

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

กลุ่มบริษัท แพรนด้า (Pranda Group) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิต จัดจำหน่าย และค้าปลีกเครื่องประดับแท้เป็นหลัก ซึ่งมีการกระจายฐานลูกค้าไปยังภูมิภาคที่สำคัญของโลก อันได้แก่ อเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย ปัจจุบัน บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำด้านการส่งออกเครื่องประดับอัญมณีของไทย

เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562 คณะกรรมการบริษัทมีมติที่ประชุมอนุมัติการทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ของบริษัท โดยพิจารณาให้วิสัยทัศน์เดียวกันกับปีก่อนดังนี้

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และคุณค่าร่วม

วิสัยทัศน์

“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 อันเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่สะท้อนผ่านผลงานเครื่องประดับคุณภาพงานฝีมือ
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 และพันธสัญญาโลกของสหประชาชาติ (UN Global Compact) อย่างเคร่งครัด
5. เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง

คุณค่าร่วมขององค์กร

Teamwork ผนึกกำลังเพื่อความเป็นหนึ่ง	เรามีหัวใจที่ทุ่มเท ร่วมกันทำงาน เสมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน
Continuous Improvement พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง	เราเป็นมืออาชีพที่เชี่ยวชาญ ใฝ่หาความรู้และประสบการณ์เพื่อพัฒนาตนเอง และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ
Stakeholder Focus ใส่ใจทุกสายสัมพันธ์	เราตระหนักถึงผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรเราเป็นสำคัญ เราจึงมีความเอาใจใส่และรับผิดชอบต่อลูกค้า คู่ค้า เพื่อนร่วมงาน ผู้ถือหุ้น สังคมแวดล้อม และสังคมโดยรวม

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

ในปี 2562 บริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้น การจัดการ หรือการประกอบธุรกิจ ดังนี้

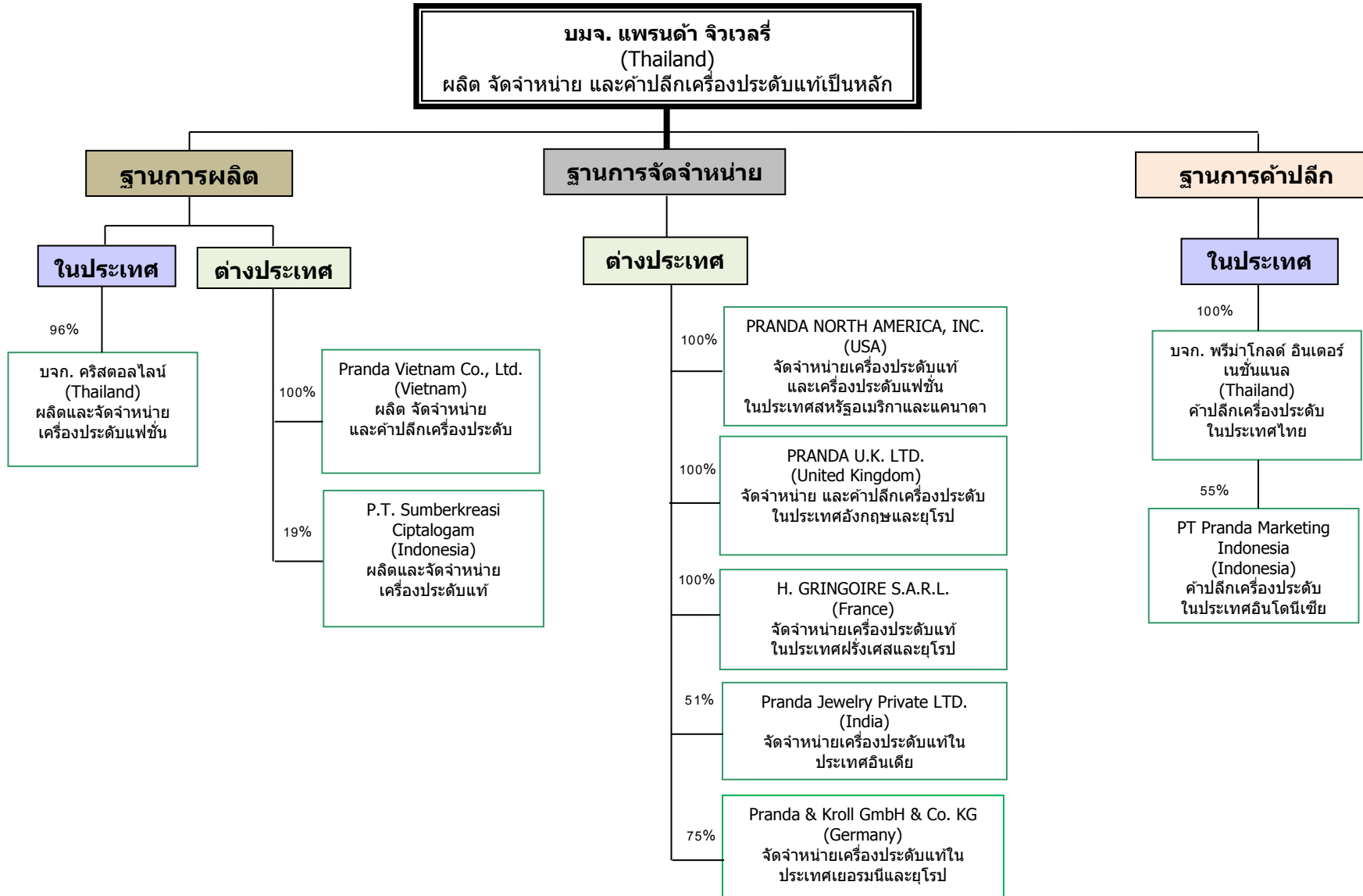
บริษัทย่อย Pranda Trading (Shenzhen) Limited

เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2558 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย Pranda Trading (Shenzhen) Limited เลิกกิจการตั้งแต่วันที่ 8 กรกฎาคม 2558 เป็นต้นไป ทั้งนี้ บริษัทย่อยดังกล่าวไม่ใช่ส่วนงานที่สำคัญของกลุ่มบริษัท ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการเงินรวม นอกจากนี้บริษัทฯ ได้บันทึกผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวทั้งจำนวนแล้ว

ต่อมาเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2562 บริษัทย่อยดังกล่าวได้ชำระบัญชีเสร็จสิ้นแล้ว บริษัทฯ ได้ตัดจำหน่ายเงินลงทุนสุทธิของบริษัทย่อยดังกล่าว และบันทึกกำไรจากการเลิกกิจการของบริษัทย่อยจำนวนเงิน 5 ล้านบาทไว้ในงบกำไรขาดทุนรวมปี 2562

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ มีนโยบายในการแบ่งการดำเนินงานที่สมดุลซึ่งประกอบด้วย ฐานการผลิต ฐานการจัดจ้ดจำหน่ายและ ฐานการค้าปลีก ดังรายละเอียดตามโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

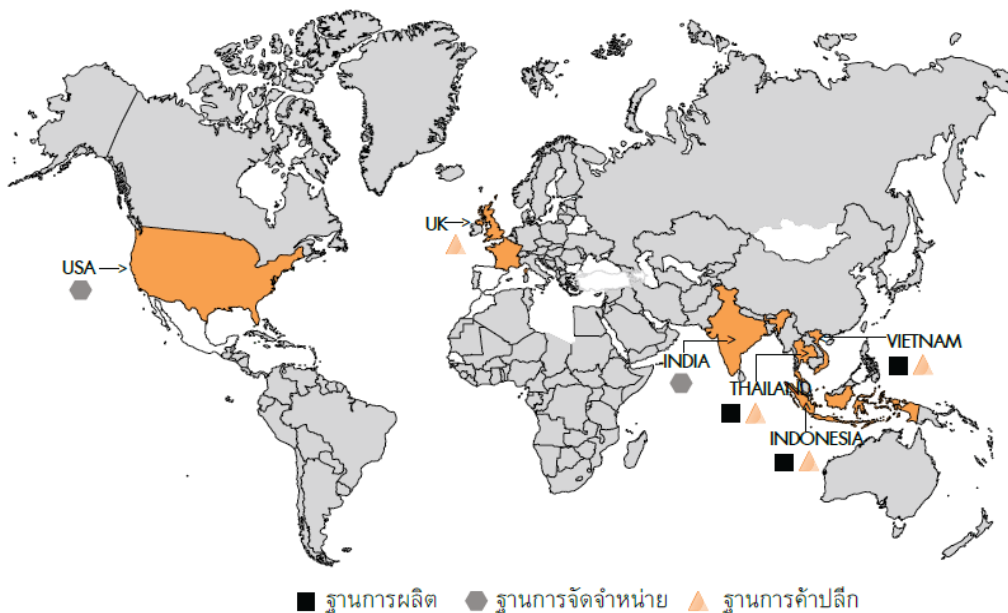
การดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทไม่ได้มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอื่นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) (“PDJ”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2516 ในนามของ บริษัท แพรนด้า ดีไซน์ จำกัด ต่อมาได้จัดตั้ง บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด ขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2527 และได้นำหุ้นสามัญเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2533 ซึ่งได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2537 ปัจจุบันบริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 634.77 ล้านบาท เป็นทุนที่ออกและชำระแล้ว 462.395 ล้านบาท โดยมีที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 28 ซอยบางนา-ตราด 28 แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตจัดจำหน่ายและค้าปลีกเครื่องประดับแท้เป็นหลัก ปัจจุบันเป็นผู้นำด้านการส่งออกเครื่องประดับอัญมณีของไทยซึ่งมีการกระจายฐานลูกค้าไปยังภูมิภาคที่สำคัญของโลก อันได้แก่ อเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย

บริษัทฯ ได้วางโครงสร้างการบริหารที่สมดุลซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้



ฐานการผลิต

ผลิตเครื่องประดับอัญมณีที่มีประสิทธิภาพในด้านการประหยัดขนาดการผลิต (Economies of Scale) ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และได้กระจายความเสี่ยงทางด้านการผลิตเพื่อให้ครอบคลุมแทบทุกระดับราคาสินค้า โดยกลุ่มบริษัทฯ มีโรงงานใน 3 ประเทศ ได้แก่ ไทย เวียดนาม และอินโดนีเซีย ปัจจุบันบริษัทฯ มีกำลังการผลิตประมาณ 4 ล้านชิ้นต่อปี อีกทั้งมีศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม

ฐานการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีบริษัทจัดจำหน่ายที่เป็นของตนเอง และตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ เพื่อมุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าและขยายตลาดในเวลาเดียวกัน โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีตัวแทนจัดจำหน่ายรายใหญ่กระจายตามภูมิภาคที่สำคัญทั่วโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี สเปน ญี่ปุ่น และอินเดีย โดยมีบริษัทย่อยที่เป็นพื้นฐานการจัดจำหน่ายทั้งสิ้นใน 3 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และอินเดีย

ฐานการค้าปลีก

บริษัทฯ มีบริษัทย่อยที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการค้าปลีก ซึ่งรวมถึงร้านค้าปลีกของบริษัทเอง และการจัดจำหน่ายผ่านคู่ค้าปลีกที่ได้รับการแต่งตั้งครอบคลุมเอเชียและตะวันออกกลาง เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเครื่องประดับโดยตรง ปัจจุบันมี 4 บริษัทในไทย อินโดนีเซีย เวียดนาม และอังกฤษ (E-commerce)

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

ดำเนินการโดย	% การถือหุ้นของ บริษัท	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560		ปี 2559		ปี 2558	
		ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
การผลิต											
บมจ. แพรนด้า จิวเวลรี่		1,882	62.13	1,353	42.64	1,225	41.51	1,268	43.50	793	27.12
บจก. คริสตอลไลน์	96	-	-	-	-	-	-	3	0.10	103	3.52
Pranda Vietnam Co., Ltd.	100	31	1.02	49	1.55	57	1.93	50	1.72	40	1.37
รวมรายได้จากการผลิต		1,913	63.16	1,402	44.19	1,282	43.44	1,321	45.32	936	32.01
การจัดจำหน่าย											
H.Gringoire s.a.r.l.	100	(32)	(1.06)	81	2.55	82	2.78	88	3.02	99	3.39
Pranda UK Limited	100	37	1.22	23	0.72	45	1.52	44	1.51	82	2.80
Pranda North America, Inc.	100	101	3.33	231	7.28	444	15.05	345	11.84	655	22.40
Pranda & Kroll GmbH & Co. KG	75	-	-	51	1.61	60	2.03	60	2.06	49	1.68
Pranda Jewelry Private Ltd.	51	93	3.07	90	2.84	52	1.76	66	2.26	92	3.15
รวมรายได้จากการจัดจำหน่าย		199	6.57	476	15.00	683	23.14	603	20.69	977	33.41
การค้าปลีก											
บจก. พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล	100	695	22.94	746	23.51	768	26.03	739	25.35	772	26.40
Pranda North America, Inc.	100	7	0.23								
H . Gringoire s.a.r.l.	100	-	-	1	0.03	2	0.07	-	-	-	-
Pranda UK Limited	100	57	1.88	60	1.89	52	1.76	49	1.68	19	0.65
Pranda Vietnam Co., Ltd.	100	65	2.15	56	1.77	55	1.86	45	1.54	42	1.44
PT Pranda Marketing Indonesia	55	49	1.62	53	1.67	71	2.41	74	2.54	75	2.56
รวมรายได้จากการค้าปลีก		873	28.82	916	28.87	948	32.12	907	31.11	908	31.05
รวมรายได้จากการขาย		2,985	98.55	2,794	88.06	2,831	97.12	2,821	96.48	3,,295	98.62
บจก. แพรนด้า ลอดจิ้ง	83	7	0.23	8	0.25	8	0.27	7	0.24	7	0.24
กำไรจากการเลิกกิจการของบริษัทย่อย		5	0.17	2	0.06	-	-	-	-	-	-
กำไรจากการขายสินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขาย		-	-	335	10.56	-	-	-	-	-	-
รายได้อื่น		32	1.06	34	1.07	30	1.02	77	2.64	96	3.28
รวมรายได้อื่น		44	1.45	379	11.94	38	1.29	84	2.88	103	3.52
รายได้รวมทั้งสิ้น		3,029	100	3,173	100	2,951	100	2,915	100	2,924	100

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ แบ่งลักษณะของผลิตภัณฑ์เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1.1 สินค้าแบรนด์ของตนเอง (OWN BRAND MANUFACTURING: OBM)

บริษัทฯ แบ่งลักษณะของผลิตภัณฑ์เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1.1 สินค้าแบรนด์ของตนเอง (OWN BRAND MANUFACTURING: OBM)

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีสินค้าแบรนด์ตนเองที่วางตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างกันเพื่อจับกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้เครื่องประดับระดับกลาง-สูงในหลากหลายภูมิภาค ประกอบด้วย

- **Prima Gold** เครื่องประดับทองคำบริสุทธิ์ 99.9% เน้นจับกลุ่มลูกค้าในตลาดเอเชีย และตะวันออกกลาง
- **Prima Diamond** เครื่องประดับเพชรคุณภาพสูง เน้นจับกลุ่มลูกค้าในไทย
- **Prima Art** งานศิลป์จากทองคำบริสุทธิ์ 99.9% จับกลุ่มลูกค้าในเอเชีย
- **Julia** เครื่องประดับทองคำขาว 18K ฟังก์ชัน จับตลาดอินโดนีเซีย
- **Merii** เครื่องประดับเงินคุณภาพสูง ฟังก์ชัน Cubic Zirconia จับกลุ่มลูกค้าในไทยเป็นหลัก
- **H.Gringoire** เครื่องประดับทองคำ 18K ฟังก์ชัน จับกลุ่มลูกค้าในตลาดยุโรป
- **Esse** เครื่องประดับแมกกาไรต์ จับกลุ่มลูกค้าในตลาดยุโรป
- **Gemondo** ธุรกิจ E-Commerce และ TV Shopping สำหรับเครื่องประดับอัญมณีแท้ จับกลุ่มลูกค้าในตลาดยุโรปเป็นหลัก

โดยสินค้าแบรนด์ตัวเองส่วนใหญ่จัดทำจำหน่ายภายใต้ธุรกิจค้าปลีกซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจของบริษัทเป็นหลัก บางส่วนจัดทำจำหน่ายใต้กลุ่มธุรกิจจัดจำหน่าย และบางส่วนจัดทำจำหน่ายตรงไปยัง Distributor และ Retailer ในภูมิภาคต่าง ๆ

1.2 สินค้าที่ผลิตและออกแบบร่วมกับลูกค้า (ORIGINAL DESIGN MANUFACTURING : ODM)

บริษัทฯ มีทีมงานที่มีประสบการณ์และความชำนาญในด้านออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาสินค้าร่วมกับลูกค้า (Original Design Manufacturing: ODM) ทั้งเครื่องประดับทองคำ เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทองเหลืองและแพลทินัม ฟังก์ชันหรือประกอบวัสดุรูปแบบหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า โดยมีลูกค้าที่สำคัญที่เป็นแบรนด์เครื่องประดับระดับกลาง-สูง และร้านค้าจิวเวลรี่ในประเทศต่างๆ อันได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส สเปน ออสเตรเลีย รัสเซีย และญี่ปุ่น และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ซึ่งประกอบด้วย โทรทัศน์ (TV) ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกเครือข่าย (Chain Store) กลุ่มธุรกิจขายผ่านแคตตาล็อก และการขายผ่าน website

2. การตลาดและการแข่งขัน

2.1 นโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

ตามที่บริษัทฯ ได้แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มสินค้าแบรนด์ตนเอง และกลุ่มสินค้าที่ผลิตและออกแบบร่วมกับลูกค้า บริษัทฯ มีนโยบายการตลาดที่สำคัญในปีที่ผ่านมาดังนี้

2.1.1 กลุ่มสินค้าแบรนด์ตนเอง (Own Brand Manufacturing: OBM)

กลยุทธ์การจำหน่ายกลุ่มสินค้าแบรนด์ตนเอง มุ่งเน้นการสร้างความมีเสถียรภาพให้กับธุรกิจของกลุ่มบริษัทในระยะยาว โดยมีแบรนด์สินค้าทั้งที่เน้นการจำหน่ายผ่านช่องทางค้าปลีกของตนเอง และแบรนด์สินค้าที่มุ่งเน้นขายส่งผ่านยังช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์ และตัวแทนค้าปลีกต่างๆ ตลาดที่สำคัญมีดังนี้

- **ไทย** บริษัท พรีเม่าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งทำธุรกิจค้าปลีกสินค้า Prima Gold, Prima Diamond, Prima Art ในประเทศไทย ได้ดำเนินการปรับกลยุทธ์แบรนด์เป็น PRIMA ปรับกลยุทธ์ด้านการบริหารและสื่อสารการตลาดในช่องทางใหม่เพื่อให้เหมาะสมกับสภาวะทางเศรษฐกิจและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่ รวมถึงการรักษฐานลูกค้ากลุ่มเดิม
- **เวียดนาม** บริษัท แพรนด้า เวียดนาม จำกัด สามารถขยายฐานลูกค้าจากการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทั้งสินค้า Prima Gold และ Prima Art ปัจจุบัน มีจุดจำหน่ายทั้งสิ้น 9 แห่ง ในเมืองโฮจิมินห์ และฮานอย โดยสินค้า Prima Gold สามารถขยายฐานไปยังกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้น และสินค้า Prima Art มีการพัฒนาแบบใหม่ๆ และขยายจุดจำหน่ายร้านค้าปลีก ส่งผลให้ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- **อินโดนีเซีย** บริษัท แพรนด้า มาร์เก็ตติ้ง อินโดนีเซีย จำกัด ซึ่งมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์แบรนด์ Julia เครื่องประดับทองคำ 18K ฟังเพชร ซึ่งดำเนินการปรับกลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมจับกลุ่มลูกค้าผู้หญิงทำงานที่มีรายได้ระดับกลาง-สูง ปัจจุบันมีจุดจำหน่ายทั้งสิ้น 28 แห่งในกรุงจาการ์ต้าและตามเมืองต่าง ๆ
- **อินเดีย** บริษัท แพรนด้า อินเดีย จำกัด มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายสินค้าहतศิลป์แผ่นภาพทองคำ 99.9% แบรนด์ Prima Art ผ่านช่องทางร้านค้าปลีกเครื่องประดับ โดยคอลเล็กชั่นสำคัญเป็นดีไซน์เทพเจ้าของศาสนาฮินดู ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง จากการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มโอกาสการจำหน่ายสินค้าและรองรับกับความต้องการในตลาดอินเดีย
- **อังกฤษ** บริษัท Pranda UK Limited มุ่งเน้นการทำตลาดแบรนด์หลัก Gemondo ผ่านทางเว็บไซต์ gemondo.co.uk โดยวางกลยุทธ์เพิ่มยอดขายจากฐานลูกค้ารายเดิมผ่านระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) รวมถึงมุ่งเน้นขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ โดยพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ลูกค้า Millennials มากขึ้น

