

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

กลุ่มบริษัท แพรนด้า (Pranda Group) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิต จัดจำหน่ายและค้าปลีกเครื่องประดับแท้เป็นหลัก ซึ่งมีการกระจายฐานลูกค้าไปยังภูมิภาคที่สำคัญของโลก อันได้แก่ อเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย ปัจจุบันบริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำด้านการส่งออกเครื่องประดับอัญมณีของไทย

1.1 วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของกลุ่มบริษัทแพรนด้า

“บริษัทเราจะเป็นพันธมิตรธุรกิจด้านเครื่องประดับชั้นนำของโลกที่ร่วมสร้างความเจริญเติบโตและความสำเร็จให้กับคู่ค้าอันทรงคุณค่าของเรา”

พันธกิจ

- การพัฒนาแบรนด์ของตนเองให้ก้าวสู่การเป็นแบรนด์เครื่องประดับอัญมณีระดับโลก
- การสร้างความแข็งแกร่งของฐานการผลิตเครื่องประดับอัญมณีคุณภาพสูงระดับโลก
- การรักษาความได้เปรียบเชิงทางการแข่งขันด้านฐานการจัดจำหน่ายที่กระจายอยู่ในภูมิภาคที่สำคัญของโลก
- การดำรงไว้ซึ่งความเข้มแข็งทางการเงิน และการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม
- การสร้างความมั่นคงให้กับพนักงาน คู่ค้า และสร้างผลตอบแทนอย่างสม่ำเสมอให้แก่ผู้ถือหุ้น
- การปฏิบัติตามหลักการค้ากับดูแลกิจการที่ดี และต่อพันธสัญญาโลกของสหประชาชาติ (UN Global Compact) อย่างเคร่งครัด

คุณค่าร่วมขององค์กร

| | |
|------------------------------------|--|
| Teamwork | เรามีหัวใจที่ทุ่มเท ร่วมกันทำงาน |
| ผนึกกำลังเพื่อความเป็นหนึ่ง | เสมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน |
| Continuous Improvement | เราเป็นมืออาชีพที่เชี่ยวชาญ ใฝ่หาความรู้และ |
| พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง | ประสบการณ์เพื่อพัฒนาตนเอง และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ |
| Stakeholder Focus | เราตระหนักถึงผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย |
| ใส่ใจทุกสายสัมพันธ์ | ต่อองค์กรเราเป็นสิ่งสำคัญ เราจึงมีความเอาใจใส่ และรับผิดชอบต่อกู้ค้า คู่ค้า เพื่อนร่วมงาน ผู้ถือหุ้น สิ่งแวดล้อมและสังคมโดยรวม |

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2556 บริษัท พรีเม่าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% ได้ทำข้อตกลงกับผู้ถือหุ้นของ PT Marketing Indonesia โดยตกลงให้ บริษัท พรีเม่าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีอำนาจในการควบคุมการกำหนดนโยบายทางการเงินและการดำเนินงานของ PT Pranda Marketing Indonesia โดยผ่านทางคณะกรรมการส่วนใหญ่ของบริษัทดังกล่าว รวมถึงมีอำนาจในการออกเสียงและส่วนได้เสียในบริษัทดังกล่าวร้อยละ 55 ตั้งแต่วันที่ 31 มีนาคม 2556 ถึงแม้ว่าบริษัทย่อยไม่ได้ถือหุ้นในบริษัทดังกล่าว แต่มีอำนาจในการควบคุมและออกเสียงเกินกว่ากึ่งหนึ่งใน PT Pranda Marketing Indonesia ดังนั้นบริษัทฯ จึงถือว่าบริษัทดังกล่าวเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ

เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ เพิ่มทุนในบริษัทย่อย Pranda & Kroll GmbH & Co. KG เป็นจำนวนเงินรวม 9.6 ล้านยูโร หรือประมาณ 409 ล้านบาท โดยการแปลงเงินให้กู้ยืมระยะยาวจำนวนเงิน 2.9 ล้านยูโร ลูกหนี้การค้าจำนวนเงิน 6.6 ล้านยูโร และเงินสด 0.14 ล้านยูโร เป็นเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าว บริษัทฯ ได้ดำเนินการเพิ่มทุนดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2556 ผลจากการเพิ่มทุนดังกล่าวทำให้ บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวรวมเป็นจำนวนเงิน 13 ล้านยูโร หรือประมาณ 573 ล้านบาท และทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยดังกล่าวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51 เป็นร้อยละ 75

เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติในเรื่องต่างๆ ดังนี้

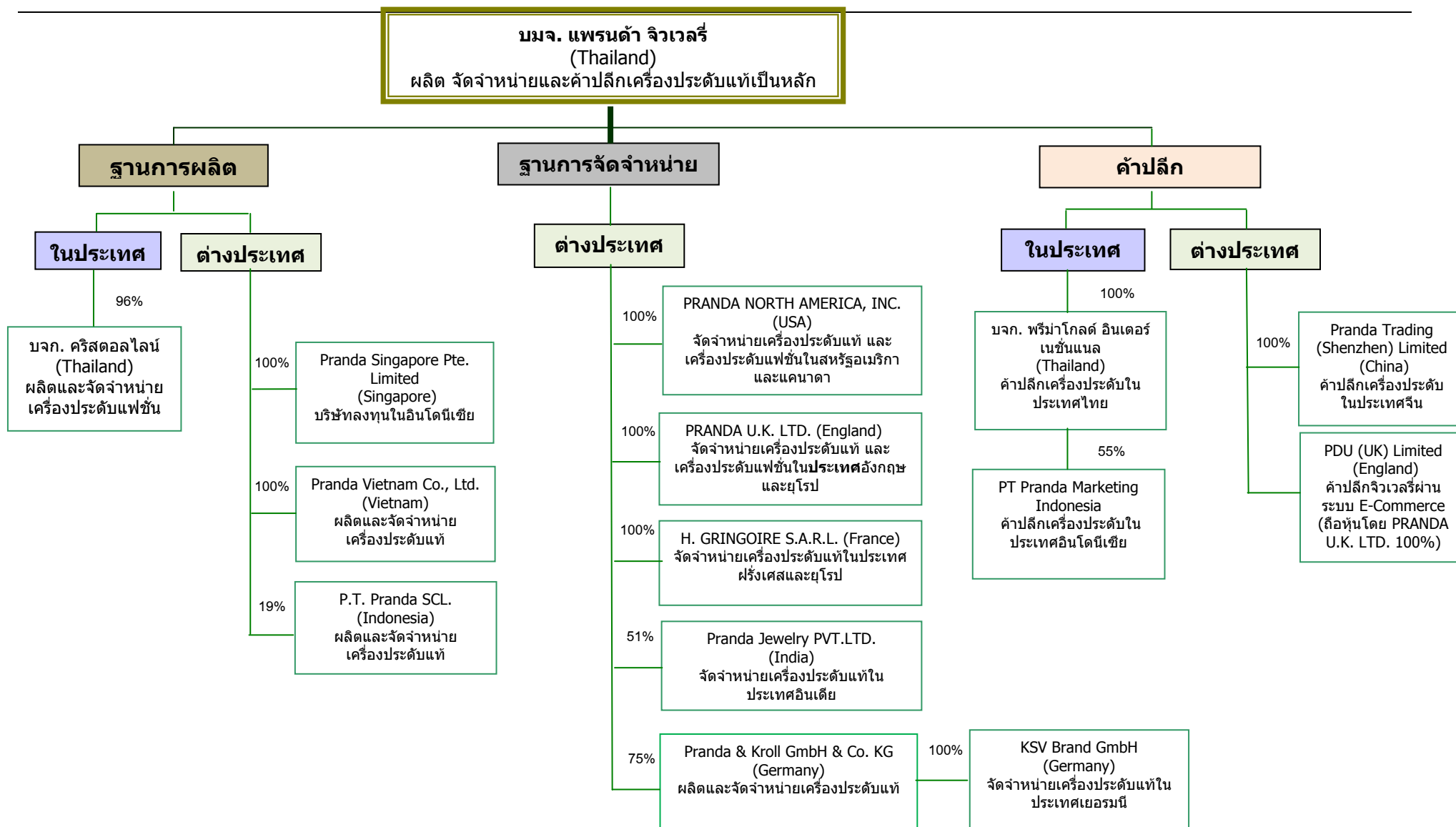
1) อนุมัติให้บริษัทฯ ซื้อหุ้นสามัญของ P.T. Sumberkreasi Ciptalogam ซึ่งเป็นบริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดย Pranda Singapore Pte. Limited ในสัดส่วนร้อยละ 50 จาก Pranda Singapore Pte. Limited (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ในสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100) โดยซื้อหุ้นสามัญจำนวน 2,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 รูเปีย อินโดนีเซีย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ของหุ้นที่ออกและชำระแล้วของ P.T. Sumberkreasi Ciptalogam ในราคามูลค่าตามบัญชีจำนวน 1.4 ล้านเหรียญสิงคโปร์ หรือประมาณ 35 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทฯ จะดำเนินการซื้อเงินลงทุนดังกล่าวภายในเดือนธันวาคม 2556

2) อนุมัติให้บริษัทฯ จำหน่ายเงินลงทุนใน P.T. Sumberkreasi Ciptalogam โดยขายหุ้นสามัญจำนวน 1,240,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31 ของหุ้นที่ออกและชำระแล้วของ P.T. Sumberkreasi Ciptalogam ให้แก่ผู้ถือหุ้นรายหนึ่งของ P.T. Sumberkreasi Ciptalogam โดยมีมูลค่าการขายประมาณ 0.7 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา หรือประมาณ 22 ล้านบาท ซึ่งจะทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ลดลงจากร้อยละ 50 เป็นร้อยละ 19 ทั้งนี้ บริษัทฯ จะดำเนินการขายเงินลงทุนดังกล่าวภายในเดือนธันวาคม 2556

