



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด(มหาชน) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิต จัดจำหน่ายและค้าปลีก สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ประกอบด้วย เสื้อผ้าบุรุษ สตรี เด็ก ชุดว่ายน้ำ และชุดยูนิฟอร์ม โดยผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าสากล (International Brand) ที่ได้รับลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้าของบริษัท (House Brand) บริษัทมีฐานการผลิตแห่งแรกที่กรุงเทพฯ ต่อมาได้ขยายกำลังการผลิตไปยังส่วนภูมิภาคโดยก่อตั้งโรงงานอีก 3 สาขา คือ สาขาจังหวัดลำพูน สาขาสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ฯ กบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี และสาขานิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์ จังหวัดฉะเชิงเทรา บริษัทได้นำเทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต พร้อมทั้งมีการพัฒนาฝีมือแรงงาน เพิ่มพูนความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานในทุกสาขา

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่มีความชำนาญ โดยได้ขยายการลงทุนโรงถักผ้ายัดและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สาขากบินทร์บุรีในปลายปี 2549 เริ่มก่อสร้างอาคารโรงงานในปี 2550 และเริ่มดำเนินการผลิตในเดือน ธันวาคม 2550 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดความหลากหลาย มีคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างจากตลาด สามารถตอบสนองความต้องการที่ไม่หยุดนิ่งและให้ผู้บริโภคมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

1.1 วิสัยทัศน์

“ พัฒนารูทกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอย่างยั่งยืนไปกับสังคมและสิ่งแวดล้อม ”

พันธกิจ (Mission)

- สร้างอัตราการเติบโตทั้งรายได้และผลกำไรอย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถในหน้าที่และต้องมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
- มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า
- สร้างฐานธุรกิจให้แข็งแกร่ง ลงทุนขยายธุรกิจให้ครบวงจร
- สร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอในระยะยาว
- สนับสนุนกิจกรรมที่เป็นสาธารณประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม

วัฒนธรรมองค์กร(Organization Culture)

พนักงาน	: ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ สุจริต และมีคุณธรรม
สินค้า	: มุ่งเน้นคุณภาพและราคาที่เป็นธรรม
ผู้มีส่วนได้เสีย	: มุ่งมั่นสร้างผลตอบแทนที่ความเหมาะสมและเป็นธรรม

ค่านิยม (Value)

- | | |
|--------------------------|-------------------|
| ▲ สื่อสารสร้างสรรค์ | ครบถ้วนตรงประเด็น |
| ▲ สร้างสรรค์สร้างความรู้ | พัฒนาสิ่งใหม่ |
| ▲ ร่วมแรงร่วมใจ | มุ่งสู่เป้าหมาย |
| ▲ มั่นคง ยั่งยืน | คิดดี ทำดี |



1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

การพัฒนาด้านบริหารจัดการ

- ปี 2541 : ได้เริ่มดำเนินการ โครงการพัฒนาระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001
- ปี 2542 : บริษัทได้รับการรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001 ซึ่งเป็นบริษัทออกแบบและผลิตเสื้อผ้ารายแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรอง จากสถาบันรับรองคุณภาพ BUREAU VERITAS QUALITY (BVQI) เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2542
- ปี 2544 : พัฒนาระบบข้อมูลโดยนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระบบ SAP R/3 (System Application Products) เข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ
- ปี 2546 : ปรับปรุงและพัฒนาการรับรองระบบคุณภาพจากเดิม ISO 9001: 1994 เป็น ISO 9001: 2000 จากสถาบันรับรองคุณภาพ United Registrar of Systems (Thailand) เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2546
- ปี 2548 : พัฒนาระบบ Software SAP R/3 จาก Version 4.0 เป็น Version 4.7 เพื่อรองรับกับเทคโนโลยีที่จะเปลี่ยนแปลงในอนาคต และเพื่อให้ระบบการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- ปี 2552 : ปรับปรุงและพัฒนาการรับรองระบบคุณภาพจากเดิม ISO 9001: 2000 เป็น ISO 9001: 2008 จากสถาบันรับรองคุณภาพ United Registrar of Systems (Thailand) เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2552
- ปี 2555 : บริษัทได้ประกาศนโยบายและดำเนินการตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อ ด้านสังคมและด้านแรงงาน (WRAP) โดยได้รับการรับรองมาตรฐานระดับทอง (Gold Certificate of Compliance) จากองค์กร WRAP (Worldwide Responsible Accredited Production) สาขาลำพูน เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2555
- ปี 2556 : บริษัทได้ประกาศนโยบายและดำเนินการตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อ ด้านสังคมและด้านแรงงาน (WRAP) โดยได้รับการรับรองมาตรฐานระดับทอง (Gold Certificate of Compliance) จากองค์กร WRAP (Worldwide Responsible Accredited Production) สาขาการบินบุรี เมื่อวันที่ 22 มกราคม 2556
- : บริษัทได้ร่วมกับ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ภายใต้ โครงการ “การใช้เทคโนโลยีสะอาด (Cleaner Technology) สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอขนาดกลาง ขนาดเล็ก ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ” เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2556
- : บริษัทได้รับการรับรองระบบจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 สำหรับกระบวนการออกแบบและผลิตเสื้อผ้าบุรุษ เสื้อผ้าสตรี ชุดว่ายน้ำ ชุดเด็ก และผ้าอ้อม จากสถาบันรับรองคุณภาพ United Registrar of Systems (Thailand) เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2556

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท ประชาอากรณ์ จำกัด(มหาชน) (PG) มีโครงสร้างการถือหุ้นไว้ระหว่างกัน แต่การถือหุ้นไว้ดังกล่าวไม่มีลักษณะเป็นการถือหุ้นไว้ระหว่างกันที่ขัดหรือแย้งกับหลักเกณฑ์ ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ.28/2551 เรื่อง “การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่” ข้อ 14



การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	PG ถือหุ้น บริษัทอื่น	บริษัทอื่น ถือหุ้น PG
1. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 50%		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่น	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่น เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ	-	-
(ค) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นเกินกว่า 50% ในบริษัทอื่น ตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไป บริษัทอื่นเหล่านั้นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน	-	-
2. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50 %		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ เกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 10%	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ เกินกว่า 10%	-	-
3. กรณีการถือหุ้นไม่เกินกว่า 25%*		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ ไม่เกินกว่า 25% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 25%	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นไม่เกินกว่า 25% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ เกินกว่า 25%		
1. บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) (SPI)	0.44	13.78
2. บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) (SPC)	0.07	8.80
3. บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (ICC)	0.60	5.25