2.1.2 กลุ่มสินค้าที่ผลิตและออกแบบร่วมกับลูกค้า (ODM)

ในปี 2562 สถานการณ์เศรษฐกิจยังคงเผชิญความไม่เสถียรอย่างต่อเนื่อง ทั้งประเด็นข้อพิพาทจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีนที่ยืดเยื้อ และปัจจัยทางเศรษฐกิจโลกโดยรวม ส่งผลให้ประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ อันได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น เยอรมนี สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และอินเดีย มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงได้รับปัจจัยบวกจากกลุ่มลูกค้าที่มีความกังวลเรื่องกำแพงภาษี และย้ายฐานการผลิตของตนจากประเทศจีนมายังประเทศไทย ซึ่งทำให้ธุรกิจสายผลิตของบริษัทฯ ได้รับยอดสั่งซื้อเพิ่มขึ้นจากกลุ่มลูกค้าเหล่านี้

บริษัทฯ มีแนวทางในการดำเนินกลยุทธ์ที่จะรักษาและเพิ่มยอดขายตั้งชื่อจากฐานลูกค้าเดิม และมุ่งเน้นการหาลูกค้ารายใหม่ที่มีศักยภาพสูง ซึ่งลูกค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่ เป็นดีไซเนอร์แบรนด์ที่มีความสามารถในการแข่งขันระดับโลก มองหาผู้ผลิตเครื่องประดับที่มีความน่าเชื่อถือ มีความสามารถในการผลิตสินค้าคุณภาพสูงในแบบดีไซน์ที่มีความประณีตและแตกต่าง มีความเข้าใจในการออกแบบพัฒนาสินค้าร่วมกัน เข้าใจมุมมองในเชิงการตลาด และเป็นผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ตรงกับศักยภาพของบริษัทฯ

นอกจากนี้ จากสภาพการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี อันส่งผลให้ธุรกิจการขายเครื่องประดับผ่าน E-Commerce มีอัตราเติบโตเพิ่มมากขึ้นในตลาดที่สำคัญ บริษัทฯ จึงได้มีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงปรับกระบวนการจัดการภายใน เพื่อสร้างฐานลูกค้าใหม่ที่มีศักยภาพในอนาคตควบคู่ไปกับการรักษาฐานลูกค้าเดิม

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญในการสร้างฐานลูกค้าที่มีความหลากหลาย ทั้งในด้านประเภทธุรกิจของลูกค้า และด้านความหลากหลายในเชิงภูมิภาคในอเมริกา ยุโรป และเอเชีย เพื่อกระจายความเสี่ยงในอนาคต รวมถึงการทำงานร่วมกับลูกค้าในรูปแบบ Strategic Partner โดยจะมีการวางแผนร่วมกันในระยะยาวกับลูกค้ารายสำคัญ ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันแล้ว ยังเป็นการลดความเสี่ยงในด้านการบริหารต้นทุนวัตถุดิบ เป็นต้น

ตารางแสดงสัดส่วนรายได้ในประเทศและต่างประเทศ

หน่วย: ล้านบาท

	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560		ปี 2559		ปี 2558	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากตลาดต่างประเทศ	1,399	46.87	1,415	50.64	1,662	57.05	1,772	62.59	1,913	67.81
รายได้จากตลาดในประเทศ	1,586	53.13	1,379	49.36	1,251	42.95	1,059	37.41	908	32.19
รวม	2,985	100	2,794	100	2,913	100	2,831	100	2,821	100

2.2 แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

สถานการณ์การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในปี 2562 เติบโตอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางกระแสนโยบายกีดกันทางการค้าระหว่างสองประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจของโลก และอัตราการค้าเติบโตของเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว โดยอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยมติคณะรัฐมนตรี ที่กำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ซึ่งมอบหมายให้สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ หรือ GIT เป็นหน่วยงานกลางในการรับนโยบายไปจัดทำแผนการดำเนินงานแบบบูรณาการร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ หน่วยงานของภาครัฐต่างๆ และภาคเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ การเพิ่มศักยภาพและสร้างตลาดให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ การสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค โดยมุ่งยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ในการรับรองว่าผู้บริโภคจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ทั้งหมดนี้ก็เพื่อเป็นการร่วมกันยกระดับ และผลักดันอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลกภายในปี 2564

ปัจจัยดังที่กล่าวข้างต้นเหล่านี้ช่วยส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ จากโครงสร้างธุรกิจที่สนับสนุนต่อการแข่งขันในอนาคต ซึ่งครอบคลุมทั้งฐานการผลิต (Production Operation) ฐานการจัดจำหน่าย (Distribution Operation) และฐานการค้าปลีก (Retail Operation) ที่เป็นของตนเอง โดยในส่วนของฐานการผลิต (Production Operation) นั้น บริษัทฯ มีศักยภาพในการผลิตเครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงินชั้นสูง และมีความยืดหยุ่นต่อการรองรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าที่หลากหลาย อีกทั้งยังมีศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Design & Product Development Center) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยงานฝีมือคุณภาพสูงผ่านกระบวนการทำงานอันเป็นเอกลักษณ์ของแพรนด้า (Pranda process) อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีฐานการจัดจำหน่าย (Distribution Operation) ของตนเองในหลากหลายประเทศทั่วโลก ทั้งในทวีปอเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย รวมทั้งมีฐานการค้าปลีก (Retail Operation) ที่เกิดจากวิสัยทัศน์ในการพัฒนาแบรนด์ของตนเองเพื่อกระจายความเสี่ยงด้านตลาด และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจด้วยการแสวงหาตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพในการเติบโตในอนาคต

สำหรับความท้าทายจะเกิดขึ้นในปี 2563 นั้น นอกจากปัจจัยความเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่ยังคงมีความเปราะบาง อาทิ สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน และแนวโน้มการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกที่คาดการณ์ว่าจะมีอัตราเติบโตต่ำที่สุดในรอบ 10 ปี และเศรษฐกิจอาเซียนก็มีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบจากปัจจัยการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ซึ่งส่งผลด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจค้าปลีก นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความต้องการบริโภคสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ และช่องทางใหม่ ก็ยังคงเป็นความท้าทายที่บริษัทฯ รวมถึงผู้ร่วมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จะต้องพัฒนาและปรับกลยุทธ์ในการขายและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง กลุ่มบริษัทแพรนด้าตระหนักในความท้าทายเหล่านี้ และได้เตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจด้วยการปรับกระบวนการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโต และบริหารงานโดยทีมงานที่ผสมผสานผู้บริหารใหม่จากธุรกิจอื่น ๆ กับผู้บริหารเดิมที่มีประสบการณ์ทางการค้าเครื่องประดับอย่างยาวนาน

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

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

การผลิตและการขายมีลักษณะเป็นฤดูกาล คือ ความต้องการของผู้ซื้อสุดท้าย (ผู้บริโภค) จะมากในช่วงเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ แต่ก็ได้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท เพราะบริษัท สามารถควบคุม และวางแผนการผลิตได้เป็นอย่างดี ในปี 2558 - 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีปริมาณการขายแยกเป็น 4 ไตรมาส ดังนี้

ไตรมาส	2562		2561		2560		2559		2558	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1	569	19	707	25	945	32	604	21	684	24
2	507	17	616	22	627	22	710	25	562	20
3	819	27	716	26	627	22	639	23	731	26
4	1,091	37	755	27	714	24	878	31	844	30
รวม 4 ไตรมาส	2,985	100	2,794	100	2,913	100	2,831	100	2,821	100

บริษัทฯ มีกำลังการผลิตย้อนหลัง 5 ปี ดังนี้

ฐานการผลิต	กำลังการผลิต (ล้านชิ้น)				
	2562	2561	2560	2559	2558
ในประเทศไทย					
โรงงานบางนา กรุงเทพฯ	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
โรงงานในเขตอุตสาหกรรมสุรนารี	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1
โรงงาน คริสตอลไลน์	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
ในต่างประเทศ					
โรงงาน แพรนด้า เวียดนาม	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
รวม	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0

วัตถุดิบ

หน่วย : ล้านบาท

วัตถุดิบ	2562	2561	2560	2559	2558
ต่างประเทศ :-					
โลหะทองคำ	386	336	299	331	267
โลหะเงิน	-	-	-	-	-
ส่วนประกอบ	25	19	29	38	33
อัญมณี	230	47	53	83	52
อื่นๆ	80	67	60	55	46
รวม	721	469	441	507	398
ในประเทศ :-					
โลหะทองคำ	359	165	211	156	224
โลหะเงิน	145	98	172	157	242
โลหะอัลลอย	4	3	6	2	2
ส่วนประกอบ	6	7	2	3	2
อัญมณี	160	200	282	309	305
อื่นๆ	51	55	58	54	64
รวม	724	528	528	881	681
รวมทั้งสิ้น	1,445	997	997	1,388	1,079

สัดส่วนการใช้วัตถุดิบ

	2562	2561	2560	2559	2558
วัตถุดิบต่างประเทศ (%)	50	47	38	37	37
วัตถุดิบในประเทศ (%)	50	53	62	63	63
รวม	100	100	100	100	100

บริษัทจะกระจายการจัดซื้อวัตถุดิบต่างๆ ไปยังผู้จำหน่ายหลายรายและรักษาสัดส่วนการซื้อไม่ให้เกิน 30% ต่อราย และบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในเชิงการค้า ดังนั้นบริษัทจะมีความเสี่ยงลดลง หากมีการเปลี่ยนแปลง/สูญเสียผู้จำหน่ายรายนั้นๆ ไป

3.2 กระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของพัฒนาการตลาดตลอดระยะเวลากว่า 40 ปีในการดำเนินธุรกิจจากที่ฝ่ายบริหารเล็งเห็นโอกาสในเชิงธุรกิจบนความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจเสมอ ช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาได้มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วและรุนแรงในประเทศคู่ค้าต่างประเทศที่สำคัญ รวมถึงตลาดภายในประเทศ