3) อนุมัติให้บริษัทย่อย Guangzhou Pangda Zhubao Shoushi Youxian Gongsi เลิกกิจการตั้งแต่วันที่ 27 กันยายน 2556 ปัจจุบันบริษัทย่อยดังกล่าวอยู่ในระหว่างการดำเนินการเลิกกิจการ ซึ่งคาดว่าจะใช้เวลาในการดำเนินการประมาณ 1 ปี

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ มีนโยบายในการแบ่งการดำเนินงานที่สมดุลซึ่งประกอบด้วย การผลิต การจัดจ้ดจำหน่ายและการค้าปลีก ดังรายละเอียดตามโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

การดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท ไม่ได้มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอื่นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) (“PRANDA”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2516 ในนามของ บริษัท แพรนด้า ดีไซน์ จำกัด ต่อมาได้จัดตั้ง บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด ขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2527 และได้นำหุ้นสามัญเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2533 ซึ่งได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2537 ปัจจุบันบริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 410 ล้านบาท เป็นทุนที่ออกและชำระแล้ว 409.14 ล้านบาท โดยมีที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 28 ซอยบางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตจัดจำหน่ายและค้าปลีกเครื่องประดับแท้เป็นหลัก ปัจจุบันเป็นผู้นำด้านการส่งออกเครื่องประดับอัญมณีของไทยซึ่งมีการกระจายฐานลูกค้าไปยังภูมิภาคที่สำคัญของโลก อันได้แก่ อเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย

บริษัทฯ ได้วางโครงสร้างการบริหารที่สมดุลซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้



ด้านการผลิต (Production)

ผลิตเครื่องประดับอัญมณีที่มีประสิทธิภาพในการประหยัดขนาดการผลิต (Economies of Scale) ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และได้กระจายความเสี่ยงทางด้านการผลิตเพื่อให้ครอบคลุมแทบทุกระดับราคาสินค้า โดยกลุ่มบริษัทฯ

ด้านการจัดจำหน่าย (Distribution)

บริษัทฯ มีบริษัทจัดจำหน่ายที่เป็นของตนเองและตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ เพื่อกระจายความเสี่ยงทางการตลาดในเวลาเดียวกัน ฐานจัดจำหน่ายเหล่านี้กระจายตามภูมิภาคที่สำคัญของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมนี ฝรั่งเศส อิตาลี สเปน ญี่ปุ่น ละตินอเมริกา โดยช่องทางการจัดจำหน่ายจะขายส่งให้กับตัวแทนจัดจำหน่ายรายใหญ่ทั่วโลก โดยปัจจุบันมีบริษัทย่อยที่เป็นพันธมิตรการจัดจำหน่ายทั้งหมด 5 บริษัท

ด้านการค้าปลีก (Retail)

บริษัทฯ มีบริษัทย่อยที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการค้าปลีก ซึ่งรวมถึงร้านค้าปลีกของบริษัทเอง และการจัดจำหน่ายผ่านระบบแฟรนไชส์ครอบคลุมเอเชียและตะวันออกกลาง เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเครื่องประดับโดยตรง ปัจจุบันมี 4 บริษัท ในไทย จีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม

โครงสร้างรายได้ของ บมจ. แพรนต้า จิวเวลรี่ และบริษัทย่อย (จำแนกตามส่วนงาน) โดยรายได้เหล่านี้ได้ตัดรายการซื้อ / ขายระหว่างกันแล้ว

หน่วย : ล้านบาท

| ดำเนินการโดย | % การ ถือหุ้น ของ บริษัท | ปี 2556 | | ปี 2555 | | ปี 2554 | | ปี 2553 | | ปี 2552 | |
|---|--------------------------------------|-------------|--------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|
| | | ล้าน บาท | % | ล้าน บาท | % | ล้าน บาท | % | ล้าน บาท | % | ล้าน บาท | % |
| การผลิต | | | | | | | | | | | |
| บมจ. แพรนต้า จิวเวลรี่ | | 1,399 | 37.04 | 1,914 | 45.24 | 1,799 | 42.90 | 1,545 | 37.78 | 1,319 | 35.63 |
| บจก. คริสตอลไลน์ | 96 | 159 | 4.21 | 173 | 4.09 | 167 | 3.98 | 153 | 3.74 | 141 | 3.81 |
| Pranda Vietnam Co., Ltd. (Production) | 100 | 26 | 0.69 | 6 | 0.14 | 38 | 0.91 | 46 | 1.12 | 21 | 0.57 |
| Guangzhou Pangda Zhubao Shoushi Youxian Gongsì | 100 | - | - | 4 | 0.09 | 18 | 0.43 | 14 | 0.34 | 16 | 0.43 |
| Pranda & Kroll GmbH & Co. KG | 75 | 69 | 1.83 | 77 | 1.82 | 70 | 1.67 | 87 | 2.13 | 69 | 1.86 |
| รวมรายได้จากการผลิต | | 1,653 | 43.77 | 2,174 | 51.38 | 2,087 | 49.77 | 1,806 | 44.17 | 1,519 | 41.03 |
| การจัดจำหน่าย | | | | | | | | | | | |
| H.Gringoire s.a.r.l. | 100 | 120 | 3.18 | 150 | 3.55 | 156 | 3.72 | 144 | 3.52 | 129 | 3.48 |
| Pranda UK Limited | 100 | 71 | 1.88 | 101 | 2.39 | 147 | 3.51 | 184 | 4.50 | 204 | 5.51 |
| Pranda North America, Inc. | 100 | 828 | 21.92 | 756 | 17.87 | 705 | 16.81 | 1,009 | 24.68 | 1,014 | 27.39 |
| Pranda & Kroll GmbH & Co. KG | 75 | 84 | 2.22 | 114 | 2.69 | 150 | 3.57 | 155 | 3.79 | 153 | 4.13 |
| Pranda Jewelry Private Ltd. | 51 | 113 | 2.99 | 142 | 3.36 | 169 | 4.03 | 113 | 2.76 | 70 | 1.89 |
| รวมรายได้จากการจัดจำหน่าย | | 1,216 | 32.19 | 1,263 | 29.85 | 1,329 | 31.70 | 1,644 | 40.21 | 1,617 | 43.68 |
| การค้าปลีก | | | | | | | | | | | |
| บจก. พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล | 100 | 671 | 17.77 | 689 | 16.28 | 683 | 16.29 | 587 | 14.36 | 518 | 13.99 |
| Pranda UK Limited | 100 | 14 | 0.37 | 18 | 0.43 | - | - | - | 0.00 | - | 0.00 |
| Guangzhou Pangda Zhubao Shoushi Youxian Gongsì | 100 | 9 | 0.24 | 18 | 0.43 | 20 | 0.48 | 16 | 0.39 | 8 | 0.22 |
| Pranda Trading (Shenzhen) Limited | 100 | 3 | 0.08 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Pranda Vietnam Co., Ltd. | 100 | 31 | 0.82 | 15 | 0.35 | 3 | 0.07 | 3 | 0.07 | 2 | 0.05 |
| PT Pranda Marketing Indonesia | 55 | 52 | 1.38 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| รวมรายได้จากการค้าปลีก | | 780 | 20.65 | 740 | 17.49 | 706 | 16.84 | 606 | 14.82 | 528 | 14.26 |
| รวมรายได้จากการขาย | | 3,649 | 96.61 | 4,177 | 98.72 | 4,122 | 98.31 | 4,056 | 99.19 | 3,664 | 98.97 |
| บจก. แพรนต้า ลอตจิ้ง | 83 | 8 | 0.21 | 10 | 0.24 | 10 | 0.24 | 14 | 0.34 | 14 | 0.38 |
| รายได้อื่น | | 120 | 3.18 | 44 | 1.04 | 61 | 1.45 | 19 | 0.46 | 24 | 0.65 |
| รวมรายได้อื่น | | 128 | 3.39 | 54 | 1.28 | 71 | 1.69 | 33 | 0.81 | 38 | 1.03 |
| รายได้รวมทั้งสิ้น | | 3,777 | 100.00 | 4,231 | 100 | 4,193 | 100 | 4,089 | 100 | 3,702 | 100 |

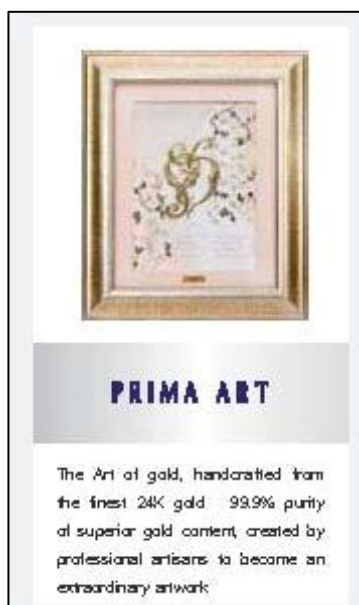
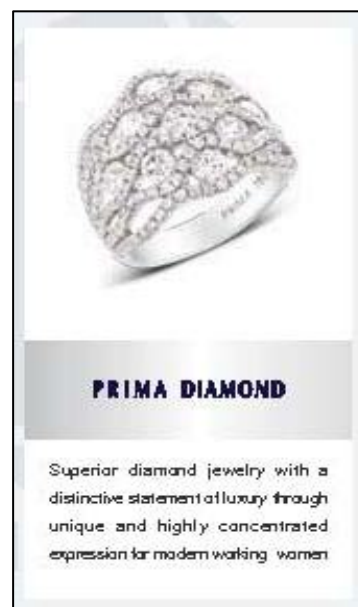
2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ แบ่งลักษณะของผลิตภัณฑ์เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1) ส่วนการขายแบรนด์ของตนเอง (OWN BRAND MANUFACTURING: OBM)