หมายเหตุ : * แสดงรายการเฉพาะบริษัทที่มีการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ผู้ถือหุ้น	ถือหุ้น PG (%)	ความสัมพันธ์
บมจ. ธนูลักษณ์	14.05	ใช้เครื่องหมายการค้าร่วมกัน เครื่องหมายการค้ารับอนุญาต “ ARROW ”
บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล	5.25	เป็นลูกค้ารายใหญ่ และตัวแทนจำหน่ายตรงให้กับผู้บริโภค และเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า “ BSC ”



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน) เริ่มธุรกิจด้วยการเป็นผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปตั้งแต่ปี 2523 ต่อมาได้ลงทุนในการผลิตผ้าถัก ทำให้ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อย่างครบวงจรดังนี้

ข้อมูลที่สำคัญ	
ผลิตภัณฑ์หลัก	<ul style="list-style-type: none">● เสื้อผ้าสำเร็จรูป สำหรับสุภาพบุรุษ สตรี เด็ก และชุดว่ายน้ำ● ชุด Uniform● ผ้าถัก (Knitted Fabric)
เครื่องหมายการค้า	<ul style="list-style-type: none">● เครื่องหมายการค้าสากล (International Brand) ได้แก่ ARROW, LACOSTE และ ELLE● เครื่องหมายการค้าที่เป็น House Brand ได้แก่ BSC, STREAMLINE, PRIMO LINEA, PROUD, 360 SWIM และ SWOOP
จุดเด่นที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none">● เป็นผู้ผลิตเสื้อยืดที่ครบวงจร ตั้งแต่การผลิตผ้าถัก(Knitted Fabric)จนถึงเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป● นำหลักการพัฒนาย่างยั่งยืนมาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ นโยบาย และการดำเนินงาน● สร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovation) ในการผลิตสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง
นโยบายหลักในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none">● สินค้ามีคุณภาพที่ดี มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในราคาที่เหมาะสม● สร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ● ดำเนินการด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ พัฒนาสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่อง
นโยบายในการพัฒนาธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">● พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง● ดำเนินการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านพลังงาน และวัตถุดิบ โดยการใช้เชื้อเพลิงและวัตถุดิบทดแทน● มุ่งพัฒนาความรู้ (Knowledge) ความชำนาญ (Skill) และความสามารถ (Competency) ให้พนักงานทุกระดับ ด้วยวิธีการพัฒนาหลายรูปแบบ

**ธุรกิจเครื่องนุ่งห่ม (ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป)**

บริษัทดำเนินธุรกิจหลักในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้ง เสื้อผ้าบุรุษ สตรี เด็ก ชุดว่ายน้ำ ภายใต้เครื่องหมายการค้าสากล (International Brand) ที่ได้รับลิขสิทธิ์ และเครื่องหมายการค้า (House Brand) ประกอบด้วย ARROW, LACOSTE, ELLE, ARENA, STREAM LINE และ BSC โดยบริษัทมีความเชี่ยวชาญในการผลิตกางเกง Slacks เสื้อเชิ้ต เสื้อยืด และชุดว่ายน้ำ

รวมถึงการผลิต ชุดกีฬา, Tracksuit, Blazer, Jacket ภายใต้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาต และตามคำสั่งซื้อของลูกค้า และชุด Uniform

ธุรกิจสิ่งทอ

เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทได้ลงทุนสายการผลิตด้านโรงถักผ้ายัด (Knitted Fabric) ที่สาขากบินทร์บุรี เพื่อให้มีความหลากหลายและความแตกต่าง สร้างความได้เปรียบให้กับบริษัทในการเป็นผู้ผลิตเสื้อยืดที่ครบวงจรตั้งแต่การออกแบบ การถักผ้า และกระบวนการผลิตเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป พร้อมเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพในด้านฝีมือแรงงานให้มีทักษะที่ดียิ่งอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ

การเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่าย

บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องได้ตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างแบรนด์สินค้าของตนเอง (House Brand) โดยจัดจำหน่ายตรงถึงผู้บริโภค ปัจจุบันบริษัทมีเครื่องหมายการค้าของบริษัทเอง ดังนี้ PRIMO LINEA , PROUD, 360 (THREE -SIX -O) และ SWOOP

จากศักยภาพและความเชี่ยวชาญในการประกอบธุรกิจ บริษัทได้ขยายการตลาดในการผลิตชุดฟอร์มพนักงาน (Uniform) ทั้งสำนักงาน (Office Wear) และ โรงงาน (Work Wear) คู่องค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐและเอกชน

โครงสร้างรายได้ของบริษัท

(หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากการขาย	ปี 2553	%	ปี 2554	%	ปี 2555	%	ปี 2556	%
ในประเทศ	941.13	94.03	1,098.82	86.79	1,138.71	95.09	970.42	91.75
ต่างประเทศ	59.79	5.97	167.31	13.21	58.83	4.91	87.20	8.25
รวม	1,000.92	100.00	1,266.12	100.00	1,197.54	100.00	1,057.62	100.00

ผลการดำเนินงาน

ปี 2556 บริษัทมีรายได้จากการขายรวม 1,057.62 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.68 เทียบกับปีก่อน โดยจำแนกเป็นรายได้จากการขายในประเทศ 970.42 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 14.78 และรายได้จากการขายต่างประเทศ 87.20 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 48.23 เทียบกับปีก่อน และเป็นสัดส่วนการจำหน่ายกางเกงSlacks เสื้อยืด และอื่น ในอัตราร้อยละ 40, 50 และ 10 ตามลำดับ



สิทธิและประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน

บริษัทฯ ได้รับบัตรส่งเสริมเงินลงทุนจำนวน 1 ฉบับ จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ที่โรงงาน สาขาการบินบุรีรัมย์ ตามรายละเอียดดังนี้

