

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2558 คณะกรรมการบริษัทมีมติที่ประชุมอนุมัติการทบทวน พันธกิจ และกลยุทธ์ของบริษัทดังนี้

1.1 วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของกลุ่มบริษัทแพรนด้า

“เราจะเป็นพันธมิตรธุรกิจด้านเครื่องประดับชั้นนำของโลกที่ร่วมสร้างความเจริญเติบโตและความสำเร็จให้กับลูกค้าอันทรงคุณค่าของเรา”

พันธกิจ

1. ดำเนินธุรกิจเครื่องประดับระดับงานฝีมือ โดยใช้ความเป็นมืออาชีพ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสม่ำเสมอในปริมาณมาก
2. เป็นองค์กรที่ใส่ใจต่อทุกความต้องการ และโอกาสทางธุรกิจของลูกค้า เพื่อสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนร่วมกัน
3. สร้างโอกาส เสริมศักยภาพ และยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับบุคลากร
4. ทำหน้าที่เป็นตัวแทน และสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องประดับไทยพัฒนาก้าวสู่ระดับโลก
5. เป็นองค์กรที่ยึดมั่นผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นศูนย์กลาง ยึดถือความเป็นธรรม และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมโดยรวม

กลยุทธ์

● กลยุทธ์การเติบโต

1. มุ่งขยายธุรกิจกลุ่มสินค้ารับจ้างออกแบบและผลิต (ODM) โดยใช้ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในตลาดสร้างเสริมโอกาสการเติบโตของลูกค้า
2. ขยายธุรกิจสินค้าแบรนด์ของตนเอง (OBM) โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง และเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายของลูกค้า

● กลยุทธ์ Mass Craftsmanship

1. สร้างวัฒนธรรมการทำงานทุ่มเททำงานด้วยหัวใจ เอาใจใส่ทุกรายละเอียด ด้วยแนวทางที่เป็นแก่นแท้ขององค์กรที่ยึดถือร่วมกัน (Core Values)
2. พัฒนาทักษะ จิตความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ในการเป็นทีมงานมืออาชีพที่เชี่ยวชาญแต่ละสายงาน
3. สร้างสุขให้กับพนักงานด้วยการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ครอบคลุมทุกด้าน อันเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สะท้อนผ่านผลงานเครื่องประดับคุณภาพงานฝีมือ
4. สร้างบุคลากรเพื่อรองรับการขยายงานในอนาคต ด้วยการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีในการพัฒนาช่างฝีมือจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบ

● กลยุทธ์การค้าปลีก

1. มุ่งพัฒนาแบรนด์ร้านค้าปลีกของตนเองที่น่าเชื่อถือในตลาดอาเซียน โดยมีสินค้าที่มีคุณภาพและความแตกต่างอย่างโดดเด่น
2. ขยายเครือข่ายทางการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค ผ่านร้านค้าปลีกของตนเอง และแฟรนไชส์

● กลยุทธ์สร้างความยั่งยืน

1. จัดสรรทรัพยากรและการบริหาร เพื่อนำไปสู่ความสมดุลย์ ของสัดส่วนยอดขายสินค้ารับจ้างออกแบบและผลิต(ODM) 50% และสินค้าแบรนด์ของตนเอง(OBM) 50%
2. พัฒนาระบบบริหารการเงินให้มีประสิทธิภาพ รักษาวินัยทางการเงินอย่างเคร่งครัด สร้างระบบบริหารความเสี่ยงในกลุ่มบริษัท
3. ใช้หลักการบริหารงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่ครอบคลุมทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวทางของการมีส่วนร่วม
4. ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ความรับผิดชอบต่อสังคม และพันธะสัญญาโลกของสหประชาชาติ (UN Global Compact) อย่างเคร่งครัด
5. เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง

คุณค่าร่วมขององค์กร

Teamwork ผนึกกำลังเพื่อความเป็นหนึ่ง	เรามีหัวใจที่ทุ่มเท ร่วมกันทำงาน เสมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน
Continuous Improvement พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง	เราเป็นมืออาชีพที่เชี่ยวชาญ ใฝ่หาความรู้และ ประสบการณ์เพื่อพัฒนาตนเอง และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ
Stakeholder Focus ใส่ใจทุกสายสัมพันธ์	เราตระหนักถึงผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อองค์กรเราเป็นสำคัญ เราจึงมีความเอาใจใส่ และรับผิดชอบต่อกู้ค้า คู่ค้า เพื่อนร่วมงาน ผู้ถือหุ้น สังคมแวดล้อมและสังคมโดยรวม

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

ในปี 2558 บริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้น การจัดการ หรือการประกอบธุรกิจ ดังนี้

- บริษัทย่อย PT Pranda Marketing Indonesia (มีอำนาจควบคุมโดยบริษัท พรีเม่าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด) ในระหว่างไตรมาสที่ 1 ของปี 2558 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีของ PT Pranda Marketing Indonesia ได้มีมติอนุมัติเรื่อง ดังนี้

- 1) อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิมจำนวน 4 พันล้านรูเปีย อินโดนีเซีย (หุ้นสามัญจำนวน 4,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 ล้านรูเปีย อินโดนีเซีย) หรือประมาณ 12 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 2 หมื่นล้าน รูเปีย อินโดนีเซีย (หุ้นสามัญจำนวน 20,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 ล้านรูเปีย อินโดนีเซีย) หรือประมาณ 50 ล้านบาท
- 2) อนุมัติการเพิ่มทุนที่เรียกชำระจากเดิมจำนวน 1 พันล้านรูเปีย อินโดนีเซีย หรือประมาณ 3 ล้านบาท เป็นจำนวน 1 หมื่นล้านรูเปีย อินโดนีเซีย หรือประมาณ 25 ล้านบาท

การเพิ่มทุนที่เรียกชำระดังกล่าวกระทำโดยการจ่ายชำระเป็นเงินสดจำนวน 4.5 พันล้านรูเปีย อินโดนีเซีย หรือประมาณ 11 ล้านบาท และการแปลงเจ้าหนี้การค้าจำนวน 4.5 พันล้านรูเปีย อินโดนีเซีย หรือประมาณ 11 ล้านบาท เป็นทุนที่เรียกชำระแล้ว

ทั้งนี้ ภายหลังการเพิ่มทุนนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมีอำนาจในการควบคุมและมีส่วนได้เสียร้อยละ 55 ในบริษัทย่อยดังกล่าว

● บริษัทย่อย Pranda Trading (Shenzhen) Limited

เมื่อ วันที่ 8 กรกฎาคม 2558 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย Pranda Trading (Shenzhen) Limited เลิกกิจการตั้งแต่วันที่ 8 กรกฎาคม 2558 ปัจจุบันอยู่ในระหว่างการชำระบัญชี ทั้งนี้บริษัทย่อยดังกล่าวไม่ใช่ส่วนงานที่สำคัญของกลุ่มบริษัทฯ ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการเงินรวม ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้บันทึกค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวทั้งหมดแล้วเป็นจำนวน 17 ล้านบาท

● บริษัทย่อย Pranda Jewelry Private Limited

เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2558 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ Pranda Jewelry Private Limited (บริษัทย่อยที่จัดตั้งในประเทศอินเดีย) มีมติอนุมัติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิมจำนวน 1 ล้านรูปีอินเดีย (หุ้นสามัญจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 รูปีอินเดีย) เป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 150 ล้านรูปีอินเดีย (หุ้นสามัญจำนวน 15,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 รูปีอินเดีย) บริษัทย่อยได้จดทะเบียนการเพิ่มทุนดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2558 โดยบริษัทฯ ได้จ่ายเงินเพิ่มทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวเป็นจำนวนประมาณ 76 ล้านรูปีอินเดีย หรือประมาณ 44 ล้านบาท โดยการจ่ายชำระเงินสดจำนวน 7 ล้านรูปีอินเดีย หรือประมาณ 4 ล้านบาท และโดยการแปลงเงินลงทุนในหุ้นกู้แปลงสภาพที่ออกโดยบริษัทย่อยดังกล่าวจำนวน 69 ล้านรูปีอินเดีย หรือ ประมาณ 40 ล้านบาท ทั้งนี้ ภายหลังการเพิ่มทุนนี้ บริษัทฯ มีสัดส่วนเงินลงทุนร้อยละ 51 ในบริษัทย่อยดังกล่าว