บริษัทฯ แบ่งการพัฒนาแบรนด์ของตนเอง (Own Brand Manufacturing: OBM) ออกเป็น 2 กลุ่มประกอบด้วยกลุ่มสินค้ามูลค่าสูง (Precious Product) ซึ่งผลิตโดยใช้โลหะมูลค่าสูง เช่น ทองคำ และกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Product) ซึ่งเป็นเครื่องประดับแบรนด์แฟชั่น ผลิตจากโลหะเงิน ทองเหลือง หรือ โลหะผสม

- กลุ่มสินค้ามูลค่าสูง (Precious Product)



- กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Product)



Julia

Modern, innovative and sensible 18K gold jewelry with diamond and in distinctive design, highlighting class and taste for casual and today's lifestyle



Mami

International jewelry brand for women who love to emphasize feminine touch and are glamorous conscious




ARIVA
day is for party

Ariva the luxury of sterling silver, captures her style and expresses her attitude




esse

Timeless collection of marcasite jewelry finely handcrafted for today's women, inspired by well known design period from Victorian through Art Deco



BALDESSARINI

Exclusive high end luxury menswear and men's accessories brand, for modern smart achievers who are full with passion for individuality and great attention to details (Licensed Brand)



cai

International trend oriented collection in 925 sterling silver for sophisticated women who prefer non standard, extravagant jewellery, high class design far from mainstream fashion

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีสินค้าแบรนด์ตนเองที่วางตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างกันเพื่อจับกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้เครื่องประดับระดับกลาง-สูง ซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างตามรสนิยมและภูมิภาค โดยสรุปแบรนด์ ที่สำคัญ ดังนี้

- พรีเม่าโกลด์ (Prima Gold) เครื่องประดับทองคำบริสุทธิ์ 99.9% ถือเป็นแบรนด์ที่มีความสำคัญในอันดับแรก เน้นเจาะกลุ่มลูกค้าในตลาดเอเชีย และตะวันออกกลาง
- จูเลีย (Julia) เครื่องประดับทองคำขาว 18K ฟังเพชร เจาะตลาดอินโดนีเซีย
- เมอริ (Merii) เครื่องประดับแฟชั่น ฟังพลอย Cubic Zirconia เจาะกลุ่มลูกค้าในไทยเป็นหลัก
- คาลิ (Cai) เครื่องประดับเงินแฟชั่น เจาะกลุ่มลูกค้าในยุโรปเป็นหลัก
- อาริว่า (Ariva) เครื่องประดับเงินแฟชั่น เจาะกลุ่มลูกค้าในตลาดอเมริกา

โดยสินค้าแบรนด์ตัวเองส่วนใหญ่จัดจำหน่ายภายใต้ธุรกิจค้าปลีกซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจของบริษัทเป็นหลัก บางส่วนจัดจำหน่ายภายใต้กลุ่มธุรกิจจัดจำหน่าย และบางส่วนจัดจำหน่ายตรงไปยัง Distributor และ Retailer ในภูมิภาคต่าง ๆ

2) ส่วนการขายการผลิตและออกแบบร่วมกับลูกค้า (ORIGINAL DESIGN MANUFACTURING: ODM)

การผลิตและการออกแบบสินค้าร่วมกับลูกค้า (Original Design Manufacturing: ODM) กลุ่มบริษัทแพรนด้ามีลูกค้าในประเทศต่างๆ อันได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส สเปน ออสเตรเลีย รัสเซีย และญี่ปุ่น โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ซึ่งประกอบด้วย โทรทัศน์ (TV) ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกเครือข่าย (Chain Store) กลุ่มธุรกิจขายผ่านแคตตาล็อก และการขายผ่าน website

สำหรับปี 2556 แพรนด้ายังคงนโยบายในการรักษาลูกค้าเดิมที่มีศักยภาพในการเติบโตทั้งในตลาดสหรัฐอเมริกา กลุ่มสหภาพยุโรป โดยบริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการกระจายความเสี่ยงทางการตลาดไปยังส่วนภูมิภาคที่สำคัญของโลก อันประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และเอเชีย สามารถจะรักษาความมีเสถียรภาพในการเติบโตระยะยาวให้แก่กิจการ

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

- กลุ่มสินค้าแบรนด์ตนเอง (OBM)

กลุ่มบริษัทแพรนด้า มีทิศทางการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนในการขยายเครือข่ายค้าปลีกสินค้าเครื่องประดับแบรนด์ตนเอง เพื่อเพิ่มความมีเสถียรภาพให้กับธุรกิจของกลุ่มบริษัทในระยะยาว ตลาดค้าปลีกที่สำคัญคือ ไทย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งในปี 2556 ที่ผ่านมามีพัฒนาการที่สำคัญดังนี้

ในประเทศไทย บริษัทพริมาโกลด์อินเตอร์เนชันแนล ซึ่งเป็นบริษัทในเครือแพรนด้า ได้มีการเปิดตัวแบรนด์ร้านค้าเครื่องประดับ PRIMA คอนเซ็ปใหม่ นำเสนอสินค้า 3 แบรนด์ด้วยกันคือ พริมาโกลด์ พริมาไดมอนด์ และพริมาอาร์ต โดยในเดือนกันยายนที่ผ่านมา ได้เปิดสาขาแรกที่เซ็นทรัล บางนา คอนเซ็ปร้านจะมีความทันสมัยและหรูหรา เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าระดับบนในห้างที่สำคัญ

นอกจากนี้ พริมาโกลด์ได้มีการออกสินค้าใหม่เพื่อจับกลุ่มลูกค้าวัยทำงานเริ่มต้นอย่างต่อเนื่อง และได้ร่วมกับแบรนด์ Hello Kitty ออกคอลเล็กชั่นเครื่องประดับทองคำ 99.9% ในรูปแบบตัวการ์ตูน Kitty เป็น Limited Edition ซึ่งได้รับการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี

ในประเทศเวียดนาม บริษัทแพรนด้าเวียดนาม ได้ขยายจุดจำหน่ายแบรนด์พริมาโกลด์ในห้างสรรพสินค้าระดับกลางสูงและเริ่มนำสินค้าพริมาอาร์ตเข้าไปวางจำหน่ายซึ่งได้ผลตอบรับที่ดี และในช่วงปลายปี ได้เปิดร้าน Flagship Brand PRIMA ที่เมืองโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม ในย่านเครื่องประดับสำคัญ เพื่อจับกลุ่มลูกค้าระดับสูง โดยจัดจำหน่ายทั้งแบรนด์พริมาโกลด์ และพริมาอาร์ต

ในประเทศอินโดนีเซีย บริษัทแพรนด้ามาร์เก็ตติ้งอินโดนีเซีย ได้มีการขยายสาขาแบรนด์ Julia เครื่องประดับทองคำ 18K ฟิงเกอร์ ซึ่งจับกลุ่มลูกค้าวัยทำงาน ในเมือง 2nd Tier ที่มีศักยภาพ นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มสินค้ากลุ่มแหวนคู่ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

สำหรับแบรนด์สินค้า Century Gold เครื่องประดับทองคำ 96.5% บริษัทฯ ได้หยุดการดำเนินธุรกิจในปี 2556 เนื่องจากตลาดเครื่องประดับทองคำ 96.5% ในไทยมีการแข่งขันสูง ไม่คุ้มค่ากับการลงทุนของบริษัทต่อไป

● กลุ่มสินค้าที่ผลิตและออกแบบร่วมกับลูกค้า (ODM)

สำหรับกลุ่มสินค้า ODM บริษัทฯ เน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิมในสหรัฐอเมริกา และยุโรปเป็นหลัก โดยตลาดอเมริกามีแนวโน้มเติบโตที่ดี ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยในยุโรปได้ส่งผลถึงรายได้ของบริษัทฯ ในปี 2556 อย่างไรก็ตามบริษัทมีกลยุทธ์ในการกระจายความเสี่ยงผ่าน ฐานการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย (Global Distribution Base) เพื่อกระจายความเสี่ยงทางการตลาด และการขยายตลาดในเวลาเดียวกัน

ตารางแสดงสัดส่วนรายได้ในประเทศและต่างประเทศ

| | ปี 2556 | | ปี 2555 | | ปี 2554 | | ปี 2553 | | ปี 2552 | |
|-------------------------|---------|-----------|---------|-------|---------|-------|---------|-----------|---------|-----------|
| | รายได้ | % | รายได้ | % | รายได้ | % | รายได้ | % | รายได้ | % |
| รายได้จากตลาดต่างประเทศ | 2,825 | 77.4 2 | 3,043 | 72.85 | 3,286 | 79.72 | 3,376 | 83.2 3 | 3,018 | 82.3 7 |
| รายได้จากการขายในประเทศ | 824 | 22.5 8 | 1,134 | 27.15 | 836 | 20.28 | 680 | 16.7 7 | 646 | 17.6 3 |
| รวม | 3,649 | 100 | 4,177 | 100 | 4,122 | 100 | 4,056 | 100 | 3,664 | 100 |

2.2.2 สภาพการแข่งขัน และแนวโน้มภายในอุตสาหกรรม

● สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยพึ่งพาการส่งออกเป็นหลักพิจารณาได้จากมูลค่าการส่งออกที่สูงถึง 10,085 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเทียบเท่าประมาณ 305,820 ล้านบาท ส่งออกเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศไทย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมฯ นี้ ในตลาดโลกได้อย่างดีเยี่ยม

