



## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่มีความชำนาญ โดยได้ขยายการลงทุน โรงถักผ้ายัดและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สาขากบินทร์บุรีในปลายปี 2549 เริ่มก่อสร้างอาคารโรงงานในปี 2550 และเริ่มดำเนินการผลิตในเดือน ธันวาคม 2550 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดความหลากหลาย มีคุณสมบัติพิเศษ ที่แตกต่างจากตลาด สามารถตอบสนองความต้องการที่ไม่หยุดนิ่งและให้ผู้บริโภคมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้มีการพัฒนากระบวนการผลิตควบคู่กับคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งมาตรฐานการผลิตและและมาตรฐานความปลอดภัย ในระบบบริหารจัดการคุณภาพ ISO9001 และระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับที่บริษัทได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมร่วม เพื่อสร้างความสมดุลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญส่งเสริมให้องค์กรเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

#### 1.1 วิสัยทัศน์

“เรามุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพด้วยนวัตกรรมเสื้อผ้าในประเทศไทย

#### วัฒนธรรมองค์กร ( Organization Culture)

พนักงาน : ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ สุจริต และมีคุณธรรม  
สินค้า : มุ่งเน้นคุณภาพ และราคาที่เป็นธรรม  
ผู้มีส่วนได้เสีย : มุ่งมั่นสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม

#### ค่านิยม ( PG Core Values)

T	E	A	M
Team Work	Efficiency	Accountability	Morality and
การทำงานเป็นทีม	การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ	ความรับผิดชอบ	Integrity
		ความสำเร็จของงาน	การมีจริยธรรมและความซื่อสัตย์

#### พันธกิจ (Mission)

- มุ่งมั่นในการออกแบบและผลิตเสื้อผ้าบุรุษ, ชุดกีฬา และชุดว่ายน้ำให้มีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
- มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทและลูกค้า
- มุ่งมั่นเป็น One Stop service สำหรับสินค้าบุรุษ
- สร้างอัตราการเติบโตทั้งรายได้และผลกำไรอย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถในการหน้าที่ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
- สร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น
- ดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นสาธารณประโยชน์



## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ : การพัฒนาการบริหารจัดการ

- 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 : 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) 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 เพื่อรองรับเทคโนโลยีที่ใช้ผ่าน Browser เป็นการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- ปี 2559 : บริษัทได้ให้ความร่วมมือกับลูกค้าในการดำเนินธุรกิจตามหลัก จริยธรรมและคุณธรรม ( Code of conduct ) ของลูกค้า PHILLIPS-VAN HEUSEN (PVH) โดยการรักษามาตรฐาน คุณธรรมและจริยธรรมที่สะท้อนถึงความซื่อสัตย์สุจริต และความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ ในการดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยเฉพาะสิทธิมนุษยชน ผลตอบแทนที่เป็นธรรม รวมทั้งด้านความปลอดภัยของพนักงานและด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทให้ความสำคัญมุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทน และลดการก่อเกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการใช้สารเคมี โดยมีประกาศนโยบายการบริหารจัดการด้านสารเคมี



- ปี 2560 : บริษัทได้ให้ความร่วมมือกับลูกค้าในการดำเนินธุรกิจตามหลักจริยธรรมและคุณธรรม (Code of conduct) ของลูกค้า **Peter Millar** โดยปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่บังคับใช้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด รวมทั้งรักษามาตรฐานด้านแรงงาน สภาพการทำงานที่ถูกต้องตามหลักมนุษยธรรม และจริยธรรม และเป็นไปตามมาตรฐานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ โดยเฉพาะเน้น การสื่อสารระบบงานต่างๆภายในองค์กรให้พนักงานทั่วทั้งองค์กรทราบขั้นตอนการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นโยบายการบริหารจัดการด้านสารเคมี
- ปี 2562 : บริษัทดำเนินการรับรองมาตรฐานรีไซเคิลสากล Global Recycled Standard สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าถัก Knitting จากเส้นใยรีไซเคิล เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งดูแลด้านสังคมและแรงงาน และด้านการใช้สารเคมี โดยในปี 2562 ได้รับการตรวจประเมินจากบริษัท Control Union เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