ดังที่ปรากฏเป็นวิกฤตการณ์เริ่มจากอเมริกาและได้แพร่กระจายไปทั่วทุกภูมิภาคอย่างรวดเร็วผ่านการค้าที่เชื่อมโยงโดยระบบพาณิชย์กรรมจากเทคโนโลยีขั้นสูงประกอบกับการแพร่ขยายของโซเชียลมีเดียอย่างกว้างขวาง จวบจนขณะนี้สถานการณ์เริ่มคลี่คลายตามที่ตัวเลขเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ บ่งชี้ถึงการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป รวมถึงทิศทางที่มีความชัดเจนยิ่งขึ้น อาทิ ผลการลงมติของอังกฤษออกจากสหภาพยุโรป ผลการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกา เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการบริหารและจัดการความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) กฎบัตรคณะกรรมการการเงินและบริหารความเสี่ยงและกรอบนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการการเงินและบริหารความเสี่ยง (Finance & Risk Management Committee) จึงได้มีการแต่งตั้งอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงโดยมีหน้าที่ศึกษา ทบทวน และประเมินความเสี่ยง เพื่อกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงในเชิงกลยุทธ์ ตลอดจนทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องเสนอต่อคณะกรรมการการเงินและบริหารความเสี่ยงและคณะกรรมการบริษัทตามลำดับ

1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1 ความเสี่ยงทางด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

จากการดำเนินกลยุทธ์ด้านการกระจายความเสี่ยงทางการตลาด (Market Diversification) ครอบคลุมสำหรับทั้งกลุ่มสหภาพยุโรป และเอเชียนั้น บริษัทฯ ได้จัดประชุมสัมมนาผู้บริหารระดับสูงของกลุ่มบริษัทแพรนด้าที่เรียกว่า World Strategic Meeting ขึ้นมาทุกปีเพื่อทบทวนทิศทางและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทแพรนด้าให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกและตลาดในแต่ละประเทศโดยมุ่งเน้นตลาดที่มีศักยภาพแต่ยังคงรักษากฎเกณฑ์การตลาดเดิม

ทุกแห่งเพื่อทำให้เกิดดุลยภาพด้านรายได้รวมจากการผลิต จัดจำหน่าย และค้าปลีก ในการเติบโต พิจารณาจากงบประมาณประจำปี (Annual Budget) และแผนปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Action Plan) ที่จัดทำจากทุกบริษัทในกลุ่มบริษัททุกปี และแผนระยะยาว 5 ปี ระบุรายละเอียดอย่างครบถ้วนนับตั้งแต่เป้าหมาย ตัวชี้วัดผล การดำเนินงาน (KPIs) แผนการตลาด การเงินและการลงทุน รวมถึงแผนปฏิบัติการ (Action Plan) อีกทั้งได้มีการจัดประชุมคณะกรรมการการเงิน และบริหาร

ความเสี่ยง (Finance & Risk Management Committee) เพื่อรายงานผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทแพรนด้าอย่างน้อยทุกไตรมาสเพื่อทราบ และปรับปรุงแผนธุรกิจให้ทันต่อสถานการณ์ ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยแผนงานเหล่านี้จะต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการการเงินและบริหารความเสี่ยง

1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทฯ ตระหนักถึงผลลบที่เกิดขึ้นจากการพึ่งพิงการขายสินค้าให้กับลูกค้ารายใหญ่ในต่างประเทศ แม้ว่าลูกค้าจะมีความสัมพันธ์ที่ดีทางการค้ายาวนานกว่า 20 ปี ซึ่งหากลูกค้ารายใหญ่เหล่านี้ประสบปัญหาผลกระทบจากการตกต่ำจากภาวะทางเศรษฐกิจในประเทศของตนเอง อาจส่งผลกระทบต่อรายได้จากการขายของบริษัทได้

บริษัทฯ จึงมีนโยบายที่จะดำเนินการลดการพึ่งพาของลูกค้ารายใหญ่ โดยกระจายการขายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้ารายเดิมที่มีศักยภาพในการเติบโต และพยายามหาลูกค้ารายใหม่ทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่ รวมทั้งเน้นจัดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ของตนเองให้มากยิ่งขึ้น

1.3 ความเสี่ยงในการเปิดตลาดค้าปลีก

บริษัทฯ มีนโยบายในการขยายฐานการค้าปลีกของตนเองอย่างต่อเนื่องในภูมิภาคต่างๆ ประกอบด้วยประเทศไทย อินโดนีเซีย เวียดนาม สหราชอาณาจักร เพื่อควบคุมช่องทางการจัดจำหน่ายในอันที่จะสร้างความมั่นคง และสม่ำเสมอของรายได้ ซึ่งการลงทุนการค้าปลีกนี้อาจมีความเสี่ยงจากการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามที่ได้คาดการณ์ไว้ ทั้งนี้ เพราะความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

บริษัทฯ มีหลักในการพิจารณาเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านการลงทุนการเปิดตลาดค้าปลีก ดังต่อไปนี้

1) ความเสี่ยงของตลาด (Market Risk)

ในเบื้องต้น บริษัทฯ จะทำการศึกษาตลาดในเชิงมหภาคจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความต้องการสินค้าเครื่องประดับ คู่แข่งในตลาดและคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาในตลาด สภาพเศรษฐกิจ กฎหมาย การเมือง และปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ เลือกสินค้าที่เหมาะสมกับตลาดนั้นๆ ก่อนที่จะตัดสินใจในเชิงนโยบายที่จัดตั้งธุรกิจค้าปลีกในแต่ละตลาดที่จะลงทุน

2) ความเสี่ยงของทำเลที่ตั้งร้าน (Shop Location Risk)

หลังจากที่ได้มีการประเมินศักยภาพของตลาดเป็นที่ยอมรับแล้ว จึงส่งผู้จัดการฝ่ายการตลาดและฝ่ายขายลงสำรวจพื้นที่ เพื่อประเมินกลุ่มลูกค้า คู่แข่ง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจร่วมกับการจัดทำประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่าย ประมาณการเงินลงทุนในสินค้าที่เหมาะสมกับตลาดนั้นๆ การตกแต่งร้าน เพื่อประเมินจุดคุ้มทุน และระยะเวลาคืนทุน ในกรณีที่ยังไม่มั่นใจในทำเลที่ตั้ง บริษัทฯ จะเปิดเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้าระยะสั้น 1-3 เดือน ก่อนเพื่อทดลองตลาด จนมั่นใจว่ามีกลุ่มลูกค้าเพียงพอแก่การลงทุนจึงตัดสินใจเปิดร้านค้าปลีกในระยะยาวต่อไป อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะเปิดจุดขายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ซึ่งผู้ประกอบการได้มีการศึกษาทำเลที่ตั้ง และกำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะมาใช้บริการแล้วในระดับหนึ่ง

3) ความเสี่ยงในการบริหารงาน (Operational Risk)

บริษัทฯ มีการจัดทำแผนงานและงบประมาณรายปี โดยประเมินและทบทวนแผนทุกไตรมาสจากการติดตามผลการดำเนินงานเป็นรายเดือนครอบคลุมแผนการขาย การตลาด การเงิน การบริหารสินค้าคงเหลือ

การบริหารบุคลากรและการควบคุมการปฏิบัติงาน โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายให้กับพนักงานทุกตำแหน่ง และมีการประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนและนโยบายที่ตกลงร่วมกัน

ในกรอบของระบบและขั้นตอนการปฏิบัติงานของแต่ละแผนกและบุคลากรในองค์กรอ้างอิงกับคู่มือการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedures) ทั้งนี้ ผลการประเมินตัวชี้วัดเป็นปัจจัยกำหนดค่าตอบแทนและการประเมินผลงานของพนักงานและผู้บริหาร

4) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของทรัพย์สิน (Property Safety Risk)

เนื่องจากสินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง บริษัทฯ จึงมีการกำหนดนโยบายที่เข้มงวดในด้านความปลอดภัยโดยพนักงานขายจะได้รับการอบรม มาตรการความปลอดภัยของทรัพย์สิน การปฏิบัติตนในกรณีเหตุฉุกเฉิน การตรวจสอบสินค้ากรณีลูกค้านำสินค้ามาคืนหรือแลกเปลี่ยน การตรวจรับเปลี่ยนช่วงผลัดประจำวัน และอื่นๆ นอกจากนี้บริษัทฯ มีการตรวจนับสินค้าคงเหลือแต่ละสาขาอย่างสม่ำเสมอโดยหน่วยงานตรวจสอบภายใน มีการกำหนดอำนาจในการอนุมัติต่างๆ อย่างชัดเจนและมีการติดตั้งอุปกรณ์กล้องวงจรปิดและสัญญาณเตือนภัยหรือเพิ่มบุคลากรด้านความปลอดภัยในจุดที่มีความเสี่ยง นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการทำประกันภัยสำหรับสินค้าทุกสถานที่ที่ครอบคลุมสินค้านี้ระหว่างการขนส่งเพื่อป้องกันความเสียหายเหตุสุดวิสัย

5) ความเสี่ยงด้านการกำหนดราคาสินค้าและส่วนลด (Price-Setting and Discount Risk)

การกำหนดราคาสินค้าและส่วนลดเป็นไปตามกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) ของตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ของแต่ละตราสินค้า (Brand) ที่บริษัทมีอยู่ในการครอบครอง (Portfolio) ที่ต้องมีความชัดเจน เพราะส่งผลโดยตรงต่อผลประกอบการของบริษัทฯ โดยรวมในระดับอัตรากำไรขั้นต้นที่บริษัทฯ คาดว่า จะได้รับ ส่วนการกำหนดส่วนลดจ่าย ฝ่ายการตลาดของสินค้าแต่ละแบรนด์ จะจัดทำโปรแกรมส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ระบุส่วนลดจ่าย ของแถม และการผ่อนชำระซึ่งจะต้องไม่กระทบต่ออัตรากำไรที่บริษัทฯ คาดว่า จะได้รับ

การป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาทองคำซึ่งเป็นต้นทุนวัตถุดิบหลักในการผลิตเครื่องประดับทองอันจะมีผลต่อราคาขาย บริษัทฯ ใช้วงเงินเช่าทอง (Gold Lease Facility) ดังนั้น ต้นทุนขาย และสินค้าคงเหลือที่มีส่วนประกอบส่วนใหญ่เป็นทอง จะปรับขึ้นลงตามราคาทองในตลาดโลก ทำให้บริษัทฯ สามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้ตามราคาทองในตลาดในช่วงนั้นๆ

1.4 ความเสี่ยงจากการเกิดสินค้าล้าสมัย

บริษัทขายสินค้าประเภทจิวเวลรี่ ซึ่งเป็นสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนความนิยมในตัวสินค้า โดยในปี 2562 บริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือ 1,577 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 59 ของสินทรัพย์หมุนเวียน และร้อยละ 39 ของสินทรัพย์รวม และมีอัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ 1.35 เท่า การมีสินค้าคงเหลือจำนวนมากอาจส่งผลให้ไม่สามารถขายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทำให้สินค้าคงเหลือมีปริมาณมากและล้าสมัยได้ จึงจำเป็นต้องมีการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัย หรือค้อยค่าที่ทำให้กำไรสุทธิลดลง