หากพิจารณาเฉพาะเครื่องประดับพบว่าประเทศไทยยังพื้นฐานการผลิตเครื่องประดับที่สำคัญของโลก อ้างอิงได้จากการเป็นผู้ส่งออกสุทธิ (Net Exporter) ประจำปี 2556 ที่มีมูลค่าถึง 107,968 ล้านบาท โดยเครื่องประดับที่นำเข้าร้อยละ 95 เป็นสินค้าประเภทวัตถุดิบเพื่อนำมาผลิตสร้างมูลค่าเพิ่มแล้วส่งออกในลำดับต่อไป ซึ่งตอกย้ำว่าเฉพาะอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของประเทศไทยยังคงรักษาความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับคู่แข่งที่สำคัญได้แก่ ประเทศจีน และอินเดีย ซึ่งผลิตสินค้าที่ใช้แรงงานเป็นหลักเช่นเดียวกับประเทศไทย (Labor Intensive) อย่างไรก็ตามเครื่องประดับอัญมณีของไทยยังคงมีคุณภาพในระดับที่สูงกว่าจีนและอินเดียอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่อาจจะรุนแรงขึ้นในอนาคต อุตสาหกรรมนี้ต้องมีการปรับตัวจากเคยรับจ้างผลิต (OEM) เป็นการร่วมออกแบบและผลิต (ODM) ให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจาก ODM สามารถรักษาลูกค้าได้อย่างมั่นคง และเปลี่ยนจากการแข่งขันเชิงราคาเป็นการแข่งขันเชิงคุณภาพแทน

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

ผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อม (SMEs) โดยมีส่วนแบ่งตลาดส่งออกเกือบร้อยละ 80 หากพิจารณาจากข้อมูลการส่งออกเฉพาะผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้มีจำนวนเกินกว่า 900 ราย โดยบริษัทฯ ส่งออกเครื่องประดับแท้เป็นอันดับที่ 4 ของผู้ส่งออกทั้งหมด

ศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากบริษัทมีฐานการผลิต (Production Operation) ที่หลากหลายในการผลิตสินค้าเครื่องประดับทองและเงิน และยึดหยุ่นที่จะรองรับการคำสั่งซื้อที่หลากหลายของลูกค้าได้ อีกทั้งยังมีศูนย์ออกแบบและพัฒนาสินค้าของตนเอง (Design & Product Development Center) เพื่อลดระยะเวลาในการผลิตสินค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อีกทั้งบริษัทยังมีฐานการจัดจำหน่าย (Distribution Operation) ของตนเองที่ต่างประเทศ ทั้งในสหรัฐฯ ยุโรป และเอเชีย ซึ่งสามารถเปิดตลาดใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีฐานการค้าปลีก (Retail Operation) โดยใช้แบรนด์ของตนเองเพื่อกระจายความเสี่ยงทางด้านตลาดและมองหาตลาดที่ศักยภาพในการเติบโตในอนาคต

สำหรับแนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมคาดว่าจะมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งด้านราคาและคุณภาพสินค้า อันเนื่องมาจากมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากในอุตสาหกรรมนี้ ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องมีการเพิ่มผลิตผล (Productivity) มากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการหาตลาดใหม่ๆ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายสำคัญ อีกทั้งต้องมีการพัฒนาตลาดค้าปลีกของตนเองเพื่อกระจายความเสี่ยง

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ใช้การผลิตแบบปริมาณมาก (Mass Production) สำหรับงานในกลุ่ม Silver ส่วนงานในกลุ่ม High & Medium ซึ่งเป็น “งานทอง” จะใช้การผลิตแบบจิวเวลรี่ชั้นสูง ใช้ช่างฝีมือ และเครื่องจักรอันทันสมัยโดยบริษัทจะมีเทคโนโลยีการผลิตของบริษัทเอง ซึ่งทำให้สินค้าเครื่องประดับอัญมณีออกมามีความสวยงาม ทนทาน และกรรมวิธีการผลิต จะมีอัตราการสูญเสียต่ำ

การผลิตและการขายมีลักษณะเป็นฤดูกาล คือ ความต้องการของผู้ซื้อสุดท้าย (ผู้บริโภค) จะมากในช่วงเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ แต่ก็ได้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพราะบริษัท สามารถควบคุม และวางแผนการผลิตได้เป็นอย่างดี ในปี 2554-2556 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีปริมาณการขายแยกเป็น 4 ไตรมาส ดังนี้

| ไตรมาส | 2556 | | 2555 | | 2554 | |
|--------------|---------|-----|---------|-----|---------|-----|
| | ล้านบาท | % | ล้านบาท | % | ล้านบาท | % |
| 1 | 971 | 27 | 966 | 23 | 955 | 23 |
| 2 | 760 | 21 | 876 | 21 | 797 | 20 |
| 3 | 988 | 27 | 1,106 | 26 | 1,126 | 27 |
| 4 | 930 | 25 | 1,229 | 30 | 1,244 | 30 |
| รวม 4 ไตรมาส | 3,649 | 100 | 4,177 | 100 | 4,122 | 100 |

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตย้อนหลัง 3 ปี

| ฐานการผลิต | กำลังการผลิต | | |
|----------------------------------|--------------|-------------|-------------|
| | ล้านชิ้น | | |
| | 2556 | 2555 | 2554 |
| ในประเทศไทย :- | | | |
| โรงงานบางนา กรุงเทพฯ | 2.40 | 2.40 | 2.40 |
| โรงงานในเขต อุตสาหกรรมสุรนารี | 4.50 | 4.50 | 4.50 |
| โรงงาน คริสตอลไลน์ | 2.00 | 2.00 | 2.00 |
| ต่างประเทศ :- | | | |
| โรงงาน แพรนด้า เวียดนาม | 0.50 | 0.37 | 0.67 |
| โรงงาน แพรนด้า กวางเจา (จีน) | 0.00 | 0.136 | 0.13 |
| โรงงาน Pranda & Kroll เยอรมนี | 0.042 | 0.042 | 0.04 |
| รวม | 9.44 | 9.45 | 9.74 |

วัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier)

หน่วย : ล้านบาท

| วัตถุดิบ | 2556 | 2555 | 2554 |
|---------------|-------|-------|-------|
| ต่างประเทศ :- | | | |
| โลหะทองคำ | 498 | 639 | 517 |
| โลหะเงิน | - | 6 | - |
| โลหะอัลลอย | - | - | - |
| ส่วนประกอบ | 41 | 31 | 34 |
| อัญมณี | 74 | 56 | 47 |
| อื่นๆ | 50 | 58 | 64 |
| รวม | 663 | 790 | 662 |
| ในประเทศ :- | | | |
| โลหะทองคำ | 242 | 260 | 283 |
| โลหะเงิน | 377 | 410 | 605 |
| โลหะอัลลอย | 2 | 3 | 3 |
| ส่วนประกอบ | 5 | 11 | 12 |
| อัญมณี | 295 | 309 | 297 |
| อื่นๆ | 101 | 94 | 77 |
| รวม | 1,022 | 1,087 | 1,277 |
| รวมทั้งสิ้น | 1,685 | 1,877 | 1,939 |

สัดส่วนการใช้วัตถุดิบ

| | 2556 | 2555 | 2554 |
|------------------------|------|------|------|
| วัตถุดิบต่างประเทศ (%) | 39 | 42 | 34 |
| วัตถุดิบในประเทศ (%) | 61 | 58 | 66 |
| รวม | 100 | 100 | 100 |

บริษัทจะกระจายการจัดซื้อวัตถุดิบต่างๆ ไปยังผู้จำหน่ายหลายรายและรักษาสัดส่วนการซื้อไม่ให้เกิน 30% ต่อราย และบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในเชิงการค้า ดังนั้นบริษัทจะมีความเสี่ยงลดลง หากมีการเปลี่ยนแปลง/สูญเสีย ผู้จำหน่ายรายนั้นๆ ไป

2.3.2 กระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ไม่เคยมีประวัติการกระทำผิดต่อสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณี จะไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจากบริษัทจะนำวัสดุและเศษซากจากกระบวนการผลิตกลับมาเป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตใหม่ อีกทั้งบริษัทได้รับคัดเลือกให้เป็นสถานที่ทำงาน สะอาด ปลอดภัย ไร้มลพิษ โดยได้รับใบรับรองระดับทอง จากสำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร ให้เป็นสถานที่ทำงานน่าอยู่ น่าทำงาน ซึ่งพิธีจัดขึ้นในวันจันทร์ที่ 17 มิถุนายน 2545 ณ ห้องประชุม ชั้น 2 ศูนย์เยาวชน กรุงเทพมหานคร (ไทย-ญี่ปุ่น) ดินแดง

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ประกอบด้วยสินค้าสำเร็จรูปรอการจัดส่ง (Goods in transit) และสินค้าระหว่างการผลิต (work-in-process)

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

สำหรับปี 2556 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับประเทศไทยประสบภาวะขาดดุลการค้าต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน ซึ่งในปี 2556 ขาดดุลการค้าถึง 249,000 ล้านบาท อันเนื่องจากการมูลค่าการนำเข้ามากกว่ามูลค่าการส่งออก การขาดดุลการค้าจำนวนมหาศาลนี้เป็นผลมาจากการนำเข้าทองคำที่มูลค่าสูงถึง 456,628 ล้านบาท คิดเป็น 82.3% ของมูลค่าการนำเข้า อย่างไรก็ตาม หากคิดเฉพาะมูลค่าส่งออกไม่รวมทองคำและมูลค่านำเข้าไม่รวมทองคำพบว่าประเทศไทยเกินดุลการค้าถึง 107,968 ล้านบาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสามารถแข่งขันในเวทีโลก

ปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ประกอบด้วยประเทศคู่ค้าที่สำคัญมีการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่ง และยังมีความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจสูง อันได้แก่ สหภาพยุโรป ซึ่งเป็นตลาดส่งออกอันดับ 2 และสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดส่งออกอันดับ 3 ของไทย รวมทั้งอินเดีย ซึ่งเป็นตลาดส่งออกอันดับ 5 โดยถูกซ้ำเติมด้วยการสกัดการนำเข้าเครื่องประดับทองคำไทยที่ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าภายใต้การค้าเสรี (FTA) ไทย-อินเดีย อันเนื่องจากจีนและมาเลเซียใช้ไทยเป็นทางผ่านในการส่งออกไปยังอินเดีย ซึ่งทำให้ขาดกับเงื่อนไขแหล่งกำเนิดสินค้าที่ต้องมีส่วนมูลค่าวัตถุดิบและต้นทุนการผลิตในประเทศไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของมูลค่าราคาสินค้าที่ผลิต

จากการเคลื่อนย้ายเงินทุนจากการประกาศปรับลดมาตรการผ่อนคลายนโยบายการเงินครั้งที่ 3 (QE 3) ของธนาคารกลางสหรัฐฯ และมีการคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของสหภาพยุโรปจะเติบโตเป็นครั้งแรกนับตั้งแต่เกิดวิกฤตทางการเงิน ส่งผลให้ค่าเงินบาทที่ผันผวนทำให้เกิดการชะลอคำสั่งซื้อของลูกค้าเป็นครั้งคราว และกระทบต่อราคาวัตถุดิบโลหะที่เป็นทองและเงินทำให้มีความผันผวนสูงเช่นกัน ซึ่งกระทบต่ออุปสงค์การบริโภคเครื่องประดับอัญมณีในตลาดโลก

บมจ. แพรนด้า จิวเวลรี่ ตระหนักถึงความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกขององค์กรเป็นอย่างดี บริษัทฯ จึงได้มอบหมายหน้าที่การบริหารความเสี่ยงให้แก่คณะกรรมการการเงินเป็นผู้ดูแลและควบคุมความเสี่ยงขององค์กร โดยรายละเอียดของปัจจัยเสี่ยงหลักและการบริหารจัดการความเสี่ยงสามารถจำแนกได้ดังนี้

ปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท

1. ความเสี่ยงทางด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

จากดำเนินกลยุทธ์ด้านการกระจายความเสี่ยงทางการตลาด (Market Diversification) ทั้งในสหรัฐฯ กลุ่มสหภาพยุโรป รวมถึงเอเชีย อาจส่งผลให้รายได้จากการขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และการคาดการณ์ผลกำไรแตกต่างไปจากงบประมาณที่ตั้งไว้ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความไม่แน่นอนสูงดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้จัดประชุมสัมมนาผู้บริหารระดับสูงของกลุ่มบริษัทแพรนด้าที่เรียกว่า World Strategic Meeting ขึ้นมาทุกปีเพื่อทบทวนทิศทางและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทแพรนด้าให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกและตลาดในแต่ละประเทศ ซึ่งกลุ่มบริษัททั้งหมดต้องจัดทำแผนปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Action Plan) ของปีต่อไป และแผนระยะยาว 5 ปีข้างหน้า ซึ่งมีรายละเอียดอย่างครบถ้วนนับตั้งแต่ เป้าหมายตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPIs) รวมถึงแผนการตลาด การเงินและการลงทุน รวมถึงแผนปฏิบัติการ (Action Plan) อีกทั้งได้มีการจัดประชุมคณะกรรมการการเงิน (Finance Committee) เพื่อรายงานผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทแพรนด้าอย่างน้อยทุกไตรมาส ทั้งนี้เพื่อทราบ และปรับปรุงแผนธุรกิจให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

นอกจากนับตั้งแต่ปี 2554 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ โดยการปรับโครงสร้างครั้งนี้จะทำให้มีการประเมินผลการลงทุนอย่างเป็นระบบและแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นอย่างทันทั่วทั้งกับเศรษฐกิจที่มีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งการดำเนินการนี้มีเป้าหมายสำคัญคือการลดความเสี่ยงของกลุ่มบริษัทและเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุน (ROCE)

2. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)

2.1 ความเสี่ยงจากขาดแคลนทรัพยากรบุคคล

จากการที่บริษัทฯ มุ่งขยายตลาดแบรนด์และค้าปลีกของตนเองทั้งในกลุ่มยุโรปและเอเชียซึ่งในแต่ละประเทศมีความต้องการรูปแบบการออกแบบและรสนิยมที่หลากหลายแตกต่างกันเป็นอย่างมากอาจทำให้บริษัทฯ เกิดภาวะขาดแคลนบุคลากรที่มีประสิทธิภาพทั้งทางด้านการตลาด ด้านการออกแบบ ด้านการผลิต และการสร้างนวัตกรรมใหม่

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ดำเนินนโยบายป้องกันความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคลดังต่อไปนี้

- เพื่อเป็นการสร้างแรงงานฝีมือป้อนให้กับโรงงานอย่างสม่ำเสมอ บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งโครงการการศึกษา ระบบทวิภาคี โดยร่วมกับกรมอาชีวศึกษา และกาญจนาภิเษกวิทยาลัยช่างทองหลวง และวิทยาลัย ศิลปหัตถกรรมกรุงเทพ ร่วมจัดตั้งโรงเรียนในโรงงานขึ้นมา โดยบริษัทฯ จะรับนักเรียนเข้ามาในโครงการ นี้ปีละมากกว่า 100 คน เข้ามาเรียนหลักสูตรช่างเครื่องประดับ ในระดับ ปวช. หลังจากจบหลักสูตรแล้ว นักเรียนก็จะได้รับการบรรจุเป็นพนักงานประจำของบริษัทฯ ต่อไป โครงการนี้ดำเนินการต่อเนื่องมาเป็น ปีที่ 13 แล้ว
- เพื่อเป็นการรักษาให้พนักงานทำงานอยู่ในองค์กรนานๆ บริษัทฯ ได้จัดสวัสดิการให้กับพนักงาน ดังต่อไปนี้
 - สวัสดิการด้านการเงิน ได้แก่ สหกรณ์ออมทรัพย์ เพื่อสนับสนุนให้พนักงานรู้จักการออม, สวัสดิการเงินกู้ เพื่อลดหนี้, จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ฯลฯ และในปี 2556 บริษัทฯ ได้เพิ่มสวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยให้แก่พนักงาน โดยบริษัทฯ ร่วมกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ให้พนักงานกู้ในระยะยาว ดอกเบี้ย ถูกกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไป
 - สวัสดิการด้านพัฒนาความรู้ ได้แก่ ห้องสมุด ห้องเล่นอินเทอร์เน็ต และการจัดอบรมหลักสูตรต่างๆ ทั้ง ภายในและภายนอก
 - สวัสดิการเพื่อสุขภาพ ได้แก่ การจัดกิจกรรมแอโรบิค โยคะ
 - สวัสดิการเพื่อคุณภาพชีวิต ได้แก่ การจัดหอพัก ข้าวเปล่าฟรี 3 มื้อ จัดศูนย์รับเลี้ยงบุตรพนักงาน
 - สวัสดิการเงินช่วยเหลือต่างๆ ได้แก่ กรณีแต่งงาน มีบุตร บวช กรณีบิดา มารดาเสียชีวิต เงินค่า รักษาพยาบาลกรณีเป็นผู้ป่วยใน นอกเหนือจากประกันสังคม การทำประกันชีวิตกลุ่ม การตรวจสุขภาพ ประจำปี เป็นต้น
 - สวัสดิการด้านขวัญกำลังใจ ได้แก่ เบี้ยขยัน การจัดงานเลี้ยงประจำปี งานเลี้ยงและรางวัลผู้มีอายุงานครบ ตามเกณฑ์ กิจกรรมกีฬาสี เป็นต้น
- ด้านการพัฒนาบุคลากร บริษัทฯ จัดทำแผนพัฒนาบุคลากรเชิงรุก โดยนำระบบการวัดผลปฏิบัติงานด้วย ดัชนีชี้วัด (KPIs) และการพัฒนาสมรรถนะ (Competency) มาใช้ในองค์กร ซึ่งระบบนี้จะช่วยพัฒนา กระบวนการสรรหา คัดเลือก กระบวนการฝึกอบรมพัฒนา และการประเมินผลงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- เพื่อการสร้างวัฒนธรรมในองค์กรที่ดี ให้พนักงานมีจิตสำนึกในการทำงานร่วมกันด้วยดี บริษัทฯ จึงได้ สร้างค่านิยมองค์กร (Core Values) ซึ่งเราเรียกว่าแก่นแท้ของแพรนด้า ประกอบด้วยดวงใจ 3 ดวงคือ ทำงานเป็นทีม พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง และผู้มีประโยชน์ร่วมกันเป็นศูนย์กลาง พนักงานทุกคนจะได้รับการ ถวายทอด ปลุกจิตสำนึก ให้ยึดถือถือเป็นหลักในการปฏิบัติงาน บริษัทฯ เชื่อว่านี่คือรากฐานที่จะทำให้ องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนยาว

- เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานแรงงานสากล และเป็นที่ยอมรับของลูกค้าต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มาตรฐานแรงงานไทยเข้ามาพัฒนาระบบงานเช่นการจัดสถานที่ทำงานให้มีความปลอดภัย สุขอนามัยที่ดี มีมาตรการป้องกันมิให้มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน ให้ความเสมอภาคแก่ทุกคน

บริษัทฯ ได้จัดทำระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO9001:2008 เพื่อสร้างระบบการทำงานที่ดี มีประสิทธิภาพ และสร้างความเชื่อถือจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ผ่านการตรวจประเมินระบบแล้วจากสถาบันบิวโร เวอร์ิตัส ประเทศไทย และได้รับการรับรองจากสถาบัน UKAS ประเทศอังกฤษ ใบรับรอง มีอายุการรับรอง 3 ปี มีผลตั้งแต่ 3 กันยายน 2056