1. บัตรส่งเสริมเลขที่	1446(2)/2550
2. วันที่ได้รับบัตรส่งเสริม	4/5/2550
3. วันที่เริ่มใช้สิทธิ	15/2/2551
4. เพื่อส่งเสริมการลงทุนในกิจการ	ผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอหรือชิ้นส่วน
5. สิทธิประโยชน์สำคัญที่บริษัทได้รับ	
5.1 ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมนับแต่วันที่มียาได้จากจากการประกอบกิจการ	8 ปี ไม่เกิน 184.63 ล้านบาท
5.2 ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ตามข้อ 5.1 ไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้	8 ปี
5.3 ได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้รับจากการลงทุนในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกตินับแต่วันที่พ้นกำหนดระยะเวลาตามข้อ 5.1	5 ปี
5.4 ได้รับอนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้าและค่าน้ำประปา 2 เท่าของค่าใช้จ่าย ดังกล่าว นับแต่วันที่เริ่มมียาได้	10 ปี
5.5 ได้รับอนุญาตให้หักเงินลงทุนในการติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกนอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาปกติ	ร้อยละ 25 ของเงินลงทุน

ในฐานะที่เป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน บริษัทจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุน โดยเคร่งครัด



2.2. การตลาดและการแข่งขัน

ตลาดต่างประเทศ

ภาพรวมการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีอัตราการขยายตัวลดลงในปี 2556 จากคำสั่งซื้อที่ลดลงจากตลาดสำคัญของสหภาพยุโรป แต่คาดว่าแนวโน้มปี 2557 การส่งออกจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา รวมถึงการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลาดญี่ปุ่น และเกาหลี

ในปี 2556 บริษัทได้มุ่งเน้นการขยายฐานตลาดส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ ญี่ปุ่น เกาหลี เวียดนาม และกลุ่ม AEC โดยสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งผ้าถัก ผ้าทอ และเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และจากการเป็นผู้ผลิตผ้าถักบริษัทได้ผลิตวัตถุดิบที่มีความหลากหลายและความเป็นพิเศษทั้งด้านการออกแบบโครงสร้างและลายผ้า รวมถึงการพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าให้มีความทันสมัย พร้อมนำเสนอสินค้าตัวอย่าง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จากการที่บริษัทมีระบบการบริหารจัดการและการบริการที่ดีเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในศักยภาพและมั่นใจในคุณภาพของสินค้า ส่งผลให้บริษัทได้รับคำสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้นและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

ทั้งนี้บริษัทยังได้ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในส่วนของผู้ผลิต Supplier และบริษัทคู่ค้าในขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าตลาดยุโรป และอังกฤษ อย่างต่อเนื่อง ด้วยการร่วมพัฒนาผ้าผืน และเสื้อผ้าสำเร็จรูปกับลูกค้าและได้รับการนำเข้าสู่ Fabric library ของลูกค้า เพื่อพิจารณาการนำเสนอเข้าใน Collection รวม จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มโอกาสการขยายมากขึ้น และได้มีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้บริษัทได้มีทีมงานเดินทางไปพบตัวแทน (Agent) และลูกค้าในต่างประเทศโดยตรง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน อาทิ ประเทศเกาหลี เวียดนาม และญี่ปุ่น เพื่อนำเสนอขายผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ๆ ตั้งแต่ การออกแบบ การผลิตผ้า การสร้างแพทเทิร์น การตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบครบวงจร (Original Design Manufacture :ODM) เพื่อสร้างเสริมศักยภาพในการแข่งขัน รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมการออกแสดงสินค้าในต่างประเทศ อาทิ งาน Texworld ที่ประเทศฝรั่งเศส โดยนำนวัตกรรมผ้าถัก (knitted fabric) และ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ร่วมแสดงในงานดังกล่าว

ช่องทางการจำหน่ายตลาดต่างประเทศ บริษัทฯ จัดจำหน่ายผ้าถักและเสื้อผ้าสำเร็จรูปผ่าน Trading Firm และจำหน่ายตรงให้กับลูกค้าทั้งใน สหรัฐอเมริกา ยุโรป เอเชียและกลุ่มอาเซียน

สำหรับปี 2557 บริษัทยังคงมุ่งขยายตลาดสู่ประเทศญี่ปุ่น เกาหลี ยุโรป และอเมริกา โดยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2556 และมีแนวโน้มขยายตลาดสู่กลุ่มสินค้า Sport wear เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคได้ตระหนักถึงการดูแลสุขภาพและการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น



ตลาดในประเทศ

จากการปรับขึ้นอัตราค่าจ้างแรงงานทั่วประเทศได้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตเป็นอย่างมาก รวมถึงการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปในปี 2556 จาก จีน เวียดนาม ฮองกง และตุรกี ซึ่งเป็นคู่แข่งที่ผลิตได้ในต้นทุนที่ต่ำกว่า ทำให้ตลาดไทยเต็มไปด้วยสินค้าจากประเทศดังกล่าว รวมถึงการนำเข้าสินค้าแบรนด์เนมใหม่ ๆ จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาด

ในปี 2556 สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศในไตรมาส 4 ได้ส่งผลกระทบต่อประกอบธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงการท่องเที่ยว ทำให้ผู้บริโภคกระมัดระวังการใช้จ่าย นักท่องเที่ยวลดลง ลูกค้านักค้าปลีกมีการบริหารปริมาณสินค้าคงคลังให้มีความเหมาะสมกับภาวะการณ์ จึงได้ลดปริมาณคำสั่งซื้อลง ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายธุรกิจของบริษัท บริษัทจึงได้ปรับกลยุทธ์การบริหารโดยตระหนักถึงการบริหารต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ควบคุมดูแลค่าใช้จ่าย ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ในภาพรวมและพัฒนาในทุกด้าน

ทั้งนี้บริษัทยังตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมทำการตลาดเชิงรุก กับ บมจ.ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งเป็นลูกค้าหลักและเป็นตัวแทนจัดจำหน่าย โดยจัดทำข้อมูลสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด และร่วมจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการจัดการส่งเสริมการขายได้คำนึงถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์และสร้างคุณค่าต่อสังคม

ปัจจุบันการแข่งขันด้านเครื่องหมายการค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังนิยมในสินค้าแบรนด์เนม แต่บริษัทมั่นใจว่าสินค้าของบริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมและยอมรับในคุณภาพมาตรฐานสากล