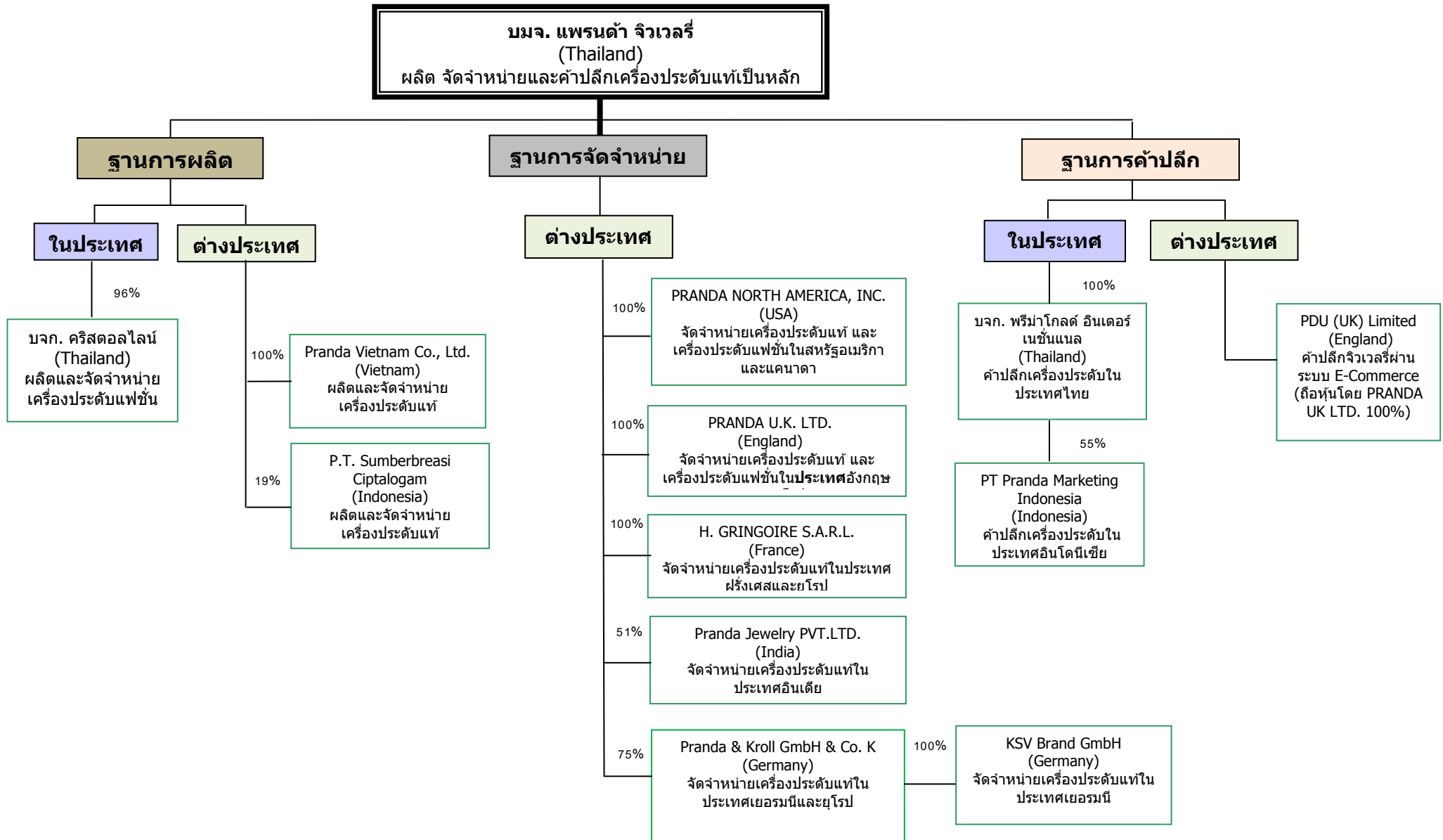
ทั้งนี้ ผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อยได้จ่ายชำระเงินเพิ่มทุนเป็นเงินสดจำนวน 10 ล้านรูปีอินเดีย หรือประมาณ 5 ล้านบาท และมีลูกหนี้ค่าหุ้นอื่นรวมเป็นจำนวนเงินประมาณ 63 ล้านรูปีอินเดีย หรือ ประมาณ 33 ล้านบาท ซึ่ง มีกำหนดชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าวเป็นรายปีจนถึงปี 2562 ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงของผู้ถือหุ้นในบริษัทย่อยดังกล่าว

● การเลิกกิจการของบริษัทย่อยในต่างประเทศ Pranda Singapore Pte. Limited

เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2559 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย Pranda Singapore Pte. Limited เลิกกิจการตั้งแต่วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2559 ปัจจุบันบริษัทย่อยดังกล่าวอยู่ในระหว่างการดำเนินการเลิกกิจการ ซึ่งคาดว่าจะใช้เวลาในการดำเนินการประมาณ 1 ปี ทั้งนี้ บริษัทย่อยดังกล่าวไม่ใช่ส่วนงานที่สำคัญของกลุ่มบริษัทฯ ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการเงินรวม

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ มีนโยบายในการแบ่งการดำเนินงานที่สมดุลซึ่งประกอบด้วย ฐานการผลิต ฐานการจัดจำหน่ายและ ฐานการค้าปลีก ดังรายละเอียดตามโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

การดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท ไม่ได้มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอื่นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) (“PRANDA”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2516 ในนามของบริษัท แพรนด้า ดีไซน์ จำกัด ต่อมาได้จัดตั้ง บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด ขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2527 และได้นำหุ้นสามัญเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2533 ซึ่งได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2537 ปัจจุบันบริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 409.529 ล้านบาท เป็นทุนที่ออกและชำระแล้ว 409.529 ล้านบาท โดยมีที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 28 ซอยบางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตจัดจำหน่ายและค้าปลีกเครื่องประดับแท้เป็นหลัก ปัจจุบันเป็นผู้นำด้านการส่งออกเครื่องประดับอัญมณีของไทยซึ่งมีการกระจายฐานลูกค้าไปยังภูมิภาคที่สำคัญของโลก อันได้แก่ อเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย

บริษัทฯ ได้วางโครงสร้างการบริหารที่สมดุลซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้



ด้านการผลิต (Production)

ผลิตเครื่องประดับอัญมณีที่มีประสิทธิภาพในด้านการประหยัดขนาดการผลิต (Economies of Scale) ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และได้กระจายความเสี่ยงทางด้านการผลิตเพื่อให้ครอบคลุมแทบทุกระดับราคาสินค้า โดยกลุ่ม บริษัทฯ มีโรงงานใน 3 ประเทศ ได้แก่ ไทย เวียดนาม และอินโดนีเซีย ปัจจุบันบริษัทฯ มีกำลังการผลิตประมาณ 10 ล้านชิ้นต่อปี อีกทั้งมีศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม

ด้านการจัดจำหน่าย (Distribution)

บริษัทฯ มีบริษัทจัดจำหน่ายที่เป็นของตนเอง และตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ เพื่อกระจายความเสี่ยงทางการตลาด และการขยายตลาดในเวลาเดียวกัน โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีตัวแทนจัดจำหน่ายรายใหญ่กระจายตามภูมิภาคที่สำคัญทั่วโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมนี ฝรั่งเศส อิตาลี สเปน ญี่ปุ่น และอินเดีย โดยมีบริษัทย่อยที่เป็นพื้นฐานการจัดจำหน่ายทั้งสิ้น ใน 5 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมนี และอินเดีย

ด้านการค้าปลีก (Retail)

บริษัทฯ มีบริษัทย่อยที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการค้าปลีก ซึ่งรวมถึงร้านค้าปลีกของบริษัทเอง และการจัดจำหน่ายผ่านระบบแฟรนไชส์ครอบคลุมเอเชียและตะวันออกกลาง เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเครื่องประดับโดยตรง ปัจจุบันมี 3 บริษัท ในไทย อินโดนีเซีย เวียดนาม อังกฤษ และเยอรมนี

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

ดำเนินการโดย	% การถือ หุ้นของ บริษัท	ปี 2558		ปี 2557		ปี 2556		ปี 2555		ปี 2554	
		ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
การผลิต											
บมจ. แพรนด้า จิวเวลรี่		793	27.12	1,027	30.74	1,399	37.04	1,914	45.24	1,799	42.90
บจก. คริสตอลไลน์	96	103	3.52	134	4.01	159	4.21	173	4.09	164	3.91
Pranda Vietnam Co., Ltd. (Production)	100	40	1.37	31	0.93	57	1.51	6	0.14	38	0.91
Guangzhou Pangda Zhubao Shoushi Youxian Gongsi	100	-	-	-	-	-	-	4	0.09	18	0.43
Pranda & Kroll GmbH & Co. KG	75	-	-	63	1.89	-	-	77	1.82	70	1.67
รวมรายได้จากการผลิต		936	32.01	1,255	37.56	1,615	42.76	2,174	51.38	2,089	49.82
การจัดจำหน่าย											
H.Gringoire s.a.r.l.	100	99	3.39	124	3.74	120	3.18	150	3.55	156	3.72
Pranda UK Limited	100	82	2.80	67	2.01	85	2.25	101	2.39	147	3.51
Pranda North America, Inc.	100	655	22.40	864	25.86	828	21.92	756	17.87	705	16.81
Pranda & Kroll GmbH & Co. KG	75	49	1.68	88	2.63	153	4.05	114	2.69	150	3.57
Pranda Jewelry Private Ltd.	51	92	3.15	83	2.48	114	3.02	142	3.36	169	4.03
รวมรายได้จากการจัดจำหน่าย		977	33.41	1,227	36.73	1,300	34.42	1,263	29.85	1,327	31.65
การค้าปลีก											
บจก. พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล	100	772	26.40	694	20.77	671	17.77	689	16.28	683	16.29
Pranda UK Limited	100	19	0.65	17	0.51	14	0.37	18	0.43	-	-
Guangzhou Pangda Zhubao Shoushi Youxian Gongsi	100	-	-	-	-	8	0.21	18	0.43	20	0.48
Pranda Trading (Shenzhen) Limited	100	-	-	1	0.03	2	0.05	-	-	-	-
Pranda Vietnam Co., Ltd.	100	42	1.44	32	0.96	-	-0	15	0.35	3	0.07
PT Pranda Marketing Indonesia	55	75	2.56	69	2.07	53	1.40	-	-	-	-
รวมรายได้จากการค้าปลีก		908	31.05	813	24.33	780	20.66	740	17.49	706	16.84
รวมรายได้จากการขาย		2,821	96.48	3,295	98.62	3,649	96.61	4,177	98.72	4,122	98.31
บจก. แพรนด้า ลอดจิ้ง	83	7	0.24	8	0.24	8	0.21	10	0.24	10	0.24
รายได้อื่น		96	3.28	38	1.14	120	3.18	44	1.04	61	1.45
รวมรายได้อื่น		103	3.52	46	1.38	128	3.39	54	1.28	71	1.69
รายได้รวมทั้งสิ้น		2,924	100	3,341	100.00	3,777	100	4,231	100.00	4,193	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ แบ่งลักษณะของผลิตภัณฑ์เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. สินค้าแบรนด์ของตนเอง (OWN BRAND MANUFACTURING: OBM)

