

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### 1.1 นโยบาย

บริษัท สว่างเอ็กซ์พอร์ต จำกัด (มหาชน) ดำเนินกิจการ โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจ อย่างมีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคมและผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย ภายใต้ นโยบายคุณภาพ วิสัยทัศน์ และพันธกิจ ดังนี้

#### นโยบายคุณภาพ

บริษัทจะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ด้วยการวิจัย พัฒนา ออกแบบ นำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานตอบสนองความต้องการของลูกค้า

#### วิสัยทัศน์

บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง มีพัฒนาการที่ยั่งยืน สร้างคุณค่าสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ และสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าในทุกประเทศ

#### พันธกิจ

พันธกิจที่จะต้องดำเนินการมีดังนี้

- สร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสีย
- พัฒนาคุณภาพสินค้า และเทคโนโลยีการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสากล
- พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพิ่มขีดความสามารถ และส่งเสริมคุณภาพชีวิต
- สร้างอุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน มีภาพลักษณ์ที่ดีในระดับนานาชาติ
- ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้ตั้งเป้าหมายในการดำเนินการ ด้วยการสร้างตราสินค้า“Beawelry”ของบริษัทเองเพื่อรองรับตลาดในประเทศซึ่งจะครอบคลุมถึงการค้าภายในอาเซียน (AEC)



## 1.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท สว่างเอ็กซ์พอร์ต จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2515 โดยกลุ่มมณีไพโรจน์เพื่อดำเนินธุรกิจส่งออกอัญมณีที่เจียรไนแล้วประเภทต่างๆ โดยมีพลอยทับทิม (Rubies) และพลอยไพลิน (Sapphires) เป็นสินค้าหลัก ต่อมาในปี 2531 บริษัทได้เข้าสู่อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับอัญมณีเพื่อการส่งออกโดยมีตลาดหลักคือประเทศสหรัฐอเมริกาและเยอรมัน

บริษัทดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีและอัญมณี โดยไม่มีบริษัทย่อยหรือกลุ่มบริษัทในเครือ มีสำนักงานและโรงงานอยู่ที่ 307-307/1-4,56,305 ถนนสุขุมวิท แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียน 252 ล้านบาท ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว 240 ล้านบาท เป็นหุ้นสามัญ 24 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ กลุ่มมณีไพโรจน์ คิดเป็นร้อยละ 77.16 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ที่เกิดจากการขายผลิตภัณฑ์

	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายภายในประเทศ						
เครื่องประดับอัญมณี	18.8	15.8	27.8	25.6	34.5	39.4
อัญมณี	5.9	4.9	8.0	7.4	1.9	2.2
<b>รวมรายได้ในประเทศ</b>	<b>24.7</b>	<b>20.7</b>	<b>35.8</b>	<b>33.0</b>	<b>36.4</b>	<b>41.6</b>
รายได้จากการขายต่างประเทศ						
เครื่องประดับอัญมณี	57.8	48.4	38.3	35.3	35.8	40.9
อัญมณี	36.9	30.9	34.5	31.7	15.3	17.5
<b>รวมรายได้ต่างประเทศ</b>	<b>94.7</b>	<b>79.3</b>	<b>72.8</b>	<b>67.0</b>	<b>51.1</b>	<b>58.4</b>
รายได้จากการขายรวมทุกประเทศ						
เครื่องประดับอัญมณี	76.6	64.2	66.1	60.9	70.3	80.4
อัญมณี	42.8	35.8	42.5	39.1	17.2	19.6
<b>รวมรายได้</b>	<b>119.4</b>	<b>100.0</b>	<b>108.6</b>	<b>100.0</b>	<b>87.5</b>	<b>100.0</b>
อัตราเพิ่ม(ลด)ของรายได้จากการขายคิดเป็นร้อยละ		(28.1)		(9.1)		(19.4)

## 2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.) เครื่องประดับอัญมณี ได้แก่ แหวน จี้ ต่างหู สร้อยต่างๆ ซึ่งทำจากตัวเรือนทองคำ 8K, 9K, 10K, 14K, 18K หรือ ตัวเรือนเงิน ประดับด้วยเพชร พลอยต่างๆ ซึ่งทีมงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทจะเป็นผู้ออกแบบเครื่องประดับและทำการผลิตสินค้าตัวอย่างเพื่อนำเสนอให้แก่ลูกค้าซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของลูกค้าในแต่ละประเทศ โดยทางบริษัทจะเป็นผู้ผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ในปี 2557 บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์เครื่องประดับภายใต้ตราสินค้า “ Beawelry” เพื่อจำหน่ายผ่านร้านค้าของบริษัทโดยการเข้าพื้นที่ในศูนย์การค้าเพื่อวางขายสินค้า