2.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาราคาวัตถุดิบ

แม้ว่าสถานะเศรษฐกิจโลกจะเริ่มฟื้นตัว แต่ยังคงมีความไม่แน่นอนสูงจึงส่งผลให้ราคาโลหะทองคำและเงินมีความผันผวนต่อเนื่อง โดยวัตถุดิบอันได้แก่ โลหะทองคำและเงินเป็นต้นทุนหลักในการผลิตสินค้าเครื่องประดับอัญมณีแท้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ดำเนินนโยบายป้องกันความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาราคาวัตถุดิบดังต่อไปนี้

- ด้านราคาราคาวัตถุดิบ บริษัทฯ ใช้วิธีส่งผ่านราคาราคาวัตถุดิบให้กับลูกค้า (Pass Through) ดังนั้นบริษัทฯ จึงไม่มีกำไรหรือขาดทุนจากราคาวัตถุดิบปรับตัวเพิ่มขึ้นหรือลดลง
- ประกันราคาราคาวัตถุดิบล่วงหน้า (Forward Rate) ด้วยการทำธุรกรรมกับสถาบันการเงิน

3. ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk)

รายได้ของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นเงินตราต่างประเทศ คือ เงินดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาเป็นเงินยูโร ซึ่งการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ และกำไรของบริษัทฯ อีกทั้งความเสี่ยงจากการเก็บหนี้ให้ได้ตามกำหนดระยะเวลา นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยตามภาวะตลาด และการยกเลิกวงเงินจากธนาคารพาณิชย์

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ดำเนินนโยบายป้องกันความเสี่ยงด้านการเงินดังต่อไปนี้

- บริษัทฯ ได้ทำการป้องกันความเสี่ยงโดยการใช้สัญญาซื้อขายเงินตราล่วงหน้า (Forward Contract) รวมทั้งการใช้วิธีทำธุรกรรมในสกุลเงินเดียวกัน (Natural Hedge)
- บริษัทฯ ได้ตรวจสอบเครดิตของลูกค้าเดิม และลูกค้ารายใหม่โดยมีการพิจารณาจากผลประกอบการ ฐานะทางการเงินอย่างละเอียด อีกทั้งบริษัทฯ มีกระบวนการติดตามหนี้อย่างใกล้ชิด และการทบทวนวงเงินที่ให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ สำหรับลูกค้าบางรายอาจมีการขอมัดจำค่าสินค้าก่อนรับคำสั่งซื้อ
- บริษัทฯ ได้กระจายการใช้วงเงินกู้ประเภทหมุนเวียนกับหลายธนาคาร เพื่อป้องกันการยกเลิกวงเงินกู้ และมีการรักษาสัดส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E) ของบริษัทฯ ให้ไม่เกิน 1 เท่า เพื่อลดภาระการจ่ายดอกเบี้ยและความผันผวนที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

- อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

| แหล่งที่ตั้ง | ที่ตั้ง | ขนาดพื้นที่ | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพันค้ำประกันเงินกู้ | มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (พันบาท) |
|---------------------------------|---|--------------|---|-----------------------------|------------------------------|
| กรุงเทพฯ | เลขที่ดิน 37 หน้าสำรวจ 166 | 4,000 ตรว. | บริษัทฯ เป็นเจ้าของ | ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ | 384,000 |
| | เลขที่ดิน 4605 หน้าสำรวจ 28711 | 1,338 ตรว. | บริษัทฯ เป็นเจ้าของ | ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ | 9,266 |
| | เลขที่ดิน 4606 หน้าสำรวจ 28712 | 2,000 ตรว. | บริษัทฯ เป็นเจ้าของ | ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ | 80,000 |
| | เลขที่ดิน 5830 หน้าสำรวจ 31604 | 300 ตรว. | บริษัทฯ เป็นเจ้าของ | ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ | 6,100 |
| | เลขที่ดิน 6960 หน้าสำรวจ 20491 | 34 ตรว. | บริษัทฯ เป็นเจ้าของ | - | 600 |
| | อาคาร ห้างชุด เลขที่ 1093/64,68-70 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 | 831.05 ตร.ม. | บจก. พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนลเป็นเจ้าของ | ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ | 7,992 |
| | ที่ดินและอาคาร 333/1-3 เขตอุตสาหกรรมสุนารี ตำบลหนองระเวียง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000 | 2,420 ตร.ว. | บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ (บจก. แพรนด้า ลอดจิ่ง) | - | 16,146 |
| รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน | | | | | 504,104 |

หมายเหตุ : บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้นำอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 จำนวนประมาณ 486 ล้านบาท ไปจดจำนองเพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์

- ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ แสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

| แหล่งที่ตั้ง | ที่ตั้ง | ลักษณะและขนาดพื้นที่ | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพัน ค้ำประกัน เงินกู้ | มูลค่าสุทธิ หลังหักค่า เสื่อม (พันบาท) | วัตถุประสงค์ ในการถือ ครอง ทรัพย์สิน |
|--------------|--|--|------------------------|------------------------------------|---|---|
| กรุงเทพฯ | ที่ดินและส่วนปรับปรุง 28 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 | ประกอบด้วย อาคาร สำนักงาน และโรงงานเนื้อที่ 2,200 ตรว. | บริษัทฯ เป็นเจ้าของ | ติดภาระ จำนอง ดัง หมายเหตุ | 9,693 | สำนักงาน ใหญ่ |
| | อาคาร 28 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 | | | | 15,744 | |
| | ที่ดินและส่วนปรับปรุง 24 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 | มีเนื้อที่ 2,182 ตรว. | บริษัทฯ เป็นเจ้าของ | ติดภาระ จำนองดัง หมายเหตุ | 17,229 | โรงงาน |
| | อาคาร 24 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 | | | | 8,240 | |
| | ที่ดินและส่วนปรับปรุง 25,27,29 ซ.ลาซาล 51 แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 | ประกอบด้วย อาคาร หอพัก และอาคาร สโมสรบนเนื้อที่ 2,100 ตรว. | บริษัทฯ เป็นเจ้าของ | ติดภาระ จำนองดัง หมายเหตุ | 8,288 | หอพักและ อาคารสโมสร อาคารหล่อ หลอมโลหะ |
| | อาคาร 25,27,29 ซ.ลาซาล 51 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 | | | | 7,319 | |
| | ที่ดินและส่วนปรับปรุง เลขที่ดิน 5958,308,5430,5431 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 | เนื้อที่ 1,075 ตรว. | บริษัทฯ เป็นเจ้าของ | ไม่มี | 36,019 | อาคารหล่อ หลอมโลหะ |

| แหล่งที่ตั้ง | ที่ตั้ง | ลักษณะและขนาดพื้นที่ | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพัน ค้ำประกัน เงินกู้ | มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท) | วัตถุประสงค์ ในการถือ ครอง ทรัพย์สิน |
|--------------|---|-----------------------|---|------------------------------------|---|---|
| | <u>ส่วนปรับปรุงอาคาร</u> เลขที่ดิน 5958,308,5430,5431แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 | | | | 20,159 | อาคารหล่อ หลอมโลหะ |
| | <u>ห้องชุด</u> เลขที่ 1055/849- 850 ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ | เนื้อที่ 2.97 ตร.ว. | บริษัทฯ เป็น เจ้าของ | ไม่มี | 1,010 | สำนักงาน |
| | <u>อาคาร</u> เลขที่ 1055/849-850 ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ | เนื้อที่ 831.05 ตร.ม. | | ไม่มี | 5,461 | สำนักงาน |
| | <u>ห้องชุด</u> เลขที่ 1093/64, 68-70 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 | เนื้อที่ 831.05 ตร.ม. | บจก.พรีเมา โกลด์ อินเตอร์ เนชั่นแนล เป็น เจ้าของ | | 24,925 | สำนักงาน |
| | <u>ที่ดิน</u> 22 แขวงบางนา เขต บางนา กรุงเทพฯ 10260 | เนื้อที่ 724 ตร.ว. | บริษัทเป็น เจ้าของ | ติดภาระ จำนองดัง หมายเหตุ | 5,508 | อาคาร สำนักงาน และโรงงาน |
| | <u>ส่วนปรับปรุงอาคาร</u> 22 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 | | | | 133 | |

| แหล่ง ที่ตั้ง | ที่ตั้ง | ลักษณะและ ขนาดพื้นที่ | ลักษณะ กรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพันค้ำ ประกันเงินกู้ | มูลค่าสุทธิ หลังหักค่า เสื่อม (พันบาท) | วัตถุประสงค์ ในการ ถือครอง ทรัพย์สิน |
|------------------|---|--------------------------|-----------------------|--------------------------------|---|---|
| ต่าง จังหวัด | ที่ดินและส่วนปรับปรุง 332-333 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา- โชคชัย ต.หนองระเวียง อ. เมือง จ.นครราชสีมา 30000 | เนื้อที่ 3,200 ตร.ว. | บริษัทเป็น เจ้าของ | ติดภาระจำนอง ดังหมายเหตุ | 8,343 | โรงงาน |
| | อาคาร 332-333 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต. หนองระเวียง อ.เมือง จ. นครราชสีมา | | | | 13,675 | |
| | ที่ดินและส่วนปรับปรุง 330 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชค ชัย ต.หนองระเวียง อ. เมือง จ.นครราชสีมา 30000 | มีเนื้อที่ 3,200 ตรว. | บริษัทเป็น เจ้าของ | ไม่มี | 11,738 | โรงงาน |
| | อาคาร 330 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ. นครราชสีมา 30000 | | | | 23,288 | |
| | ที่ดิน 331 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ. นครราชสีมา 30000 | มีเนื้อที่ 1,600 ตรว. | | ติดภาระจำนอง ดังหมายเหตุ | 1,600 | |
| | อาคาร 331 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ. นครราชสีมา 30000 | | | | 2,070 | |

| แหล่งที่ตั้ง | ที่ตั้ง | ลักษณะและ ขนาดพื้นที่ | ลักษณะ กรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพันค่า ประกันเงินกู้ | มูลค่าสุทธิ หลังหักค่า เสื่อม (พันบาท) | วัตถุประสงค์ ในการถือ ครอง ทรัพย์สิน |
|---------------------------------------|--|--------------------------|---|--------------------------------|---|---|
| ต่างประเทศ | อาคาร No. 16 Road 2A, Bien Hoa Industrail Zone II, Dong Nai, Vietnam | 10,637 ตร.ม. | บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ (Pranda Vietnam Co., Ltd.) | ไม่มี | 10,267 | โรงงาน |
| | อาคาร No. 22 nd Chao YangShang Ave, Daping, ShaTou, Panyu, Guangzhou, Guangdong, China 51140 | 1,645 ตร.ม. | บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ (Guangzhou Pangda Zhubao Shoushi Yoxian Gongsi) | ไม่มี | 227 | โรงงาน |
| รวมที่ดิน ส่วนปรับปรุงที่ดิน และอาคาร | | | | | 231,260 | |