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีสินค้าแบรนด์ตนเองที่วางตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างกันเพื่อจับกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้เครื่องประดับระดับกลาง-สูงในหลากหลายภูมิภาค ประกอบด้วย

- Prima Gold เครื่องประดับทองคำบริสุทธิ์ 99.9% เน้นจับกลุ่มลูกค้าในตลาดเอเชีย และตะวันออกกลาง
- Prima Diamond เครื่องประดับเพชรคุณภาพสูง เน้นจับกลุ่มลูกค้าในไทย
- Prima Art งานศิลปะจากทองคำบริสุทธิ์ 99.9% จับกลุ่มลูกค้าในเอเชีย
- Julia เครื่องประดับทองคำขาว 18K ฟังเพชร จับตลาดอินโดนีเซีย
- Merii เครื่องประดับแฟชั่น ฟังพลอย Cubic Zirconia จับกลุ่มลูกค้าในไทยเป็นหลัก
- Ariva เครื่องประดับเงินแฟชั่น จับกลุ่มลูกค้าในตลาดอเมริกา
- Cai เครื่องประดับเงินแฟชั่น จับกลุ่มลูกค้าในตลาดยุโรป
- Baldessarini เครื่องประดับสำหรับผู้ชาย จับกลุ่มลูกค้าในตลาดยุโรป
- HGG เครื่องประดับทองคำ 18K ฟังอัญมณี จับกลุ่มลูกค้าในตลาดยุโรป
- Esse เครื่องประดับแมกกาไรต์ จับกลุ่มลูกค้าในตลาดยุโรป
- Gemondo ธุรกิจ E-Commerce และ TV Shopping สำหรับเครื่องประดับอัญมณีแท้ จับกลุ่มลูกค้าในตลาดยุโรป

โดยสินค้าแบรนด์ตัวเองส่วนใหญ่จัดจำหน่ายภายใต้ธุรกิจค้าปลีกซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจของบริษัทเป็นหลัก บางส่วนจัดจำหน่ายภายใต้กลุ่มธุรกิจจัดจำหน่าย และบางส่วนจัดจำหน่ายตรงไปยัง Distributor และ Retailer ในภูมิภาคต่าง ๆ

2. สินค้าที่ผลิตและออกแบบร่วมกับลูกค้า (ORIGINAL DESIGN MANUFACTURING: ODM)

บริษัทฯ มีทีมงานที่มีประสบการณ์และความชำนาญในด้านออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาสินค้าร่วมกับลูกค้า (Original Design Manufacturing: ODM) ทั้งเครื่องประดับทองคำ เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทองเหลืองและแฟชั่น ฟังอัญมณีหรือประกอบวัสดุรูปแบบหลากหลาย ตามความต้องการของลูกค้า โดยมีลูกค้าที่สำคัญที่เป็นแบรนด์เครื่องประดับกลางและสูง และร้านค้าจิวเวลรี่ในประเทศต่างๆ อันได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส สเปน ออสเตรเลีย รัสเซีย และญี่ปุ่น และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ซึ่งประกอบด้วย โทรทัศน์ (TV) ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกเครือข่าย (Chain Store) กลุ่มธุรกิจขายผ่านแคตตาล็อก และการขายผ่าน website

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ ได้แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 กลุ่มหลัก และมีการกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ด้านการตลาด เพื่อการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. กลุ่มสินค้าแบรนด์ตนเอง (OBM)

กลุ่มบริษัทแพรนด้า มีทิศทางในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนในการขยายเครือข่ายค้าปลีกสินค้าเครื่องประดับแบรนด์ตนเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจของกลุ่มบริษัทในระยะยาว ตลาดค้าปลีกที่บริษัทดำเนินธุรกิจจัดตั้งร้านค้าของตนเอง คือ ไทย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งในปี 2558 ที่ผ่านมามีพัฒนาการที่สำคัญดังนี้

ในประเทศไทย จากสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจของประเทศประกอบกับราคาวัตถุดิบทองคำที่ผันผวน จึงทำให้สินค้าในหมวดเครื่องประดับทองได้รับผลกระทบและมียอดขายที่ลดลง ในทางกลับกัน สำหรับเครื่องประดับเพชรนั้นพบว่าแนวโน้มทางการขายที่ดีขึ้นและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น และเพื่อเป็นการกระตุ้นการรับรู้ของแบรนด์เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ และสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าปัจจุบัน บริษัท พรีเม่า โกลด์อินเตอร์เนชันแนล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือแพรนด้า และบริหารธุรกิจค้าปลีก จึงมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมทางการตลาด และกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แบรนด์สินค้า ได้แก่ Prima Gold, Prima Diamond, Prima Art และเครื่องประดับแฟชั่นแบรนด์ Merii โดยในปี 2558 มีอัตราการเติบโตของยอดขายประมาณ % เทียบกับยอดขายในปี 2557 (ไม่รวมธุรกิจที่หยุดดำเนินการ คือ Century Gold)

ในประเทศเวียดนาม บริษัทแพรนด้าเวียดนาม เดินหน้าขยายธุรกิจร้านค้าปลีกพรีเม่า โกลด์ในเมืองโฮจิมินห์และฮานอย โดยมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication) และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ พร้อมทั้งจัดกิจกรรม CRM สำหรับสมาชิก VIP ทุกๆ 2 เดือน เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยในปี 2558 มีอัตราการเติบโตประมาณ % เทียบกับยอดขายในปี 2557

ในประเทศอินโดนีเซีย บริษัทแพรนด้ามาร์เก็ตติ้งอินโดนีเซีย ได้มุ่งเน้นในการขยายธุรกิจแบรนด์ Julia เครื่องประดับทองคำ 18K ฝังเพชรเป็นหลัก โดยเน้นการพัฒนาสินค้าที่มีระดับราคาที่สูงขึ้นเพื่อเพิ่มรายได้จากกลุ่มลูกค้าเดิม และขยายสาขาเพิ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ โดยในปี 2558 ตลาดอินโดนีเซียมีอัตราการเติบโต % เทียบกับยอดขายในปี 2557

สำหรับการขยายตลาดในประเทศอื่นๆ ได้มีการขายสินค้าผ่านทางผู้จำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง ซึ่งการเติบโตที่น่าพอใจ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศแถบตะวันออกกลาง เช่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และโอมาน โดยได้มีการขยายจุดจำหน่ายสินค้าพรีเม่า โกลด์ในร้านค้าปลีกคอสโมในสนามบินนานาชาติดูไบ และสนามบินนานาชาติบาร์เรน

2. กลุ่มสินค้าที่ผลิตและออกแบบร่วมกับลูกค้า (ODM)

สำหรับปี 2558 บริษัทฯ ยังคงรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมที่มีศักยภาพในการเติบโตทั้งในตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรปเป็นหลัก แต่เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาที่ยังคงฟื้นตัวอย่างช้าๆ และยุโรปที่ซบเซาต่อเนื่อง ทำให้เกิดผลกระทบกับรายได้ของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาความสามารถในการออกแบบและการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อควบคุมต้นทุนทางการผลิตให้สามารถแข่งขันได้ และได้มุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหม่เพิ่มเติมเพื่อกระจายความเสี่ยงและรักษาความมีเสถียรภาพในการเติบโตระยะยาวให้แก่กิจการ

ตารางแสดงสัดส่วนรายได้ในประเทศและต่างประเทศ

	ปี 2558		ปี 2557		ปี 2556		ปี 2555		ปี 2554	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากตลาดต่างประเทศ	1,912	67.78	2,477	75.17	2,825	77.42	3,043	72.85	3,286	79.72
รายได้จากการขายในประเทศ	909	32.22	818	24.83	824	22.58	1,134	27.15	836	20.28
รวม	2,821	100	3,295	100	3,649	100	4,177	100	4,122	100