ในช่วงปลายปี 2560 บริษัทได้เปิดตัวเว็บไซต์ [www.beawelry.co.th](http://www.beawelry.co.th) สำหรับขายออนไลน์ในประเทศ [www.beawelry.com](http://www.beawelry.com) สำหรับขายต่างประเทศ และ Beawelry Thailand สำหรับลูกค้า Facebook

### การตลาด

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะได้รับการออกแบบตามความนิยม และกระแสแฟชั่นในแต่ละช่วงเวลาแต่ละเทศกาลของลูกค้าแต่ละประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะมีกลุ่มเป้าหมายคือ ลูกค้าในระดับกลาง โดยมีจุดเด่นที่คุณภาพมาตรฐาน รูปแบบสวยงามมีความประณีตและมีราคาที่เหมาะสม

กลุ่มลูกค้าส่งออกของบริษัทจะเป็นกลุ่มผู้ค้าส่ง (Wholesaler) และกลุ่มร้านค้าปลีกที่ประกอบธุรกิจในต่างประเทศ ซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก โดยดำเนินธุรกิจต่อเนื่องมายาวนาน ส่วนกลุ่มลูกค้าในประเทศไทยจะเป็นงานรับจ้างผลิตตามแบบของลูกค้าด้วย

สำหรับลูกค้า “ Beawelry” บริษัทวางตำแหน่งทางการตลาดเพื่อจับกลุ่มเป้าหมายลูกค้าวัยทำงานและกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้ร้านค้าของแบรนด์ Beawelry ในศูนย์การค้าเป็นช่องทางจัดจำหน่าย

ส่วนของเว็บไซต์ของแบรนด์ Beawelry [www.beawelry.co.th](http://www.beawelry.co.th) และ [www.beawelry.com](http://www.beawelry.com) ซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ โดยบริษัทได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ Social media ได้แก่ Facebook , Instagram ในนาม Beawelry Thailand การโปรโมทเพื่อแบรนด์และสินค้า มีการใช้แชท (Facebook Messenger) ในการสื่อสารให้ข้อมูลตอบคำถามลูกค้าเกี่ยวกับสินค้า และอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์

### กลุ่มลูกค้าเครื่องประดับอัญมณีแยกตามประเทศ

	2561	2562
สหรัฐอเมริกา	0.01	0.03
ยุโรป	15.05	11.39
ออสเตรเลีย	23.17	24.36
ไทย	27.82	34.48
อื่นๆ	0.01	0.03
รวม	66.07	70.29

หน่วย : ล้านบาท

### การแข่งขัน

ผู้ประกอบการผลิตและส่งออกเครื่องประดับอัญมณีมีทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศซึ่ง ได้แก่ จีน อินเดีย อิตาลี จำนวนมากมาย หากแต่เครื่องประดับของไทย ยังคงรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้ได้ด้วยคุณภาพ รูปแบบ เทคโนโลยีการผลิต ความประณีตในการผสมผสานงานฝีมือ

เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก บริษัทให้ความสำคัญกับการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

- จากสภาพเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป ที่ยังไม่ฟื้นตัวด้วยการหาตลาดที่มีแนวโน้มขยายตัวที่ดี ได้แก่ ออสเตรเลีย กลุ่มอาเซียน(AEC) ทดแทนอีกทั้งพัฒนารูปแบบสินค้าเพื่อการค้าปลีกโดยใช้ตราสินค้าของตนเอง
- จากการปรับราคาของโลหะมีค่า ทำให้ราคาเครื่องประดับทองสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภค บริษัทจึงปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าด้วยการใช้โลหะมีค่าน้อยลง หรือด้วยการใช้โลหะอื่นเข้ามาแทนเพื่อให้เกิดความหลากหลาย และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยราคาที่สมเหตุผล

### การจัดหาผลิตภัณฑ์

การผลิตเครื่องประดับอัญมณีของบริษัทจะใช้แรงงานฝีมือ ผสมผสานกับเทคโนโลยีการผลิตโดยใช้เครื่องจักรเป็นส่วนประกอบ ปริมาณการผลิตจึงขึ้นอยู่กับรูปแบบ รายละเอียดของชิ้นงาน เป็นตัวกำหนดปริมาณการผลิตที่ต่างกันไป