อย่างไรก็ตามสินค้าคงเหลือที่ค้างจะมีส่วนประกอบส่วนใหญ่เป็นพวกโลหะมีค่าที่ไม่มีการหมดอายุหรือเสื่อมสภาพซึ่งกิจการสามารถที่จะนำไปผ่านกระบวนการสกัดและหลอมแปรรูปกลับมาเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้ใหม่เกือบทั้งหมด และบริษัทฯ มีนโยบายบริหารจัดการ เพื่อไม่ให้มีสินค้าคงเหลือคั่งค้างนาน โดยหากมีปริมาณสินค้าคงเหลือที่มีการเคลื่อนไหวช้าถึงจุดที่เกินกำหนดไว้ บริษัทฯ ก็จะทำการส่งเสริมการขายโดยเปิดโชว์รูมเป็นกรณีพิเศษ

2. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

2.1 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนทรัพยากรบุคคล

ทางบริษัทฯ ได้มีการมุ่งขยายตลาดแบรนด์และค้าปลีกของตนเองทั้งในกลุ่มยุโรปและเอเชีย ซึ่งการออกแบบในแต่ละประเทศมีรูปแบบและรสนิยมที่หลากหลายแตกต่างกันเป็นอย่างมากอาจทำให้บริษัทฯ เกิดภาวะขาดแคลนบุคลากรที่มีประสิทธิภาพทั้งทางด้านการตลาด ด้านการออกแบบ ด้านการผลิต และการสร้างนวัตกรรมใหม่

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ดำเนินนโยบายป้องกันความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคลดังต่อไปนี้

- บริษัทฯ ได้จัดตั้งโครงการการศึกษาระบบทวิภาคี โดยร่วมกับกรมอาชีวศึกษา และกาญจนาภิเษกวิทยาลัยช่างทองหลวง และวิทยาลัยศิลปหัตถกรรมกรุงเทพ ร่วมจัดตั้งโรงเรียนในโรงงานขึ้นมา โดยบริษัทฯ จะรับนักเรียนเข้ามาในโครงการปีละไม่ต่ำกว่า 100 คน เข้าเรียนหลักสูตรช่างเครื่องประดับในระดับ ปวช. หลังจากจบหลักสูตรแล้ว นักเรียนก็จะได้รับการบรรจุเป็นพนักงานประจำของบริษัทฯ ต่อไป โครงการนี้ดำเนินการต่อเนื่องมากกว่า 18 ปี
- เพื่อเป็นการรักษานักงานทำงานให้อยู่กับองค์กร บริษัทฯ จึงได้จัดสวัสดิการให้กับพนักงานดังต่อไปนี้:-
 - สวัสดิการด้านการเงิน อาทิ สหกรณ์ออมทรัพย์ เพื่อสนับสนุนให้พนักงานรู้จักการออม สวัสดิการ เงินกู้เพื่อลดหนี้ จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ สวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยให้แก่พนักงาน โดยบริษัทฯ ร่วมกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ให้พนักงานกู้ในระยะยาว ดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไป
 - สวัสดิการด้านพัฒนาความรู้ อาทิ ห้องสมุด ห้องอินเทอร์เน็ต และการจัดอบรมหลักสูตรต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก

- สวัสดิการเพื่อสุขภาพ อาทิ การจัดกิจกรรมแอโรบิก
- สวัสดิการเพื่อคุณภาพชีวิต อาทิ การจัดหอพัก ข้าวเปล่าฟรี 3 มื้อ จัดศูนย์รับเลี้ยงบุตรพนักงาน เป็นต้น
- สวัสดิการเงินช่วยเหลือต่างๆ อาทิ กรณีแต่งงาน มีบุตร อุปสมบท กรณีบิดา มารดาเสียชีวิต เงินค่ารักษาพยาบาลกรณีเป็นผู้ป่วยในนอกเหนือจากประกันสังคม การทำประกันชีวิตกลุ่ม การตรวจสุขภาพประจำปี เป็นต้น
- สวัสดิการด้านขวัญกำลังใจ อาทิ เบี้ยขยัน การจัดงานเลี้ยงประจำปี งานเลี้ยง และรางวัลผู้มีอายุงานครบตามเกณฑ์ กิจกรรมกีฬาสี เป็นต้น
- ด้านการพัฒนาบุคลากร บริษัทฯ จัดทำ แผนพัฒนาบุคลากรเชิงรุก โดยนำระบบการวัดผลปฏิบัติงานด้วยดัชนีชี้วัด (KPIs) และการพัฒนาสมรรถนะ (Competency) มาใช้ในองค์กร ซึ่งระบบนี้จะช่วยพัฒนากระบวนการสรรหา คัดเลือก กระบวนการฝึกอบรมพัฒนา และการประเมินผลงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- เพื่อการสร้างวัฒนธรรมในองค์กรที่ดี ให้พนักงานมีจิตสำนึกในการทำงานร่วมกันด้วยดี บริษัทฯ จึงได้สร้างค่านิยมองค์กร (Core Values) ซึ่งเรียกว่าแก่นแท้ของแพรนด้า คือ ผนึกกำลังเพื่อความเป็นหนึ่งพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง และใส่ใจทุกสายสัมพันธ์ พนักงานทุกคนจะได้รับการถ่ายทอดปลูกจิตสำนึกให้ยึดถือเป็นหลักในการปฏิบัติงาน บริษัทฯ เชื่อว่านี่คือรากฐานที่จะทำให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน
- เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานแรงงานสากล และเป็นที่ยอมรับของลูกค้าต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ใช้มาตรฐานแรงงานไทยเข้ามาพัฒนาระบบงาน เช่น การจัดสถานที่ทำงานให้มีความปลอดภัย มีสุขอนามัยที่ดี มีมาตรการป้องกันมิให้มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน ให้ความเสมอภาคแก่ทุกคน เป็นต้น
- บริษัทฯ ได้จัดทำระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001:2015 เพื่อสร้างระบบการทำงานที่ดีมีประสิทธิภาพ และสร้างความเชื่อถือจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ผ่านการตรวจประเมินระบบแล้วจากสถาบันบูโร เวกิตัส ประเทศไทย และได้รับการรับรองจากสถาบัน UKAS ประเทศอังกฤษ ใบรับรอง มีอายุการรับรอง 3 ปี มีผลตั้งแต่ 17 ธันวาคม 2561 - 17 ธันวาคม 2564

2.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

แม้ว่าสถานะเศรษฐกิจโลกจะเริ่มฟื้นตัว แต่ยังคงมีความไม่แน่นอนสูงจึงส่งผลให้ราคาโลหะทองคำและเงินมีความผันผวนต่อเนื่อง โดยวัตถุดิบ อันได้แก่ โลหะทองคำและเงินเป็นต้นทุนหลักในการผลิตสินค้าเครื่องประดับอัญมณีแท้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ดำเนินนโยบายป้องกันความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาราคาวัตถุดิบสำหรับธุรกิจการผลิตดังต่อไปนี้

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

ทั้งนี้ความผันผวนของราคาราคาวัตถุดิบไม่มีผลต่อธุรกิจการจัดจำหน่าย และค้าปลีก เนื่องจากกำหนดราคาขายจากต้นทุนขายที่ได้รับจากโรงงาน

2. ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk)

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจในการผลิต จัดจำหน่าย และค้าปลีกสินค้าทั้งภายในและต่างประเทศ จึงเป็นผลให้บริษัทฯ มีรายได้ส่วนใหญ่เป็นสกุลเงินต่างประเทศ และเงินบาทบางส่วน โดยต้นทุนวัตถุดิบสำคัญอันประกอบด้วยทองคำและเงินซึ่งเป็นสินค้าโภคภัณฑ์และนำเข้าเพชรพลอยบางส่วนซึ่งกำหนดราคาด้วยเงินต่างประเทศจึงเป็นวิธีทำธุรกรรมในสกุลเงินเดียวกัน (Natural Hedge) และบริษัทฯ เลือกใช้สัญญาซื้อขายเงินตราล่วงหน้า (Forward Contract) ในการป้องกันความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนด้วย

บริษัทฯ มีการตรวจสอบเครดิตลูกค้าเดิม และลูกค้ารายใหม่อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งกำหนดวงเงินให้เครดิตกับลูกค้าโดยมีการพิจารณาจากผลประกอบการ ฐานะทางการเงินอย่างละเอียด และมีการประเมินศักยภาพความสามารถแข่งขันของลูกค้าในระยะยาว อีกทั้งบริษัทฯ มีกระบวนการติดตามหนี้อย่างใกล้ชิด และการทบทวนวงเงินที่ให้กับลูกค้าอยู่เป็นประจำ และหากพบว่าลูกค้ามีความเสี่ยงในระดับที่เกินกว่าจะรับได้อาจมีการขอมัดจำค่าสินค้าก่อนรับคำสั่งซื้อ

นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงของวงเงินกู้ระยะสั้นที่ใช้เป็นวงเงินหมุนเวียนที่อาจไม่ได้รับการต่อสัญญานั้นและความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยตามภาวะตลาด บริษัทฯ ได้มีการบริหารความเสี่ยงโดยการควบคุมสัดส่วนประเภทเงินกู้ระยะสั้นและระยะยาวเพื่อรักษาผลการชำระหนี้ตามความเหมาะสมของประเภทการลงทุนและดำเนินกิจการ โดยกระจายวงเงินกู้ประเภทหมุนเวียนกับหลายธนาคารป้องกันการยกเลิกวงเงินกู้ และมีการรักษาสัดส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E ratio) ของบริษัทฯ ให้ไม่เกิน 1.5 เท่า ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว (Floating rates) อย่างไรก็ดี ฝ่ายจัดการได้มีการเฝ้าติดตามอย่างใกล้ชิด และเห็นว่าความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้อยู่ในระดับที่ไม่เป็นภัยสำคัญต่อกิจการ

4. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ความเสี่ยงจากบริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่า 25%

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ กลุ่มตระกูลผู้ก่อตั้งบริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 166,182,003 หุ้น คิดเป็น 35.94% ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด จึงอาจทำให้กลุ่มหุ้นดังกล่าวสามารถใช้สิทธิคัดค้านหรือไม่อนุมัติการลงมติในการประชุมผู้ถือหุ้นในเรื่องต่างๆ ที่ขัดแย้งกับบริษัทหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุม และมีสิทธิออกเสียงลงคะแนนได้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ได้ทำหน้าที่ในการบริหารกิจการทั้งด้านนโยบาย และแนวการปฏิบัติ ดังนั้นการกระทำใดๆ 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 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	-	-
	ที่ดินและอาคาร 333/1-3 เขตอุตสาหกรรมสุรนารี ตำบลหนองระเวียง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000	2,420 ตร.ว.	บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ (บจก. แพรนด้า ลอดจิ้ง)	-	9,756
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน					587,308