ชุด Uniform

ในปี 2556 มีรายได้จากการจัดจำหน่ายชุด Uniform เติบโตกว่าปีก่อน และเชื่อมั่นว่ามีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น ทั้งชุดทำงานในโรงงานและสำนักงาน เนื่องจากบริษัทมีหน่วยงานรับจ้างผลิต (Made To Order) ที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพตั้งแต่การออกแบบ การถักผ้า จนถึงการส่งมอบสินค้า รวมถึงการมีบริการที่ดีทั้งก่อนและหลังการขาย คำนึงถึงหลักการแข่งขันทั้งด้านคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ซึ่งได้จัดทำชุด Uniform ให้แก่องค์กรที่มีชื่อเสียงทั้งสถาบันการเงิน รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน และสถาบันการศึกษาหลายแห่ง

ผ้าถัก (Knitted Fabric)

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการขยายฐานการตลาดผ้าถัก (Knitted Fabric) ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสามารถสร้างให้เป็นรายได้หลักในอนาคต โดยมีทีมงานที่เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ตั้งแต่การออกแบบ โครงสร้างและลายผ้า ให้มีความหลากหลายและพัฒนาให้มันวอดกรรมใหม่ ๆ และคำนึงถึงแหล่งวัตถุดิบต้นน้ำที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักสนับสนุนการผลิตเสื้อยืดคุณภาพที่ดีของบริษัทมาโดยตลอด

เครื่องหมายการค้าของบริษัท (House Brand)

สำหรับปี 2556 รายได้จากการจำหน่ายสินค้า House Brand ทั้ง 4 แบรนด์ มีอัตราการเติบโตกว่าปีก่อนเพียงเล็กน้อย บริษัทมีนโยบายขยายฐานการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยจะเพิ่มจำนวนร้านค้าและมุ่งขยายสู่ตลาดกลุ่ม AEC เพื่อรองรับแผนการตลาดทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งเชื่อมั่นว่าบริษัทมีความได้เปรียบจากการเป็นผู้ผลิตสินค้าที่มีชื่อเสียงและคุณภาพชั้นนำ ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นและพึงพอใจในคุณภาพและราคาที่เหมาะสม



- **“PRIMO LINEA”**

เสื้อผ้าสไตล์คลาสสิก มีสีสันทันสมัย เหมาะสำหรับทุก ๆ ไลฟ์สไตล์ และหลากหลายโอกาส จากการออกแบบให้มีความหลากหลายของสีสันทันสมัย ทำให้ง่ายต่อการสร้างสรรค์ลุคที่เหมาะสมกับสไตล์การสวมใส่ทั้งของคุณสุภาพบุรุษและสุภาพสตรี เป็นสินค้าที่ความทนและทันสมัยมารวมไว้ในเสื้อผ้า Brand ไทยสไตล์ “PRIMO LINEA” ทั้ง เสื้อเชิ้ต เสื้อโปโล และ Slacks

- **“PROUD”**

เสื้อผ้าสำหรับสุภาพสตรีรูปร่างพิเศษที่มีรูปแบบตามสมัยนิยม ซึ่งบริษัทได้พัฒนานวัตกรรมผ้าทั้งในกลุ่มผ้ายัดและผ้าทอเพื่อให้มีคุณสมบัติพิเศษแตกต่างจากคู่แข่งอื่น โดยมีคุณภาพดี สวมใส่สบาย ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

- **“360 (THREE SIX O)”**

แบรนด์ 360 (THREE SIX O) เป็นสินค้าสำหรับกลุ่มผู้หญิงที่ทันสมัย เน้นการตกแต่งผลิตภัณฑ์ด้วยงานฝีมือ (Handmade) โดยมีรูปแบบ สีสันทันที่หลากหลายตามแฟชั่น และมีจุดเด่นในการให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าได้ตามความพึงพอใจ รูปแบบและขนาดที่เหมาะสมกับรูปร่าง โดยสามารถมีกซ์แอนด์แมทซ์ชุดส่วนบนหรือส่วนล่างได้อย่างอิสระ ต่างสีต่างขนาด เข้าด้วยกัน สร้างสไตล์เฉพาะตัวได้อย่างง่ายดาย ซึ่งสามารถสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างให้กับแบรนด์ได้เป็นอย่างดี และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

- **“SWOOP”**

เสื้อผ้าสไตล์ลำลอง เป็นการผสมผสานกันระหว่างวัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการออกแบบที่ทันสมัยสำหรับสุภาพบุรุษและสุภาพสตรี มีเอกลักษณ์ของแบรนด์ คือ ดีไซน์ทันสมัยสไตล์ลำลอง ควบคู่ไปกับการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม

ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. บริษัทแต่งตั้งตัวแทนจัดจำหน่าย คือ บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทในกลุ่มสหพัฒน์และเป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท เป็นบริษัทชั้นนำที่มีศักยภาพและความเชี่ยวชาญในการทำตลาดในประเทศ โดยมีช่องทางจัดจำหน่ายหลักให้กับห้างสรรพสินค้า ดิสเคาน์สโตร์ รวมถึงการเปิดร้านค้าในศูนย์การค้าชั้นนำทั่วประเทศ

2. เปิดร้านค้า (SHOP) โดยบริหารจัดการเอง รวมถึง Corner / Counter ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท (House Brand) เพื่อให้ครอบคลุมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในทุกพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันได้มุ่งขยายสู่ Community Mall ตลอดจนจำหน่ายผ่าน Factory Outlet ทั้งของเครือสหพัฒน์และคู่ค้าภายนอก ซึ่งในปีที่ผ่านมาบริษัทได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการนำสินค้าจัดแสดงในงานต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ brand ให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง

3. จำหน่ายตรงให้กับลูกค้าผู้บริโภคในการจัดทำชุดเครื่องแบบ (Uniform) สำนักงาน (Office Wear) และโรงงาน (Work Wear) ให้กับองค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ



กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

คุณภาพ คือ หัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท และถือเป็นวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทที่ต้องปลูกฝังอยู่ในจิตสำนึกของพนักงานทุกคน ทุกขั้นตอนการผลิตตั้งแต่คัดสรรวัตถุดิบจนถึงผลิตเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปล้วนมีขั้นตอนในการดูแลอย่างมีประสิทธิภาพ

