



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิต จัดจำหน่ายและค้าปลีก สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ประกอบด้วย เสื้อผ้าบุรุษ สตรี เด็ก ชุดว่ายน้ำ ชุดยูนิฟอร์ม และเครื่องหนังโดยผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าสากล (International Brand) ที่ได้รับลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้าของบริษัท (House Brand) บริษัทมีฐานการผลิตแห่งแรกที่กรุงเทพฯ ต่อมาได้ขยายกำลังการผลิตไปยังส่วนภูมิภาคโดยก่อตั้งโรงงานอีก 2 สาขา คือ สาขาจังหวัดลำพูน และสาขาสวนอุตสาหกรรมเรือสหพัฒนาฯ กบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี บริษัทได้นำเทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต พร้อมทั้งมีการพัฒนาฝีมือแรงงาน เพิ่มพูนความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานในทุกสาขา

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่มีความชำนาญ โดยได้ขยายการลงทุน โรงถักผ้ายัดและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สาขากบินทร์บุรีในปลายปี 2549 เริ่มก่อสร้างอาคารโรงงานในปี 2550 และเริ่มดำเนินการผลิตในเดือน ธันวาคม 2550 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดความหลากหลาย มีคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างจากตลาด สามารถตอบสนองความต้องการที่ไม่หยุดนิ่งและให้ผู้บริโภคมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ตลอดระยะเวลากว่า 38 ปี ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้มีการพัฒนากระบวนการผลิตควบคู่กับคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานความปลอดภัย ในระบบบริหารจัดการคุณภาพ ISO9001 และระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับที่บริษัทได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมร่วม เพื่อสร้างความสมดุลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญส่งเสริมให้องค์กรเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

1.1 วิสัยทัศน์

“เรามุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพด้วยนวัตกรรมเสื้อผ้าในประเทศไทย ”

ค่านิยม (Core Values)

- สื่อสารสร้างสรรค์ ครบถ้วน ตรงประเด็น
- ร่วมแรงร่วมใจ มุ่งสู่เป้าหมาย
- มั่นคง ยั่งยืน คิดดี ทำดี

วัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture)

พนักงาน : ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ สุจริต และมีคุณธรรม

สินค้า : มุ่งเน้นคุณภาพ และราคาที่เป็นธรรม

ผู้มีส่วนได้เสีย : มุ่งมั่นสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม และเป็นธรรม

พันธกิจ (Mission)

- มุ่งมั่นในการออกแบบและผลิตเสื้อผ้าบุรุษ , ชุดกีฬา และชุดว่ายน้ำให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
- มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท และลูกค้า
- มุ่งมั่นเป็น One stop service สำหรับสินค้าบุรุษ
- สร้างอัตราการเติบโตทั้งรายได้และผลกำไรอย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถในการหน้าที่ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
- สร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น
- สนับสนุนกิจกรรมที่เป็นสาธารณประโยชน์ แก่สังคม และสิ่งแวดล้อม



1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ : การพัฒนาด้านบริหารจัดการ

- ปี 2541 : ได้เริ่มดำเนินการโครงการพัฒนาระบบคุณภาพมาตรฐาน 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 : ปรับปรุงและพัฒนาระบบรับรองระบบคุณภาพจากเดิม 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 : ปรับปรุงและพัฒนาระบบรับรองระบบคุณภาพจากเดิม 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) สาขาบึงนาราง 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
- : พัฒนาระบบ Software SAP ECC 6.0 เพื่อรองรับเทคโนโลยีที่ใช้งานผ่าน Browser เป็นการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- ปี 2559 : บริษัทร่วมมือกับลูกค้าในการดำเนินธุรกิจตามหลักจริยธรรมและคุณธรรม (Code of conduct) ของลูกค้าในการดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เช่น PVH (Phillip Van Husen) และ Code of Conduct Airwair International – Dr. Martens โดยเฉพาะสิทธิมนุษยชน ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม
- ปี 2560 : บริษัทได้ให้ความ ร่วมมือกับลูกค้าในการดำเนินธุรกิจตามหลักจริยธรรมและคุณธรรม (Code of conduct) ของลูกค้า Peter Millar โดยปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่บังคับใช้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด รวมทั้งรักษามาตรฐานด้านแรงงาน สภาพการทำงานที่ถูกต้องตามหลักมนุษยธรรม และจริยธรรม และเป็นไปตามมาตรฐานขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศ โดยเฉพาะเน้น การสื่อสารระบบงานต่างๆภายในองค์กรให้พนักงานทั่วทั้งองค์กรทราบขั้นตอนการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท ประชาอากรณ จำกัด (มหาชน) (PG) มีโครงสร้างการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน แต่การถือหุ้นไขว้ดังกล่าวไม่มีลักษณะเป็นการถือหุ้นไขว้ระหว่างกันที่ขัดหรือแย้งกับหลักเกณฑ์ ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ.28/2551 เรื่อง “การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่” ข้อ 14

การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	PG ถือหุ้น บริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือ หุ้น 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)	0.39	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

ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทมีการทำธุรกรรมกับกลุ่มสื่อ และเครื่องนุ่งห่มในเครือ บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ผู้ถือหุ้นใหญ่ ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ตลอดจนบริษัทจัดจำหน่าย ซึ่งช่วยสนับสนุนการทำธุรกิจของบริษัทอย่างครบวงจร ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ จนถึงการจัดจำหน่ายสินค้า