หมายเหตุ : บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้นำที่ดิน อาคารและอุปกรณ์มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 จำนวนประมาณ 400 ล้านบาท ไปค้ำประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์

● เครื่องจักร เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน ยานพาหนะ และสินทรัพย์ระหว่างการติดตั้งและก่อสร้าง รวมถึงส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เข้าของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

| สินทรัพย์ | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพันค่า ประกันเงินกู้ | มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท) |
|--|---------------------|--------------------------------|---|
| 1. เครื่องจักร | บริษัทและบริษัทย่อย | ไม่มี | 52,554 |
| 2. เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้ สำนักงาน | บริษัทและบริษัทย่อย | ไม่มี | 82,731 |
| 3. ยานพาหนะ | บริษัทและบริษัทย่อย | ไม่มี | 8,404 |
| 4. สินทรัพย์ระหว่างการติดตั้งและก่อสร้าง | บริษัทและบริษัทย่อย | ไม่มี | 321,494 |
| 5. ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เข้า | บริษัทย่อย | ไม่มี | 9,355 |
| รวม | | | 474,538 |
| รวมสินทรัพย์ – สุทธิ | | | 705,798 |

● **สินทรัพย์ไม่มีตัวตน** ได้แก่

ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ และตราสินค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีมูลค่าตามบัญชีเท่ากับ 5.67 ล้านบาท (2555 : 33.99 ล้านบาท)

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย คือ การลงทุนในการผลิต จัดจำหน่าย และการค้าปลีกเครื่องประดับแท่งเป็นหลัก และธุรกิจเช่าหอพักในประเทศ และบริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทร่วม ซึ่งเป็นธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายวัตถุดิบโลหะมีค่า มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เงินลงทุนในบริษัทย่อย

เงินลงทุนในบริษัทย่อยตามที่แสดงอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

| บริษัท | ทุนเรียกชำระแล้ว | | หน่วย เงินตรา | สัดส่วนเงินลงทุน | | ราคาทุน | |
|--|------------------|------|------------------------|------------------|------------------|-----------|-----------|
| | 2556 | 2555 | | 2556 (ร้อยละ) | 2555 (ร้อยละ) | 2556 | 2555 |
| Pranda North America, Inc. | 2 | 2 | พันธะสัญญา สหรัฐฯ | 100 | 100 | 120,283 | 120,283 |
| H.GRINGOIRE s.a.r.l. | 5 | 5 | ล้านยูโร | 100 | 100 | 344,423 | 344,423 |
| Pranda UK Ltd. | 0.5 | 0.5 | ล้านปอนด์ | 100 | 100 | 28,973 | 28,973 |
| Pranda Vietnam Co., Ltd. | 1.5 | 1.5 | ล้านเหรียญ สหรัฐฯ | 100 | 100 | 48,180 | 48,180 |
| Pranda Singapore Pte. Limited | 3 | 3 | ล้านเหรียญ สิงคโปร์ | 100 | 100 | 53,681 | 53,681 |
| บริษัท พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด | 200 | 200 | ล้านบาท | 100 | 100 | 200,000 | 200,000 |
| บริษัท กริสตอลไลน์ จำกัด | 100 | 100 | ล้านบาท | 96 | 96 | 96,000 | 96,000 |
| บริษัท แพรนด้า ลอดจิ้ง จำกัด | 50 | 50 | ล้านบาท | 83 | 83 | 41,125 | 41,125 |
| Guangzhou Pangda Zhubao Shoushi Youxian Gongsi | 3.35 | 3.35 | ล้านเหรียญ สหรัฐฯ | 100 | 100 | 112,523 | 112,523 |
| Pranda & Kroll GmbH & Co. KG | 14.96 | 5.34 | ล้านยูโร | 75 | 51 | 573,303 | 164,341 |
| Pranda Jewelry Private Limited | 1 | 1 | ล้านรูปีอินเดีย | 51 | 51 | 436 | 436 |
| Pranda Trading (Shenzhen) Limited | 0.4 | 0.3 | ล้านเหรียญ สหรัฐฯ | 100 | 100 | 12,470 | 9,219 |
| รวม | | | | | | 1,631,397 | 1,219,184 |
| หัก: ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน | | | | | | (678,202) | (513,470) |
| เงินลงทุนในบริษัทย่อย - สุทธิ | | | | | | 953,195 | 705,714 |

บริษัทฯ ไม่มีเงินปันผลรับจากการลงทุนในบริษัทย่อยในระหว่างปี 2556 และ 2555

เงินลงทุนในบริษัทร่วม

(หน่วย: พันบาท)

| บริษัท | ลักษณะธุรกิจ | จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ | งบการเงินรวม | | | |
|--|---------------------------------------|-------------------------|------------------|------------------|-----------------------------|------------------------|
| | | | สัดส่วนเงินลงทุน | | เงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย | |
| | | | 2556 (ร้อยละ) | 2555 (ร้อยละ) | 2556 (ปรับปรุงใหม่) | 2555 (ปรับปรุงใหม่) |
| บริษัท เกแซด-แพรนด้า จำกัด | นำเข้าและจำหน่าย วัตถุดิบโลหะมีค่า | ไทย | | | | |
| - ราคาทุน | | | 40 | 40 | 3,600 | 3,600 |
| - ส่วนแบ่งขาดทุนสะสม | | | | | (3,600) | (84) |
| | | | | | - | 3,516 |
| P.T. Sumberkreasi Ciptalogam (ถือหุ้นโดยบริษัทย่อย) | ผลิตและจำหน่าย เครื่องประดับ | อินโดนีเซีย | | | | |
| - ราคาทุน | | | - | 50 | - | 39,409 |
| - ส่วนแบ่งกำไรสะสม | | | | | - | 11,833 |
| - ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินที่เป็น เงินตราต่างประเทศ | | | | | - | (4,857) |
| | | | | | - | 46,385 |
| รวมมูลค่าตามบัญชีตามวิธีส่วนได้เสีย | | | | | - | 49,901 |

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

ในระหว่างปี 2556 บริษัทฯ ไม่ได้มีการประเมินราคาทรัพย์สินใหม่

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มีคดีที่มีวงเงินฟ้องร้องตามเกณฑ์ที่ต้องเปิดเผย -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

| | | |
|---------------------|---|---|
| ชื่อบริษัท | : | บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) |
| ชื่อย่อหลักทรัพย์ | : | PRANDA |
| ประเภทธุรกิจ | : | ผลิต จัดจำหน่ายและค้าปลีกเครื่องประดับแท่งเป็นหลัก |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : | เลขที่ 28 ซอยบางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260 |
| เลขทะเบียนบริษัท | : | 0107537001986 |
| โทรศัพท์ | : | +66 2769 9999 |
| โทรสาร | : | +66 2769 9998 |
| ทุนจดทะเบียน | : | 410,000,000 บาท |
| ทุนชำระแล้ว | : | 409,144,800 บาท |
| Home Page | : | www.pranda.com |
| Responsible Person | : | Mrs. Sunanta Tiasuwan Email : Sunanta@pranda.co.th Mr. Pramote Tiasuwan Email: pramote@pranda.co.th Mrs. Pranee Khunprasert Email: pranee@pranda.co.th |
| ที่ตั้งสำนักงานสาขา | : | เลขที่ 332-333 เขตอุตสาหกรรมสุรนารี อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000 |
| ประเภทธุรกิจ | : | ผลิตเครื่องประดับแท่ง |
| โทรศัพท์ | : | +66 44 212 593-4 |
| โทรสาร | : | +66 44 334 718 |
| Responsible Person | : | Mr. Somsak Sriruengmon |
| Email | : | Somsak_s@pranda.co.th |