2.2.2 สภาพการแข่งขัน และแนวโน้มภายในอุตสาหกรรม

● สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยพึ่งพาการส่งออกเป็นหลักพิจารณาได้จากมูลค่าการส่งออกที่สูงถึง 10,995 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเทียบเท่าประมาณ 375,800 ล้านบาท ส่งออกเป็นอันดับที่ 3 ของประเทศไทย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมฯ นี้ ในตลาดโลกได้อย่างดีเยี่ยมและต่อเนื่องมาเป็นเวลาหลายปีติดต่อกัน

หากพิจารณาเฉพาะเครื่องประดับพบว่าประเทศไทยยังพื้นฐานการผลิตเครื่องประดับแท้ที่สำคัญของโลกอ้างอิงได้จากการเป็นผู้ส่งออกประจำปี 2558 ที่มีมูลค่าถึง 126,412 ล้านบาท ซึ่งตอกย้ำว่าเฉพาะอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของประเทศไทยยังคงรักษาความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างต่อเนื่อง

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

● แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

ผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อม (SMEs) โดยมีส่วนแบ่งตลาดส่งออกเกือบร้อยละ 80 หากพิจารณาจากข้อมูลการส่งออกเฉพาะผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้มีจำนวนประมาณ 900 ราย

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 และกรรมวิธี การผลิต จะมีอัตราการสูญเสียต่ำ

การผลิตและการขายมีลักษณะเป็นฤดูกาล คือ ความต้องการของผู้ซื้อสุดท้าย (ผู้บริโภค) จะมากในช่วงเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ แต่ก็มีได้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพราะบริษัท สามารถควบคุม และวางแผนการผลิตได้เป็นอย่างดี ในปี 2554 - 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีปริมาณการขายแยกเป็น 4 ไตรมาส ดังนี้

ไตรมาส	2558		2557		2556		2555		2554	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1	684	24	866	26	971	27	966	23	955	23
2	562	20	736	22	760	21	876	21	79	20
3	731	26	789	24	988	27	1,106	26	1,126	27
4	844	30	904	28	930	25	1,229	30	1,244	30
รวม 4 ไตรมาส	2,821	100	3,295	100	3,649	100	4,177	100	4,122	100

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตย้อนหลัง 5 ปี

ฐานการผลิต	กำลังการผลิต (ล้านชิ้น)				
	2558	2557	2556	2555	2554
ในประเทศไทย					
โรงงานบางนา กรุงเทพฯ	2.40	2.40	2.40	2.40	2.40
โรงงานในเขตอุตสาหกรรมสุรนารี	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50
โรงงาน คริสตอลไลน์	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
ในต่างประเทศ					
โรงงาน แพรนด้า เวียดนาม	0.50	0.50	0.50	0.37	0.67
โรงงาน แพรนด้า กวางเจา (จีน)	-	-	-	0.14	0.13
โรงงาน Pranda & Kroll เยอรมนี	-	0.03	0.04	0.04	0.04
รวม	9.40	9.43	9.44	9.45	9.74

วัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier)

หน่วย : ล้านบาท

วัตถุดิบ	2558	2557	2556	2555	2554
----------	------	------	------	------	------

ต่างประเทศ :-					
โลหะทองคำ	267	225	498	639	517
โลหะเงิน	-	2	-	6	-
ส่วนประกอบ	33	43	41	31	34
อัญมณี	52	82	74	56	47
อื่นๆ	46	58	50	58	64
รวม	398	410	663	790	662
ในประเทศ :-					
โลหะทองคำ	156	224	242	260	283
โลหะเงิน	157	242	377	410	605
โลหะอัลลอย	2	2	2	3	3
ส่วนประกอบ	3	2	5	11	12
อัญมณี	309	305	295	309	297
อื่นๆ	54	64	101	94	77
รวม	681	839	1,022	1,087	1,277
รวมทั้งสิ้น	1,079	1,249	1,685	1,877	1,939

สัดส่วนการใช้วัตถุดิบ

	2558	2557	2556	2555	2554
วัตถุดิบต่างประเทศ (%)	37	33	39	42	34
วัตถุดิบในประเทศ (%)	63	67	61	58	66
รวม	100	100	100	100	100

บริษัทจะกระจายการจัดซื้อวัตถุดิบต่างๆ ไปยังผู้จำหน่ายหลายรายและรักษาสัดส่วนการซื้อไม่ให้เกิน 30% ต่อราย และบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในเชิงการค้า ดังนั้นบริษัทจะมีความเสี่ยงลดลง หากมีการเปลี่ยนแปลง/สูญเสียผู้จำหน่ายรายนั้นๆ 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

1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1 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

นอกจากนี้กลุ่มบริษัทต้องมีการจัดทำงบประมาณประจำปี (Annual Budget) โดยคณะผู้บริหารระดับสูงของแต่ละบริษัทในกลุ่มโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและตลาดทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรค และแนวทางในการบริหารความเสี่ยงหากผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย โดยงบประมาณประจำปีนี้จะต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการการเงินและบริหารความเสี่ยง

1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทฯ ยังได้พึ่งพิงกับการขายสินค้าให้กับลูกค้ารายใหญ่ในต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งหากลูกค้ารายใหญ่เหล่านี้ประสบปัญหาผลประกอบการตกต่ำจากภาวะทางเศรษฐกิจในประเทศของตนเอง อาจส่งผลกระทบต่อรายได้จากการขายของบริษัท

อย่างไรก็ตาม ลูกค้ารายใหญ่ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันอันยาวนานกว่า 20 ปี และบริษัทฯ ได้มีนโยบายที่จะลดการพึ่งพาของลูกค้ารายใหญ่นี้ดังกล่าว โดยกระจายการขายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้ารายเดิมที่มีศักยภาพในการเติบโต และพยายามหาลูกค้ารายใหม่ทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่ รวมทั้งเน้นจัดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ของตัวเองให้มากยิ่งขึ้น

1.3 ความเสี่ยงในการเปิดตลาดค้าปลีก

บริษัทฯ ยังคงมีนโยบายในการขยายฐานการค้าปลีกของตนเองอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศไทย อินโดนีเซีย เวียดนาม อังกฤษ และเยอรมนี ซึ่งการลงทุนการค้าปลีกนี้อาจมีความเสี่ยงจากผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามที่ได้คาดการณ์ไว้ ทั้งนี้เพราะความต้องการระดับของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีขั้นตอนพิจารณาเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านการลงทุนดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงของตลาด (Market Risk)

บริษัทฯ ได้มีการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความต้องการสินค้าเครื่องประดับ คู่แข่งในตลาดและคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาในตลาด สภาพเศรษฐกิจ กฎหมาย การเมือง และปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ และเลือกสินค้าที่เหมาะสมกับตลาดนั้น ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจจัดตั้งธุรกิจค้าปลีก

2. ความเสี่ยงของทำเลที่ตั้งร้าน (Shop Location Risk)

การเปิดร้านค้าปลีกของบริษัทฯ ส่วนใหญ่จะเปิดในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ซึ่งทางห้างสรรพสินค้าได้ทำการสำรวจทำเลที่ตั้ง และประเมินกลุ่มลูกค้ามาแล้วระดับหนึ่ง และก่อนที่จะตัดสินใจเปิดร้านค้าปลีกในแต่ละสาขา บริษัทฯ จะส่งผู้จัดการฝ่ายการตลาดและฝ่ายขาย ลงสำรวจพื้นที่ เพื่อประเมินกลุ่มลูกค้า คู่แข่ง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจร่วมกับการจัดทำประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่าย ประมาณการเงินลงทุนในสินค้า ในการตกแต่งร้าน เพื่อประเมินจุดคุ้มทุน และระยะเวลาในการคืนทุนหรือหากยังไม่มั่นใจในทำเลที่ตั้ง บริษัทฯ จะเปิดร้านค้าปลีกระยะสั้น 1-3 เดือนก่อนเพื่อทดลองตลาด จนมั่นใจว่ามีกลุ่มลูกค้าเพียงพอแก่การลงทุนจึงตัดสินใจเปิดร้านค้าปลีกในระยะยาวต่อไป

3. ความเสี่ยงในการบริหารงาน (Operational Risk)

บริษัทฯ มีการจัดทำแผนงานและงบประมาณรายปี ทบทวนทุกไตรมาส และมีการติดตามผลการดำเนินงานเป็นรายเดือน โดยจะครอบคลุมด้านการขาย การตลาด การเงิน การบริหารสินค้าคงเหลือและการบริหารสินค้าล้าสมัย การบริหารบุคลากร และการควบคุมการปฏิบัติงาน โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายให้กับพนักงานทุกตำแหน่งงาน และมีการประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนและนโยบายที่ตกลงร่วมกัน

4. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของทรัพย์สิน (Property Safety Risk)

เนื่องจากสินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง บริษัทฯ จึงมีการกำหนดนโยบายที่เข้มงวดในด้านความปลอดภัยโดยพนักงานขายจะได้รับการอบรมในการป้องกันความเสี่ยงจากการลักทรัพย์ การปฏิบัติตนในกรณีเหตุฉุกเฉิน การตรวจสอบสินค้ากรณีถูกค่านำสินค้ามาคืนหรือแลกเปลี่ยน การตรวจรับเปลี่ยนช่วงผลิตประจำวัน ฯลฯ นอกจากนี้บริษัทฯ มีการตรวจนับสินค้าคงเหลือแต่ละสาขาอย่างสม่ำเสมอโดยหน่วยงานตรวจสอบภายใน มีการกำหนดอำนาจในการอนุมัติต่างๆ อย่างชัดเจนและมีการติดตั้งอุปกรณ์กล้องวงจรปิดและสัญญาณเตือนภัยหรือเพิ่มบุคลากรด้านความปลอดภัยในจุดที่มีความเสี่ยงนอกจากนี้ บริษัทฯ มีการทำประกันภัยสำหรับสินค้าทุก Location ตลอดจนสินค้านี้ระหว่างการขนส่ง กรณีเกิดเหตุสุดวิสัย บริษัทฯ ก็จะไม่ได้รับความเสียหาย