### ปริมาณการผลิตและจำนวนพนักงานฝ่ายผลิต

	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
ปริมาณการผลิตจริง (ชิ้น)	72,744	86,906	67,675
จำนวนพนักงานฝ่ายผลิต	128	122	120
ราคาตัวเฉลี่ย ต่อหน่วย (บาท)	1,052	758	1,038
รายได้ตัวเฉลี่ยต่อคน (บาท)	598,421	541,619	585,800

## วัตถุดิบและแหล่งจัดซื้อ

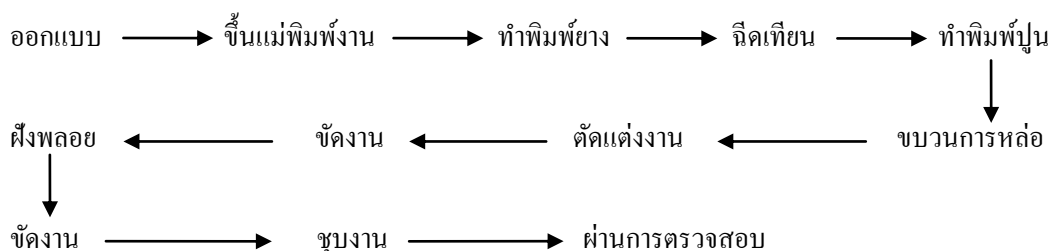
ประเภท	แหล่งจัดซื้อ	2561	2562
ทองคำ	ไทย	21.1	24.9
ส่วนประกอบและอื่น ๆ	ไทย	0.3	0.6
เพชร	ไทย,ฮ่องกง	2.1	1.5
พลอยต่าง ๆ	ไทย	2.3	2.0

หน่วย : ล้านบาท

บริษัทจะจัดซื้อวัตถุดิบจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศ หรือผู้จำหน่ายในประเทศทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพในการจัดซื้อให้เป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว สามารถคัดเลือกคุณภาพได้ ในการจัดซื้อนั้นบริษัทจะทำการคัดเลือกจากผู้จำหน่ายหลายราย เพื่อให้ได้คุณภาพตามที่ต้องการ โดยมีได้ผูกขาดหรือมีความสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายรายใด

สำหรับทองคำซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตนั้น บริษัทจะทำการสั่งซื้อเมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น เนื่องจากราคาทองคำมีความผันผวนอย่างต่อเนื่องในการจัดซื้อ บริษัทจะเปรียบเทียบราคาจากผู้จำหน่ายหลายรายที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย

## ขั้นตอนการผลิต



## ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในการผลิตเครื่องประดับอัญมณีจะไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากนัก เนื่องจากการผลิตเครื่องประดับอัญมณีของบริษัทจะเป็นการผสมผสานระหว่างช่างฝีมือและการใช้เทคโนโลยีเข้าด้วยกัน ทั้งโรงงานที่ผลิตจะติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เครื่องฟอกอากาศ เป็นการป้องกันมลภาวะทางอากาศ ในการป้องกันมลภาวะทางน้ำ บริษัทจะทำการตกตะกอน กรองน้ำ ก่อนที่จะระบายน้ำออกไป ซึ่งระบบการควบคุมต่างๆได้ผ่านการตรวจสอบจากกระทรวงอุตสาหกรรม

## งานที่ยังไม่ส่งมอบ

งานที่ยังไม่ส่งมอบจะเป็นสินค้าระหว่างการผลิต มูลค่า 1.61 ล้านบาท



2.) อัญมณี ได้แก่ พลอยทับทิม(Rubies), พลอยไพรีน(Sapphires) และพลอยอื่นๆ บริษัทจะทำการซื้อพลอยเจียรไนมาแล้วจากแหล่งผลิตภายในประเทศ นำมาทำการคัดเลือก แยกขนาด รูปร่าง แบ่งเกรดสี ความบริสุทธิ์ หรือทำการแก้ไข ตกแต่งรูปร่างใหม่ ให้ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ค้าอัญมณีรายใหญ่ในแต่ละประเทศ

#### การตลาดและการแข่งขัน

ด้วยอัญมณีเจียรไนเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ดังนั้นคุณสมบัติ เกรดสี ความบริสุทธิ์ คุณภาพการเจียรไน ก็มีความแตกต่างกันในแต่ละเม็ด ด้วยคุณสมบัติที่แตกต่างกันนี้ บริษัทจึงได้กำหนดมาตรฐานในการจัดระดับคุณภาพของอัญมณี เพื่อทำการคัดแยก แบ่งเกรด ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่จะนำไปผลิตเครื่องประดับอัญมณีเพื่อจำหน่ายต่อไป การให้ความสำคัญกับการคัดแยกคุณภาพนี้ จึงเป็นจุดเด่นของบริษัทที่มีอัญมณีคุณภาพหลากหลายให้เลือกซื้อ ด้วยราคาที่เหมาะสมตามคุณภาพสินค้า

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันพลอยทับทิมและพลอยไพรีนได้รับความนิยมลดน้อยลง เนื่องจากกระแสความนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปนิยมในพลอยเนื้ออ่อน (SEMI PRECIOUS STONE) ซึ่งมีสีสันทันหลากหลาย อีกทั้งราคาถูกกว่า จึงทำให้กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ค้าขายกันมาอย่างต่อเนื่อง มีจำนวนลดลง

#### กลุ่มลูกค้าอัญมณีแยกตามประเทศ

	2561	2562
สหรัฐอเมริกา	0.19	0.07
ยุโรป	32.59	13.55
เอเชีย	1.70	1.65
ไทย	8.05	1.88
รวม	42.53	17.15

หน่วย : ล้านบาท

#### การจัดหาผลิตภัณฑ์

##### วัตถุดิบและแหล่งจัดซื้อ

ประเภท	แหล่งจัดซื้อ	2561	2562
พลอยทับทิม (Rubies)	ไทย	27.6	5.5
พลอยไพรีน (Sapphires)	ไทย	2.0	3.0

หน่วย : ล้านบาท

#### งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

### 3. ปัจจัยเสี่ยง

#### **ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจส่งออก**

บริษัทดำเนินธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีเพื่อการส่งออกเป็นรายได้หลัก ซึ่งธุรกิจขึ้นอยู่กับลูกค้าในประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย แต่เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัว เป็นปัจจัยกดดันต่อการเติบโตทางอุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณี

การดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงต้องปรับทิศทางการตลาดไปจำหน่ายยังภูมิภาคอื่นที่ยังมีศักยภาพคืออยู่โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่ประเทศออสเตรเลีย และการปรับปรุงรูปแบบสินค้าเพื่อรองรับการค้าภายในอาเซียน อีกทั้งปรับปรุงรูปแบบสินค้าเพื่อลดการใช้ทองคำ เนื่องจากราคาทองคำมีทิศทางปรับราคาสูงขึ้นและยังมีการผันผวนอย่างมาก ทางบริษัทยังได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทในรูปแบบเครื่องประดับเงินโดยใช้ตราสินค้าของบริษัทเอง เพื่อตอบสนองความต้องการสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในราคาที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ

#### **ความเสี่ยงจากการทำธุรกิจค้าปลีก**

##### 1) ความเสี่ยงทางด้านความปลอดภัยของทรัพย์สิน

เนื่องจากสินค้าแบรนด์ Beawelry ของบริษัทเป็นเครื่องประดับอัญมณี ที่มีราคาสูง เคลื่อนย้ายได้ง่าย

ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงเกี่ยวกับการที่สินค้าของบริษัทฯ อาจสูญหายได้จากบุคคลภายนอก จากบุคคลภายในบริษัท หรือ จากอക്คิภัย บริษัทจึงมีนโยบายและระเบียบปฏิบัติงาน เพื่อป้องกันการสูญเสียดังกล่าว โดยการเก็บสินค้าไว้ในตู้นิรภัย

ทุกครั้งหลังเวลาเลิกงาน การบันทึกรายการเข้าออกและคำนวณความครบถ้วนของสินค้า ณ สิ้นวันทำงาน การนับสินค้า

คงเหลือทุกสิ้นเดือน และการเก็บสินค้าไว้ในห้องมั่นคงภายในอาคารของบริษัท ในการเคลื่อนย้ายสินค้า หัวหน้าแผนกขายต้องเซ็นอนุมัติการเคลื่อนย้ายทุกครั้ง และเป็นผู้บริหารจัดการการจัดส่งสินค้าทั้งหมด

สำหรับการป้องกันสำหรับเกิดเหตุอัคคิภัย บริษัทฯทำประกันร้านค้าสาขา Siam Center โดยประกันครอบคลุมสินค้าเครื่องประดับ (ยกเว้นเครื่องประดับที่ทำจากทอง) ตู้โชว์สินค้า อุปกรณ์เครื่องใช้ และเครื่องใช้ไฟฟ้า

##### 2) ความเสี่ยงจากการกำหนดราคาสินค้า และ การให้ส่วนลด

บริษัทมีนโยบายในการกำหนดราคาสินค้า โดยแบ่งประเภทของสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามต้นทุนแต่ละแบบ

ของสินค้า รูปแบบของสินค้า ตลอดจนประเภทและราคาวัตถุดิบ และจึงกำหนดราคาจำหน่ายสินค้าแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาด อนุมัติโดยกรรมการผู้จัดการ

ในการให้ส่วนลด พนักงานขายประจำร้านสาขาไม่มีอำนาจในการออกส่วนลดด้วยตนเอง บริษัทกำหนดให้ผู้บริหารแบรนด์เป็นผู้วางแผนและจัดทำโปรแกรมเพื่อส่งเสริมการขาย สำหรับเรื่องความถูกต้อง และครบถ้วนในการรับรู้รายได้ของบริษัท จากการให้ส่วนลด บริษัทได้ทำการป้องกันความเสี่ยง ด้วยการกำหนดให้มีการออกใบกำกับภาษี และ ใบเสร็จรับเงิน ทุกครั้งที่จำหน่ายสินค้า



### ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่รายเดียว

นับจากปี 2550 เป็นต้นมา บริษัทได้สูญเสียลูกค้ารายใหญ่รายหนึ่งในสหรัฐอเมริกา ซึ่งมียอดสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทประมาณปีละ 500 ล้านบาท แต่เนื่องจากลูกค้ารายนี้ประสบปัญหาทางการเงิน จึงโอนสิทธิการขายสินค้าให้กับบริษัทในประเทศอินเดีย ซึ่งเป็นบริษัทคู่แข่งในการผลิตสินค้าเช่นเดียวกับบริษัท ทำให้บริษัทได้รับผลกระทบต่อรายได้ที่ลดลงไปไม่ต่ำกว่าปีละ 500 ล้านบาท

### ความเสี่ยงทางการเงิน

บริษัทมีรายได้หลักเป็นเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา การผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้ส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัท ทางบริษัทมีนโยบายบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราล่วงหน้า (Forward Contract)

ในด้านความเสี่ยงจากการชำระหนี้ของลูกค้านั้น บริษัทจัดการความเสี่ยงโดยการตรวจสอบฐานะการเงินของลูกค้า กำหนดวงเงินกับลูกค้า ให้ส่วนลดเงินสดกับลูกค้าเพื่อกระตุ้นการชำระเงิน สำหรับลูกค้ารายใหม่บริษัทจะกำหนดให้มีเงินมัดจำสินค้าเมื่อมีคำสั่งซื้อสินค้า

### ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ณ วันที่ 1 เมษายน 2562 กลุ่มมณีไพโรจน์ ถือหุ้นในบริษัทจำนวน 18,519,300 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 77.16 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท ซึ่งตามสัดส่วนการถือหุ้นที่มากกว่า 3 ใน 4 ดังกล่าวทำให้กลุ่มมณีไพโรจน์มีอำนาจในการควบคุมบริษัท และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบริษัทในทุกเรื่องที่ต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่นี้เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาได้

#### 4. สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักร

1. ที่ดิน 70 ตารางวา พร้อมอาคารพาณิชย์ 7 ชั้น 5 คูหา เลขที่ 307-307/1-4 ถ.สุรวงศ์ แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ เป็นที่ตั้งสำนักงานของบริษัทและโรงงานผลิตเครื่องประดับอัญมณี มูลค่าตามบัญชี 6,567,315 บาท
2. ที่ดิน 61 ตารางวา พร้อมอาคาร 3 ชั้น เลขที่ 56 ถนนสุรวงศ์ แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ เป็นอาคารสำนักงานของบริษัท เชื่อมติดกับอาคารเลขที่ 307-307/1-4 มูลค่าตามบัญชี 1,625,152 บาท
3. ที่ดิน 46.23 ตารางวา พร้อมอาคาร 4 ชั้น เลขที่ 305 ถนนสุรวงศ์ แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ เป็นอาคารสำนักงานของบริษัท ซึ่งเชื่อมติดกับ อาคารเลขที่ 56 มูลค่าตามบัญชี 6,900,001 บาท
4. ที่ดิน 42 ไร่ 3 งาน 22 ตารางวา จำนวน 6 โฉนด ก.ม.171-172 ถนนเพชรเกษม ต.สมอพลี อ.บ้านลาด จ.เพชรบุรี เพื่อใช้ในการขยายโรงงานผลิตเครื่องประดับอัญมณีมีมูลค่าตามบัญชี 52,793,073 บาท
5. มูลค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตหลังจากหักค่าเสื่อมสะสม ณ วันสิ้นงวดปี 2562 มีมูลค่ารวม 9.45 ล้านบาท

##### มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ

บริษัทไม่มีหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นจากการค้าประกัน อาวัล ภาระจำนอง หรือการค้าประกันให้บุคคลอื่น

มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ 397,817,589 บาท

มูลค่าสินทรัพย์สุทธิต่อหุ้น 16.58 บาท

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ในเดือนพฤศจิกายน 2549 บริษัทและธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยในฐานะผู้รับประกันการส่งออก ได้มอบหมายให้ทนายความ Kazlow & Kazlow เป็นผู้ดำเนินการฟ้องร้องในคดีล้มละลายของ Fabrikant Leer International Ltd ณ เมือง นิวยอร์ก รัฐนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ลูกหนี้การค้าต่างประเทศรายนี้มีจำนวนเงินค้างชำระคิดเป็นจำนวนเงิน 232.31 ล้านบาท ได้ประสบปัญหาทางการเงินและเข้าสู่กระบวนการล้มละลายตามกฎหมายรัฐนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดย Bankruptcy Court ได้แต่งตั้งผู้จัดการดูแลทรัพย์สิน (Trustee) เพื่อดำเนินการชำระบัญชีและจัดสรรส่วนแบ่งคืนให้แก่เจ้าหนี้ตามแผนฟื้นฟูกิจการ โดยมีกำหนดสิ้นสุดในวันที่ 22 พฤษภาคม 2559

ต่อมาบริษัท ได้รับหนังสือจากทางธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นผู้รับประกันการส่งออกเมื่อ วันที่ 8 พฤษภาคม 2560 ซึ่งแจ้งว่าบริษัทจะไม่ได้รับส่วนแบ่งใด ๆ การพิจารณาคดีของศาลล้มละลายของสหรัฐอเมริกากับเจ้าหนี้รายอื่นยังไม่สิ้นสุด และยังไม่มีการกำหนดระยะเวลาที่แน่นอน

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 6/2561 เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2561 ได้มีมติอนุมัติให้ตัดหนี้สูญ ลูกหนี้การค้าต่างประเทศรายนี้ พร้อมกับการตัดจำหน่ายบัญชีเจ้าหนี้การค้ารายเดียวกัน

## 6. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท บริษัท สว่างเอ็กซ์พอร์ต จำกัด (มหาชน)

ชื่อย่อหลักทรัพย์ SAWANG

ประเภทธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี, อัญมณี

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 307-307/1-4, 56, 305 ถนนสุขุมวิท แขวงสุริยวงส์

เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

เลขทะเบียนบริษัท 0107536001290

โทรศัพท์ 02-266-5571

โทรสาร 02-236-5271

ทุนจดทะเบียน หุ้นสามัญ 252,000,000 บาท

ทุนที่ชำระแล้ว หุ้นสามัญ 240,000,000 บาท

e-mail [sawang@sawangexport.com](mailto:sawang@sawangexport.com)

[accounting@sawangexport.com](mailto:accounting@sawangexport.com)

นายทะเบียนหลักทรัพย์ บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง

กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ : (662) 009 9000 โทรสาร : (662) 009 9991

e-mail : [SETContractCenter@set.or.th](mailto:SETContractCenter@set.or.th)

ผู้สอบบัญชี นายพรชัย กิตติปัญญางาม ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 2778

นางสุนีย์ กิตติปัญญางาม ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 2899

นายธนากร ฝักไฝผล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 4879

บริษัท บัญชีกิจ จำกัด

เลขที่ 87/102-103 อาคารโมเดิร์นทาวน์ ชั้น 9 ซอยเอกมัย 3

ถนนสุขุมวิท 63 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ : 02-382-0414 โทรสาร : 02-381-5849

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย บริษัท เภา แอนด์ แอสโซซิเอตส์ ลอว์ ออฟฟิศ จำกัด

เลขที่ 140/40 อาคารไอทีเอฟทาวเวอร์ ชั้น 19 ถนนสีลม แขวงสุริยวงส์ เขต

บางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์ : 02-634-4995-7 โทรสาร : 02-238-2574