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ด้านสินค้า ตลอดจนกระบวนการทำงานและกระบวนการผลิต ที่ทันสมัย ทันต่อความต้องการของตลาด รวมทั้งลดขั้นตอนการสูญเสียเวลาในการผลิต และเน้นสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรม

ร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสำรวจความถึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีความเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และร่วมจัดทำโฆษณาส่งเสริมการขาย จัดกิจกรรมทางการตลาดโดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์และการมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

ภาวะการแข่งขัน

อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยยังต้องเผชิญความท้าทายในการแข่งขันและก้าวผ่านแรงกดดันทางด้านต้นทุนที่สูงขึ้นจากนโยบายการปรับค่าแรงของภาครัฐ อีกทั้งการส่งออกในตลาดหลักลดลง คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป จากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่าย ลูกค้ามีการปรับปริมาณสินค้าคงคลังให้มีความเหมาะสมกับภาวะการณ์ ทำให้มีการลดปริมาณการสั่งซื้อ ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์เชิงรุก

1. มุ่งสู่ตลาดกลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพ ได้แก่ ตลาดในกลุ่มเอเชียทั้ง อาเซียนและญี่ปุ่น ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตและมีศักยภาพ ปัจจุบันญี่ปุ่นได้ลดการพึ่งพาการนำเข้าจากจีน และหันมาสั่งซื้อสิ่งทอจากไทยเพิ่มมากขึ้น พร้อมพิจารณาการขยายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าไทย ด้วยการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางการค้าที่เป็นพันธมิตร หรือการร่วมทุนกับนักธุรกิจในประเทศนั้นๆ เพื่อลดขั้นตอนการทำธุรกิจและสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. มุ่งขยายตลาดในด้านการขายวัตถุดิบ เส้นด้าย ผ้าผืน และผ้าตัด เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มรายใหญ่ของโลก ซึ่งมีการพึ่งพาแหล่งวัตถุดิบจากไทย สร้างความหลากหลายของวัตถุดิบให้มีศักยภาพในการแข่งขันด้านคุณภาพ รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้มีความแตกต่าง เพื่อรองรับกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในการเปิดเสรี AEC ในปี 2558

แนวโน้มสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยปี 2557

สำหรับปี 2557 แนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม คาดว่าภาพรวมการส่งออกยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากเศรษฐกิจประเทศคู่ค้ามีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งคาดว่าจะมีคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าประเภทดินน้ำมันและกลางน้ำ เช่น ผ้าผืนและเส้นใย ให้ประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียน ส่วนผ้าผืนอาจได้รับผลกระทบจากสินค้าจีนราคาถูกที่เข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดของผ้าผืนไทย สำหรับเครื่องนุ่งห่มอาจได้รับคำสั่งซื้อจากสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป จากภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว แต่อาจได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่ยังคงยืดเยื้อ ซึ่งอาจจะส่งผลต่อความมั่นใจของนักลงทุนต่างประเทศ

ที่มา : ข้อมูลอ้างอิงจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

**2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์****2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์**

ปัจจุบันบริษัทมีสำนักงานใหญ่ และโรงงานสาขาอีก 3 แห่ง คือ

	สถานที่ตั้ง
สำนักงานใหญ่	666 ถ.พระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 ศูนย์กลางการบริหารจัดการ และผลิตเสื้อยืด และชุดว่ายน้ำ
สาขาลำพูน	77 หมู่ที่ 6 ถ.ลำปาง-เชียงใหม่ ต.บ้านกลาง อ.เมือง ลำพูน 51000 ผลิต : เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าทอ
สาขากบินทร์บุรี	216 หมู่ที่ 5 ถ.สุวรรณศร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี ปราจีนบุรี 25110 ผลิต : ผลิตผ้ายืดผืน และเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าถัก
สาขาเวลโกรว์	114 หมู่ 5 ต.บางสมัคร อ.บางปะกง ฉะเชิงเทรา 24180 ผลิต : เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่หลากหลาย

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
กำลังการผลิต (หน่วย : ตัว)			
- เสื้อผ้าบุรุษ และ ชุดเด็ก	1,200,000	1,344,000	1,393,000
- เสื้อผ้าสตรี	180,000	180,000	180,000
- ชุดว่ายน้ำ	220,000	220,000	220,000
รวม	1,620,000	1,744,000	1,793,000
ปริมาณการผลิตจริง			
- เสื้อผ้าบุรุษ และ ชุดเด็ก	970,548	994,579	969,000
- เสื้อผ้าสตรี	161,571	127,660	105,100
- ชุดว่ายน้ำ	202,622	196,528	192,465
รวม	1,334,741	1,318,767	1,266,565
การใช้กำลังการผลิต (%)	82.39	75.62	70.63

**วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier)**

บริษัทจัดหาและสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศเป็นหลัก เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในคุณภาพและได้ร่วมพัฒนากับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการค้าในประเทศ ส่วนด้านผ้าถัก(Knitted Fabric) ใช้ผลผลิตจากโรงถักผ้ายืดของบริษัท ซึ่งนับเป็นความได้เปรียบจากการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเสื้อยืดที่ครบวงจรตั้งแต่การออกแบบ การถักผ้า และกระบวนการผลิตเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป รวมถึงการที่บริษัทฯ ได้จัดตั้งโรงงานในเขตส่งเสริมการลงทุน โซน 3 ทำให้ได้สิทธิพิเศษจาก BOI ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการพัฒนาต้นทุน จากการพัฒนาทั้งกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสากลในการใช้สารเคมีที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งบริษัทได้รับความร่วมมือจากคู่ค้าเป็นอย่างดีในการควบคุมสารเคมีให้ได้มาตรฐานของ WRAP และภายใต้การมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐาน ISO14001:2004 ด้านการสั่งซื้อวัตถุดิบเส้นด้ายถักภายในประเทศ บริษัทจะคำนึงถึงแหล่งวัตถุดิบต้นน้ำซึ่งส่วนใหญ่มาจากประเทศออสเตรเลียและอเมริกาซึ่งเป็นวัตถุดิบต้นน้ำที่มีการยอมรับในระดับสากล

ในปี 2556 บริษัทมีการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบเสริมสำหรับผลิตสินค้า จากคู่ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นอัตราร้อยละ 80 จากภายในประเทศและอัตราร้อยละ 20 จากการนำเข้าจากต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทมีคู่ค้า (Supplier) จำนวน 215 ราย โดยมีการประเมินคู่ค้าตามระบบ ISO9001:2008 ในการจัดประเภทคู่ค้าเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ระดับมาตรฐานสากล