5. ความเสี่ยงด้านการกำหนดราคาสินค้าและส่วนลด (Price-Setting and Discount Risk)

ในด้านธุรกิจค้าปลีกนั้น การกำหนดราคาขายสินค้า และส่วนลดถือว่ามีผลสำคัญกับลูกค้า และผลประกอบการของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาขายสินค้าแต่ละแบรนด์อย่างชัดเจน โดยมีการกำหนดอัตรากำไรขั้นต้นที่บริษัทฯ จะได้รับ ส่วนการกำหนดส่วนลดจ่าย ฝ่ายการตลาดของสินค้าแต่ละแบรนด์ จะจัดทำโปรแกรมส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยในโปรแกรมส่งเสริมการขาย อาจรวมทั้งส่วนลดจ่าย ของแถม และการผ่อนชำระ ทั้งนี้ เมื่อรวมค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายทั้งหมดแล้ว จะต้องไม่กระทบอัตรากำไรที่บริษัทฯ คาดว่าจะได้รับ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ใช้เงินลงทุนในสินค้าโดยใช้เช่าซื้อทอง (Gold Lease) ดังนั้นราคาคืนทุนสินค้าคงเหลือที่มีส่วนประกอบส่วนใหญ่เป็นทอง จะปรับขึ้นลงตามราคาทองในตลาดโลก ทำให้บริษัทฯ สามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้ตามราคาทองในตลาดในช่วงนั้นๆ

1.4 ความเสี่ยงจากการเกิดสินค้าล้าสมัย

บริษัทฯ ขายสินค้าประเภทจิวเวลรี่ ซึ่งเป็นสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนความนิยมในตัวสินค้า โดยในปี 2558 บริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือ 1,853 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 65.69 ของสินทรัพย์หมุนเวียน และร้อยละ 40.17 ของสินทรัพย์รวม และมีอัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ 338 วัน การมีสินค้าคงเหลือจำนวนมากอาจส่งผลให้ไม่สามารถขายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทำให้สินค้าคงเหลือมีปริมาณมากและล้าสมัยได้ จึงจำเป็นต้องมีการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยหรือด้อยค่าที่ทำให้กำไรสุทธิและและสภาพคล่องของบริษัทลดลง

อย่างไรก็ตามสินค้าคงเหลือที่ค้างจะมีส่วนประกอบส่วนใหญ่เป็นพวกโลหะมีค่าที่เป็นพวกไม่มีการหมดอายุหรือเสื่อมสภาพซึ่งกิจการสามารถที่จะนำไปผ่านกระบวนการสกัดและหลอมแปรรูปกลับมาเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้ใหม่เกือบทั้งหมด และบริษัทฯ มีนโยบายบริหารจัดการเพื่อไม่ให้สินค้าค้างนานโดยหากมีปริมาณสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้าถึงจุดที่เกินกำหนดไว้ บริษัทฯ ก็จะทำการส่งเสริมการขายโดยเปิดโชว์รูมเป็นกรณีพิเศษขึ้นมา

2. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

2.1 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนทรัพยากรบุคคล

ทางบริษัทฯ มีการมุ่งขยายตลาดแบรนด์และค้าปลีกของตนเองทั้งในกลุ่มยุโรปและเอเชีย ซึ่งในแต่ละประเทศมีความต้องการรูปแบบการออกแบบและรสนิยมที่หลากหลายแตกต่างกันเป็นอย่างมากอาจทำให้บริษัทฯ เกิดภาวะขาดแคลนบุคลากรที่มีประสบการณ์ทั้งทางด้านการตลาด ด้านการออกแบบ ด้านการผลิต และการสร้างนวัตกรรมใหม่

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ดำเนินนโยบายป้องกันความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคลดังต่อไปนี้

- บริษัทฯ ได้จัดตั้งโครงการการศึกษาระบบทวิภาคี โดยร่วมกับกรมอาชีวศึกษา และกาญจนาภิเษกวิทยาลัยช่างทองหลวง และวิทยาลัยศิลปหัตถกรรมกรุงเทพ ร่วมจัดตั้งโรงเรียนในโรงงานขึ้นมา โดยบริษัทฯ จะรับนักเรียนเข้ามาในโครงการนี้ปีละมากกว่า 100 คน เข้ามาเรียนหลักสูตรช่างเครื่องประดับ ในระดับ ปวช. หลังจากจบหลักสูตรแล้ว นักเรียนก็จะได้รับการบรรจุเป็นพนักงานประจำของบริษัทฯ ต่อไป โครงการนี้ดำเนินการต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 15 แล้ว
- เพื่อเป็นการรักษานักงานทำงานให้อยู่กับองค์กรนานๆ บริษัทฯ ได้จัดสวัสดิการให้กับพนักงานดังต่อไปนี้:-
 - สวัสดิการด้านการเงิน ได้แก่ สหกรณ์ออมทรัพย์ เพื่อสนับสนุนให้พนักงานรู้จักการออม, สวัสดิการเงินกู้เพื่อลดหนี้, จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ, สวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยให้แก่พนักงาน โดยบริษัทฯ ร่วมกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ให้พนักงานกู้ในระยะยาว ดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไป
 - สวัสดิการด้านพัฒนาความรู้ ได้แก่ ห้องสมุด ห้องเล่นอินเตอร์เน็ต และการจัดอบรมหลักสูตรต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก
 - สวัสดิการเพื่อสุขภาพ ได้แก่ การจัดกิจกรรมแอโรบิก
 - สวัสดิการเพื่อคุณภาพชีวิต ได้แก่ การจัดหอพัก ข้าวเปล่าฟรี 3 มื้อ จัดศูนย์รับเลี้ยงบุตรพนักงาน
 - สวัสดิการเงินช่วยเหลือต่าง ๆ ได้แก่ กรณีแต่งงาน มีบุตร บวช กรณีบิดา มารดาเสียชีวิต เงินค่ารักษาพยาบาลกรณีเป็นผู้ป่วยใน นอกเหนือจากประกันสังคม การทำประกันชีวิตกลุ่ม การตรวจสุขภาพประจำปี เป็นต้น
 - สวัสดิการด้านขวัญกำลังใจ ได้แก่ เบี้ยขยัน การจัดงานเลี้ยงประจำปี งานเลี้ยงและรางวัลผู้มีอายุงานครบตามเกณฑ์ กิจกรรมกีฬาสี เป็นต้น
- ด้านการพัฒนาบุคลากร บริษัทฯ จัดทำแผนพัฒนาบุคลากรเชิงรุก โดยนำระบบการวัดผลปฏิบัติงานด้วยดัชนีชี้วัด (KPIs) และการพัฒนาสมรรถนะ (Competency) มาใช้ในองค์กร ซึ่งระบบนี้จะช่วยพัฒนากระบวนการสรรหา คัดเลือก กระบวนการฝึกอบรมพัฒนา และการประเมินผลงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

- เพื่อการสร้างวัฒนธรรมในองค์กรที่ดี ให้พนักงานมีจิตสำนึกในการทำงานร่วมกันด้วยดี บริษัทฯ จึงได้สร้างค่านิยมองค์กร (Core Values) ซึ่งเราเรียกว่าแก่นแท้ของแพรนด้า ประกอบด้วยดวงใจ 3 ดวง คือ ทำงานเป็นทีม พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง และผู้มีประโยชน์ร่วมกันเป็นศูนย์กลาง พนักงานทุกคนจะได้รับการถ่ายทอด plugged จิตสำนึก ให้ยึดถือถือเป็นหลักในการปฏิบัติงาน บริษัทฯ เชื่อว่านี่คือรากฐานที่จะทำให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยืนยาว
- เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานแรงงานสากล และเป็นที่ยอมรับของลูกค้าต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มาตรฐานแรงงานไทยเข้ามาพัฒนาระบบงานเช่นการจัดสถานที่ทำงานให้มีความปลอดภัย มีสุขอนามัยที่ดี มีมาตรการป้องกันมิให้มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน ให้ความเสมอภาคแก่ทุกคน
- บริษัทฯ ได้จัดทำระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO9001:2008 เพื่อสร้างระบบการทำงานที่ดี มีประสิทธิภาพ และสร้างความเชื่อถือจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ผ่านการตรวจประเมินระบบแล้วจาก สถาบันบิวโร เวอร์ทัส ประเทศไทย และได้รับการรับรองจากสถาบัน UKAS ประเทศอังกฤษ ใบรับรอง มีอายุการรับรอง 3 ปี มีผลตั้งแต่ 3 กันยายน 2556 - 2 กันยายน 2559

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)