6.1.2 นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556)

| ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่ | ประเภทธุรกิจ | สัดส่วน การถือ หุ้น (%) | ทุน จดทะเบียน | ทุนชำระ แล้ว |
|--|--|-------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| บริษัท คริสตอลไลน์ จำกัด 22 ซอยบางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ +66 2746 9580-5 โทรสาร +66 2399 4878 Home Page: www.crystalline.com Responsible Person: Mr. Chartchai Teekaveerakit Email: chartchai@crystalline.com | ผลิตและจัดจำหน่าย เครื่องประดับแฟชั่น | 96 | 100 ล้านบาท | 100 ล้านบาท |
| Pranda Vietnam Co., Ltd. No.16 Road 2A, Bien Hoa Industrial Zone II, Dong Nai Province, Vietnam โทรศัพท์ +84 613 836 627, +84 613 836 739 โทรสาร +84 613 991 798 Responsible Person: Mr. Santiparp Riyai Email: santiparp@pranda.com.vn | ผลิต จัดจำหน่าย และ ค้าปลีกเครื่องประดับแท้ | 100 | 1.5 ล้านบาท เหรียญ สหรัฐฯ | 1.5 ล้านบาท เหรียญ สหรัฐฯ |
| Pranda & Kroll GmbH & Co. KG Ebereschenweg 3-75180 Pforzheim Germany โทรศัพท์ +49 7231 154 47 0 โทรสาร +49 7231 154 47 25 Home Page: www.kroll-schmuck.de Responsible Person: Mr. Gregor Kroll Email: gregor.kroll@pranda-kroll.de | ผลิตและจัดจำหน่าย เครื่องประดับแท้ | 75 | 14.96 ล้านยูโร | 14.96 ล้านยูโร |

| ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่ | ประเภทธุรกิจ | สัดส่วน การถือ หุ้น (%) | ทุน จดทะเบียน | ทุนชำระ แล้ว |
|--|---|-------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| บริษัท พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เลขที่ 1093/64 ชั้น 12 อาคารเซ็นทรัลชิดบางนา ถนน บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ +66 2745 6111 โทรสาร +66 2745 6117 Home Page: www.primagold.co.th Responsible Person: Ms. Rungnapa Ngowngamratana Email: rungnapa@primagold.co.th | ค้าปลีกเครื่องประดับใน ประเทศไทย | 100 | 200 ล้านบาท | 200 ล้านบาท |
| PT Pranda Marketing Indonesia (มีอำนาจควบคุมและออกเสียงเกินกว่ากึ่งหนึ่งโดย บจก.พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล) JL.I Gusti Ngurah Rai No.1, Jakarta 13420, Indonesia โทรศัพท์ +62 21 819 9280-2 โทรสาร +62 21 819 9223 Responsible Person: Mr. Kenny Salmon Email: Kenny_salmon@yahoo.com | ค้าปลีกเครื่องประดับ ใน ประเทศอินโดนีเซีย | 55 | - | - |
| Pranda North America, Inc. No. 1 Wholesale Way, Cranston, Rhode Island, 02920 USA โทรศัพท์ +1 401 946 2104 โทรสาร +1 401 946 2109 Responsible Person: Ms.Maureen Kelley Email: maureen@cna-corp.com | จัดจำหน่าย เครื่องประดับแท้และ เครื่องประดับแฟชั่นใน ประเทศสหรัฐอเมริกา และแคนาดา | 100 | 2 พันเหรียญ สหรัฐฯ | 2 พันเหรียญ สหรัฐฯ |

| ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่ | ประเภทธุรกิจ | สัดส่วน การถือหุ้น (%) | ทุน จดทะเบียน | ทุนชำระ แล้ว |
|--|--|------------------------------|-------------------|-------------------|
| H.GRINGOIRE s.a.r.l No.79 Rue De Turbigo F-75003, Paris, France โทรศัพท์ +33 1 5301 9530 โทรสาร +33 1 5301 9540 Home Page: www.h-gringoire.fr Responsible Person: Mr. Yvan LE DOUR Email: y.ledour@h.gringoire.fr | จัดจำหน่ายเครื่องประดับ แท้ในประเทศฝรั่งเศส และยุโรป | 100 | 5 ล้านยูโร | 5 ล้านยูโร |
| Pranda UK Limited Signal House West 1 Armfield Close West Molesey Surrey KT8 2RT, United Kingdom โทรศัพท์ +44 1 0208 783 2024 โทรสาร +44 1 0208 783 2010 Home Page www.prandaonline.co.uk Responsible Person: Mr. Malcolm Pink Email: malcolmpink@pranda.co.uk | จัดจำหน่ายเครื่องประดับ แท้และเครื่องประดับ แฟชั่นในประเทศอังกฤษ และยุโรป | 100 | 0.5 ล้าน ปอนด์ | 0.5 ล้าน ปอนด์ |
| PDU (UK) Limited (ถือหุ้นโดย Pranda UK Limited) Signal House West 1 Armfield Close West Molesey Surrey KT8 2RT, United Kingdom โทรศัพท์ +44 0208 783 2024 โทรสาร +44 0208 783 2010 Responsible Person: Mr. Malcolm Pink Email: Malcolmpink@pranda.co.uk | ค้าปลีกจิวเวลรี่ผ่าน ระบบ E-Commerce | 100 | 1 GBP | 1 GBP |

| ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่ | ประเภทธุรกิจ | สัดส่วน การถือหุ้น (%) | ทุนจดทะเบียน | ทุนชำระแล้ว |
|---|---|------------------------------|--------------------------|------------------------------|
| Pranda Trading (Shenzhen) Limited Room 1508, Commercial Office Building (International Business Tower), Xilong Bay Garden (Region N23) Intersection of Jiaan Road and Haixiu Road, Xinan Street, Baoan District, Shenzhen 51800 โทรศัพท์ +86 755 8215 5367 โทรสาร +86 755 8217 4627 Responsible Person: Mr. Prida Tiasuwan (Acting) Email: prida@pranda.co.th | ค้าปลีกเครื่องประดับใน ประเทศจีน | 100 | 2 ล้านเหรียญ สหรัฐฯ | 0.4 ล้าน เหรียญ สหรัฐฯ |
| Pranda Singapore Pte. Limited No.163 Penang Road #02-03 Winsland House II, Singapore 238463 โทรศัพท์ +65 6533 2611 โทรสาร +65 6532 5092 Responsible Person: Mrs. Sunanta Tiasuwan Email: sunanta@pranda.co.th | บริษัทลงทุนในประเทศ อินโดนีเซีย | 100 | 3 ล้านเหรียญ สิงคโปร์ | 3 ล้านเหรียญ สิงคโปร์ |
| KSV Brand GmbH (ถือหุ้นโดย Pranda & Kroll GmbH & Co. KG) Ebereschenweg 3-75180 Pforzheim Germany โทรศัพท์ +49 7231 56615 0 โทรสาร +49 7231 56615 25 Home Page: www.ksv-brand.de Responsible Person: Mr. Gregor Kroll Email: gregor.kroll@pranda-kroll.de | จัดจำหน่ายเครื่องประดับ แท้ในประเทศเยอรมนี | 51 | 25,000 ยูโร | 25,000 ยูโร |

| ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่ | ประเภทธุรกิจ | สัดส่วน การถือหุ้น (%) | ทุนจดทะเบียน | ทุนชำระแล้ว |
|--|--|------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Pranda Jewelry Private Limited Pranda House, Rewa State 512, Rewa Estate, M.G. Road, Mulund (West)-400080 India โทรศัพท์ +91 22 2568 2121, +91 22 2569 2121 โทรสาร +91 22 2592 2121 Responsible Person: Mr. Naraen M Tejawani Email: naraen@pranda.co.in | จัดจำหน่ายเครื่องประดับ แท้ในประเทศอินเดีย | 51 | 1 ล้านบาท อินเดีย | 1 ล้านบาท อินเดีย |
| P.T.Sumberkreasi Ciptalogam (เดิมชื่อ P.T. Pranda SCL Indonesia) JL.I Gusti Ngurah Rai No.1, Jakarta 13420,Indonesia โทรศัพท์ +62 21 819 9280-2 โทรสาร +62 21 819 9223 Responsible Person: Mr. Johnny Salmon Email: Johnny@prandascl.com | ผลิตและจัดจำหน่าย เครื่องประดับแท้ | 19 | 4 พันล้าน อินโดนีเซีย รูเปียส | 4 พันล้าน อินโดนีเซีย รูเปียส |
| บริษัท เคแซด - แพรนด์ จำกัด 75/51 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 2 ชั้น 24 ซอยสุขุมวิท 19 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ +66 2204 1441-3 โทรสาร +66 2204 1444 Responsible Person: Mr. Heechan Song Email: hcsong@koreazinc.co.kr | นำเข้าและจัดจำหน่าย โลหะเนื้อเงินบริสุทธิ์และ ทองคำบริสุทธิ์ในรูปเม็ด และแท่ง | 40 | 30 ล้านบาท | 9 ล้านบาท |
| บริษัท แพรนด์ ลอดจิ้ง จำกัด เลขที่ 28 ซอยบางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ +66 2361 3311, +66 2393 8779 โทรสาร +66 2361 3088, +66 2398 2143 Responsible Person: Mrs. Panidda Tiasuwan Email: panidda@pranda.co.th | ให้บริการเช่า อสังหาริมทรัพย์ / สังหาริมทรัพย์ | 83 | 50 ล้านบาท | 50 ล้านบาท |

6.1.3 บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์**บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด**

62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ +66 2229 2800

โทรสาร +66 2654 5427

TSD Call center +66 229 2888

Email: TSDCallCENTER@set.or.th

www.tsd.co.th

ผู้สอบบัญชี**บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด**

(เดิมชื่อ บริษัท สำนักงาน เอ็นส์ แอนด์ ยัง จำกัด)

ชั้น 33 อาคารเลครัชดา

193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ +66 2264 0777

โทรสาร +66 2264 0789-90

www.ey.com

ที่ปรึกษากฎหมาย**บริษัท วีระวงศ์, ชินวัฒน์ และเพียงพนอ จำกัด**

540 อาคารเมอร์คิวรี ทาวเวอร์

ชั้น 22 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทรศัพท์ +66 2264 8000

โทรสาร +66 2657 2222

www.weerawongcp.com

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่นๆ

-ไม่มี-