ทั้งนี้บริษัทยังจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่นทั้งในและต่างประเทศมาทดแทน โดยมีความคุณภาพเท่าเทียมกัน เพื่อพัฒนาสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นไปตามนโยบายการทำธุรกิจที่ยั่งยืน

ผลการประเมินคู่ค้า

(จำนวน:ราย)

กลุ่มคู่ค้า	ปี2554	ปี2555	ปี 2556
กลุ่ม A	222	155	189
กลุ่ม B	16	15	15
กลุ่ม C	11	19	11
รวม	249	189	215

หมายเหตุ : หลักเกณฑ์การประเมิน

กลุ่ม A คะแนน 90 - 100 คะแนน

กลุ่ม B คะแนน 80 – 90 คะแนน

กลุ่ม C คะแนน น้อยกว่า 80 คะแนน

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ประกอบด้วย สินค้าสำเร็จรูปรอการจัดส่ง (Goods in transit) และ สินค้าระหว่างการผลิต (work-in- process)



3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงโครงสร้างลูกค้ามีการพึ่งพาลูกค้าหรือผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่น้อยราย

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มผลิตสินค้าตามคำสั่งของลูกค้า โดยมีลูกค้ารายใหญ่ในประเทศเพียงรายเดียว คือ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทฯ มาตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจในปี 2523 แล้ว ในปี 2556 มียอดสั่งซื้อสินค้าคิดเป็นร้อยละ 74.55 ของยอดขายในประเทศ และคิดเป็นร้อยละ 68.41 ของยอดขายทั้งหมด

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าลูกค้ารายนี้จะสั่งซื้อสินค้าและเป็นลูกค้าของบริษัทฯ ต่อไปในอนาคต ที่ผ่านมามีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายนี้มาโดยตลอด ได้ร่วมกันพัฒนาธุรกิจเชิงรุกและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการและสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เพื่อรักษาผลประโยชน์ในระยะยาวทั้ง 2 ฝ่าย

ความเสี่ยงการใช้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาต

บริษัทดำเนินธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มภายใต้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาตจากต่างประเทศที่เป็น International Brand จากเจ้าของเครื่องหมายการค้าโดยตรง และบางส่วนผ่านผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท เป็นเครื่องหมายการค้าสากลที่นิยมกันทั้งในและต่างประเทศ

ตามที่บริษัทได้รับสิทธิให้เป็น “ผู้ได้รับอนุญาต” ผลิตและจำหน่ายเครื่องนุ่งห่ม ภายใต้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาต “LACOSTE” จาก Devanlay S.A. ซึ่งเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า ตั้งแต่ปี 2530 จนถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลา 27 ปี ปัจจุบันเจ้าของเครื่องหมายการค้าดังกล่าวได้เปลี่ยนแปลงนโยบายการดำเนินธุรกิจใหม่ โดยเจ้าของเครื่องหมายการค้าจะเป็นผู้ลงทุนทำการผลิตและจำหน่ายตรงกับ “ผู้แทนจำหน่าย” ทั่วโลกเอง ส่งผลให้สัญญาการเป็น “ผู้ได้รับอนุญาต” ผลิตและจำหน่ายเครื่องนุ่งห่ม ภายใต้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาต LACOSTE ให้กับ “ผู้แทนจำหน่าย” ที่ได้รับอนุญาต สำหรับตลาดในประเทศไทยของบริษัทจะสิ้นสุดลงในวันที่ 30 กันยายน 2557

ประโยชน์จากการที่บริษัทได้เป็นผู้ผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาตที่เป็น International Brand ทำให้บริษัทได้รับความรู้ด้านการผลิตและพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐานสากลตามข้อกำหนดของสัญญา โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าในทุกขั้นตอน ซึ่งถือเป็นทรัพย์สินที่มีค่าต่อองค์กร จากความรู้ดังกล่าวทำให้บริษัทพัฒนาสินค้าได้มาตรฐานโลก โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตรงกับนโยบายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นบริษัทคาดว่าจะมีโอกาสเป็นส่วนหนึ่งในการเป็นผู้ผลิตหรือคู่ค้าทางธุรกิจกับเจ้าของเครื่องหมายการค้ารับอนุญาต LACOSTE ต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้บริษัทได้ร่วมกับบริษัทในเครือสหพัฒน์สร้างเครื่องหมายการค้าของตนเอง ภายใต้ชื่อ “BSC” เพื่อมุ่งพัฒนาการเป็น International Brand ในอนาคต ซึ่งบริษัทได้รับอนุญาตให้ผลิตชุดว่ายน้ำและเสื้อผ้าสุขภาพบุรุษ นอกจากนี้ บริษัทมีสินค้าที่เป็นเครื่องหมายการค้าของบริษัท (House Brand) เพื่อจำหน่ายตรงกับผู้บริโภค ผ่านทางร้านค้า (Shop) ของตนเอง และ Factory Outlet รวมถึงการรับจัดทำชุด Uniform ทั้งในส่วนสำนักงานและโรงงานให้กับองค์กรและสถาบันที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ และการจำหน่ายผ้าถัก (Knitted Fabric) เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าทั้งสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปอีกช่องทางหนึ่ง ทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งในการลดความเสี่ยงจากการใช้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาตและการพึ่งพาลูกค้าเพียงรายเดียว



ความเสี่ยงเกี่ยวกับ Brand Loyalty

ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศยังนิยมสินค้าที่มีแบรนด์เนม และพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นิยมบริโภคแฟชั่นมากขึ้น ทำให้การแข่งขันทางการค้าด้านเสื้อผ้าสำเร็จรูปรุนแรงขึ้น พร้อมทั้งการเปิดเสรีทางการค้าทำให้มีสินค้าแบรนด์เนมที่มีชื่อเสียงเข้ามาเป็นคู่แข่งมากขึ้น