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

การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	PG ถือหุ้น บริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือ หุ้น PG
<b>1. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 50%</b>		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่น	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่น เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ	-	-
(ค) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นเกินกว่า 50% ในบริษัทอื่น ตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไป บริษัทอื่นเหล่านั้นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน	-	-
<b>2. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50 %</b>		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ เกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 10%	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ เกินกว่า 10%	-	-

*Handwritten signature*



ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	PG ถือหุ้น บริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือ หุ้น PG
3. กรณีการถือหุ้นไม่เกินกว่า 25%*	-	-
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ ไม่เกินกว่า 25% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 25%		
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นไม่เกินกว่า 25% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ เกินกว่า 25%		
1. บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) (SPI)	0.41	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 และตัวแทนจำหน่ายตรงให้กับผู้บริโภค และเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า “ARROW” และ “BSC”



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน) เริ่มธุรกิจด้วยการเป็นผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปตั้งแต่ปี 2523 ต่อมาได้ลงทุนในการผลิตผ้าถัก ทำให้ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อย่างครบวงจรดังนี้

ข้อมูลที่สำคัญ	
ผลิตภัณฑ์หลัก	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ เสื้อผ้าสำเร็จรูป สำหรับสุภาพบุรุษ สตรี และชุดว่ายน้ำ</li> <li>▪ ชุด Uniform</li> <li>▪ ผ้าถัก (Knitted Fabric)</li> <li>▪ เครื่องนุ่ง</li> </ul>
เครื่องหมายการค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ เครื่องหมายการค้าสากล (International Brand) ได้แก่ Arrow, Elle, Arena , Felix Buhler, Mizuno และ Le coq</li> <li>▪ เครื่องหมายการค้า Local Brand ประกอบด้วย Streamline และ BSC</li> <li>▪ เครื่องหมายการค้าที่เป็น House Brand ได้แก่ Primo Linea , Proud, 360 (Three -Six -O), Swoop และ Oberon</li> <li>▪ เครื่องแบบชุด Uniform</li> </ul>
จุดเด่นที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ เป็นผู้ผลิตเสื้อยืดที่ครบวงจร ตั้งแต่การผลิตผ้าถัก (Knitted Fabric) จนถึงเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป</li> <li>▪ นำหลักการพัฒนาย่างยั่งยืนมาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ นโยบาย และการดำเนินงาน</li> <li>▪ สร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovation) ในการผลิตสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>
นโยบายหลักในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ สินค้ามีคุณภาพที่ดี มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในราคาที่เหมาะสม</li> <li>▪ สร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ</li> <li>▪ ดำเนินการด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ พัฒนาสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>
นโยบายในการพัฒนาธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง</li> <li>▪ ดำเนินการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านพลังงานและวัตถุดิบ โดยการใช้เชื้อเพลิงและวัตถุดิบทดแทน</li> <li>▪ มุ่งพัฒนาความรู้ (Knowledge) ความชำนาญ (Skill) และความสามารถ (Competency) ให้พนักงานทุกระดับ ด้วยวิธีการพัฒนาหลายรูปแบบ</li> </ul>

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



มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มต่อยอดธุรกิจในการสร้างสรรค์นวัตกรรมธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มให้มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งเป็นธุรกิจหลัก 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 Le coq
- Local Brand ประกอบด้วย Streamline และ BSC
- House Brand เครื่องหมายการค้าที่บริษัทผลิตและจำหน่ายเอง ประกอบด้วย Primo Linea, Proud, 360 (Three -Six -O), Swoop และ Oberon
- เครื่องแบบชุด Uniform

2. **ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ** เพื่อความเป็นผู้นำในการเป็นผู้ผลิตเสื้อยืดที่ครบวงจร บริษัทมีสายการผลิตด้านโรงถักผ้ายืดที่กบินทร์บุรี โดยมีเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเสริมสร้างกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. **ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง** สำหรับบุรุษและสตรี ประกอบด้วย กระเป๋าถือ กระเป๋าสตางค์ 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