หมายเหตุ : บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้นำอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวนประมาณ 587 ล้านบาท ไปจดจำนองเพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์

- ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ แสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แหล่งที่ตั้ง	ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค่าประกันเงินกู้	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
กรุงเทพฯ	ที่ดินและส่วนปรับปรุง 28 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	ประกอบด้วย อาคาร สำนักงาน และโรงงานเนื้อที่ 2,200 ตรว.	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนอง ดังหมายเหตุ	9,433	สำนักงานใหญ่
	อาคาร 28 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				68,092	
	ที่ดินและส่วนปรับปรุง 24 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	มีเนื้อที่ 2,182 ตรว.	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนองดังหมายเหตุ	17,229	โรงงาน, อาคารสำนักงานใหญ่ 5 ชั้น
	อาคาร 24, 38 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				228,746	
	ที่ดินและส่วนปรับปรุง 25,27,29 ซ.ลาซาล 51 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	ประกอบด้วย อาคาร หอพัก และอาคารสโมสรบนเนื้อที่ 2,100 ตรว.	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนองดังหมายเหตุ	8,508	หอพักและอาคารสโมสร อาคารหล่อหลอมโลหะ

แหล่งที่ตั้ง	ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค่าประกันเงินกู้	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
	อาคาร 25,27,29 ซ.สาชาล 51 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				3,872	อาคารหล่อ หลอมโลหะ
	<u>ที่ดินและส่วนปรับปรุง</u> เลขที่ดิน 5958,308,5430,5431แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	เนื้อที่ 1,075 ตร.ว.	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	ไม่มี	39,046	
กรุงเทพฯ	<u>ส่วนปรับปรุงอาคาร</u> เลขที่ดิน 5958,308,5430,5431แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				15,888	อาคารหล่อ หลอมโลหะ
	<u>ห้องชุด</u> เลขที่ 1093/64, 68-70 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	เนื้อที่ 831.05 ตร.ม.	บจก.พรีเม่า โกลด์ อินเตอร์ เนชั่นแนล เป็นเจ้าของ		23,244	สำนักงาน
	<u>ที่ดิน</u> 22 แขวงบางนา เขต บางนา กรุงเทพฯ 10260	เนื้อที่ 724 ตร.ว.	บริษัทเป็น เจ้าของ	ติดภาระ จำนองคัง หมายเหตุ	5,728	อาคาร สำนักงาน และโรงงาน
	<u>ส่วนปรับปรุงอาคาร</u> 22 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				0	

แหล่งที่ตั้ง	ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค่าประกันเงินกู้	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 ดังหมายเหตุ	8,180	โรงงาน
	<u>อาคาร</u> 332-333 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา				6,963	
	<u>ที่ดินและส่วนปรับปรุง</u> 330 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	มีเนื้อที่ 3,200 ตรว.	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มี	11,670	โรงงาน
	<u>อาคาร</u> 330 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000				15,046	
	<u>ที่ดิน</u> 331 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	มีเนื้อที่ 1,600 ตรว.		ติดภาระจำนอง ดังหมายเหตุ	1,600	
	<u>อาคาร</u> 331 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000				319	

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	3,667	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	31,619	
รวมที่ดิน ส่วนปรับปรุงที่ดิน และอาคาร					498,850	

หมายเหตุ : บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้นำที่ดิน อาคารและอุปกรณ์มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวนประมาณ 399 ล้านบาท ไปค้ำประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์

- เครื่องจักร เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน ยานพาหนะ และสินทรัพย์ระหว่างการติดตั้งและก่อสร้าง รวมถึงส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เข้าของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

สินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค้ำประกันเงินกู้	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท)
1. เครื่องจักร	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	10,343
2. เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	79,172
3. ยานพาหนะ	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	1,456
4. สินทรัพย์ระหว่างการติดตั้งและก่อสร้าง	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	4,360
5. ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เข้า	บริษัทย่อย	ไม่มี	1,851
รวม			97,182
รวมสินทรัพย์ – สุทธิ			596,032

● สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่

ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ และตราสินค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีมูลค่าตามบัญชีเท่ากับ 26.20 ล้านบาท (2561 : 28.46 ล้านบาท)

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย คือ การลงทุนในการผลิต จัดจำหน่าย และการค้าปลีกเครื่องประดับแท้เป็นหลัก และธุรกิจเช่าหอพักในประเทศ และบริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทร่วม ซึ่งเป็นธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายวัตถุดิบโลหะมีค่า มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เงินลงทุนในบริษัทย่อย

เงินลงทุนในบริษัทย่อยตามที่แสดงอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	ทุนเรียกชำระแล้ว		หน่วย เงินตรา	สัดส่วนเงินลงทุน		ราคาทุน	
	2562	2561		2562 (ร้อยละ)	2561 (ร้อยละ)	2562	2561
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
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 ลอจิสติกส์ จำกัด	50	50	ล้านบาท	83	83	41,125	41,125
Pranda & Kroll GmbH & Co. KG	14.96	14.96	ล้านยูโร	75	75	573,303	573,303
Pranda Jewelry Private Limited	150	150	ล้านรูปีอินเดีย	51	51	213,439	213,439
Pranda Trading (Shenzhen) Limited	-	0.55	ล้านเหรียญ สหรัฐฯ	-	100	-	17,437
รวม						1,665,726	1,683,163
หัก: ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน						(1,092,618)	(1,015,591)
เงินลงทุนในบริษัทย่อย - สุทธิ						573,108	667,572

บริษัทฯ ไม่มีเงินปันผลรับจากการลงทุนในบริษัทย่อยในระหว่างปี 2562

ในระหว่างปีปัจจุบัน บริษัทฯ ได้บันทึกค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยสุทธิในงบกำไรขาดทุนเฉพาะกิจการสำหรับปี 2562 เป็นจำนวน 94 ล้านบาท (2561 : 153 ล้านบาท)

บริษัทย่อย Pranda Trading (Shenzhen) Limited

เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2558 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย Pranda Trading (Shenzhen) Limited เลิกกิจการตั้งแต่วันที่ 8 กรกฎาคม 2558 เป็นต้นไป ทั้งนี้ บริษัทย่อยดังกล่าวไม่ใช่ส่วนงานที่สำคัญของกลุ่มบริษัท ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการเงินรวม นอกจากนี้บริษัทฯ ได้บันทึกผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวทั้งจำนวนแล้ว

ต่อมาเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2562 บริษัทย่อยดังกล่าวได้ชำระบัญชีเสร็จสิ้นแล้ว บริษัทฯ ได้ตัดจำหน่ายเงินลงทุนสุทธิของบริษัทย่อยดังกล่าว และบันทึกกำไรจากการเลิกกิจการของบริษัทย่อยจำนวนเงิน 5 ล้านบาท ไว้ในงบกำไรขาดทุนรวมปี 2562

บริษัทย่อย Pranda & Kroll GmbH & Co. KG

เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย Pranda & Kroll GmbH & Co. KG เลิกกิจการตั้งแต่วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2561 เป็นต้นไป ปัจจุบันบริษัทย่อยดังกล่าวอยู่ในระหว่างการชำระบัญชี ทั้งนี้บริษัทย่อยดังกล่าวไม่ใช่ส่วนงานที่สำคัญของกลุ่มบริษัท ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการเงินรวม นอกจากนี้บริษัทฯ ได้บันทึกผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวทั้งจำนวนแล้ว

บริษัทย่อย Guangzhou Pangda Zhubao Shoushi Youxian Gongsi

เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย Guangzhou Pangda Zhubao Shoushi Youxian Gongsi เลิกกิจการตั้งแต่วันที่ 27 กันยายน 2556 บริษัทย่อยดังกล่าวไม่ใช่ส่วนงานที่สำคัญของกลุ่มบริษัท ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการเงินรวม นอกจากนี้บริษัทฯ ได้บันทึกผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวทั้งจำนวนแล้ว

ต่อมาเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2561 บริษัทย่อยดังกล่าวได้ชำระบัญชีเสร็จสิ้นแล้ว บริษัทฯ ได้ตัดจำหน่ายเงินลงทุนสุทธิของบริษัทย่อยดังกล่าว และบันทึกกำไรจากการเลิกกิจการของบริษัทย่อยจำนวนเงิน 2 ล้านบาท ไว้ในงบกำไรขาดทุนรวมปี 2561

บริษัทย่อย Pranda Jewelry Private Limited

เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2561 บริษัทย่อยในประเทศอินเดีย Pranda Jewelry Private Limited ได้ออกและเสนอขายหุ้นกู้แปลงสภาพ (Fully Compulsorily Convertible Debentures) ชนิดไม่ด้อยสิทธิและไม่มีหลักประกันจำนวน 34,000,000 หน่วย มูลค่าหน่วยละ 10 รูปีอินเดีย มูลค่ารวม 340 ล้านบาทรูปีอินเดีย ให้กับบริษัทฯ โดยหุ้นกู้ดังกล่าวทั้งหมดจะถูกแปลงสภาพเป็นหุ้นทุนที่ชำระเต็มมูลค่าแล้วของบริษัทย่อย เมื่อครบกำหนด 5 ปีนับจากวันที่ออกหุ้นกู้แปลงสภาพ ทั้งนี้ อัตราการแปลงสภาพหุ้นกู้เป็นหุ้นทุนจะถูกคำนวณ ณ วันที่ทำการแปลงสภาพตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องในประเทศอินเดีย

ภายใต้สัญญาหุ้นกู้ดังกล่าว กำหนดให้บริษัทย่อยจ่ายชำระดอกเบี้ยเป็นรายไตรมาส อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ต่อปี นอกจากนี้ ภายใต้สัญญาหุ้นกู้ดังกล่าวได้กำหนดเงื่อนไขให้บริษัทย่อยมีสิทธิซื้อหุ้นทุนจากการแปลงสภาพคืนจากบริษัทฯ ในวันที่หรือภายหลังจากวันที่มีการแปลงสภาพ และในกรณีที่บริษัทย่อยดังกล่าวไม่สามารถซื้อหุ้นทุนจากการแปลงสภาพคืนจากบริษัทฯ ได้ บริษัทฯจะเสนอขายหุ้นทุนจากการแปลงสภาพส่วนหนึ่งให้แก่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยของบริษัทย่อยเพื่อให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นส่วนน้อยในบริษัทย่อยดังกล่าวไม่เปลี่ยนแปลง