บริษัทฯ เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าที่ผลิตทั้งสินค้าที่เป็น International Brand และสินค้า House Brand มีการพัฒนาคุณภาพและสร้างความแตกต่างจากตลาด สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคทั้งคุณภาพ คุณค่าจากการสวมใส่และราคาที่เหมาะสม สร้างความรู้สึกที่ดีให้อยู่ในใจของผู้บริโภค ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดี กับแบรนด์สินค้าต่าง ๆ มาโดยตลอด รวมทั้งได้ร่วมกับบริษัท โอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้า ได้ทำการตลาดโดยใช้กลยุทธ์เชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาสถานะลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้ารายใหม่

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ และนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร-อุปกรณ์ จากต่างประเทศ ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเล็กน้อย

บริษัทได้มีแนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน ด้วยการจัดตั้งคณะทำงาน เพื่อเฝ้าติดตาม และวิเคราะห์ข่าวสารและสถานการณ์ของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

โดยการสร้างสมดุลของรายได้ และค่าใช้จ่ายที่เป็นสกุลเงินต่างประเทศ (Natural Hedging) รวมทั้งการบริหารเงินในบัญชีเงินฝากที่เป็นสกุลต่างประเทศ (Foreign Currency Deposit) และมีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) เพื่อบริหารเงินและลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

ความเสี่ยงจากการลงทุน

บริษัทดำเนินการลงทุนตามนโยบายและสัดส่วนการบริหารเงินลงทุนที่กำหนด โดยคณะกรรมการบริหาร โดยมีคณะทำงานบริหารเงินลงทุนควบคุมดูแลการลงทุนให้สอดคล้องกับนโยบายและสัดส่วนที่กำหนด ทั้งนี้บริษัทจะมีการทบทวนนโยบายและสัดส่วนการบริหารเงินลงทุนเป็นประจำทุกไตรมาส บริษัทได้มีการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นโดยลงทุนในหลาย ๆ สถาบัน และกำหนดวงเงินในแต่ละสถาบันการเงิน เพื่อให้มีการกระจายการลงทุนอย่างเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากรณีเกิดความเสียหายขึ้นจะส่งผลกระทบต่อเงินลงทุนในวงจำกัด สำหรับตราสารหนี้จะลงทุนในพันธบัตร เงินฝาก กองทุนรวมตลาดเงิน และตราสารหนี้เอกชนที่ได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือในระดับ A- ขึ้นไปหรือเทียบเท่า

บริษัทได้มีการติดตามสถานะความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อให้แน่ใจว่ามูลค่าความเสี่ยงอยู่ภายในระดับที่กำหนดไว้ และได้มีการทบทวนการกำหนดวงเงิน การบริหารเงินและการลงทุนของบริษัท ให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น



ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อ

ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อที่เกิดจากคุณภาพของลูกค้าที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงไว้กับบริษัท ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเงินทุนหมุนเวียน และสภาพคล่องต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้ โดยบริษัทได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

- วิเคราะห์ฐานะทางการเงิน และนำระบบประเมินคุณภาพของลูกค้า ใช้พิจารณาเพื่อกำหนดและทบทวนวงเงินสินเชื่อ รวมถึงระยะเวลาการชำระหนี้ของลูกค้าแต่ละราย ด้วยระบบ Credit Management เพื่อเป็นมาตรการควบคุมวงเงินสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

- จัดประชุมร่วมกันระหว่างฝ่ายบัญชีและฝ่ายธุรกิจทุกเดือน เพื่อติดตามคุณภาพลูกหนี้อย่างสม่ำเสมอ

- ติดตามเร่งรัดชำระหนี้จากลูกหนี้อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการติดตามหนี้ค้างชำระจนถึงที่สุด โดยเจ้าหน้าที่บัญชีและเจ้าหน้าที่ธุรกิจร่วมกัน อีกทั้งได้รับการตรวจสอบดูแลจากฝ่ายบริหาร และฝ่ายกฎหมายของบริษัทอย่างใกล้ชิด ซึ่งได้มีการประเมินมูลค่าของความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่ออย่างสม่ำเสมอ

- บริษัทมีนโยบายตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกค้าที่คาดว่าจะเรียกเก็บเงินไม่ได้ และได้เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินของบริษัทดำเนินการ

- บริษัทจะขอให้มีการมีเครื่องมือป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน อาทิเช่น หนังสือสัญญาค้ำประกันจากทางธนาคาร หรือเลตเตอร์ออฟเครดิต เป็นต้น รวมถึงการให้ลูกค้ารายใหม่ ๆ จ่ายเงินล่วงหน้าค่าสินค้าก่อนเริ่มดำเนินการ

- มีการขยายฐานลูกหนี้ให้กระจายตัวและมีจำนวนมากรายซึ่งบริษัทไม่ได้ยึดติดกับฐานลูกหนี้การค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งบริษัทมีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจให้มีการขยายกลุ่มลูกค้า เพื่อให้บริษัทเติบโตและยั่งยืน



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ที่ดิน

สถานที่ตั้ง	ขนาด			ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
	ไร่	งาน	ตารางวา			
ลำพูน	42	2	2	เป็นเจ้าของ	7.0	ไม่มีภาระผูกพัน
ลำพูน	-	-	29.9	เป็นเจ้าของ	0.2	ไม่มีภาระผูกพัน
ลำพูน	-	-	17.2	เป็นเจ้าของ	0.1	ไม่มีภาระผูกพัน
กบินทร์บุรี	3	-	48	เป็นเจ้าของ	2.8	ไม่มีภาระผูกพัน
กบินทร์บุรี	6	-	56	เป็นเจ้าของ	5.5	ไม่มีภาระผูกพัน
ฉะเชิงเทรา	3	3	25	เป็นเจ้าของ	11.3	ไม่มีภาระผูกพัน
ฉะเชิงเทรา	3	1	97	เป็นเจ้าของ	13.3	ไม่มีภาระผูกพัน
กรุงเทพฯ	-	-	17	เป็นเจ้าของ	1.3	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม					41.5	

2. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง

สถานที่ตั้ง	ขนาด	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ลำพูน	อาคารชั้นเดียว	เป็นเจ้าของ	14.47	ไม่มีภาระผูกพัน
ลำพูน	ทาวน์เฮาส์ 3.5 ชั้น	เป็นเจ้าของ	2.43	ไม่มีภาระผูกพัน
ลำพูน	ทาวน์เฮาส์ 3.5 ชั้น	เป็นเจ้าของ	1.40	ไม่มีภาระผูกพัน
เชียงใหม่	คอนโดมิเนียม	เป็นเจ้าของ	0.42	ไม่มีภาระผูกพัน
เชียงใหม่	คอนโดมิเนียม	เป็นเจ้าของ	0.95	ไม่มีภาระผูกพัน
กบินทร์บุรี	อาคาร 2 ชั้น	เป็นเจ้าของ	19.20	ไม่มีภาระผูกพัน
กบินทร์บุรี	อาคาร 2 ชั้น	เป็นเจ้าของ	13.54	ไม่มีภาระผูกพัน
กบินทร์บุรี	อาคาร 2 ชั้น	เป็นเจ้าของ	40.26	ไม่มีภาระผูกพัน
ฉะเชิงเทรา	อาคาร 2 ชั้น	เป็นเจ้าของ	13.70	ไม่มีภาระผูกพัน
ฉะเชิงเทรา	อาคารชั้นเดียว	เป็นเจ้าของ	2.74	ไม่มีภาระผูกพัน
กรุงเทพฯ	ตึกแถว 4 ชั้น	เป็นเจ้าของ	0.73	ไม่มีภาระผูกพัน
กรุงเทพฯ	อาคาร	สิทธิการเช่า	5.3	
กรุงเทพฯ	อาคาร	อายุสัญญาเช่า 3 ปี ปี 2554 ปี 2555 ปี 2556	5.34 5.34 6.48	
รวม			127.53	



3. เครื่องจักร

ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	จำนวนเครื่อง	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
จักรเย็บผ้า	เป็นเจ้าของ	1,901	179.90	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องถักผ้า	เป็นเจ้าของ	67	125.79	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม		1,968	305.69	

4.2 ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญ

เครื่องหมายการค้า รับอนุญาต	คู่สัญญา
ARROW	เป็นสัญญาระหว่างบริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน) กับบริษัท ธนุลักษณ์ จำกัด (มหาชน) โดยทำสัญญาครั้งละ 1 ปี ซึ่งสัญญาจะหมดอายุในปี 2556 (โดยจะชำระค่า ROYALTY เป็นรายเดือน)
LACOSTE	เป็นสัญญาระหว่าง บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน) กับ Devanlay S.A., โดยทำสัญญาครั้งละ 1 ปี <u>ซึ่งสัญญาจะสิ้นสุดในวันที่ 30 กันยายน 2557</u> (โดยจะชำระค่า ROYALTY เป็นรายไตรมาส) (รายละเอียดปรากฏใน ข้อที่ 3 ปัจจัยความเสี่ยง)
ELLE	เป็นสัญญาระหว่าง บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน) กับบริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) โดยทำสัญญาครั้งละ 2 ปี ซึ่งสัญญาจะหมดอายุในปี 2555 (โดยจะชำระค่า ROYALTY เป็นรายเดือน)
BSC	เป็นสัญญาระหว่าง บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน) กับบริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) โดยทำสัญญาครั้งละ 3 ปี ซึ่งสัญญาจะหมดอายุในปี 2555 (โดยจะชำระค่า ROYALTY เป็นรายเดือน)



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัท ไม่มีพันธะผูกพันใด ๆ หรือเป็นคู่ความหรือคู่กรณีในข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งจะมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัท



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	บริษัท ประชาอากรณ์ จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	PG
เลขทะเบียนบริษัท	0107537001552
ปีที่ก่อตั้ง	ปี 2523
วันที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	29 กันยายน 2531
ประเภทธุรกิจ	ผลิต และจำหน่ายสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม
ทุนจดทะเบียน	96 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว	96 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 96 ล้านหุ้น
มูลค่าที่ตราไว้	หุ้นละ 1 บาท
หุ้นบุริมสิทธิ	ไม่มี
เว็บไซต์	http://www.pg.co.th

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	666 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ : 0-2685-6500 โทรสาร : 0-2294-5159
สาขาลำพูน	77 หมู่ที่ 6 ถนนลำปาง-เชียงใหม่ ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมือง ลำพูน 51000 โทรศัพท์ : (053) 581 030-1 โทรสาร : (053) 581 032
สาขากบินทร์บุรี	216 หมู่ที่ 5 ถนนสุวรรณศร ตำบลนนทรี อำเภอกบินทร์บุรี ปราจีนบุรี 25110 โทรศัพท์ : (037) 205 115-6
สาขาเวลโกรว์	114 หมู่ที่ 5 ตำบลบางสมัคร อำเภอบางปะกง ฉะเชิงเทรา 24180 โทรศัพท์ : (038) 570 643-4

บุคคลอ้างอิง	• นายทะเบียน บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ : 0-2229-2800 โทรสาร : 0-2654-5642 , 0-2654-5645
• ผู้สอบบัญชี	นายวิชัย รุจิตานนท์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4054 นายอริพงษ์ อธิพงศ์สกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 3500 นายเสถียร วงศ์สนั่น ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 3495 นางสาวกุลธิดา ภาสุรกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5946 บริษัท เอเอ็นเอส ออดิท จำกัด 100/72 ชั้น 22 100/2 อาคารว่องวานิช อาคาร B ถนนพระราม 9 เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ : 0-2645- 0109 โทรสาร : 0-2645- 0110



การลงทุนในบริษัทอื่นหรือบริษัทเอกชนที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

บริษัท / ที่ตั้ง	ประเภทกิจการ	ทุนชำระแล้ว (หุ้นสามัญ)	จำนวนหุ้นที่ถือ		สัดส่วน (%)
			จำนวนหุ้น	จำนวนเงิน	
บริษัท ไทยสปอร์ตการ์เมนต์ จำกัด 666 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120	ผลิตและ จำหน่ายเสื้อผ้า สำเร็จรูป	10,000,000	19,000	1,900,000	19
บริษัท แชมป์เอช จำกัด 58 ซอยเจริญราษฎร์ 7 แยก 29-1 (ฝั่งขวา) แขวง บางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร 10120	ผลิตและ จำหน่ายเสื้อผ้า สำเร็จรูป และ เครื่องหนัง	40,000,000	60,000	6,000,000	15
บริษัท เอส.ที.จี.ซี. จำกัด 930/1 ซอยประดิษฐ์ 1 ถนนสาธุประดิษฐ์ แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120	วิจัยและพัฒนา สิ่งทอ	2,500,000	2,500	250,000	10