการลงทุนในอนาคตของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับสถานะเศรษฐกิจ โอกาสในการทำธุรกิจ และเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

5.1 คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯและบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

-ไม่มี -

5.2 คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯและบริษัทย่อย อย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลข  
ได้

-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 อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107537001501
โทรศัพท์	: 038 480 020 - 1
โทรสาร	: 038 480 080
เว็บไซต์	: <a href="http://www.panasiafootwear.com">www.panasiafootwear.com</a>
ทุนจดทะเบียน	: 275,400,000 บาท
ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว	: 275,400,000 บาท
ชนิดหุ้น	: หุ้นสามัญ
จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	: 540,000,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้	: หุ้นละ 0.51 บาท

## ข้อมูลสำคัญอื่น

บริษัท แพนเอเชียฟู้ดแวร์ จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนในบริษัทอื่น โดยถือหุ้นในสัดส่วนตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีรายละเอียดดังนี้

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภท ของหุ้น	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดย บริษัทฯ	
				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	ผลิตและรับจ้าง ผลิต รองเท้า กระเป๋า	หุ้น สามัญ	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	ผลิตและรับจ้าง ฉีดขึ้นส่วน พลาสติก/ยาง ผลิตและซ่อม แม่พิมพ์	หุ้น สามัญ	82,705	80,238	97.02
3. บจก. โมเดอร์น เทคโนโลยี คอมโพเน้นท์ 49 หมู่ 5 ถ.สุวรรณสร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5892-4 โทรสาร 0-3720-5290	ผลิตและรับจ้าง ผลิตพื้นรองเท้า	หุ้น สามัญ	2,000,000	1,999,993	55.55
4. บจก. แอดแวนเทจ ฟู้ดแวร์ 51 หมู่ 5 ถ.สุวรรณสร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5892-4 โทรสาร 0-3720-5290	ผลิตและรับจ้าง ผลิตรองเท้า และขึ้นส่วน รองเท้า	หุ้น สามัญ	3,670,000	2,903,792	79.31

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภท ของหุ้น	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดย บริษัทฯ	
				จำนวนหุ้น	%
บริษัทย่อย (ยังดำเนินธุรกิจ)					
5. บจก. เพค อินดัสทรีส์ 620/5 หมู่ที่ 11 ถ.สุขาภิบาล 8 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี โทร. 0-3848-0020-1 โทรสาร 0-3848-0080	ผลิตเชิง พลาสติก และ ดาไก่	หุ้น สามัญ	14,000	4,522	32.30

**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](http://www.set.or.th/tsd)

ผู้สอบบัญชี : นายวิรัช อภิเมธีธำรง  
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 1378  
นายชัยกรณ์ อุ้นปีติพงษ์  
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3196  
นายอภิรักษ์ อติอนุวรรตน์  
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 5202  
นายปรีชา สวน  
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 6718  
นางสาวกรแก้ว ดาบแก้ว  
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 8463

บริษัท สำนักงาน ดร.วิรัช แอนด์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด  
518/3 อาคารมณีนีชาเซ็นเตอร์ นอช ชั้น 7  
ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี  
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
โทรศัพท์ : 0-2252-2860  
โทรสาร : 0-2253-8730  
Email [virach5183@yahoo.com](mailto:virach5183@yahoo.com)  
Website <http://www.vaaudit.com>