ทั้งนี้ บริษัทฯได้บันทึกรายการดังกล่าวเป็นเงินลงทุนในบริษัทย่อย เนื่องจากเงื่อนไขของหุ้นดังกล่าวบังคับให้ผู้ลงทุนต้องใช้สิทธิแปลงสภาพเป็นหุ้นเมื่อครบกำหนดแปลงสภาพ

เงินลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	(หน่วย: พันบาท)			
			งบการเงินรวม			
			สัดส่วนเงินลงทุน		เงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	
			2562 (ร้อยละ)	2561 (ร้อยละ)	2562	2561
บริษัท เทแซด-แพรนด้า จำกัด	นำเข้าและจำหน่าย วัตถุดิบโลหะมีค่า	ไทย				
- ราคาทุน			40	40	3,600	3,600
- ส่วนแบ่งขาดทุนสะสม					6,490	6,547
รวมมูลค่าตามบัญชีตามวิธีส่วนได้เสีย					10,090	10,147

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประเมินทรัพย์สินครั้งล่าสุดเมื่อเดือนตุลาคม 2560 ซึ่งผู้ประเมินราคาอิสระทำการประเมินมูลค่ายุติธรรมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่เป็นที่ดินรอการพัฒนาสำหรับโครงการในอนาคตโดยใช้เกณฑ์วิธีเปรียบเทียบราคาตลาด (“Market Approach”)

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 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	-	-
	ที่ดินและอาคาร 333/1-3 เขตอุตสาหกรรมสุรนารี ตำบลหนองระเวียง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000	2,420 ตร.ว.	บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ (บจก. แพรนด้า ลอดจิ้ง)	-	9,756
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน					587,308

หมายเหตุ : บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้นำอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวนประมาณ 587 ล้านบาท ไปจดจำนองเพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์

- ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ แสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แหล่งที่ตั้ง	ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค่าประกันเงินกู้	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	9,433	สำนักงานใหญ่
	อาคาร 28 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				68,092	
	ที่ดินและส่วนปรับปรุง 24 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	มีเนื้อที่ 2,182 ตรว.	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	ติดภาระ จำนองดัง หมายเหตุ	17,229	โรงงาน, อาคาร สำนักงานใหญ่ 5 ชั้น
	อาคาร 24, 38 ซ.บางนา-ตราด 28 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				228,746	
	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	8,508	หอพักและ อาคารสโมสร อาคารหล่อ หลอมโลหะ

แหล่งที่ตั้ง	ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค่าประกันเงินกู้	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
	อาคาร 25,27,29 ซ.สาชาล 51 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				3,872	อาคารหล่อ หลอมโลหะ
	<u>ที่ดินและส่วนปรับปรุง</u> เลขที่ดิน 5958,308,5430,5431แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	เนื้อที่ 1,075 ตร.ว.	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	ไม่มี	39,046	
กรุงเทพฯ	<u>ส่วนปรับปรุงอาคาร</u> เลขที่ดิน 5958,308,5430,5431แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				15,888	อาคารหล่อ หลอมโลหะ
	<u>ห้องชุด</u> เลขที่ 1093/64, 68-70 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	เนื้อที่ 831.05 ตร.ม.	บจก.พรีเม่า โกลด์ อินเตอร์ เนชั่นแนล เป็นเจ้าของ		23,244	สำนักงาน
	<u>ที่ดิน</u> 22 แขวงบางนา เขต บางนา กรุงเทพฯ 10260	เนื้อที่ 724 ตร.ว.	บริษัทเป็น เจ้าของ	ติดภาระ จำนองคัง หมายเหตุ	5,728	อาคาร สำนักงาน และโรงงาน
	<u>ส่วนปรับปรุงอาคาร</u> 22 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260				0	

แหล่งที่ตั้ง	ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค่าประกันเงินกู้	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 ดังหมายเหตุ	8,180	โรงงาน
	<u>อาคาร</u> 332-333 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา				6,963	
	<u>ที่ดินและส่วนปรับปรุง</u> 330 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	มีเนื้อที่ 3,200 ตรว.	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มี	11,670	โรงงาน
	<u>อาคาร</u> 330 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000				15,046	
	<u>ที่ดิน</u> 331 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	มีเนื้อที่ 1,600 ตรว.		ติดภาระจำนอง ดังหมายเหตุ	1,600	
	<u>อาคาร</u> 331 หมู่ 6 ถ.ราชสีมา-โชคชัย ต.หนองระเวียง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000				319	

แหล่งที่ตั้ง	ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค้ำประกันเงินกู้	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
ต่างประเทศ	<u>อาคาร</u> No. 16 Road 2A, Bien Hoa Industrail Zone II, Dong Nai, Vietnam	10,637 ตร.ม.	บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ (Pranda Vietnam Co., Ltd.)	ไม่มี	3,667	โรงงาน
	<u>อาคาร</u> Pranda House, Rewa State 512, Rewa Estate, M.G. Road, Mulund (West) – 400080 India	522 ตร.ม.	บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ (Pranda Jewelry Private Limited)	ไม่มี	31,619	
รวมที่ดิน ส่วนปรับปรุงที่ดิน และอาคาร					498,850	

หมายเหตุ : บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้นำที่ดิน อาคารและอุปกรณ์มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวนประมาณ 399 ล้านบาท ไปค้ำประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์

- เครื่องจักร เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน ยานพาหนะ และสินทรัพย์ระหว่างการติดตั้งและก่อสร้าง รวมถึงส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เข้าของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

สินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันค้ำประกันเงินกู้	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (พันบาท)
1. เครื่องจักร	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	10,343
2. เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	79,172
3. ยานพาหนะ	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	1,456
4. สินทรัพย์ระหว่างการติดตั้งและก่อสร้าง	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	4,360
5. ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เข้า	บริษัทย่อย	ไม่มี	1,851
รวม			97,182
รวมสินทรัพย์ – สุทธิ			596,032

● **สินทรัพย์ไม่มีตัวตน** ได้แก่

ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ และตราสินค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีมูลค่าตามบัญชีเท่ากับ 26.20 ล้านบาท (2561 : 28.46 ล้านบาท)

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย คือ การลงทุนในการผลิต จัดจำหน่าย และการค้าปลีกเครื่องประดับแท้เป็นหลัก และธุรกิจเช่าหอพักในประเทศ และบริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทร่วม ซึ่งเป็นธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายวัตถุดิบโลหะมีค่า มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เงินลงทุนในบริษัทย่อย

เงินลงทุนในบริษัทย่อยตามที่แสดงอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	ทุนเรียกชำระแล้ว		หน่วย เงินตรา	สัดส่วนเงินลงทุน		ราคาทุน	
	2562	2561		2562 (ร้อยละ)	2561 (ร้อยละ)	2562	2561
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
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 ลอจิสติกส์ จำกัด	50	50	ล้านบาท	83	83	41,125	41,125
Pranda & Kroll GmbH & Co. KG	14.96	14.96	ล้านยูโร	75	75	573,303	573,303
Pranda Jewelry Private Limited	150	150	ล้านรูปีอินเดีย	51	51	213,439	213,439
Pranda Trading (Shenzhen) Limited	-	0.55	ล้านเหรียญ สหรัฐฯ	-	100	-	17,437
รวม						1,665,726	1,683,163
หัก: ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน						(1,092,618)	(1,015,591)
เงินลงทุนในบริษัทย่อย - สุทธิ						573,108	667,572

บริษัทฯ ไม่มีเงินปันผลรับจากการลงทุนในบริษัทย่อยในระหว่างปี 2562

ในระหว่างปีปัจจุบัน บริษัทฯ ได้บันทึกค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยสุทธิในงบกำไรขาดทุนเฉพาะกิจการสำหรับปี 2562 เป็นจำนวน 94 ล้านบาท (2561 : 153 ล้านบาท)

บริษัทย่อย Pranda Trading (Shenzhen) Limited

เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2558 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย Pranda Trading (Shenzhen) Limited เลิกกิจการตั้งแต่วันที่ 8 กรกฎาคม 2558 เป็นต้นไป ทั้งนี้ บริษัทย่อยดังกล่าวไม่ใช่ส่วนงานที่สำคัญของกลุ่มบริษัท ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการเงินรวม นอกจากนี้บริษัทฯ ได้บันทึกผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวทั้งจำนวนแล้ว

ต่อมาเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2562 บริษัทย่อยดังกล่าวได้ชำระบัญชีเสร็จสิ้นแล้ว บริษัทฯ ได้ตัดจำหน่ายเงินลงทุนสุทธิของบริษัทย่อยดังกล่าว และบันทึกกำไรจากการเลิกกิจการของบริษัทย่อยจำนวนเงิน 5 ล้านบาท ไว้ในงบกำไรขาดทุนรวมปี 2562

บริษัทย่อย Pranda & Kroll GmbH & Co. KG

เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย Pranda & Kroll GmbH & Co. KG เลิกกิจการตั้งแต่วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2561 เป็นต้นไป ปัจจุบันบริษัทย่อยดังกล่าวอยู่ในระหว่างการชำระบัญชี ทั้งนี้บริษัทย่อยดังกล่าวไม่ใช่ส่วนงานที่สำคัญของกลุ่มบริษัท ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการเงินรวม นอกจากนี้บริษัทฯ ได้บันทึกผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวทั้งจำนวนแล้ว

บริษัทย่อย Guangzhou Pangda Zhubao Shoushi Youxian Gongsi

เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย Guangzhou Pangda Zhubao Shoushi Youxian Gongsi เลิกกิจการตั้งแต่วันที่ 27 กันยายน 2556 บริษัทย่อยดังกล่าวไม่ใช่ส่วนงานที่สำคัญของกลุ่มบริษัท ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการเงินรวม นอกจากนี้บริษัทฯ ได้บันทึกผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวทั้งจำนวนแล้ว

ต่อมาเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2561 บริษัทย่อยดังกล่าวได้ชำระบัญชีเสร็จสิ้นแล้ว บริษัทฯ ได้ตัดจำหน่ายเงินลงทุนสุทธิของบริษัทย่อยดังกล่าว และบันทึกกำไรจากการเลิกกิจการของบริษัทย่อยจำนวนเงิน 2 ล้านบาท ไว้ในงบกำไรขาดทุนรวมปี 2561