*(Signature)*





## โครงสร้างรายได้

(หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากการขาย	ปี 2562	%	ปี 2561	%	ปี 2560	%
ในประเทศ :	595.02	85.41	603.37	86.99	752.83	78.43
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	550.72	79.05	556.69	80.26	678.93	70.74
ผ้าถัก	43.00	6.17	43.86	6.32	53.03	5.52
เครื่องหนัง	1.30	0.19	2.82	0.41	20.87	2.17
ต่างประเทศ :	101.62	14.59	90.26	13.01	207.00	21.57
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	94.31	13.54	79.02	11.39	179.62	18.71
ผ้าถัก	7.31	1.05	7.01	1.01	10.34	1.08
เครื่องหนัง	-	-	4.23	0.61	17.04	1.78
รวม	696.64	100.00	693.63	100.00	959.83	100.00

## ผลการดำเนินงาน

ปี 2562 บริษัทมีรายได้จากการขายรวม 696.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.43 จากปีก่อน โดยจำแนกเป็นรายได้จากการขายในประเทศ 595.02 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 1.38 และรายได้จากการขายต่างประเทศ 101.62 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 12.58 จากปีก่อน

การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์

บริษัทได้มีการพัฒนานวัตกรรมด้านวัตถุดิบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดและ มีความคุ้มค่า โดยสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภายใต้หลักคิดที่ว่า “เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”

บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อรักษาไว้ซึ่งคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มาตรฐานความปลอดภัยจากสีและสารเคมี ที่เป็นอันตราย รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อาทิ

- การรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001:2015
- การรับรองระบบจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001:2015
- การรับรองผลิตภัณฑ์ลดโลกร้อน (Cool Mode)
- การรับรองผลิตภัณฑ์ลดโลกร้อน (Cool Mode)
- การรับรองผลิตภัณฑ์ “ ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5”

เพื่อเป็นแนวทางในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนต่อไป และร่วมสนับสนุนกับวิสัยทัศน์ขององค์กร “ เรามุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพด้วยนวัตกรรมเสื้อผ้าในประเทศไทย”



## สิ่งทอที่เป็นฟังก์ชัน (Functional Textile)

### ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5

- ผ้าฝ้ายเบอร์ 5 : ปลอดภัย แข็งแรง ทนทาน ลดความร้อน เรียบและไม่ขึ้นขน/เม็ด
- เสื้อผ้าเบอร์ 5 : ประหยัดไฟ ใส่สบาย ไม่ต้องรีด

ผลิตจากสารเคมีและสีย้อมที่ปลอดภัยจากสารก่อมะเร็ง และโลหะหนัก เนื้อผ้าแข็งแรง สีสทน ดูดซับเหงื่อและถ่ายเทความร้อนได้ดี ทำให้เย็นสบายสวมใส่ สามารถซักแล้วใส่ได้เลยโดยไม่ต้องรีด

บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป จำนวน 10 รุ่น ภายใต้แบรนด์ต่างๆ อาทิ ARROW, BSC COOL, PRIMO

### “COOL MODE” ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าลดโลกร้อน

ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษในการดูดซับเหงื่อและระบายความร้อนได้ดี ทำให้สวมใส่สบาย ไม่ร้อนอบอ้าว สามารถสวมใส่ในอาคารหรือห้องที่มีอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ 25°C ได้โดยไม่รู้สึกอึดอัด ในปี 2561 บริษัทได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์ COOL MODE Version ใหม่จำนวน 4 รายการ จำหน่ายให้กับลูกค้ากลุ่มยูนิฟอร์มและลูกค้าที่ซื้อผ้ายัด

### “Recycle polyester” การเปลี่ยนขยะประเภทขวดพลาสติกสู่ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า

ผลิตภัณฑ์ที่นำขวดพลาสติกมาแปรรูปเป็นเส้นใยรีไซเคิล ด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า บริษัทได้ผลิตและจำหน่ายเป็นเสื้อยืด โปโล และเสื้อยืดคอกลมให้กับลูกค้ากลุ่มยูนิฟอร์มและลูกค้าที่ซื้อผ้ายัด จำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

## ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

### ตลาดต่างประเทศ

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มปี 2562 การผลิตสิ่งทอที่ได้จากเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยประดิษฐ์หดตัวลดลง เป็นผลจากคำสั่งซื้อของประเทศคู่ค้าและความต้องการในประเทศลดลง ซึ่งเกิดจากการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศกลุ่ม CLMV โดยเฉพาะเวียดนาม ซึ่งมีความได้เปรียบด้านค่าแรงและสิทธิประโยชน์ทางภาษี โดยไทยส่งออกผ้าฝ้ายไปเวียดนามมากที่สุดแต่มีอัตราการขยายตัวลดลง เนื่องจากเวียดนามสามารถผลิตสินค้าที่คล้ายกับไทยได้ และมีต้นทุนต่ำที่ได้เปรียบคู่แข่งที่สำคัญของไทย ได้แก่ อินเดีย เกาหลีใต้ ไต้หวัน และอินโดนีเซีย

ส่วนเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีอัตราการขยายตัวลดลงเล็กน้อย จากการแข่งขันการนำเข้าสินค้าแฟชั่นจากจีนและเวียดนามที่มีราคาถูกกว่า กรณีส่งออกลูกค้าที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา จีน และสหราชอาณาจักร และยังขยายตัวได้ดีในกลุ่มที่รับจ้างผลิตสินค้าให้กับแบรนด์ต่างประเทศ

ในปี 2562 บริษัทมีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกาและ เอเชีย ร้อยละ 65 และ 35 ซึ่งภาพรวมมียอดการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปี 2561 โดยยอดส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ AEC เพิ่มขึ้น จากการที่ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในศักยภาพและมั่นใจในคุณภาพของสินค้า รวมถึงการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและทันสมัย แม้ว่าจะยังมีการแข่งขันด้านราคาจากกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอย่างจีน เวียดนาม อินโดนีเซีย กัมพูชา และบังกลาเทศ ที่มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า





บริษัทได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยมีทีมงานพร้อมกับตัวแทน (Agency) เดินทางไปพบลูกค้าโดยตรงในประเทศเวียดนาม 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 2563 บริษัทยังคงมุ่งขยายตลาดสู่ประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป เวียดนาม 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

สำหรับปี 2562 การแข่งขันของตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศยังมีการแข่งขันอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดจากการทำตลาดของผู้ผลิตภายในประเทศเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด ในขณะที่เดียวกันยังมีการเข้ามาทำตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปของแบรนด์ระดับโลก ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านการจัดระบบควบคุมการผลิตที่ดี ต้นทุนการผลิตที่ต่ำทั้งด้านค่าแรง และค่าวัตถุดิบจากการสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้มีอำนาจต่อรองกับ Supplier รวมทั้งการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว จากการมีเครือข่ายอยู่ทั่วโลกและมีแผนการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง

ส่วนการขายในประเทศกลุ่มเสื้อผ้าสำเร็จรูปยังใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในส่วนส่งเสริมยอดขายที่มีการกระตุ้นตลาดของแบรนด์เสื้อผ้าต่าง ๆ ด้วยการลดราคาตามห้างสรรพสินค้าและย่านการค้าต่าง ๆ รวมถึงการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจาก จีน เวียดนาม กัมพูชา บังกลาเทศ และเกาหลี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้ารูปแบบแฟชั่นที่มีทุกระดับราคา และยังมีการนำเข้าสินค้าแบรนด์เนมใหม่ ๆ จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายเป็นจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งกันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดสูง

บริษัทฯ ร่วมทำการตลาดเชิงรุก กับ บมจ.ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชันแนล 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.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลักให้กับห้างสรรพสินค้า ดิสคานต์ไดรฟ์ และ Modern Trade
2. จัดจำหน่ายผ่านระบบ E-Commerce
3. จัดจำหน่ายผ่าน Factory Outlet
4. จำหน่ายตรงให้กับลูกค้าผู้บริโภครในการจัดทำชุดเครื่องแบบ(Uniform) สำนักงาน(Office) และโรงงาน (Work Wear) ให้กับ องค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ

## การบริหารจัดการด้านการตลาด

เพื่อสร้างทางเลือกรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าและผู้บริโภค บริษัทได้ใช้กลยุทธ์ในการนำเสนอสินค้า ดังนี้

1. การสร้าง Fashion Trend ล่วงหน้าจัดทำเป็น Story Board คอนเซ็ปต์ กลุ่มสีต่าง ๆ และ Mix & Match สินค้าครบทุกหมวดหมู่ พร้อมจัดทำ PRE- Collection ให้ลูกค้าได้เห็นสินค้าจริง เพื่อง่ายต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อแบบ 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



## 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 และเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าถัก

## กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560
<b>กำลังการผลิต (หน่วย : ตัว)</b>			
- เสื้อผ้าบุรุษ สตรี	1,464,000	1,3750,000	1,378,000
- ชุดว่ายน้ำ	120,000	200,000	420,000
- Underwear	2,500,000	2,500,000	3,500,000
<b>รวม</b>	<b>4,075,000</b>	<b>4,075,000</b>	<b>5,298,000</b>
<b>ปริมาณการผลิตจริง</b>			
- เสื้อผ้าบุรุษ สตรี	844,136	1,076,479	1,348,240
- ชุดว่ายน้ำ	78,050	133,388	297,187
- Underwear	2,406,329	1,787,624	2,464,987
<b>รวม</b>	<b>3,328,515</b>	<b>2,997,491</b>	<b>4,110,414</b>
<b>การใช้กำลังการผลิต (%)</b>	<b>81.50</b>	<b>73.56</b>	<b>77.58</b>

## วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier)

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภค บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากแหล่งผลิตทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่ผลิตภายในประเทศ สำหรับการคัดสรรผู้จัดจำหน่าย บริษัทกำหนดให้มีกระบวนการ ตรวจสอบและคัดสรรผู้จัดจำหน่าย ทั้งในส่วนของ การตรวจสอบคุณภาพก่อนการซื้อขาย และกระบวนการสรรหา โดยบริษัทจะพิจารณาผู้จัดจำหน่ายที่ได้ มาตรฐานสากล และมาตรฐานการรับรองเฉพาะผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งเป็นไปตามนโยบาย ระเบียบและข้อกำหนด ที่เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัท เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทมีความโปร่งใส และเป็นธรรมแก่ผู้จัดจำหน่ายทุกราย



ในปี 2562 บริษัทจัดหาและตั้งซื้อวัตถุดิบในประเทศเป็นหลัก เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในคุณภาพและได้ร่วมพัฒนากับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการค้าในประเทศ ส่วนด้านผ้าถัก (Knitted Fabric) ใช้ผลผลิตจากโรงถักผ้ายัดของ บริษัท ซึ่งนับเป็นความได้เปรียบจากการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเสื้อยืดที่ครบวงจรตั้งแต่การออกแบบ การถักผ้า และกระบวนการผลิตเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป และได้พัฒนาทั้งกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสากลในการใช้สารเคมีที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งบริษัทได้รับความร่วมมือจากคู่ค้าเป็นอย่างดีในการควบคุมสารเคมีให้ได้มาตรฐานของ REACH และภายใต้การมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐาน ISO14001 ด้านการตั้งซื้อวัตถุดิบเส้นด้ายถักภายในประเทศ บริษัทจะคำนึงถึงแหล่งวัตถุดิบต้นน้ำซึ่งส่วนใหญ่มาจากออสเตรเลียและอเมริกาซึ่งเป็นวัตถุดิบต้นน้ำที่มีการยอมรับในระดับสากล

วัตถุดิบที่ผลิตผ้าถักและเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่จะเป็นเส้นใยธรรมชาติ ที่ผ่านกระบวนการคัดเลือก Supplier ที่ได้รับการรับรองผ่านมาตรฐาน Oeko-Tex Standard 100 เป็นการระมัดระวังการเลือกใช้สารเคมีในการฟอกย้อม หลีกเลี่ยงการใช้สารฟอสฟอรัส และสารก่อมะเร็ง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค นอกจากนี้วัตถุดิบสำหรับบรรจุหีบห่อสามารถนำมารีไซเคิลได้เป็นส่วนใหญ่

#### สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

ในปี 2562 บริษัทมีการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบเสริมสำหรับผลิตสินค้า จากคู่ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นอัตราร้อยละ 85 จากภายในประเทศและอัตราร้อยละ 15 จากการนำเข้าจากต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทมีคู่ค้า (Supplier) ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากกว่า 199 ราย โดยมีการประเมินคู่ค้าตามระบบ ISO 9001 ในการจัดประเภทคู่ค้าเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ระดับมาตรฐานสากล

นอกจากนี้บริษัทยังจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่นทั้งในและต่างประเทศมาทดแทน โดยมีคุณภาพเท่าเทียมกัน เพื่อพัฒนาสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001 และเป็นไปตามนโยบายการทำธุรกิจที่ยั่งยืน

#### ผลการประเมินคู่ค้า : ตามมาตรฐาน ISO 9001

(จำนวน : ราย)

กลุ่มคู่ค้า	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560
กลุ่ม A	178	179	237
กลุ่ม B	15	14	38
กลุ่ม C	6	27	27
รวม	199	203	302

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 67.76 ของยอดขายสินค้าในประเทศ และคิดเป็นร้อยละ 58.02 ของยอดขายทั้งหมด

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าลูกค้ายรายนี้จะสั่งซื้อสินค้าและเป็นลูกค้าของบริษัทต่อไป ในอนาคต ที่ผ่านมามีบริษัทที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้ายรายนี้มาโดยตลอด ได้ร่วมกันพัฒนาธุรกิจในการเชิงรุกและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

อย่างไรก็ตามหากลูกค้าได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ การเมือง การแข่งขัน หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ มียอดจำหน่ายสินค้าลดลง จึงได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ เช่น E-Commerce, TV Shopping เพื่อช่วยสร้างยอดขายให้แก่บริษัท

#### **ต่างประเทศ**

การจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ บริษัทฯมีการจำหน่ายสินค้าไปยังทวีปต่าง ๆ เช่น เอเชีย อเมริกา และกลุ่ม อียู เพื่อสร้างฐานยอดขาย และกระจายความเสี่ยงอันเกิดจากการมีลูกค้าน้อยราย ประกอบกับความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทฯ ยังคงสร้างความพอใจในด้านคุณภาพ และการส่งมอบให้กับลูกค้าได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ก็ยังคงมุ่งในการหาลูกค้ายรายใหม่ ๆ เพื่อเป็นการสร้างยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น

**ความเสี่ยงจากการลงทุน**

บริษัทฯ ดำเนินการลงทุนตามนโยบาย และสัดส่วนการบริหารเงินลงทุนที่กำหนดโดย คณะกรรมการบริหาร โดยมีคณะทำงานบริหารเงินลงทุนควบคุมดูแลการลงทุนให้สอดคล้องกับนโยบายและสัดส่วนที่กำหนด ทั้งนี้บริษัท จะมีการทบทวนนโยบายและสัดส่วนการบริหารเงินลงทุนเป็นประจำทุกไตรมาส

บริษัทฯได้มีการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นโดยลงทุนในหลาย ๆ สถาบันและกำหนดวงเงินในแต่ละสถาบันการเงิน เพื่อให้มีการกระจายการลงทุนอย่างเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากรณีเกิดความเสียหายขึ้นจะส่งผลกระทบต่อเงินลงทุนในวงจำกัด สำหรับตราสารหนี้จะลงทุนในพันธบัตร เงินฝาก กองทุนรวมตลาดเงิน และตราสารหนี้เอกชนที่ได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือในระดับ A- ขึ้นไปหรือเทียบเท่า

บริษัทฯได้มีการติดตามสถานะความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อให้แน่ใจว่ามูลค่าความเสี่ยงอยู่ภายในระดับที่กำหนดไว้ และได้มีการทบทวนการกำหนดวงเงิน การบริหารเงินและการลงทุนของบริษัท ให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