ด้วยโครงสร้างการประกอบธุรกิจที่เน้นการส่งออกและจัดจำหน่ายในต่างประเทศเป็นหลัก ส่งผลให้บริษัทฯ มีรายได้ส่วนใหญ่เป็นเงินสกุลต่างประเทศ ดังนั้นการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทเทียบกับเงินสกุลต่างประเทศอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ และกำไรของบริษัทฯ อีกทั้งด้วยเศรษฐกิจโลกที่ยังคงมีความไม่แน่นอนอยู่ในปัจจุบัน อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจของลูกค้าอันอาจทำให้มีหนี้สูญจากการให้เครดิตการค้า นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยตามภาวะตลาด และการยกเลิกวงเงินระยะสั้นจากธนาคารพาณิชย์ได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ดำเนินนโยบายป้องกันความเสี่ยงด้านการเงินดังต่อไปนี้

- บริษัทฯ ได้ทำการป้องกันความเสี่ยงโดยการใช้สัญญาซื้อขายเงินตราล่วงหน้า (Forward Contract) รวมทั้งการใช้วิธีทำธุรกรรมในสกุลเงินเดียวกัน (Natural Hedge)
- บริษัทฯ ได้ตรวจสอบเครดิตของลูกค้าเดิม และลูกค้ารายใหม่ รวมทั้งกำหนดวงเงินให้เครดิตกับลูกค้า โดยมีการพิจารณาจากผลประกอบการ ฐานะทางการเงินอย่างละเอียด อีกทั้งบริษัทฯ มีกระบวนการติดตามหนี้อย่างใกล้ชิด และการทบทวนวงเงินที่ให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ สำหรับลูกค้าบางรายอาจมีการขอมัดจำค่าสินค้าก่อนรับคำสั่งซื้อ
- บริษัทฯ ได้มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินโดยมีการคิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้แบบลอยตัว (Floating rates) อย่างไรก็ดี ฝ่ายจัดการได้มีการเฝ้าติดตามอย่างใกล้ชิด และเห็นว่าความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมอยู่ในระดับที่ไม่มีความสำคัญต่อกิจการ
- บริษัทฯ ได้กระจายการใช้จ่ายเงินกู้ประเภทหมุนเวียนกับหลายธนาคาร เพื่อป้องกันการยกเลิกวงเงินกู้ และการรักษาสัดส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E) ของบริษัทฯ ให้ไม่เกิน 1 เท่า เพื่อลดภาระการจ่ายดอกเบี้ย และความผันผวนที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต

4. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ความเสี่ยงจากบริษัทที่มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่า 25%

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ กลุ่มตระกูลผู้ก่อตั้งบริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัท ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2558 จำนวน 136,247,280 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 33.27 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด จึงอาจทำให้กลุ่มหุ้นดังกล่าวสามารถใช้สิทธิคัดค้านหรือไม่อนุมัติการลงมติในการประชุมผู้ถือหุ้นในเรื่องต่างๆ ที่ขัดแย้งกับบริษัทหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนนได้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ได้ทำหน้าที่ในการบริหารกิจการทั้งด้านนโยบาย และแนวการปฏิบัติ ดังนั้น การกระทำใดๆ ก็ตามเกี่ยวกับกิจการจะคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ถือหุ้นสูงสุดเป็นหลัก

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	570,852
	เลขที่ดิน 4605 หน้าสำรวจ 28711	1,338 ตรว.	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ	9,265
	เลขที่ดิน 4606 หน้าสำรวจ 28712	2,000 ตรว.	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ	81,164
	เลขที่ดิน 5830 หน้าสำรวจ 31604	300 ตรว.	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ	6,100
	เลขที่ดิน 6960 หน้าสำรวจ 20491	34 ตรว.	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ	600
	อาคาร ห้างชุด เลขที่ 1093/64,68-70 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	831.05 ตร.ม.	บจก. พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนลเป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ	7,169
	ที่ดินและอาคาร 333/1-3 เขตอุตสาหกรรมสุรนารี ตำบลหนองระเวียง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000	2,420 ตร.ว.	บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ (บจก. แพรนด้า ลอดจิ้ง)	-	12,187
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน					687,337

หมายเหตุ : บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้นำอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวนประมาณ 673 ล้านบาท ไปจดจำนองเพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์

- ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ แสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แหล่งที่ตั้ง	ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค้ำประกันเงินกู้	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
กรุงเทพฯ	ที่ดินและส่วนปรับปรุง 28 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	ประกอบด้วย อาคาร สำนักงาน และโรงงานเนื้อที่ 2,200 ตรว.	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	ติดภาระ จำนอง ดัง หมายเหตุ	9,482	สำนักงานใหญ่
	อาคาร 28 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				60,430	
	ที่ดินและส่วนปรับปรุง 24 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	มีเนื้อที่ 2,182 ตรว.	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	ติดภาระ จำนองดัง หมายเหตุ	17,229	โรงงาน, อาคาร สำนักงาน ใหญ่ 5 ชั้น
	อาคาร 24, 38 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				269,241	
	ที่ดินและส่วนปรับปรุง 25,27,29 ซ.ลาซาล 51 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	ประกอบด้วย อาคาร หอพัก และอาคาร สโมสรบนเนื้อที่ 2,100 ตรว.	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	ติดภาระ จำนองดัง หมายเหตุ	8,771	หอพักและ อาคารสโมสร อาคารหล่อ ห่อมโลหะ
	อาคาร 25,27,29 ซ.ลาซาล 51 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				6,186	
	ที่ดินและส่วนปรับปรุง เลขที่ดิน 5958,308,5430,5431 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	เนื้อที่ 1,075 ตรว.	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	ไม่มี	39,206	อาคารหล่อ ห่อมโลหะ

แหล่งที่ตั้ง	ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน ค้ำประกัน เงินกู้	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท)	วัตถุประสงค์ ในการถือครอง ทรัพย์สิน
กรุงเทพฯ	<u>ส่วนปรับปรุงอาคาร</u> เลขที่ดิน 5958,308,5430,5431แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				20,575	อาคารหล่อ หลอมโลหะ
	<u>ห้องชุด</u> เลขที่ 1055/849 ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ	เนื้อที่ 1.70 ตร.ว.	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	ไม่มี	578	สำนักงาน
	<u>อาคาร</u> เลขที่ 1055/849 ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ	เนื้อที่ 174.22 ตร.ม.		ไม่มี	2,728	สำนักงาน
	<u>ห้องชุด</u> เลขที่ 1093/64, 68-70 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	เนื้อที่ 831.05 ตร.ม.	บจก.พีริมา โกลด์ อินเตอร์ เนชั่นแนล เป็น เจ้าของ		21,448	สำนักงาน
	<u>ที่ดิน</u> 22 แขวงบางนา เขต บางนา กรุงเทพฯ 10260	เนื้อที่ 724 ตร.ว.	บริษัทเป็น เจ้าของ	ติดภาระ จำนองคัง หมายเหตุ	5,508	อาคาร สำนักงาน และโรงงาน
	<u>ส่วนปรับปรุงอาคาร</u> 22 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				109	

แหล่งที่ตั้ง	ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค้ำประกันเงินกู้	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
ต่างจังหวัด	<u>ที่ดินและส่วนปรับปรุง</u> 332-333 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	เนื้อที่ 3,200 ตร.ว.	บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ	8,237	โรงงาน
	<u>อาคาร</u> 332-333 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา				10,384	
	<u>ที่ดินและส่วนปรับปรุง</u> 330 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	มีเนื้อที่ 3,200 ตรว.	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มี	11,716	โรงงาน
	<u>อาคาร</u> 330 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000				20,549	
	<u>ที่ดิน</u> 331 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	มีเนื้อที่ 1,600 ตรว.		ติดภาระจำนอง ค้ำหมายเหตุ	1,600	
	<u>อาคาร</u> 331 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000				860	

แหล่งที่ตั้ง	ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค้ำประกันเงินกู้	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
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	8,405	โรงงาน
	อาคาร Pranda House, Rewa State 512, Rewa Estate, M.G. Road, Mulund (West) – 400080 India	522 ตร.ม.	บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ (Pranda Jewelry Private Limited)	ไม่มี	35,508	
รวมที่ดิน ส่วนปรับปรุงที่ดิน และอาคาร					558,750	

หมายเหตุ : บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้นำที่ดิน อาคารและอุปกรณ์มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวนประมาณ 463 ล้านบาท ไปค้ำประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์

- เครื่องจักร เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน ยานพาหนะ และสินทรัพย์ระหว่างการติดตั้งและก่อสร้าง รวมถึงส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เข้าของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

สินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค้ำประกันเงินกู้	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท)
1. เครื่องจักร	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	25,957
2. เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	147,182
3. ยานพาหนะ	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	6,838
4. สินทรัพย์ระหว่างการติดตั้งและก่อสร้าง	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	34,909
5. ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เข้า	บริษัทย่อย	ไม่มี	7,309
รวม			222,195
รวมสินทรัพย์ – สุทธิ			780,945

● สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่

ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ และตราสินค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีมูลค่าตามบัญชีเท่ากับ 33.16 ล้านบาท (2557 : 31.78 ล้านบาท)

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย คือ การลงทุนในการผลิต จัดจำหน่าย และการค้าปลีกเครื่องประดับแท่งเป็นหลัก และธุรกิจเช่าหอพักในประเทศ และบริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทร่วม ซึ่งเป็นธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายวัตถุดิบโลหะมีค่า มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เงินลงทุนในบริษัทย่อย

เงินลงทุนในบริษัทย่อยตามที่แสดงอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	ทุนเรียกชำระแล้ว		หน่วย เงินตรา	สัดส่วนเงินลงทุน		ราคาทุน	
	2558	2557		2558 (ร้อยละ)	2557 (ร้อยละ)	2558	2557
Pranda North America, Inc.	2	2	พันธะสัญญา สหรัฐฯ	100	100	120,283	120,283
H.GRINGOIRE s.a.r.l.	5	5	หุ้นยุโรป	100	100	344,423	344,423
Pranda UK Ltd.	0.5	0.5	หุ้นปอนด์	100	100	28,973	28,973
Pranda Vietnam Co., Ltd.	1.5	1.5	หุ้นเหรียญ สหรัฐฯ	100	100	48,180	48,180
Pranda Singapore Pte. Limited	3	3	หุ้นเหรียญ สิงคโปร์	100	100	53,681	53,681
บริษัท พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	200	200	ล้านบาท	100	100	200,000	200,000
บริษัท คริสตอลไลน์ 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	หุ้นเหรียญ สหรัฐฯ	100	100	112,523	112,523
Pranda & Kroll GmbH & Co. KG	14.96	14.96	หุ้นยุโรป	75	75	575,303	573,303
Pranda Jewelry Private Limited	1	1	หุ้นรูปีอินเดีย	51	51	44,255	436
Pranda Trading (Shenzhen) Limited	0.55	0.55	หุ้นเหรียญ สหรัฐฯ	100	100	17,437	17,437
รวม						1,680,183	1,636,364
หัก: ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน						(802,100)	(802,100)
เงินลงทุนในบริษัทย่อย - สุทธิ						878,083	834,264

บริษัทฯ ไม่มีเงินปันผลรับจากการลงทุนในบริษัทย่อยในระหว่างปี 2558 และ 2557

เงินลงทุนในบริษัทร่วม

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	งบการเงินรวม			
			สัดส่วนเงินลงทุน		เงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	
			2558	2557 (ร้อยละ)	2558	2557
บริษัท เกแซด-แพรนด้า จำกัด	นำเข้าและจำหน่าย วัตถุดิบโลหะมีค่า	ไทย				
- ราคาทุน			40	40	3,600	3,600
- ส่วนแบ่งขาดทุนสะสม					(5,900)	(3,368)
รวมมูลค่าตามบัญชีตามวิธีส่วนได้เสีย					9,500	232-

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

ในเดือนพฤศจิกายน 2557 บริษัทฯ ได้จัดให้ผู้ประเมินราคาอิสระทำการประเมินมูลค่ายุติธรรมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่เป็นที่ดินรอการพัฒนา สำหรับโครงการในอนาคต โดยใช้เกณฑ์ราคาตลาด ("Market Approach") มูลค่ายุติธรรมที่ประเมินใหม่ที่ดินรอการพัฒนามีมูลค่าสูงกว่ามูลค่าสุทธิตามบัญชี บริษัทฯ จึงได้บันทึกโอนกลับรายการค่าเผื่อการด้อยค่าที่เคยรับรู้ในงวดก่อนเป็นจำนวน 188 ล้านบาท ในงบกำไรขาดทุนรวมและเฉพาะกิจการสำหรับปี 2557

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มีคดีที่มีวงเงินฟ้องร้องตามเกณฑ์ที่ต้องเปิดเผย -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	PRANDA
ประเภทธุรกิจ	ผลิต จัดจำหน่าย และค้าปลีกเครื่องประดับแท้เป็นหลัก
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 28 ซอยบางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
เลขทะเบียนบริษัท	0107537001986
โทรศัพท์	+66 2769 9999
โทรสาร	+66 2769 9998
ทุนจดทะเบียน	409,529,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	409,529,000 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 เขตอุตสาหกรรมสุนารี อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
ประเภทธุรกิจ	ผลิตเครื่องประดับแท้
โทรศัพท์	+66 044 212 593-4
โทรสาร	+66 044 334 718
Responsible Person	Mr. Somsak Srirungmon
Email	Somsak_s@pranda.co.th

6.1.2 นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%) ของบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%) ของผู้ร่วมทุน	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
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	ผลิต และจัดจำหน่ายเครื่องประดับแฟชั่น	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 จัดจำหน่ายและค้าปลีก เครื่องประดับแท้	100		1.5 ล้านบาท เหรียญสหรัฐ	1.5 ล้านบาท เหรียญสหรัฐ
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	จัดจำหน่ายเครื่องประดับแท้	75		14.96 ล้านยูโร	14.96 ล้านยูโร
ผู้ร่วมทุน : Mr. Gregor Kroll			25		

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	สัดส่วนการถือหุ้น (%) ของผู้ร่วมทุน	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
บริษัท พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เลขที่ 1093/64 ชั้น 12 อาคารเซ็นทรัลซิตี้บางนา ถนนบางนา-ตราด แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ +66 2745 6111 โทรสาร +66 2745 6117 Home Page: www.primagold.co.th Responsible Person: Ms. Chovicha Loekvitunkul Email: Chovicha@primagold.co.th	ค้าปลีก เครื่องประดับใน ประเทศไทย	100		200 ล้านบาท	200 ล้านบาท
PT Pranda Marketing 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. Kenny Salmon Email: Kenny_salmon@yahoo.com	ค้าปลีก เครื่องประดับ ในประเทศ อินโดนีเซีย	มีอำนาจควบคุม การกำหนด นโยบายและการ ดำเนินงานโดย จก.พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล และรวมถึงมี อำนาจในการออก เสียงและส่วนได้ เสียร้อยละ 55		-	-
ผู้ร่วมทุน : 1) Mr.Johnny Salmon 2) Mr. Kenny Salmon 3) Mrs. Yuen Wan Ha 4) PT. Sumberkreasi Ciptalogam			30 15 10 45		
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@prandana.com	จัดจำหน่าย เครื่องประดับแท้ และ เครื่องประดับ แฟชั่นใน ประเทศ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา	100		2 พันเหรียญ สหรัฐฯ	2 พันเหรียญ สหรัฐฯ

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	ทุน จดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
H.GRINGOIRE s.a.r.l No.79 Rue De Turbigo F-75003, Paris, France โทรศัพท์ +33 1 5301 9533 โทรสาร +33 1 5301 9540 Home Page: www.h-gringoire.fr Responsible Person: Mr. Yvan LE DOUR Email: y.ledour@h.gringoire.fr	จัดจำหน่ายเครื่องประดับแท้ ในประเทศฝรั่งเศสและยุโรป	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	จัดจำหน่ายเครื่องประดับแท้ และเครื่องประดับแฟชั่นใน ประเทศอังกฤษและยุโรป	100	0.5 ล้านปอนด์	0.5 ล้านปอนด์
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	ค้าปลีกจิวเวลรี่ผ่านระบบ E-Commerce	100	1 GBP	1 GBP

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%) ของผู้ร่วมทุน	ทุน จดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
KSV Brand GmbH 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	ถือหุ้นโดย Pranda & Kroll GmbH & Co. KG ร้อยละ 75		25,000 ยูโร	25,000 ยูโร
ผู้ร่วมทุน : Mr. Gregor Kroll			25		

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%) ของผู้ร่วมทุน	ทุน จดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
Pranda Jewelry Private Limited Pranda House, Rewa State 512, Rewa Estate, M.G. Road, Mulund (West) - 400080 India โทรศัพท์ +91 22 65223939, +91 22 65223636 โทรสาร +91 22 2592 2121 Responsible Person: Mr. Vinod Tejawani Email: vinod@pranda.co.in	จัดจำหน่ายเครื่องประดับ แท้ในประเทศอินเดีย	51		150 ล้านบาท อินเดีย	87.2114 ล้านบาท รูปีอินเดีย
ผู้ร่วมทุน : Mr. Gunjan Jewelry Private Limited			49		
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	ผลิต และจัดจำหน่าย เครื่องประดับแท้	19		4 พันล้าน อินโดนีเซีย รูเปียส	4 พันล้าน อินโดนีเซีย รูเปียส
ผู้ร่วมทุน : 1) Mr.Johnny Salmon 2) Mr. Kenny Salmon 3) Ms.Virsosa Salmon 4) Mrs. Yuen Wan Ha			21 20 20 10		
บริษัท เคแซด - แพรนต้า จำกัด 75/51 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 2 ชั้น 24 ซอย สุขุมวิท 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	นำเข้าและจัดจำหน่ายโลหะ เนื้อเงินบริสุทธิ์และทองคำ บริสุทธิ์ในรูปเม็ดและแท่ง	40		30 ล้านบาท	9 ล้านบาท
ผู้ร่วมทุน : 1) บจก.โคเรีย ซึงค์ 2) บจก.แอลจีอินเตอร์เนชั่นแนล คอร์ปอเรชั่น (สิงคโปร์) พีทีอี 3) นางสาวฐิติมา สรไกรกิติกุล			34.50 14.50 11.00		



ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%) ของผู้ร่วมทุน	ทุน จดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
บริษัท แพรนด้า ลอดจิ่ง จำกัด เลขที่ 28 ซอยบางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ +66 2361 3311, +66 2393 8779 โทรศัพท์ +66 2361 3088, +66 2398 2143 Responsible Person: Mrs. Panidda Tiasuwan Email: panidda@pranda.co.th ผู้ร่วมทุน : 1) บจก. แพรนด้า โฮลดิ้ง 2) บจก. ฟอว์เวิร์ด พรีเมแลนด์ 3) บจก. อาร์ติโก้ ครีฟส์	ให้บริการเช่า อสังหาริมทรัพย์ / สังหาริมทรัพย์	83		50 ล้านบาท	50 ล้านบาท
			7		
			7		
			3		

ส่วนที่ 2

การจัดการและการกำกับดูแลกิจการ

7. ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น

7.1 จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

- บริษัทมีทุนจดทะเบียน 409,529,000 บาท
มูลค่าหุ้นละ 1 บาท เรียกชำระแล้ว 409,529,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 409,529,000 หุ้น
- บริษัทไม่มีหุ้นประเภทอื่น

7.2 ผู้ถือหุ้น

- รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่
(ก) ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 รายแรก ณ วันปิดสมุดทะเบียนเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2558 ดังนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่	จำนวนหุ้นที่ถือ	สัดส่วนการถือหุ้น
1. กลุ่มครอบครัวผู้ก่อตั้งบริษัท	136,247,280	33.27%
นายปรีดา เดียสุวรรณ	21,996,420	5.37%
นางพนิดา เดียสุวรรณ	18,473,860	4.51%
นางสาวพิทยา เดียสุวรรณ	18,070,960	4.41%
นางปราณี คุณประเสริฐ	9,896,860	2.42%
นายปราโมทย์ เดียสุวรรณ	9,280,560	2.27%
นางรัชรา พรรุ่งโรจน์	9,242,360	2.26%
นางประไพร์ สรไกรกิติกุล	7,332,460	1.79%
นางสุนันทา เดียสุวรรณ	2,700,500	0.66%
บุตรและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ก่อตั้ง บริษัท แพรนด้า โฮลดิ้ง จำกัด ¹	24,459,000	5.97%
2. CITIBANK NOMINEES SINGAPORE PTE LTD-UBS AG LDN BRANCH A/C CLIENT NRBS	18,309,200	4.47%
3. STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY	12,613,800	3.08%
4. GOLDMAN SACHS & CO	11,644,700	2.84%
5. นายประทีป ตั้งมิตรธรรม	11,483,300	2.80%
6. กองทุนเปิด บัวหลวงสิริผลบรรษัทภิบาล	9,435,800	2.30%

7. THE BANK OF NEW YORK MELLON	8,002,800	1.95%
8. กองทุนเปิด บัวหลวงสิริผลบรรษัทภิบาลเพื่อการเลี้ยงชีพ	7,809,700	1.91%
9. J.P. MORGAN BANK LUXEMBOURG S.A. LEND	5,351,345	1.31%
10. นายพิทักษ์ พิเศษสิทธิ์	4,020,000	0.98%
รวม	224,917,925	54.92%

ผู้ถือหุ้นสามารถดูรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันปิดสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้นเพื่อประชุมสามัญประจำปีปัจจุบันได้จากเว็บไซต์ของบริษัท (www.pranda.com หัวข้อ Investor Relations : โครงสร้างผู้ถือหุ้น) ก่อนวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2558

หมายเหตุ ¹ บริษัท แพรนด้า โซลคิง จำกัด มีผู้ถือหุ้นประกอบด้วย:--

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ	สัดส่วนการถือหุ้น
1. นางสาวจรรณีย์ เตียสุวรรณ	200,000	20%
2. นางปราณี คุณประเสริฐ	120,000	12%
3. นางสุนันทา เตียสุวรรณ	120,000	12%
4. นางประไพร์ สรไกรกิติกุล	110,000	11%
5. นายปราโมทย์ เตียสุวรรณ	110,000	11%
6. นางพนิดา เตียสุวรรณ	100,000	10%
7. นางสาวพิทยา เตียสุวรรณ	100,000	10%
8. นายปิณฑิพย์ เตียสุวรรณ	50,000	5%
9. นายชัยศักดิ์ ศักดิ์รินทร์เศรษฐ	50,000	5%
10. นายมันัส บารมีชัย	20,000	2%
11. นายคริสโตเฟอร์ คาแทนซาโร	20,000	2%
รวม	1,000,000	100%

(ข) ไม่มีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการจัดการหรือการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

2. บริษัทไม่ได้ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (holding company)

3. บริษัทไม่มีข้อตกลงระหว่างกันกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ในเรื่องที่มีผลกระทบต่อภาระเสนอขายหลักทรัพย์และการบริหารงานของบริษัท

7.3 การออกหลักทรัพย์อื่น

- ไม่มีการออกหลักทรัพย์

7.4 นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะจ่ายเงินปันผลในอัตราไม่เกินร้อยละ 60 ของกำไรสุทธิประจำปีจากงบการเงินเฉพาะกิจการ โดยคณะกรรมการบริษัท จะพิจารณาถึงกำไรจากการดำเนินงาน เงินทุนหมุนเวียน เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เงื่อนไขทางการเงิน และการตั้งสำรองตามที่กฎหมายกำหนด ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

บริษัทขอยืนยันนโยบายจ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการหลังหักสำรองตามที่กฎหมายกำหนด โดยคณะกรรมการจะพิจารณาถึงกำไรจากการดำเนินงาน เงื่อนไขทางการเงิน และความต้องการเงินทุน และจะเสนอผู้ถือหุ้นเพื่ออนุมัติเงินปันผลที่บริษัทฯ จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นย้อนหลังตั้งแต่ปี 2544-2557 เป็นดังนี้

ประจำปี	กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	ร้อยละการ จ่ายเงินปันผล	เงินปันผลจ่าย (ล้านบาท)	จำนวนหุ้น (ล้านหุ้น)	เงินปันผลต่อ หุ้น (บาท)
2544	364.72	13.71	50.00	20.00	2.50 ^{/1}
2545	370.42	27.80	105.36	210.73	0.50
เงินปันผลพิเศษจากกำไรสะสมซึ่งเป็น กำไรสุทธิของปี 2545	-	-	66.28	200.96	0.30
2546	312.06	46.05	143.70	261.27	0.55
2547	361.76	57.35	207.46	319.18	0.65
2548	356.59	59.63	212.65	327.15	0.65
เงินปันผลพิเศษจากกำไรสะสมซึ่งเป็น กำไรสุทธิของปี 2548	-	-	111.84	372.79	0.30
2549	432.27	58.36	252.28	388.13	0.65
2550 ²	396.49	54.90	217.66	395.75	0.55
2551	300.07	52.75	158.29	395.75	0.40
เงินปันผลระหว่างกาลของกำไรสุทธิ งวดวันที่ 30 มิ.ย. 2552	169.00	11.12	39.81	398.16	0.10
2552	357.90	47.85	171.25	398.25	0.43
เงินปันผลพิเศษจากกำไรสะสมซึ่งเป็น กำไรสุทธิของปี 2551	-	-	119.48	398.25	0.30
เงินปันผลพิเศษจากกำไรสะสมซึ่งเป็น	-	-	120.20	400.67	0.30

กำไรสุทธิของปี 2550					
2553	343.79	58.33	200.54	401.09	0.50
เงินปันผลระหว่างกาลจากกำไร สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2554	408.03	9.88	40.33	403.33	0.10
2554	441.14	45.76	201.86	403.71	0.50
เงินปันผลระหว่างกาลจากกำไร สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2555	337.40	12.04	40.63	406.28	0.10
2555	414.27	49.08	203.33	406.66	0.50
2556	219.73	37.28	81.9	409.52	0.20
2557	146.62	41.89	61.43	409.52	0.15
2558 ³	67.05	30.01	20.12	402.39	0.05

หมายเหตุ: ^{1/} ราคาพาร์เท่ากับ 10 บาท และหลังจากปี 2544 เป็นต้นไป ราคาพาร์เท่ากับ 1 บาท

^{2/} ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 14/2550 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2550 มีมติเกี่ยวกับนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่เกินร้อยละ 60 ของกำไรสุทธิจากงบการเงินเฉพาะกิจการ ทั้งนี้เนื่องจาก ปี 2550 เป็นต้นไปบริษัทฯ ได้เปลี่ยนแปลงการบันทึกบัญชีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในงบการเงินเฉพาะกิจการจาก“ส่วนได้เสีย” เป็น “วิธีราคาทุน” ส่งผลทำให้กำไรสุทธิของงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการไม่เท่ากัน

^{3/} สำหรับผลการดำเนินงานของปี 2558 คณะกรรมการบริษัท ได้มีมติพิจารณาอนุมัติจ่ายเงินปันผลในอัตราหุ้นละ 0.05 บาท ให้แก่ผู้ถือหุ้นหากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติในวันที่ 20 เมษายน 2559 นี้

6.1.3 บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ +66 2009 9000

โทรสาร +66 2009 9991

SET Contact center +66 2009 9999

Website: <http://www.set.or.th/.tsd>

Email: SETContactCenter@set.or.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 และเพ็ญพนา 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-