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ผู้ถือหุ้น	ถือหุ้น PG (%)	ความสัมพันธ์
บมจ.สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง	13.78	เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้ารับอนุญาต “ELLE”
บมจ.ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล	5.25	เป็นลูกค้ารายใหญ่ และตัวแทนจำหน่ายตรงให้กับผู้บริโภคร และเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า “ARROW” และ “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) เครื่องหนัง
เครื่องหมายการค้า	<ul style="list-style-type: none"> เครื่องหมายการค้าสากล (International Brand) ได้แก่ Arrow, Elle, Arena , Felix Buhler, Mizuno และ Lecoq เครื่องหมายการค้า Local Brand ประกอบด้วย Streamline และ BSC เครื่องหมายการค้าที่เป็น House Brand ได้แก่ Primo Linea , Proud, 360 (Three -Six -O), Swoop และ Oberon เครื่องแบบชุด Uniform
จุดเด่นที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> เป็นผู้ผลิตเสื้อยัดที่ครบวงจร ตั้งแต่การผลิตผ้าถัก (Knitted Fabric) จนถึงเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป นำหลักการพัฒนาย่างยั่งยืนมาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ นโยบาย และการดำเนินงาน สร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovation) ในการผลิตสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง
นโยบายหลักในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> สินค้ามีคุณภาพที่ดี มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในราคาที่เหมาะสม สร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ ดำเนินการด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ พัฒนาสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่อง
นโยบายในการพัฒนาธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง ดำเนินการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านพลังงานและวัตถุดิบ โดยการใช้เชื้อเพลิงและวัตถุดิบทดแทน มุ่งพัฒนาความรู้ (Knowledge) ความชำนาญ (Skill) และความสามารถ (Competency) ให้พนักงานทุกระดับ ด้วยวิธีการพัฒนาหลายรูปแบบ



บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด(มหาชน) เริ่มธุรกิจด้วยการเป็นผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปตั้งแต่ปี 2523 ต่อมาได้ลงทุนในการผลิตผ้าถัก(Knitted Fabric) โดยการประกอบธุรกิจของบริษัทมีการร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจเสริมสร้างให้ธุรกิจครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ พร้อมมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มต่อยอดธุรกิจในการสร้างสรรค์นวัตกรรมธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มให้มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

1. ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป

บริษัทดำเนินธุรกิจหลักในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้ง เสื้อผ้าบุรุษ สตรี เด็ก ชุดว่ายน้ำ ชุดกีฬา และชุดชั้นในชาย ภายใต้

- International Brand (เครื่องหมายการค้าสากล) ที่ได้รับสิทธิให้เป็นผู้ผลิต ประกอบด้วย Arrow, Elle, Arena , Felix Buhler, Mizuno และ Lecoq
- Local Brand ประกอบด้วย Streamline และ BSC
- House Brand เครื่องหมายการค้าที่บริษัทผลิตและจำหน่ายเอง ประกอบด้วย Primo Linea , Proud, 360 (Three -Six -O), Swoop, Oberon และ Begrandy
- เครื่องแบบชุด Uniform

2. ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เพื่อความเป็นผู้นำในการเป็นผู้ผลิตเสื้อยืดที่ครบวงจร บริษัทมีสายการผลิตด้านโรงถักผ้ายืดที่กบินทร์บุรี โดยมีเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเสริมสร้างกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง สำหรับบุรุษและสตรี ประกอบด้วย กระเป๋าสตางค์ กระเป๋าถือ และเข็มขัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ Sarini ” House Brand ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของหนังแท้ที่มีคุณภาพทั้งวัตถุดิบและฝีมือการตัดเย็บ และเป็นผู้ผลิตและส่งออกให้กับเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่เป็น International Brand ด้วย

สถานที่ตั้งสำนักงานและโรงงานแต่ละสาขา มีดังนี้

	สถานที่ตั้ง /สาขา	
สำนักงานใหญ่	กรุงเทพมหานคร	ศูนย์กลางบริหารจัดการ
โรงงานสาขาลำพูน	จังหวัดลำพูน	เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าทอ
โรงงานสาขากบินทร์บุรี	จังหวัดปราจีนบุรี	ผลิตผ้ายืดผืน และ เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าถัก



โครงสร้างรายได้

(หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากการขาย	ปี 2560		ปี 2559		ปี 2558	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
ในประเทศ :	752.83	78.43	839.11	78.55	674.99	69.81
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	678.93	70.74	755.77	70.75	614.77	63.58
ผ้าถัก	53.03	5.52	65.48	6.13	60.22	6.23
เครื่องหนัง	20.87	2.17	17.86	1.67	-	-
ต่างประเทศ :	207.00	21.57	229.18	21.45	291.85	30.19
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	179.62	18.71	187.40	17.54	291.85	30.19
ผ้าถัก	10.34	1.08	-	-	-	-
เครื่องหนัง	17.04	1.78	41.78	3.91	-	-
รวม	959.83	100.00	1,068.29	100.00	966.84	100.00

ผลการดำเนินงาน

ปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการขายรวม 959.83 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 10.15 จากปีก่อน โดยจำแนกเป็นรายได้จากการขายในประเทศ 752.83 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 10.28 และรายได้จากการขายต่างประเทศ 207 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 9.68 จากปีก่อน

การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์

บริษัทได้มีการพัฒนานวัตกรรมด้านวัตถุดิบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดและมีความคุ้มค่า โดยสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภายใต้หลักคิดที่ว่า “เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”

บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อรักษาไว้ซึ่งคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มาตรฐานความปลอดภัยจากสีและสารเคมีที่เป็นอันตราย รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อาทิ

- การรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001:2008
- การรับรองระบบจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001:2004
- การรับรองผลิตภัณฑ์ลดโลกร้อน (Cool Mode)
- การรับรองผลิตภัณฑ์ “ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5”

เพื่อเป็นแนวทางในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนต่อไป และร่วมสนับสนุนกับวิสัยทัศน์ขององค์กร “เรามุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพด้วยนวัตกรรมเสื้อผ้าในประเทศไทย”



สิ่งทอที่เป็นฟังก์ชัน (Functional Textile)

“Cool Mode” สัญลักษณ์ของเสื้อผ้าลดโลกร้อน

บริษัทพัฒนาผ้าและเสื้อผ้า โดยเน้นการออกแบบการใช้เส้นใย การถักทอ และรูปแบบเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับเสื้อผ้าลดโลกร้อนภายใต้สัญลักษณ์ “Cool Mode” ซึ่งมีคุณสมบัติสวมใส่เย็นสบาย ดูดซับเหงื่อได้ดี และรวดเร็ว ระบายความร้อนจากร่างกายสู่ภายนอกได้ดี มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้รับการรับรองคุณภาพและมาตรฐานการทดสอบจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก และสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นรายแรกของประเทศไทย

บริษัทได้พัฒนาวัตถุดิบหลักในด้านผ้าทอ (woven) 5 ประเภท ผ้ากางเกง / สูท และผ้าเช็ด และผ้าถัก (Knitted Fabric) 3 ประเภท เพื่อให้มีความหลากหลาย และเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น โดยมีทั้งชุดทำงาน กางเกง เสื้อเชิ้ต เสื้อยืดโปโล และเสื้อกีฬา ภายใต้สินค้า House Brand และชุด Uniform จึงเป็นการขยายตลาดสู่กลุ่มลูกค้า Niche Market ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหรือองค์กรที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าราคา พร้อมกับการมีส่วนร่วมในการช่วยลดภาวะโลกร้อน ส่งผลให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี

นอกจากนี้ได้พัฒนาเนื้อผ้าใหม่ที่ใช้โครงสร้างผ้า Twill ส่วนผสม Cotton / Polyester / Elastane สำหรับทำเสื้อโปโลสู่ลูกค้าตลาดเวียดนาม เพื่อเพิ่มตัวเลือกในการใช้ผ้า Cool Mode และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าในตลาดต่างประเทศ

“ผ้า I-Flex” (Version 2) ได้รับการรับรอง “ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 ผลิตภัณฑ์เสื้อ”

บริษัทได้พัฒนานวัตกรรมผ้ายืดภายใต้ชื่อว่า “I-Flex” มีคุณสมบัติยืดหยุ่นตัวได้ 360 องศา (more flexibility) ทำให้ผู้สวมใส่สบายทุกอริยบทสามารถเคลื่อนไหวร่างกายได้คล่องตัว เนื้อผ้ามีความพิเศษดูแลรักษาได้ง่าย (easy care) ไม่ยับ ไม่ต้องรีด หรือรีดง่าย (easy ironing) บริษัทได้มีส่วนร่วมในการช่วยลดภาวะโลกร้อนจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีความหลากหลาย อาทิ ชุดสูท ชุดเครส กระโปรง และกางเกง ซึ่งนับเป็น Version 1 ของบริษัท

ต่อมาในปี 2560 บริษัทได้พัฒนานวัตกรรมผ้า I-Flex (Version 2) ได้ผ่านการรับรอง “ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 ผลิตภัณฑ์เสื้อ” จากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก เป็นผลิตภัณฑ์เสื้อสูท และกางเกง ภายใต้แบรนด์ “ARROW” ที่สวมใส่สบาย และไม่ต้องรีดร่วมลดภาวะโลกร้อน โดยจะจัดจำหน่ายในปี 2561

“ARROW” แบรนด์ชั้นนำ จากประเทศสหรัฐอเมริกา

บริษัทฯ ได้พัฒนาและออกแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยกางเกงภายใต้แบรนด์ ARROW ทั้งกางเกงขายาว และกางเกงขาสั้น มีทรงหลากหลายสไตล์ให้เลือกสรร ด้วยนวัตกรรมสิ่งทอ การตัดเย็บและสีสันทันสมัย ดังนี้



ARROW นวัตกรรมล่าสุดของกางเกงผู้ชาย “อิสระ...ทุกการเคลื่อนไหว” เพื่อการสวมใส่กางเกงผู้ชาย ซึ่งเปี่ยมไปด้วยความสบาย สนองการใช้งานตามแบบฉบับที่ผู้ชายทุกคนสามารถเข้าถึงได้ในสัมผัสแรกเมื่อสวมใส่ อีกทั้งยังช่วยสร้างความมั่นใจให้ผู้ชายทุกคน ได้หล่ออย่างไร้กังวล จนกลายเป็นความประทับใจใน ARROW “อิสระ...ทุกการเคลื่อนไหว” ให้ลื่นไหลไปกับทุกอิริยาบถ...อย่างไร้ขีดจำกัด

ARROW ได้นำเสนอความแตกต่างซึ่งไม่เหมือนใครของกางเกงผู้ชาย ใน 3 รูปแบบ ซึ่งแตกต่างกัน ภายใต้แบรนด์ ARROW

1. **RELAX MOVE** กางเกงใส่เที่ยว สวมใส่สบาย หลากหลายด้วยสีสันทันให้เลือก

2. **EASY MOVE** กางเกงใส่ทำงาน สามารถปรับเวยได้ ให้เข้ากับสรีระของผู้สวมใส่แต่ละคน แต่ละขนาด แต่ละช่วงเวลา สวมใส่สบายทุกโอกาสกับกางเกงเอวสบาย Easy Move ที่ซ่อนขอบเอวอย่างยึดด้านใน ทำให้รู้สึกสบายในทุกอิริยาบถ แม้รับประทานอาหารมื้อหนักมาก็เวยอยู่ ภายใต้สโลแกนว่า “แค่ใส่กางเกง เอวสบาย มื้อหนักแค้ไหนก็ม่กลัว”

3. **MAX MOVE** สุดยอดของกางเกง สวมใส่สบายที่สุด จากการพัฒนานวัตกรรมเนื้อผ้าและการตัดเย็บ ด้วยนวัตกรรมผ้ายืดหยุ่น (ผ้ายืด I-Flex) จากเส้นด้ายที่ใช้การผสมผสานเส้นใยหลายชนิด เพื่อให้ได้ผ้าที่มีคุณสมบัติพิเศษของผ้ายืด โดยเส้นใยที่ ARROW ได้คัดสรรมาใช้นี้ ประกอบด้วย เส้นใยชนิดพิเศษที่มีความยืดหยุ่น ยับยาก รีดง่าย และคืนตัวได้ดีเยี่ยม รักษารูปทรง ผสมกับเส้นใยที่มีคุณสมบัติให้ความนุ่ม ดูดความชื้น และระบายอากาศได้ดี โดยเส้นใยชนิดพิเศษที่มาจากเทคโนโลยีการปั่นเส้นด้ายพิเศษ เพื่อป้องกันการเกิดขนบนผ้าให้น้อยลง และให้ผิวสัมผัสผ้ามีความคงทนต่อการใช้งาน จากนั้นจึงนำมาผ่านกระบวนการออกแบบรูปทรง เพื่อการใช้งานที่เหมาะสมในแต่ละประเภท พร้อมการตัดเย็บในทุกขั้นตอนอย่างพิถีพิถัน ง่ายต่อการดูแลรักษา และมาพร้อมกับความแตกต่างซึ่งไม่เหมือนใครให้คุณผู้ชายได้สวมใส่กางเกงซึ่งใส่สบายที่สุด



2.2. การตลาดและการแข่งขัน

ตลาดต่างประเทศ

ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มด้านการส่งออกปรับลดลงจากปี 2560 โดยเฉพาะกลุ่มเครื่องแต่งกายที่ผู้ผลิตบางส่วนได้ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งคำสั่งซื้อของประเทศคู่ค้าหลักลดลงจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศ ประกอบกับเวียดนามลดการนำเข้าผ้าผืนและด้าย เนื่องจากจีนและไต้หวันมีการลงทุนในอุตสาหกรรมกลางน้ำในเวียดนาม

ในปี 2560 บริษัทมีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ สหรัฐอเมริกา ยุโรป เวียดนาม ญี่ปุ่น เกาหลี และกลุ่ม AEC ภาพรวมมียอดการส่งออกลดลงจากปี 2559 แต่ยอดส่งออกไปยังสหรัฐ และกลุ่มประเทศ AEC เพิ่มขึ้น จากการที่ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในศักยภาพและมั่นใจในคุณภาพของสินค้า รวมถึงการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและทันสมัย แม้ว่าจะยังมีการแข่งขันด้านราคาจากกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอย่างจีน เวียดนาม อินโดนีเซีย กัมพูชา และบังกลาเทศ ที่มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า

บริษัทได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยมีทีมงานพร้อมกับตัวแทน (Agency) เดินทางไปพบลูกค้าโดยตรงในประเทศ เกาหลี เวียดนาม และญี่ปุ่น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และทำการตลาดเชิงรุกโดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์แบบครบวงจร และนวัตกรรมใหม่ๆ ตั้งแต่ การออกแบบลายผ้า การผลิตผ้า การสร้างแพทเทิร์น จนตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อเสนอเป็นตัวอย่างให้กับลูกค้า (Original Design Manufacturer : ODM) เป็นกลยุทธ์เสริมสร้างศักยภาพเชิงการแข่งขัน

ช่องทางการจำหน่ายตลาดต่างประเทศ

1. จัดจำหน่ายผ่าน Trading Firm
2. จำหน่ายตรงให้กับลูกค้าทั้งในสหรัฐอเมริกา ยุโรป เอเชีย และกลุ่มอาเซียน

สำหรับปี 2560 บริษัทยังคงมุ่งขยายตลาดสู่ประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป เวียดนาม เกาหลี ญี่ปุ่น และกลุ่ม AEC อย่างต่อเนื่อง ภายใต้ Code of Conduct ของลูกค้าและมาตรฐานสากล WRAP รวมถึง Code of Conduct “PVH” ของสินค้า International Brand โดยคาดว่าจะมีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้น จากกลุ่มสินค้า Outer wear, Sport wear และ Swim wear

ตลาดในประเทศ

การแข่งขันของตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศยังคงมีการแข่งขันอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด จากการที่ตลาดของผู้ผลิตภายในประเทศเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด ในขณะที่เดียวกันยังมีการเข้ามาทำตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปของแบรนด์ระดับโลก ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านการจัดระบบควบคุมการผลิตที่ดี ต้นทุนการผลิตที่ต่ำทั้งด้านค่าแรงและค่าวัตถุดิบจากการสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้มีอำนาจต่อรองกับ Supplier รวมทั้งการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว จากการมีเครือข่ายอยู่ทั่วโลกและมีแผนการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง

ส่วนการขายในประเทศกลุ่มเสื้อผ้าสำเร็จรูปยังใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในส่วนส่งเสริมยอดขายที่มีการกระตุ้นตลาดของแบรนด์เสื้อผ้าต่าง ๆ ด้วยการลดราคาตามห้างสรรพสินค้าและย่านการค้าต่าง ๆ รวมถึงการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจาก จีน เวียดนาม กัมพูชา บังกลาเทศ เกาหลี และอิตาลีเพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้ารูปแบบแฟชั่นที่มีทุกระดับราคา และในปัจจุบันยังมีการนำเข้าสินค้าแบรนด์เนมใหม่ ๆ จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายเป็นจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดสูง



บริษัทฯ ร่วมทำการตลาดเชิงรุก กับ บมจ.ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตชั่นแนล ซึ่งเป็นลูกค้าหลักและเป็นตัวแทนจัดจำหน่าย

- จัดทำข้อมูลสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด
- ร่วมจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการจัดการส่งเสริมการขายได้คำนึงถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์และสร้างคุณค่าต่อสังคม
- ร่วมกันคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค “ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยกับผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ”

ปัจจุบันการแข่งขันด้านเครื่องหมายการค้ายังเป็นปัจจัยสำคัญเช่นเคย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังนิยมในสินค้าแบรนด์เนม แต่บริษัทมั่นใจว่าสินค้าของบริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมและยอมรับในคุณภาพมาตรฐานสากล

ชุด Uniform

จากการที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญตั้งแต่การออกแบบ การคัดสรรวัตถุดิบ การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การส่งมอบสินค้า รวมถึงการมีบริการที่ดีทั้งก่อนและหลังการขาย คำนึงถึงหลักการแข่งขันทั้งด้านคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ส่งผลให้บริษัทได้เป็นผู้ผลิตชุด Uniform ให้แก่องค์กรที่มีชื่อเสียงทั้งสถาบันการเงิน ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน และสถาบันการศึกษาหลายแห่ง

การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศ

1. บริษัทแต่งตั้งตัวแทนจัดจำหน่าย คือ บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท โดยมีช่องทางจัดจำหน่ายหลักให้กับห้างสรรพสินค้า ดิสคาน์สโตร์ และ Modern Trade
2. จัดจำหน่ายผ่านระบบ E-Commerce
3. จัดจำหน่ายผ่าน Factory Outlet
4. จำหน่ายตรงให้กับลูกค้าผู้บริโภคในการจัดทำชุดเครื่องแบบ(Uniform) สำนักงาน(Office) และ โรงงาน(Work Wear) ให้กับ องค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ

การบริหารจัดการด้านการตลาด

เพื่อสร้างทางเลือกรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าและผู้บริโภค บริษัทได้ใช้กลยุทธ์ในการนำเสนอสินค้า ดังนี้

1. การสร้าง Fashion Trend ล้วงหน้าจัดทำเป็น Story Board คอนเซ็ปต์ กลุ่มสีต่าง ๆ และ Mix & Match สินค้าครบทุกหมวดหมู่ พร้อมจัดทำ PRE- Collection ให้ลูกค้าได้เห็นสินค้าจริง เพื่อง่ายต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อ แบบ One Stop Service ส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและตอบรับการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น และการทำ Visual Merchandise นี้สามารถวางแผนการตลาดเป็นการล่วงหน้าร่วมกัน
2. ร่วมบริหารจัดการต้นทุนสินค้ากรณีที่ลูกค้ามีการสั่งซื้อในปริมาณมาก เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าสามารถแข่งขันทางการตลาดกับคู่แข่งได้ และสามารถเพิ่มยอดขายได้ทั้งสองฝ่าย
3. เพิ่มพันธมิตรช่องทางการจัดจำหน่ายกับ LAZADA / LOOKSI / SHOPEE และ THAILAND BEST ในส่วนสินค้า House Brand และ O Shopping ในส่วนสินค้า Brand Name เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มี Life Style ทันสมัยสั่งซื้อสินค้าได้บนสมาร์ตโฟน



จากการที่ตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปยังมีการแข่งขันในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายขึ้น ทั้งช่องทางเดิมอย่าง Department Store Modern Trade และ Convenience Store รวมถึงช่องทางที่เกิดขึ้นใหม่อย่างช่องทาง E-Commerce และ Modern Trade ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตขึ้นในทุกปี เนื่องจากช่องทางเหล่านี้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและครบถ้วน อีกทั้งช่องทาง TV Shopping ที่ทำให้ผู้ผลิตสามารถสื่อสารนวัตกรรมของสินค้าได้อย่างครบถ้วน มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งบริษัทได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้บริษัทได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การทำงานโดยนำเสนอสินค้าที่หลากหลายและนวัตกรรมที่ลูกค้าและผู้บริโภคต้องการ พร้อมทั้งเร่งหาลูกค้าใหม่เพื่อเพิ่มยอดขาย รวมถึงการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายโดยรวม ทั้งการลดต้นทุนวัตถุดิบ การผลิต ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และต้นทุนทางการเงิน เพื่อให้มีต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่สามารถแข่งขันได้ทั้งในและต่างประเทศ

แนวโน้ม ปี2561

คาดว่าจะการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มขยายตัวได้ดี เนื่องจากเศรษฐกิจโลกฟื้นตัวและตลาดส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญของโลกขยายตัว โดยเฉพาะเวียดนาม ตุรกี และบังกลาเทศ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปรายใหญ่ของโลก ทำให้ความต้องการวัตถุดิบสำหรับการผลิตเครื่องนุ่งห่มไม่ว่าจะเป็นเส้นใยประดิษฐ์ เส้นด้าย และผ้าฝ้ายเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีแนวโน้มในทิศทางที่ดี

ที่มา : ข้อมูลอ้างอิงจากสำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
และฝ่ายวิจัยนโยบายฯ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ



2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันบริษัทมีสำนักงานใหญ่ และโรงงานสาขาอีก 2 แห่ง คือ

	สถานที่ตั้ง
สำนักงานใหญ่	666 ถ.พระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 ศูนย์กลางการบริหารจัดการ
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 และเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าอັก

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
กำลังการผลิต (หน่วย : ตัว)			
- เสื้อผ้าบุรุษ สตรี และชุดเด็ก	1,378,000	1,176,000	1,519,500
- ชุดว่ายน้ำ	420,000	630,000	228,750
- Underwear	3,500,000	3,564,000	-
- เครื่องหนัง	95,000	96,000	-
รวม	5,393,000	5,466,000	1,748,250
ปริมาณการผลิตจริง			
- เสื้อผ้าบุรุษ สตรี และชุดเด็ก	1,348,240	805,632	1,025,864
- ชุดว่ายน้ำ	297,187	438,897	86,974
- Underwear	2,464,987	2,224,044	-
- เครื่องหนัง	73,524	76,518	-
รวม	4,183,938	3,545,091	1,112,838
การใช้กำลังการผลิต (%)	77.58	64.86	63.65

วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier)

บริษัทจัดหาและสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศเป็นหลัก เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในคุณภาพและได้ร่วมพัฒนากับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการค้าในประเทศ ส่วนด้านผ้าอັก (Knitted Fabric) ใช้ผลผลิตจากโรงอັกผ้ายืดของบริษัท ซึ่งนับเป็นความได้เปรียบจากการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเสื้อยืดที่ครบวงจรตั้งแต่การออกแบบ การอັกผ้า และกระบวนการผลิตเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป และได้พัฒนาทั้งกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสากลในการใช้สารเคมีที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งบริษัทได้รับความร่วมมือจากคู่ค้าเป็นอย่างดีในการ



ควบคุมสารเคมีให้ได้มาตรฐานของ REACH และภายใต้การมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐาน ISO14001 ด้านการตั้งซื้อวัตถุดิบเส้นด้ายถักภายในประเทศ บริษัทจะคำนึงถึงแหล่งวัตถุดิบต้นน้ำซึ่งส่วนใหญ่มาจาก ออสเตรเลียและอเมริกาซึ่งเป็นวัตถุดิบต้นน้ำที่มีการยอมรับในระดับสากล

วัตถุดิบที่ผลิตผ้าถักและเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่จะเป็นเส้นใยธรรมชาติ ที่ผ่านกระบวนการคัดเลือก Supplier ที่ได้รับการรับรองผ่านมาตรฐาน Oeko-Tex Standard 100 เป็นการระมัดระวังการเลือกใช้สารเคมีในการฟอกย้อม หลีกเลี่ยงการใช้สารฟอสฟอรัสไฮไดรด์ และสารก่อมะเร็ง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค นอกจากนี้วัตถุดิบสำหรับบรรจุหีบห่อสามารถนำรีไซเคิลได้เป็นส่วนใหญ่

สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

ในปี 2560 บริษัทมีการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบเสริมสำหรับผลิตสินค้า จากคู่ค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ คิดเป็นอัตราร้อยละ 85 จากภายในประเทศและอัตราร้อยละ 15 จากการนำเข้าจากต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทมีคู่ค้า (Supplier) ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากกว่า 311 ราย โดยมีการประเมินคู่ค้าตามระบบ ISO 9001 ในการจัดประเภทคู่ค้าเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ระดับมาตรฐานสากล

นอกจากนี้บริษัทยังจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่นทั้งในและต่างประเทศมาทดแทน โดยมีคุณภาพเท่าเทียมกัน เพื่อพัฒนาสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001 และเป็นไปตามนโยบาย การทำธุรกิจที่ยั่งยืน

ผลการประเมินคู่ค้า : ตามมาตรฐาน ISO 9001

(จำนวน:ราย)

กลุ่มคู่ค้า	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
กลุ่ม A	237	257	157
กลุ่ม B	38	51	20
กลุ่ม C	27	47	8
รวม	302	355	185

หมายเหตุ : หลักเกณฑ์การประเมิน

กลุ่ม A คะแนน 90 - 100 คะแนน

กลุ่ม B คะแนน 80 – 90 คะแนน

กลุ่ม C คะแนน น้อยกว่า 80 คะแนน

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -



3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงโครงสร้างลูกค้า มีการพึ่งพาลูกค้าหรือผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่น้อยราย

ในประเทศ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยมี บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศ มียอดสั่งซื้อสินค้าคิดเป็นร้อยละ 65.35 ของยอดขายในประเทศ และคิดเป็นร้อยละ 51.26 ของยอดขายทั้งหมด

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าลูกค้ารายนี้จะสั่งซื้อสินค้าและเป็นลูกค้าของบริษัทฯ ต่อไปในอนาคต ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ภาพที่ดีลูกค้ารายนี้มาโดยตลอด ได้ร่วมกันพัฒนาธุรกิจเชิงรุกและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

ต่างประเทศ

การจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ บริษัทฯ มีการจำหน่ายสินค้าไปยังทวีปต่างๆ เช่น เอเชีย อเมริกา และกลุ่ม อียู เพื่อสร้างฐานยอดขาย และกระจายความเสี่ยงอันเกิดจากการมีลูกค้ารายเดียว ประกอบกับความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทฯ ยังคงสร้างความพอใจในด้านคุณภาพและการส่งมอบให้กับลูกค้าได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ก็ยังคงมุ่งในการหาลูกค้ารายใหม่ๆ เพื่อเป็นการสร้างยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น

ความเสี่ยงเกี่ยวกับ Brand Loyalty

ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศยังนิยมสินค้าที่มีแบรนด์เนม และพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นิยมบริโภคแฟชั่นมากขึ้น ทำให้การแข่งขันทางการค้าด้านเสื้อผ้าสำเร็จรูปรุนแรงขึ้น พร้อมทั้งการเปิดเสรีทางการค้าทำให้แบรนด์เนมที่มีชื่อเสียงเข้ามาเป็นคู่แข่งมากขึ้น

บริษัทฯ เชื่อมมั่นในคุณภาพของสินค้าที่ผลิตทั้งสินค้าที่เป็น International Brand และสินค้า House Brand มีการพัฒนาคุณภาพและสร้างความแตกต่างจากตลาด สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคทั้งคุณภาพและคุณค่าแบรนด์สินค้าต่าง ๆ มาโดยตลอด รวมทั้งได้ร่วมกับบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด(มหาชน) ซึ่งเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้า ได้ทำการตลาดโดยใช้กลยุทธ์เชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่

ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)

สินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีการแข่งขันสูง โดยใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา รูปแบบ และการส่งเสริมการขาย เพื่อช่วงชิงและขยายฐานลูกค้า การเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ส่งผลให้มีการเปิดเสรีการค้าสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมือ สินค้าในประเทศแถบอาเซียนทั้งหมดสามารถเข้ามาในประเทศไทยได้อย่างเสรี ด้วยความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ทำให้การแข่งขันด้านราคาทวีความรุนแรงขึ้น ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ในฐานะผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้มีการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวแล้ว อาทิ การคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมทางด้านวัตถุดิบและสินค้าอย่างต่อเนื่อง การยกระดับคุณภาพในการบริการแก่ลูกค้า การร่วมลงทุนเพื่อสร้างโครงข่ายอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร การพัฒนาและเสริมสร้างทักษะ ความรู้ ความสามารถของบุคลากรในองค์กร รวมทั้งประโยชน์จากการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศในแถบอาเซียนในราคาค่าต้นทุนที่ต่ำลง



ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ และนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร-อุปกรณ์ จากต่างประเทศ ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเล็กน้อย บริษัทมีนโยบายในการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยการสร้างสมดุลของรายได้ และค่าใช้จ่ายที่เป็นสกุลเงินต่างประเทศ (Natural Hedging) รวมทั้งการบริหารเงินในบัญชีเงินฝากที่เป็นสกุลต่างประเทศ (Foreign Currency Deposit) และการซื้อ-ขายเงินสกุลต่างประเทศล่วงหน้า (Forward) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารเงินอย่างมีประสิทธิภาพ

ความเสี่ยงจากการลงทุน

บริษัท ดำเนินการลงทุนตามนโยบาย และสัดส่วนการบริหารเงินลงทุนที่กำหนดโดยคณะกรรมการบริหาร ซึ่งมีคณะทำงานบริหารเงินลงทุนควบคุมดูแลการลงทุนให้สอดคล้องกับนโยบายและสัดส่วนที่กำหนด ทั้งนี้บริษัทจะมีการทบทวนนโยบายและสัดส่วนการบริหารเงินลงทุนเป็นประจำทุกไตรมาส

บริษัทได้มีการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นโดยลงทุนในหลาย ๆ สถาบัน และกำหนดวงเงินในแต่ละสถาบันการเงิน เพื่อให้มีการกระจายการลงทุนอย่างเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากรณีเกิดความเสียหายขึ้นจะส่งผลกระทบต่อเงินลงทุนในวงจำกัด สำหรับตราสารหนี้จะลงทุนในพันธบัตร เงินฝาก กองทุนรวมตลาดเงิน และตราสารหนี้เอกชนที่ได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือในระดับ A ขึ้นไปหรือเทียบเท่า

บริษัทได้มีการติดตามสถานะความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อให้แน่ใจว่ามูลค่าความเสี่ยงอยู่ภายในระดับที่กำหนดไว้ และได้มีการทบทวนการกำหนดวงเงิน การบริหารเงินและการลงทุนของบริษัท ให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อ

ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อที่เกิดจากคุณภาพของลูกหนี้ที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงไว้กับบริษัท ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเงินทุนหมุนเวียน และสภาพคล่องต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้

บริษัทมีการบริหารจัดการและนโยบายในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว โดยพิจารณาวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินของลูกค้าและลูกหนี้อย่างระมัดระวัง การติดตามดูแลลูกหนี้อย่างใกล้ชิด และทบทวนข้อมูลวิเคราะห์คุณภาพอย่างสม่ำเสมอ โดยมีรายงานผลการติดตามการชำระหนี้เป็นระยะๆ เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพของลูกหนี้ และสามารถติดตามให้มีการชำระหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นกระบวนการติดตามหนี้ค้างชำระ บริษัทฯ ดำเนินการติดต่อโดยตรงไปยังลูกหนี้เพื่อให้ชำระหนี้คงค้าง และยังมีการตรวจสอบจากฝ่ายบริหาร และฝ่ายกฎหมายของบริษัทอย่างใกล้ชิด

นอกจากการให้สินเชื่ออย่างระมัดระวังแล้ว บริษัทมีนโยบายการตั้งสำรองหนี้สูญจากลูกหนี้การค้าที่แสดงตามมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ โดยพิจารณาจากประสบการณ์ในการเก็บหนี้ ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ และระยะเวลาหนี้คงค้าง ประกอบกับพิจารณาการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ

ความเสี่ยงสินค้าล้าสมัย

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องหนัง และผ้าถัก ซึ่งเป็นสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงความนิยมในตัวสินค้าอย่างรวดเร็ว ในปี 2560 บริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือ 335.53 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 44.10 ของสินทรัพย์หมุนเวียน และร้อยละ 18.61 ของสินทรัพย์รวม การมีสินค้าคงเหลือจำนวนมาก อาจส่งผลให้ไม่สามารถจำหน่ายออกไปได้ทันเวลา ทำให้สินค้าล้าสมัยและเสื่อมสภาพได้ และมีต้นทุนในการบริหารจัดการ ดูแลรักษาที่สูง จึงต้องมีการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยหรือด้อยค่าส่งผลให้กำไรสุทธิและสภาพคล่องของบริษัทลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายการบริหารจัดการเพื่อไม่ให้มีสินค้าคงค้างนาน โดยสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้า บริษัทฯจะระบายสินค้า ดังกล่าวออกไปโดยเร่งจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย นอกจากนี้บริษัทยังใช้ระบบสารสนเทศช่วยวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการบริหารสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ที่ดิน

สถานที่ตั้ง	ขนาด			ลักษณะกรรมสิทธิ์	ราคาสุทธิตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
	ไร่	งาน	ตารางวา			
ลำพูน	42	2	49.10	เป็นเจ้าของ	9.31	ไม่มีภาระผูกพัน
กบินทร์บุรี	9	-	104	เป็นเจ้าของ	8.33	ไม่มีภาระผูกพัน
ละหานทราย	6	4	122	เป็นเจ้าของ	24.63	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม					42.27	

2. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง

สถานที่ตั้ง	ขนาด	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ราคาสุทธิตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ลำพูน	อาคาร	เป็นเจ้าของ	4.04	ไม่มีภาระผูกพัน
กบินทร์บุรี	อาคาร	เป็นเจ้าของ	21.25	ไม่มีภาระผูกพัน
ละหานทราย	อาคาร	เป็นเจ้าของ	1.0	ไม่มีภาระผูกพัน
เพชรบุรี	คอนโดมิเนียม	เป็นเจ้าของ	7.03	ไม่มีภาระผูกพัน
นครราชสีมา	อาคาร	เป็นเจ้าของ	9.18	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม			42.50	

3. เครื่องจักรและอุปกรณ์

ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	จำนวนเครื่อง	ราคาสุทธิตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	2,763	4.33	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องถักผ้า	เป็นเจ้าของ	53	1.80	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม		2,927	6.13	



4.2 ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญ

เครื่องหมายการค้า รับอนุญาต	คู่สัญญา
ELLE	เป็นสัญญาระหว่าง บริษัท ประชาอากรณ์ จำกัด (มหาชน) กับบริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) โดยทำสัญญาครั้งละ 2 ปี ซึ่งสัญญาจะหมดอายุในปี 2561 (โดยจะชำระค่า ROYALTY เป็นรายเดือน)
BSC	เป็นสัญญาระหว่าง บริษัท ประชาอากรณ์ จำกัด (มหาชน) กับบริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) โดยทำสัญญาครั้งละ 3 ปี ซึ่งสัญญาจะหมดอายุในปี 2561 (โดยจะชำระค่า ROYALTY เป็นรายเดือน)
LECOQ	เป็นสัญญาระหว่าง บริษัท ประชาอากรณ์ จำกัด (มหาชน) กับบริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) โดยทำสัญญาครั้งละ 1 ปี ซึ่งสัญญาจะหมดอายุในปี 2560



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัท ไม่มีพันธะผูกพันใด ๆ หรือเป็นคู่ความหรือคู่กรณีในข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งจะมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัท



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	PG
เลขทะเบียนบริษัท	0107537001552
ปีที่ก่อตั้ง	ปี 2523
วันที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	29 กันยายน 2531
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่าย สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
ทุนจดทะเบียน	96 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว	96 ล้านบาท <u>ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 96 ล้านหุ้น</u>
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
สาขาการบินบุรี	216 หมู่ที่ 5 ถนนสุวรรณศร ตำบลนนทรี อำเภอบินทร์บุรี ปราจีนบุรี 25110 โทรศัพท์ : (037) 205 115-6

บุคคลอ้างอิง	• นายทะเบียน บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : 0-2009-9000 โทรสาร : 0-2009-9991
• ผู้สอบบัญชี	นายชยพล ศุภเศรษฐนันท์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 3972 นางกิงกาญจน์ อัสวรังสฤษฎ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4496 นางสาวรสพร เดชอาคม ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5659 นางสาวสุมนา พันธุ์พงษ์สานนท์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5872 <u>บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ชั้น 33 อาคารเลอรัชดา</u> 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ตู้ ปณ. 1047 กรุงเทพฯ 10501 โทรศัพท์ : 0-2264-9090 โทรสาร : 0-2264-0789-90

ข้อมูลสำคัญอื่น : -ไม่มี-



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 แขวง 29-1 (ฝั่งขวา) แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120	ผลิตและ จำหน่ายเสื้อผ้า สำเร็จรูป	40,000,000	60,000	6,000,000	15
บริษัท เอส.ที.จี.ซี. จำกัด 930/1 ซอยประดู่ 1 ถนนสาธุประดิษฐ์ แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120	วิจัยและพัฒนา สิ่งทอ	2,500,000	2,500	250,000	10