#### **ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน**

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





### ความเสี่ยงสินค้าล้าสมัย

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป และผ้าถัก ซึ่งเป็นสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงความนิยมในตัวสินค้าอย่างรวดเร็ว ในปี 2562 บริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือ 308.33 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 37.66 ของสินทรัพย์หมุนเวียน และร้อยละ 18.68 ของสินทรัพย์รวม และมีอัตราการหมุนเวียนของสินค้า 137 วัน การมีสินค้าคงเหลือจำนวนมากอาจ ส่งผลให้ไม่สามารถจำหน่ายออกไปได้ทันเวลา ทำให้สินค้าล้าสมัยและเสื่อมสภาพได้ และมีต้นทุนในการบริหารจัดการ ดูแลรักษาที่สูง จึงต้องมีการตั้งค่าเพื่อสินค้าล้าสมัยหรือค้ายค่า ส่งผลให้กำไรสุทธิและสภาพคล่องของบริษัทลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีนโยบายการบริหารจัดการเพื่อไม่ให้มีสินค้าคงค้างนาน โดยสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้า บริษัทฯจะระบายสินค้า ดังกล่าวออกไปโดยเร่งจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย นอกจากนี้บริษัทฯยังใช้ระบบสารสนเทศช่วยวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการบริหารสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อ

เพื่อเพิ่มยอดขายของบริษัทฯ บริษัทฯได้มีการจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีลูกค้าที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อที่เกิดจากคุณภาพของลูกค้าที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงไว้กับบริษัท ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเงินทุนหมุนเวียน และสภาพคล่องต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้

บริษัทมีการบริหารจัดการและนโยบายในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว ได้กำหนดวิธีการพิจารณาการให้สินเชื่อลูกค้ารายใหม่อย่างระมัดระวัง โดยบริษัทจะพิจารณาการให้วงเงินสินเชื่อ รวมถึงหาข้อมูลการวิเคราะห์ห้วงการเงินของลูกค้าแต่ละราย สำหรับลูกค้าเดิม บริษัทได้มีการร่วมมือในด้านการประสานงานและติดตามอย่างใกล้ชิด เพื่อลดความเสี่ยงและระยะเวลาในการจัดเก็บเงินลง

นอกจากการให้สินเชื่ออย่างระมัดระวังแล้ว บริษัทมีนโยบายการตั้งสำรองหนี้สูญจากลูกหนี้การค้าที่แสดงตามมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ โดยพิจารณาจากประสบการณ์ในการเก็บหนี้ ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า และระยะเวลาหนี้ค้าง ประกอบกับพิจารณาการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ





#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 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
ฉะเชิงเทรา	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
ฉะเชิงเทรา	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	2,573	3.96	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องถักผ้า	เป็นเจ้าของ	50	-	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม		2,623	3.96	



#### 4.2 ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญ

เครื่องหมายการค้า รับอนุญาต	คู่สัญญา
ELLE	เป็นสัญญาระหว่าง บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน) กับบริษัท สหพัฒนาอินเตอร์ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งสัญญาจะหมดอายุในปี 2563 (โดยจะชำระค่า ROYALTY เป็นรายเดือน)
BSC	เป็นสัญญาระหว่าง บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน) กับบริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ซึ่งสัญญาจะหมดอายุในปี 2562 (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	ผลิตและจำหน่าย สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
ทุนจดทะเบียน	96 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว	96 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 96 ล้านหุ้น
มูลค่าที่ตราไว้	หุ้นละ 1 บาท
หุ้นบุริมสิทธิ	ไม่มี
เว็บไซต์	<a href="http://www.pg.co.th">http://www.pg.co.th</a>

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

### บุคคลอ้างอิง • นายทะเบียน บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400  
โทรศัพท์ : 0-2009-9000 โทรสาร : 0-2009-9991

- ผู้สอบบัญชี
- |                              |                                     |
|------------------------------|-------------------------------------|
| นายชยพล สุภเศรษฐนันท์        | ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 3972 |
| นางกิ่งกาญจน์ อัสวรังสฤษฎ์   | ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4496 |
| นางสาวรสพร เดชอาคม           | ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5659 |
| นางสาวสุมนา พันธุ์พงษ์สานนท์ | ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5872 |
- บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ชั้น 33 อาคารเลอรัชดา  
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 ไทยสปอร์ตคาร์เมนต์ 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) 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