บริษัทย่อย Pranda Jewelry Private Limited

เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2561 บริษัทย่อยในประเทศอินเดีย Pranda Jewelry Private Limited ได้ออกและเสนอขายหุ้นกู้แปลงสภาพ (Fully Compulsorily Convertible Debentures) ชนิดไม่ด้อยสิทธิและไม่มีหลักประกันจำนวน 34,000,000 หน่วย มูลค่าหน่วยละ 10 รูปีอินเดีย มูลค่ารวม 340 ล้านบาทรูปีอินเดีย ให้กับบริษัทฯ โดยหุ้นกู้ดังกล่าวทั้งหมดจะถูกแปลงสภาพเป็นหุ้นทุนที่ชำระเต็มมูลค่าแล้วของบริษัทย่อย เมื่อครบกำหนด 5 ปีนับจากวันที่ออกหุ้นกู้แปลงสภาพ ทั้งนี้ อัตราการแปลงสภาพหุ้นกู้เป็นหุ้นทุนจะถูกคำนวณ ณ วันที่ทำการแปลงสภาพตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องในประเทศอินเดีย

ภายใต้สัญญาหุ้นกู้ดังกล่าว กำหนดให้บริษัทย่อยจ่ายชำระดอกเบี้ยเป็นรายไตรมาส อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ต่อปี นอกจากนี้ ภายใต้สัญญาหุ้นกู้ดังกล่าวได้กำหนดเงื่อนไขให้บริษัทย่อยมีสิทธิซื้อหุ้นทุนจากการแปลงสภาพคืนจากบริษัทฯ ในวันที่หรือภายหลังจากวันที่มีการแปลงสภาพ และในกรณีที่บริษัทย่อยดังกล่าวไม่สามารถซื้อหุ้นทุนจากการแปลงสภาพคืนจากบริษัทฯ ได้ บริษัทฯจะเสนอขายหุ้นทุนจากการแปลงสภาพส่วนหนึ่งให้แก่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยของบริษัทย่อยเพื่อให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นส่วนน้อยในบริษัทย่อยดังกล่าวไม่เปลี่ยนแปลง

ทั้งนี้ บริษัทฯได้บันทึกรายการดังกล่าวเป็นเงินลงทุนในบริษัทย่อย เนื่องจากเงื่อนไขของหุ้นดังกล่าวบังคับให้ผู้ลงทุนต้องใช้สิทธิแปลงสภาพเป็นหุ้นเมื่อครบกำหนดแปลงสภาพ

เงินลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	(หน่วย: พันบาท)			
			งบการเงินรวม			
			สัดส่วนเงินลงทุน		เงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	
			2562 (ร้อยละ)	2561 (ร้อยละ)	2562	2561
บริษัท เทแซด-แพรนด้า จำกัด	นำเข้าและจำหน่าย วัตถุดิบโลหะมีค่า	ไทย				
- ราคาทุน			40	40	3,600	3,600
- ส่วนแบ่งขาดทุนสะสม					6,490	6,547
รวมมูลค่าตามบัญชีตามวิธีส่วนได้เสีย					10,090	10,147

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประเมินทรัพย์สินครั้งล่าสุดเมื่อเดือนตุลาคม 2560 ซึ่งผู้ประเมินราคาอิสระทำการประเมินมูลค่ายุติธรรมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่เป็นที่ดินรอการพัฒนาสำหรับโครงการในอนาคตโดยใช้เกณฑ์วิธีเปรียบเทียบราคาตลาด (“Market Approach”)

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มีคดีที่มีวงเงินฟ้องร้องตามเกณฑ์ที่ต้องเปิดเผย -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	PDJ (มีผลบังคับใช้ เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2561)
ประเภทธุรกิจ	ผลิต จัดจำหน่าย และค้าปลีกเครื่องประดับแท้เป็นหลัก
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 28 ซอยบางนา-ตราด 28 แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
เลขทะเบียนบริษัท	0107537001986
โทรศัพท์	+66 2769 9999
โทรสาร	+66 2769 9998
ทุนจดทะเบียน	634,769,950 บาท
ทุนชำระแล้ว	462,395,601 บาท
Home Page	www.pranda.com
Responsible Person	นางปราณี คุณประเสริฐ Email : pranee@pranda.co.th นายปราโมทย์ เตียสุวรรณ Email : pramote@pranda.co.th

ที่ตั้งสาขา	เลขที่ 332-333 เขตอุตสาหกรรมสุนารี อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
ประเภทธุรกิจ	ผลิตเครื่องประดับแท้
โทรศัพท์	+66 044 212 593-4
โทรสาร	+66 044 334 718
Responsible Person	นายสมศักดิ์ ศรีเรืองมนต์
Email	Somsak_s@pranda.co.th

6.1.2 นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562)

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%) ของ บริษัท	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%) ของ ผู้ร่วมทุน	ทุน จดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
บริษัท คริสตอลไลน์ จำกัด 22 ซอยบางนา-ตราด 28 แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ +66 2746 9580-5 โทรสาร +66 2399 4878 Home Page: www.crystalline.com Responsible Person: นางสุนันทา เดียสุวรรณ Email: sunanta@pranda.co.th	ผลิต และจัดจำหน่าย 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: นายสันติภาพ รียาย Email: santiparp@pranda.com.vn	ผลิต จัดจำหน่าย และ ค้าปลีกเครื่องประดับ	100		1.5 ล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ	1.5 ล้านดอลลาร์ 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 ผู้ร่วมทุน : Mr. Gregor Kroll	จัดจำหน่าย เครื่องประดับแท้	75	25	14.96 ล้านยูโร	14.96 ล้านยูโร

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	สัดส่วนการถือหุ้น (%) ของผู้ร่วมทุน	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
บริษัท พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เลขที่ 1093/64 ชั้น 12 อาคารเซ็นทรัลชิดบางนา ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ +66 2745 6111 โทรสาร +66 2745 6117 Home Page: www.primagold.co.th Responsible Person: นายชาณวิทย์ เขียวนาแววงศ์ษา Email: chanvit@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	มีอำนาจควบคุมการ กำหนดนโยบายและ การดำเนินงาน โดย บจก.พรีเม้าโกลด์ อินเตอร์เนชั่นแนล และรวมถึงมีอำนาจ ในการออกเสียงและ ส่วนได้เสียร้อยละ 55		2 หมื่นล้าน รูเปีย อินโดนีเซีย	1 หมื่นล้าน รูเปีย อินโดนีเซีย
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: Mr. Chanat Sorakraikitikul Email: art_s@pranda.co.th	จัดจำหน่าย เครื่องประดับแท้ และ เครื่องประดับ แฟชั่นใน ประเทศ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา	100		2 พันเหรียญ สหรัฐฯ	2 พันเหรียญ สหรัฐฯ

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	สัดส่วนการถือหุ้น (%) ของผู้ร่วมทุน	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
H.GRINGOIRE s.a.r.l No.79 Rue De Turbigo F-75003, Paris, France โทรศัพท์ +33 1 53 01 95 41 +33 6 07 95 99 65 โทรสาร +33 1 5301 9540 Home Page: www.h-gringoire.fr Responsible Person : Mina El Hadraoui : Laurence Brunel Email: M.ElHadraoui@h-gringoire.fr : l.brunel@h-gringoire.fr	จัดจำหน่ายเครื่องประดับ แท้ในประเทศฝรั่งเศส และยุโรป	100		5 ล้านยูโร	5 ล้านยูโร
Pranda UK Limited PO BOX 59 West Molesey Surrey KT8 8AY, United Kingdom โทรศัพท์ +44 1 0208 783 2023 โทรสาร +44 1 0208 783 2010 Home Page: www.prandaonline.co.uk Responsible Person: Mr. Malcolm Pink Email: malcolmpink@pranda.co.uk	จัดจำหน่าย และค้าปลีก เครื่องประดับในประเทศ อังกฤษและยุโรป	100		0.5 ล้านปอนด์	0.5 ล้านปอนด์
Pranda Jewelry Private Limited O2, Commercial Bldg. A-1005,1006, 1007 Plot no. 23-24, Near Minerva Industrial Estate, Mulund (W), Mumbai- 400080. (India) โทรศัพท์ +91 22 2565 2121, +91 22 2568 2121, +91 22 2569 2121 Responsible Person: Mr. Vinod Tejawani Email: vinod@pranda.co.in ผู้ร่วมทุน : Gunjan Jewelry Private Limited	จัดจำหน่ายเครื่องประดับ แท้ในประเทศอินเดีย	51	49	150 ล้านรูปีอินเดีย	87.2114 ล้านรูปีอินเดีย

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%) ของผู้ร่วมทุน	ทุน จดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
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 ผู้ร่วมทุน : 1) Mr. Johnny Salmon 2) Mr. Kenny Salmon 3) Ms. Virsosa Salmon 4) Mrs. Yuen Wan Ha	ผลิต และจัดจำหน่าย เครื่องประดับแท้	19	25 20 20 10	4 พันล้าน อินโดนีเซีย รูเปียส	4 พันล้านอิน โดนีเซียรูเปียส
บริษัท เคแซด - แพรนต้า จำกัด 75/51 อาคาร โอเชียนทาวเวอร์ 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 ผู้ร่วมทุน : 1) บจก. โคเรีย ซิงค์ 2) บจก.แอลจีอินเตอร์เนชั่นแนล คอร์ปอเรชั่น (สิงคโปร์) พีทีอี 3) นางสาวฐิติมา สรไกรกิติกุล	นำเข้าและจัดจำหน่าย โลหะเงินบริสุทธิ์ และทองคำบริสุทธิ์ใน รูปเม็ดและแท่ง	40	34.50 14.50 11.00	30 ล้านบาท	9 ล้านบาท

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	สัดส่วนการถือหุ้น (%) ของผู้ร่วมทุน	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
บริษัท แพรนด้า ลอตจิ้ง จำกัด เลขที่ 28 ซอยบางนา-ตราด 28 แขวงบางนาใต้ 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 ผู้ร่วมทุน : 1) บจก. แพรนด้า โฮลดิ้ง 2) บจก. ฟอว์เวิร์ด พรีเมียม 3) บจก. อาร์ดีโก้ ครีฟส์	ให้บริการเช่า อสังหาริมทรัพย์/ สังหาริมทรัพย์	83	7 7 3	50 ล้านบาท	50 ล้านบาท

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

www.set.or.th/tsd

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 อาร์แอล เคาน์เซล จำกัด

62/15 ซอยธนียะ ถนนสุขุมวิท แขวงสุริยวงค์ เขตบางรัก

กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์ +66 2235 3339 โทรสาร +66 2235 3076

www.rlcounsel.com

ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -