ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์แนชชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (เดิมชื่อ บริษัท มุ่งพัฒนา มาร์เก็ตติ้ง จำกัด) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2524 โดยคุณสุเมธ เลอสุมิตรกุล ด้วยทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องครัวที่มีคุณภาพ ต่อมาในปี 2531 บริษัทได้รับสิทธิในการผลิต การใช้ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้เครื่องหมายการค้า "พีเจ้น" (Pigeon) แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ซึ่งพีเจ้นเป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับแม่และเด็กที่มีชื่อเสียงจากประเทศญี่ปุ่น และด้วยความรู้และประสบการณ์ของผู้บริหารทำให้บริษัทมีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ สามารถสรุปได้ดังนี้

ปี 2524 ก่อตั้งขึ้นโดยคุณสุเมธ เลอสุมิตรกุล ภายใต้ชื่อ "บริษัท มุ่งพัฒนามาร์เก็ตติ้ง จำกัด" ด้วยทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท

ปี 2531 บริษัทได้รับสิทธิในการผลิต การใช้ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้เครื่องหมายการค้า "พีเจ้น" (Pigeon) แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย จากพีเจ้น คอร์ป ประเทศญี่ปุ่น

ปี 2533 บริษัทได้เข้าทำสัญญากิจการร่วมค้ากับพีเจ้น คอร์ป เพื่อจัดตั้งบริษัท ไทยพีเจ้น จำกัด ("TP") มีจุดประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จุกนมซิลิโคน ขวดนม และชิ้นส่วนพลาสติกเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ TP มีทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 20 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นจำนวน 200,000 หุ้น โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 84,000 หุ้น คิดเป็นอัตราร้อยละ 42 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว

ปี 2535 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 50 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท มีจำนวน 500,000 หุ้น เพื่อวัตถุประสงค์ในการขยายกิจการ

ปี 2537 บริษัทได้เข้าทำสัญญากิจการร่วมค้ากับ บริษัท โยชิโน โคเคียวโช (ประเทศญี่ปุ่น) ("โยชิโน ญี่ปุ่น") และ บริษัท โนมูระ จิมูโช อิ้งค์ (ประเทศญี่ปุ่น) เพื่อจัดตั้งบริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด ("YMP") เพื่อก่อตั้งโรงงานผลิตสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติก อาทิเช่น หัวปั๊มสเปรย์ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลว ขวดบรรจุภัณฑ์ และพลาสติกเคลือบ YMP มีทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 125 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นจำนวน 1,250,000 หุ้น โดยบริษัทเข้าถือหุ้นจำนวน 437,500 หุ้น คิดเป็นอัตราร้อยละ 35 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว

ปี 2539 บริษัทได้เข้าทำสัญญากิจการร่วมค้ากับพีเจ้น คอร์ป เพื่อจัดตั้งบริษัท พีเจ้น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด ("PIT") โดยมีจุดประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายแผ่นซับน้ำนมและผ้าเช็ดทำความสะอาด PIT มีทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 120 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นจำนวน 12,000,000 หุ้น โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 1,200,000 หุ้น คิดเป็นอัตราร้อยละ 10 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว

ปี 2541 TP เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 20 ล้านบาท เป็น 122 ล้านบาท คิดเป็นจำนวนหุ้นเท่ากับ 1,220,000 หุ้นเพื่อขยายโรงงานเพิ่มกำลังการผลิต บริษัทได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน TP เป็นร้อยละ 47 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว หรือเทียบเท่ากับหุ้นจำนวน 573,400 หุ้น

ปี 2543 PIT เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 120 ล้านบาท เป็น 144 ล้านบาท คิดเป็นหุ้นจำนวน 14,400,000 หุ้น มีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มทุนเพื่อขยายโรงงาน บริษัทขายหุ้นจำนวน 840,000 หุ้นคืนให้กับพีเจ้น คอร์ป และไม่ลงทุนซื้อหุ้นเพิ่มทุน จึงทำให้สัดส่วนการถือหุ้นใน PIT ลดลงเหลือร้อยละ 2.5 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว

ปี 2544 YMP ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 125 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท คิดเป็นจำนวนหุ้น 3,000,000 หุ้น มีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มทุนเพื่อขยายโรงงาน บริษัทขายหุ้นจำนวน 287,500 หุ้นคืนโยชิโนะ ญี่ปุ่น และลงทุนซื้อหุ้นเพิ่มทุนแต่ไม่ครบตามสัดส่วนการถือหุ้น จึงทำให้สัดส่วนการถือหุ้นใน YMP ลดเหลือร้อยละ 6 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว

ปี 2549 บริษัทได้จัดให้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2549 เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2549 มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลเป็นจำนวน 115 ล้านบาท

ปี 2550 บริษัทได้ซื้อตราสินค้าสไมลี่ สมาร์ทวี และบีแคร์ เป็นสินค้าประเภทของใช้ประจำวันจากบริษัท ไมซีส จำกัด ("ไมซีส") ซึ่งเคยจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทในต่างจังหวัด และไมซีสไม่มีความเกี่ยวข้องใดๆ กับบริษัทที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์

ปี 2551 บริษัทได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001: 2000 จากบริษัท ยูไนเต็ดรีจิสตร้า ออฟ ชิสเท็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อเดือนมกราคม 2551

บริษัทได้จัดให้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2551 เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2551 มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนและเรียกชำระจำนวน 40 ล้านบาท ทำให้ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วของบริษัทเพิ่มขึ้น จาก 50 ล้านบาทเป็น 90 ล้านบาท และได้อนุมัติจ่ายเงินปันผลเป็นจำนวน 60 ล้านบาท

บริษัทได้จัดให้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 5/2551 เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2551 มีมติให้แปรสภาพบริษัทฯเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อบริษัทใหม่เป็น "บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์แนชชั่นแนล จำกัด (มหาชน)" และแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาทเป็นหุ้นละ 1 บาท รวมถึงมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 90 ล้านบาท เป็น 120 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

จำนวน 30 ล้านหุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ได้มีการอนุมัติจ่ายเงินปันผลเป็นจำนวน 21.6 ล้านบาท

ปี 2552 บริษัทร่วมลงนามในสัญญาจัดจำหน่ายสินค้า กับบริษัท พีไอพี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงลอกเท้า ภายใต้เครื่องหมายการค้า "Revival Care"

ปี 2553 บริษัทร่วมลงนามในสัญญาจัดจำหน่ายสินค้า กับบริษัท ไทย มัลติพลาย จำกัด บริษัท ศิริมงคล อินเตอร์เทรด จำกัด บริษัท ไทยอินดัน จำกัด และบริษัท ฟอร์แคร์ จำกัด เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายใต้เครื่องหมายการค้า "YURA" "BR" "Jintan" และ "4CARE" ตามลำดับ

ปี 2554 บริษัทเปิดตัวโครงการ "Pigeon Little Moments Club" เพื่อเป็นช่องทางสื่อสารให้ลูกค้าติดต่อกับบริษัทได้ ไม่ว่าจะเป็นการขอคำปรึกษาเกี่ยวกับการเลี้ยงดูทารก หรือการให้รายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัทในปีเดียวกันนี้บริษัทได้ยกเลิกการขายสินค้าภายใต้ตรา "Jintan"

ปี 2555 ภายใต้ตราสินค้าพีเจ้น บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดมากมาย อาทิเช่น จุกเสมือนนมมารดารุ่นพลัส แปรงสีฟันและยาสีฟันเด็ก แก้วหัดดื่ม MagMag เป็นต้น และในปีนี้บริษัทได้รับความไว้วางใจในการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปากภายใต้ตราสินค้าจอร์แดน และบริษัท พีพีเอ็น ฟู้ดส์ จำกัด ผู้ผลิตน้ำพริกภายใต้เครื่องหมายการค้า "รุ่งเจริญ" นอกจากนี้บริษัทยกเลิกการขายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า "YURA" และเพื่อรองรับการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในปีนี้บริษัทได้มอบหมายให้บริษัท DHL ซึ่งเป็นผู้นำระดับโลกด้านลอจิสติกส์ ดูแลเรื่องการบริหารคลังสินค้า

ปี 2556 บริษัทได้มีการเปิดตัวแคมเปญ "Meet The Expert - เพราะเราเข้าใจ เราจึงเชี่ยวชาญ" เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก จากการวิจัยพัฒนาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เข้าใจถึงความต้องการของแม่ในการเลี้ยงดูลูกน้อย จาก ศูนย์วิจัยและพัฒนา Pigeon ในประเทศญี่ปุ่น และมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดทำความสะอาด สูตรลาโนลิน ขนาด 20 ชิ้น และกลุ่มขวดนมให้มีความหลากหลาย

ด้านการขยายการดำเนินธุรกิจ บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มเวเฟอร์ และ แครกเกอร์ ภายใต้ตราสินค้า Rebisco โดยบริษัท Andaman International Resources Co., Ltd. นอกจากนี้บริษัทได้มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดในกลุ่มผ้าเช็ดทำความสะอาดสำหรับผู้ใหญ่ คือ วีแคร์ แนชเชอรัลไวพส์ ลาย เฮลโลคิตตี้ และ ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวกายสำหรับผู้ชาย วีแคร์ รีเฟรชชิ่งไวพส์ สูตรคูลแมกซ์ และมีการปรับปรุงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สำลี วีแคร์ให้มีความทันสมัย ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคด้วยความหลากหลายและมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มสำลีเพื่อความงาม Beauty and Make up Cotton โดยในปลายปี2556 บริษัทได้มีการขยายธุรกิจไปยังตลาดต่างประเทศ โดยมีการนำผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า วีแคร์ และจอร์แดน ไปจัดจำหน่ายในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นประเทศแรก เพื่อรองรับการเปิดตลาดของ AEC ในอนาคต

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

ปี 2557 บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดว่ายน้ำสำหรับทารกและเด็กเล็กภายใต้ตราสินค้า Splash About จากประเทศอังกฤษ และมีการแนะนำผลิตภัณฑ์แผ่นซับน้ำนม Pigeon ที่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีการซึมซับได้ดีขึ้นกว่าเดิมด้วยเทคโนโลยีผิวหน้าแบบรังผึ้ง และได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและขนมสำหรับเด็กเล็ก ตราสินค้า พีชชี่ (Peachy) ซึ่งจัดจำหน่ายไปยังประเทศกัมพูชา นอกจากนี้ บริษัทมีการยกเลิกการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เวเฟอร์และแครกเกอร์ตรา Rebisco และผลิตภัณฑ์ถุงลอกเท้า Rivival Care บริษัทได้มีการพัฒนานำระบบสารสนเทศทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ERP-SAP System) เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนงาน การควบคุมติดตามต่างๆ และเพื่อทำให้การบริหารจัดการโดยรวมของบริษัทมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างเสริมความพร้อมทางธุรกิจในการเปิดเสรีอาเซียน (AEC) ในอนาคตอันใกล้นี้

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

วิสัยทัศน์

" มุ่งพัฒนาสู่ความเป็นเลิศในด้านสินค้าและบริการ ภายใต้ คุณธรรม, จริยธรรม และความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นักลงทุน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า "

พันธกิจ

1. มุ่งเป็นองค์กรที่มีผลกำไรโดดเด่น และได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภค คู่ค้า และนักลงทุน
2. มุ่งเป็นองค์กรที่จะให้ความสำคัญกับบุคลากร เน้นการพัฒนาทักษะ องค์ความรู้ และคุณภาพชีวิตของพนักงาน
3. มุ่งเป็นองค์กรที่ให้ความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า และเติบโตควบคู่กันไปในระยะยาว
4. มุ่งเป็นองค์กรที่เน้นย้ำ จริยธรรม คุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ และรับผิดชอบต่อสังคม
5. มุ่งเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในความเป็นมืออาชีพด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้า

คุณค่า

1. เรามุ่งมั่นในการทำงาน รักษาสัญญา พร้อมและยอมรับในการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้มาซึ่งผลงานที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านคุณภาพของผลงานและบุคลากร
2. เรามุ่งเน้นให้ความสำคัญในด้านความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าเพื่อการเติบโตควบคู่กันไปในระยะยาว เราให้บริการกับคู่ค้าของเราด้วยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและชำนาญการเพื่อสร้างแนวคิดหรือผลิตสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ รวมถึงการบริหารงานโดยเน้นหลักจริยธรรมและคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจและรับผิดชอบต่อสังคม
3. เรามุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กร โดยยึดหลักความสามัคคีและส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เรายึดมั่นในการทำงานเป็นทีมโดยมุ่งปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ และมุ่งสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ซึ่งพนักงานให้เกียรติซึ่งกันและกัน บุคลากรทุกคนจะได้รับการสนับสนุนให้มีความรู้ ความสามารถ กระตุ้นให้มีความใฝ่รู้ และได้โอกาสในการพัฒนาตนเองให้เติบโตไปกับองค์กร
4. เราให้ความสนใจและยึดถือความต้องการของลูกค้าเป็นศูนย์รวมในการดำเนินธุรกิจ โดยเรามองสิ่งต่างๆ จากภายนอกเข้ามา สามารถเข้าใจและเห็นถึงความต้องการของลูกค้า และพร้อมอยู่เคียงข้างลูกค้าเพื่อพัฒนาหาวิธีที่จะตอบสนองความต้องการนั้น และสามารถสร้างผลตอบแทนที่สูงขึ้นได้จากความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงใจ ตรงความต้องการของลูกค้าด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และแปลกใหม่ เพื่อช่วยลูกค้าประสบความสำเร็จในสิ่งที่ต้องการได้ด้วยคุณภาพและความพึงพอใจ

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจภายใน 2 – 3 ปี ข้างหน้า ดังนี้

1. บริษัทยังคงมุ่งเน้นที่จะขยายสายผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน ทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์แม่และเด็กของพีเจ้น และกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล วีแคร์ ทั้งในรูปของการนำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ และ/หรือผลิตขึ้นเองภายในประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และขยายกลุ่มผู้บริโภคไปยังกลุ่มที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการขยายกลุ่มสินค้าของบริษัทให้มากขึ้น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีการเติบโตที่ยั่งยืนและต่อเนื่อง

2. บริษัทมีจุดมุ่งหมายในการขยายการครอบคลุมร้านค้าให้มากยิ่งขึ้น ในช่องทางที่หลากหลาย โดยการพัฒนาโครงสร้างทีมขายที่รองรับการเติบโตและความหลากหลายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ จากการที่บริษัทมีธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์ในหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์มากขึ้น ช่องทางการจัดจำหน่ายจึงมีการขยายตัวในการรองรับธุรกิจที่หลากหลายทั่วประเทศ โดยการเพิ่มพนักงานขายและหน่วยรถในต่างจังหวัด เพื่อส่งเสริมให้บริษัทมีการเติบโตด้านการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องในอนาคต ในขณะที่มีโอกาสของการเปิดเสรีอาเซียน ที่จะทำให้สินค้าต่างประเทศที่จะนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยมีมากขึ้น การเตรียมพร้อมด้านช่องทางจัดจำหน่ายจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านการตลาด บริษัทยังคงมุ่งเน้นในการเติบโตของผลิตภัณฑ์พีเจ้นที่เป็นผู้นำในตลาด เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์จุกนม ขวดนม กลุ่มผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ และผ้าเช็ดทำความสะอาดผิว (Baby Wipe) และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่จะออกสู่ตลาด นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นในการสร้างตราสินค้าให้โดดเด่นและแตกต่างเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคภายใต้ "พีเจ้น ผู้เชี่ยวชาญพัฒนาการเด็กและทารก" รวมถึงการสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ซึ่งยังคงมุ่งเน้นให้เกิดการรับรู้ตราสินค้ามากขึ้น พร้อมกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขวางขึ้น โดยจะมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่จะขยายให้กลุ่มผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและเติบโตได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในระยะยาว ทั้งสินค้าภายใต้แบรนด์ V-Care และกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะพัฒนาสู่ตลาดในระยะเวลาอันใกล้นี้

4. บริษัทให้ความสำคัญในการเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย บริษัทจึงมีความพร้อมที่จะเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับสินค้า และบริการใหม่ๆ โดยอาจเข้าร่วมทุนกับบริษัทต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความร่วมมือทางการตลาดมากขึ้น บริษัทเชื่อมั่นว่าบริษัทมีศักยภาพในด้านเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่าย พนักงานขาย และความเชี่ยวชาญด้านการทำการตลาดโดยเน้นการบริหารแบรนด์ในระยะยาว ประกอบกับชื่อเสียงของบริษัทที่ได้รับการยอมรับมานาน จึงทำให้ บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์แนชชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ที่ต้องการที่จะทำการตลาด หรือกระจายสินค้าภายในประเทศไทย

5. บริษัทยังคงมีแผนการดำเนินงานในการขยายตลาดสู่ประเทศต่างๆในอาเซียนต่อไป โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน ที่บริษัทได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2556 ที่ได้มีการขยายธุรกิจไปในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และในปี 2557 ได้มีการขยายธุรกิจไปในประเทศกัมพูชาเพื่อรองรับโอกาสของการเปิดเสรีอาเซียน จึงมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของพนักงานเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันรองรับการเติบโตของบริษัท

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

ด้วยเป้าหมายการเติบโตในการดำเนินธุรกิจ บริษัทมุ่งเน้นการเติบโตอย่างยั่งยืนจากการทำการตลาดทั้งสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทและธุรกิจตัวแทนจำหน่าย โดยการหาพันธมิตรทางการค้าใหม่ในอุตสาหกรรม จากศักยภาพด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีเครือข่ายทั้งในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับการขยายธุรกิจของบริษัทในการเปิดเสรีอาเซียน บริษัทมีการบริหารความหลากหลายของกลุ่มธุรกิจต่างๆ ให้สอดคล้องกับการเติบโตที่สร้างผลกำไรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ด้วยกลยุทธ์ที่จะนำมาซึ่งรายได้ที่เติบโตในระยะยาว

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท

บริษัทดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มธุรกิจหลัก ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท

1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในครัวเรือน ได้แก่

- กระบอกฉีดน้ำภายใต้ตราสินค้าฟ็อกกี้ (Foggy) และ สไมล์วี (Smile-V)
- มีดแสตนเลสภายใต้ตราสินค้าเกอร์ลาจ (Gerlach)

1.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ประจำวัน ได้แก่ สินค้าจำพวกสำลี ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวสำหรับผู้ใหญ่ แปรงสีฟัน ตราสินค้าวีแคร์ (V-Care)

2. กลุ่มธุรกิจตัวแทนจัดจำหน่าย

บริษัทมีความเชี่ยวชาญในด้านการตลาด โดยจะบริหารแบรนด์หรือตราสินค้าที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายให้เป็นที่รู้จักและรักษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้คงความนิยมในแบรนด์อย่างต่อเนื่องผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทได้กำหนดไว้ นอกจากนี้บริษัทยังมีความชำนาญในด้านการจัดจำหน่ายโดยมีเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศไทยทั้งร้านค้าสมัยใหม่หรือโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และผ่านรถขายเงินสด (Cash Van) รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ อาทิ ธุรกิจขายตรง และ E-commerce เป็นต้น จากความเชี่ยวชาญและความชำนาญในการบริหารตราสินค้า และการมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ ทำให้บริษัทมีศักยภาพสามารถให้บริการเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับสินค้าอื่น ๆ ที่ต้องการทำการตลาดในประเทศไทยและทำให้บริษัทมีจำนวนสินค้าที่จัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น โดยมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้น ดังนี้

2.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กภายใต้ตราสินค้าพีเจ้น (Pigeon) จากประเทศญี่ปุ่นโดยเน้นที่เด็กทารกที่มีอายุระหว่าง 0-3 ปี รวมถึงผลิตภัณฑ์สำหรับคุณแม่ เพื่อครอบคลุมความต้องการในทุก ๆ ด้าน อาทิ เช่น จุกนม ขวดนม ผลิตภัณฑ์ป้อนอาหารทารก อุปกรณ์การให้นมมารดา และผ้าเช็ดทำความสะอาดผิว เป็นต้น

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

2.2 ผลิตภัณฑ์ชุดว่ายน้ำทารกและเด็กเล็ก Splash About จากประเทศอังกฤษ

2.3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ประจำวัน

- ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปาก แปรงสีฟัน ไหมขัดฟัน จอร์แดน

2.4 กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่ม

- ฟอร์แคร์ เทสตี้ฟิต กะทิธัญพืช
- ฟอร์แคร์ บาลานซ์ เครื่องดื่มธัญญาหารน้ำจมูกข้าว
  (สูตรต้นตำรับ,สูตรไม่เติมน้ำตาล,รสดาร์คช็อกโกแลต,รสงาดำ)
- ฟอร์แคร์ บาลานซ์ ออร์แกนิค เครื่องดื่มน้ำนมข้าว
  (สูตรไม่เติมน้ำตาล,รสสตอร์เบอร์รี่บานาน่า,รสวานิลลา)
- น้ำพริกมินิ รุ่งเจริญ
- ผลิตภัณฑ์อาหารและขนมสำหรับเด็ก Peachy (เฉพาะในประเทศกัมพูชา)

นอกจากการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคแล้ว บริษัทยังมีกิจการร่วมค้ารวมทั้งสิ้น 3 บริษัท ได้แก่ TP PIT และ YMP โดยมีสัดส่วนการร่วมลงทุนอยู่ที่ร้อยละ 47 ร้อยละ 2.5 และร้อยละ 6 ตามลำดับ ในการร่วมลงทุนดังกล่าวบริษัทได้รับประโยชน์จากการได้สิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่แต่ละบริษัทร่วมค้าผลิตแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย รวมถึงได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล

เงินลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัท ไทยพีเจ้น จำกัด หรือ TP เป็นกิจการร่วมค้าระหว่างบริษัท พีเจ้น คอร์ปอเรชั่น จากประเทศญี่ปุ่น และบริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์แนชชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทขึ้นเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2533 ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทารกภายใต้ตราสินค้าพีเจ้น สินค้าที่ผลิต ได้แก่ จุกนม, ขวดนม ผลิตภัณฑ์พลาสติก น้ำยาทำความสะอาดจุกนมและขวดนม เป็นต้น โดยจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ปัจจุบันมีทุนชำระแล้ว 122 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทเป็นตัวแทนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของ TP แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

เงินลงทุนระยะยาวอื่น

บริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด หรือ YMP เป็นกิจการร่วมค้าระหว่าง 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท โยชิโน โคเคียวโช (ประเทศญี่ปุ่น) บริษัท โนมูระ จิมูโช (ประเทศญี่ปุ่น) และบริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์แนชชั่นแนล จำกัด (มหาชน) โดยแต่ละบริษัทถือหุ้นใน YMP ในสัดส่วนร้อยละ 83 ร้อยละ 11 และร้อยละ 6 ตามลำดับ YMP ได้จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2537 ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติก ชิ้นส่วนส่วนประกอบและอะไหล่ที่เป็นพลาสติก เพื่อจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ เช่น หัวฉีดน้ำ, หัวปั๊ม, ขวดแชมพู, หลอดสำหรับครีมบำรุงผม และตลับแป้ง เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทเป็นตัวแทนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ YMP แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิลวกุล

บริษัท พีเจ้น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ PIT เป็นกิจการร่วมค้าระหว่าง บริษัท พีเจ้น คอร์ปอเรชั่น จากประเทศญี่ปุ่น และ บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์แนชชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทขึ้นเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2539 ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผ้าเช็ดทำความสะอาดผิว และแผ่นซับน้ำนม โดยจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ PIT แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

โครงสร้างรายได้

ประเภทของรายได้	2555		2556		2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
จำหน่ายผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก	465.5	67.3	500.3	63.4	529.8	69.6
จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค	89.9	13.0	104.6	13.3	130.7	17.2
จำหน่ายผลิตภัณฑ์พลาสติกและบรรจุภัณฑ์	62.5	9.0	94.3	12.0	33.2	4.4
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย[1]	44.1	6.4	56.4	7.1	46.4	6.1
รายได้จากเงินปันผล[2]	4.1	0.6	2.4	0.3	3.7	0.5
รายได้อื่น[3]	25.1	3.6	31.1	3.9	16.7	2.2
รายได้รวม	691.2	100.0	789.1	100.0	760.5	100.0

หมายเหตุ :

1 ส่วนแบ่งกำไรจาก TP

2 เงินปันผลจาก YMP และ PIT

3 รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้ค่าเช่า, รายได้ค่านายหน้า, กำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์ และกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

กลยุทธ์การประกอบธุรกิจของแต่ละกลุ่มธุรกิจ ประกอบด้วย

2.1 กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท

2.1.1 ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ตราสินค้า วีแคร์

บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ภายใต้แบรนด์หลักคือ วีแคร์ โดยในปัจจุบันมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์วีแคร์ดังต่อไปนี้

ตราสินค้า	หมวดผลิตภัณฑ์	จุดขายหลัก
วีแคร์แนชเชอรัล	สำลีอเนกประสงค์	สำลีคุณภาพจากใยฝ้ายธรรมชาติ 100% เนียนนุ่ม อ่อนโยนปราศจากสารเรืองแสง อ่อนโยนทุกๆสัมผัส
วีแคร์บิวตี้แอนด์เมคอัพ	สำลีเพื่อความงาม	สำลีคุณภาพที่ออกแบบเป็นพิเศษเพื่อการดูแลผิวและแต่งหน้าโดยเฉพาะ เทคโนโลยีการถักทอด้วยน้ำเพื่อให้ได้เส้นใยยาวกว่า เนื้อสัมผัสเนียนละเอียด ไม่ระคายผิว แม้ผิวบอบบางบริเวณรอบดวงตาหรือริมฝีปาก
วีแคร์	ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวสำหรับผู้หญิง	สูตรอ่อนโยนจากธรรมชาติปราศจากแอลกอฮอล์ พร้อมกลิ่นหอมอ่อนๆจากคาโมมายล์และโรสฮิป พร้อมลายเฮลโลคิตตี้ **Hello Kitty**
วีแคร์เมน	ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวสำหรับผู้ชาย	สูตร Cool Max ให้ความเย็น สดชื่น มั่นใจในแบบผู้ชาย ช่วยลดเหงื่อ และการสะสมของแบคทีเรียอันเป็นสาเหตุของกลิ่นกาย
แปรงสีฟันวีแคร์	แปรงสีฟันสำหรับเด็กและผู้ใหญ่	ขนแปรงอ่อนนุ่ม ถนอมป้องกันเหงือกและเคลือบฟัน ดีไซน์หลากหลาย ราคาคุ้มค่า

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทเน้นพัฒนาและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาคุ้มค่า และมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันของกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นการสร้างแบรนด์ วีแคร์ (V-CARE) ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางยิ่งขึ้น เป็นผู้นำด้านสำลี และเป็นแบรนด์ที่ผู้บริโภคนึกถึง ด้วยการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ หลากหลาย จับกลุ่มตลาดใหม่ๆ ออกสู่ตลาด พร้อมกับเน้นการกระจายสินค้า เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ทั่วถึง ทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และ ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ (Modern Trade)

ในปี 2557 บริษัทได้มีการปรับปรุง ปรับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสำลีวีแคร์ใหม่ โดยเน้นฐานจุดขายของความสะอาด บริสุทธิ์จากธรรมชาติ 100% และปลอดภัยจากสารตกค้าง รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ดูสะอาด โดดเด่น ให้ความรู้สึกที่ทันสมัย อ่อนวัยและเป็นมิตรมากขึ้น พร้อมกันนี้ยังขยาย Segment ไปยังกลุ่มสำลีเพื่อความงาม เพื่อจับกลุ่มลูกค้าผู้หญิงที่ใช้สำลีเพื่อผิวหน้าโดยเฉพาะ ด้วยการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้คอนเซ็ป Beauty and Makeup Cotton ที่โดดเด่นเรื่องเทคโนโลยีการผลิตและคุณภาพสำลี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการการดูแลผิวหน้าเป็นพิเศษ

หลังจากได้มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ในกลุ่มผ้าเช็ดทำความสะอาดสำหรับผู้หญิง วีแคร์แนชเชอรัล สกินไวพส์ ลายเฮลโลคิตตี้ และผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวสำหรับผู้ชาย วีแคร์เมนรีเฟรชชิ่งไวพส์ สูตรคูลแมกซ์ ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี บริษัทได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้บริโภคได้ร่วมทำกิจกรรมและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่นี้

กิจกรรมทางการตลาด

บริษัทเน้นการทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย สร้างการรับรู้ในแบรนด์และตัวสินค้าผ่านกิจกรรมทั้งในและนอกร้านค้า เน้นการสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และการเลือกใช้สื่อที่เฉพาะเจาะจงกับกลุ่มเป้าหมายและสร้างการจดจำให้แบรนด์

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าเช็ดทำความสะอาดผิว บริษัทยังคงเน้นด้วยการสร้างการรับรู้ และทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ด้วยการทำโรดโชว์ แจกสินค้าทดลองใช้ ในกิจกรรมกีฬาต่างๆ เช่น วิ่งมาราธอน บันจักรยาน และตามแหล่งท่องเที่ยว หรือช้อปปิ้งกลางแจ้ง ตลาดนัดบริเวณอาคารสำนักงาน รวมถึงมีการสื่อสารผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางเครือข่ายร้านค้าที่ครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศ โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายหลักๆ ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ซึ่งประกอบด้วยร้านค้าส่ง-ปลีกทั่วไปที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ และช่องทางอื่นๆ ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบขายตรง ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านตัวแทนจำหน่ายเฉพาะ (Specialty Shop) โรงพยาบาล สถานเสริมความงาม และช่องทางการจัดจำหน่ายทางอิเลคโทรนิคส์ (E-commerce)

1.2 ผลิตภัณฑ์เครื่องครัว ได้แก่ กระบอกฉีดน้ำฟ็อกกี้ และ สไมล์วี

ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนที่บริษัทจัดจำหน่าย ได้แก่ กระบอกฉีดน้ำฟ็อกกี้ (Foggy) กระบอกฉีดน้ำ สไมล์วี (Smile-V) และมีดอุตสาหกรรม เกอร์ลาจ (Gerlach) บริษัทเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายฟ็อกกี้ โดยบริษัทจดเครื่องหมายการค้า ฟ็อกกี้ และ สไมล์วี เป็นของบริษัทและยังเป็นผู้ผลิตรายแรกของประเทศไทยที่ให้ความสนใจ

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

พัฒนาสินค้ากระบอกฉีดน้ำ แบรนด์ฟ็อกกี้เป็นที่ยอมรับมากว่า 30 ปีในเรื่องของคุณภาพ โดยเฉพาะหัวฉีด ที่ได้ผ่านการพัฒนาให้สามารถใช้งานได้หลากหลาย และมีความทนทาน

กลยุทธ์การแข่งขัน

สำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มกระบอกฉีดน้ำ บริษัทวางตำแหน่งแบรนด์ Foggy ในระดับพรีเมี่ยม มีสินค้าหลากหลายรุ่น ที่เหมาะทั้งอุตสาหกรรมหนักและการใช้งานทั่วไป โดย Foggy Duty เน้นจับกลุ่มตลาดที่ต้องการสินค้าคุณภาพดี มีความทนทานสูง เช่นธุรกิจซักรีด ล้างรถ และ Foggy Multi เน้นร้านอาหาร เสริมสวย ทำสวนเป็นต้น การจัดจำหน่ายจึงเน้นไปยังช่องทางพิเศษที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมต่างๆ นอกเหนือจากช่องทางการจัดจำหน่ายทั่วไป ส่วนแบรนด์ Smile-V มุ่งจับกลุ่มตลาดลูกค้าทั่วไปที่ใช้งานไม่บ่อย เน้นราคาย่อมเยา หลากหลายดีไซน์ เน้นการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึง

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางเครือข่ายร้านค้าที่ครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศ รวมถึงช่องทางอุตสาหกรรมต่างๆ

1. กลุ่มธุรกิจตัวแทนจัดจำหน่าย

บริษัทมีทีมงานขายกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญและชำนาญในด้านการขาย โดยทำหน้าที่ติดต่อและประสานงานในการขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ เพื่อให้สินค้ากระจายถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งนำเสนอข้อมูล และสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า พร้อมสามารถตอบรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ด้วยระบบการรับคำสั่งซื้อ และการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก ได้แก่

- ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ (Modern Trade)
- ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ซึ่งประกอบด้วยร้านค้าส่ง-ปลีกทั่วไปทั่วประเทศไทย
- ช่องทางร้านขายยา
- ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบขายตรง
- ช่องทางการจัดจำหน่ายส่งเสริมการขาย (Event Sales)
- ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านตัวแทนจำหน่ายเฉพาะ (Specialty Shop)
- ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอิเลคโทรนิคส์ (E-commerce)
- ช่องทาง Food Services โรงพยาบาล และ อุตสาหกรรม

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทประกอบธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่าย และเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กภายใต้ตราสินค้าพีเจ้น (Pigeon) กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน ได้แก่

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

กระบอกฉีดน้ำฟ็อกกี้ (Foggy) กระบอกฉีดน้ำ สไมล์วี (Smile-V) และมีดแสตนเลสอุดสาหกรรมภายใต้ตราสินค้า เกอร์ลาจ (Gerlach) กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มภายใต้ตราสินค้า 4Care และ บาลานซ์ (Balance) น้ำพริกมินิ รุ่งเจริญ ผลิตภัณฑ์ชุดว่ายน้ำทารกและเด็กเล็ก Splash About จากประเทศอังกฤษ ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปาก จอร์แดน (Jordan) และผลิตภัณฑ์อาหารและขนมสำหรับเด็กเล็ก พีชชี่ (Peachy) ซึ่งจัดจำหน่ายไปสู่ประเทศกัมพูชา เป็นต้น

คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย

สินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายมีศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้การรับรองมาตรฐาน อย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ของพีเจ้น ซึ่งมีศูนย์วิจัยและพัฒนา เพื่อทำการค้นคว้าวิจัย พัฒนาให้ได้มาซึ่งนวัตกรรมใหม่ และมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่มีมาตรฐาน ด้วยเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย จัดจำหน่ายไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก ซึ่งผู้บริโภคสามารถมั่นใจในคุณภาพสินค้า และระดับมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปากของจอร์แดน มีความเชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมในการผลิตแปรงสีฟัน และ ไหมขัดฟันจากประเทศนอรเวย์ ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และสำหรับบริษัทเองปัจจุบันได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001: 2008 ซึ่งเป็นการยืนยันเจตนารมณ์ในการนำเสนอสินค้าและบริการ รวมถึงประสิทธิภาพระบบการทำงานที่มีคุณภาพและมาตรฐานเช่นเดียวกัน

รายละเอียดของกลุ่มผลิตภัณฑ์มีดังต่อไปนี้

1) ผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กภายใต้ตราสินค้าพีเจ้น (Pigeon)

บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าตราพีเจ้นที่ผลิตในประเทศทั้งหมดและได้รับสิทธิการจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยตามข้อตกลงทางการค้าที่มีกับบริษัท พีเจ้น คอร์ป ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์แม่และเด็กที่มีคุณภาพสูง ซึ่งได้รับการยอมรับและไว้วางใจจากผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่มีการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยสินค้าแต่ละชนิดต้องผ่านการทดลองและวิจัยเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ตราพีเจ้นที่บริษัทเป็นตัวแทนการจัดจำหน่ายสามารถแบ่งได้เป็น 7 หมวด ดังนี้

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิลวกุล

1.1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ป้อนนม (Feeding Accessories)

ได้แก่ จุกนม ขวดนม ฝาครอบ ฝาเกลียวขวดนม รายละเอียดของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทโดยสังเขปมีดังนี้

- **จุกนม**

ได้รับการออกแบบและพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง โดยจุกนมที่จำหน่ายแบ่งเป็นจุกนมซิลิโคนและจุกนมยางธรรมชาติ มีการออกแบบให้คล้ายกับสรีระของอกมารดามากที่สุด สามารถใช้สลับกับการให้นมจากอกมารดาได้ ช่วยให้มารดาให้นมจากอกได้อย่างต่อเนื่องยาวนาน และช่วยในการพัฒนาการที่ดีของเด็ก เหมาะกับโครงสร้างของกราม ขากรรไกร และกระพุ้งแก้ม เพื่อส่งเสริมการฝึกการดูด และบริหารกล้ามเนื้อต่างๆ ขณะดูดนม นอกจากนั้นบริเวณด้านในจุกนมของพีเจ้นจะมีลักษณะเป็นพื้นผิวเรียบ เพื่อไม่ให้เป็นที่สะสมของแบคทีเรียซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้เด็กท้องเสียได้

- **ขวดนม**

ได้รับการออกแบบที่เน้นความปลอดภัย และขวดนมมีลักษณะไม่มีรอยตะเข็บนูนข้างขวด พันเกลียวอยู่เฉพาะด้านนอก ผิวด้านในขวดเรียบสนิท ขวดมีรูปทรงตั้งตรงไม่คดงอไปมาและไม่มีเหลี่ยมมุมที่เป็นแหล่งสะสมของแบคทีเรีย เพื่อให้สะดวกต่อการทำความสะอาด ใช้สี Food Grade ที่มีความปลอดภัยสูง สีไม่หลุดลอกเมื่อนำมาต้มด้วยความร้อนสูง ปลอดสาร BPA (Bisphenol-A) ไม่เป็นอันตรายต่อเด็ก

1.2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิว (Baby Wipes)

เป็นผ้าเช็ดเอนกประสงค์แบบเปียก ใช้ทำความสะอาดผิวทารก, เด็กและผู้ใหญ่ โดยสามารถเช็ดบนใบหน้า และส่วนอื่นๆ ของร่างกายได้ มีส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติ นอกจากทำความสะอาดเด็กทารกแล้ว เบบี้ไวพส์ยังสามารถใช้ในกิจกรรมอื่นๆ ได้ อาทิเช่น เช็ดเหงื่อเพื่อความสดชื่นหลังการออกกำลังกาย ใช้สำหรับก่อนและหลังการแต่งหน้า ซับความมันที่เกิดขึ้นบนใบหน้า หรือใช้เป็นกระดาษเช็ดอเนกประสงค์ระหว่างมื้ออาหาร นอกจากนี้เบบี้ไวพส์ของพีเจ้นได้ผ่าน **MICRO BIOLOGICALLY TESTED** เป็นตราสัญลักษณ์แสดงว่าผลิตภัณฑ์มีความสะอาดปลอดภัย ผ่านกระบวนการผลิต และบรรจุภัณฑ์ปลอดเชื้อแบคทีเรีย 100% ก่อนการเปิดใช้ในครั้งแรก ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวพีเจ้น มีทั้งหมด 4 สูตร ได้แก่

1. **สูตรมอยเจอร์ไรเซอร์ (Moisturizer)** เหมาะสำหรับการเปลี่ยนผ้าอ้อมทารกแรกเกิด – 6 เดือน ผสานคุณค่ามอยเจอร์ไรเซอร์จากธรรมชาติ เพื่อการทำความสะอาด บำรุงและปกป้องในขั้นตอนเดียว
2. **สูตรคาโมมายล์ (Chamomile)** เหมาะสำหรับทุกกิจกรรม ใช้ได้บ่อยเท่าที่ต้องการ และคาโมมายล์ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลาย อ่อนโยน ไม่ระคายเคืองผิว
3. **สูตรแฮนด์ แอนด์ เมาท์ (Hand & Mouth)** เหมาะสำหรับทุกมื้ออาหาร และ กิจกรรมเลอะเทอะ ด้วยส่วนผสม Food Grade ปลอดภัยจนสามารถใช้เช็ดได้แม้บริเวณที่บอบบาง เช่น มือ และ ปาก
4. **สูตรกันยุง (Anti-Mosquito)** เหมาะสำหรับกิจกรรมสนุกสนานนอกบ้าน สูตร Deet-Free ซึ่งปลอดภัยต่อลูกน้อย สามารถเช็ดผิวหนังก่อนทำกิจกรรมนอกบ้าน ปกป้องยุงได้นาน 6 ชั่วโมง ไม่เหนียวเหนอะหนะ ไม่มีกลิ่นฉุน สามารถใช้ได้กับเด็กอายุ 2 ขวบขึ้นไป

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

1.3) **กลุ่มผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการให้นมมารดา (Mother Care & Accessories)**

คุณประโยชน์ของน้ำนมแม่นั้นมีมากมายต่อสุขภาพทั้งกับมารดาและบุตร และถึงแม้ว่าน้ำนมมารดาจะดีที่สุดสำหรับลูก แต่บางครั้งการให้นมมารดาแก่ลูกก็อาจไม่ใช่เรื่องง่าย โดยเฉพาะเมื่อแม่ไม่สามารถอยู่กับลูกได้ตลอดเวลา การให้นมลูกต้องอาศัยความพยายามและอดทนเป็นพิเศษ เพื่อให้ลูกได้รับโภชนาการที่มีคุณค่าและมีพัฒนาการที่ดีสมบูรณ์แบบ พีเจ้นจึงมีผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยส่งเสริมและสนับสนุนมารดาในการให้นมดนเองแก่ลูก ได้แก่ แผ่นซับน้ำนม เครื่องปั๊มน้ำนม ถุง/ขวดเก็บน้ำนม เครื่องอุ่นนม ครีมบำรุงหัวนมมารดา ยางป้องกันหัวนมมารดา ปั๊มหัวนมบอด และอุปกรณ์ส่งเสริมการให้นมมารดาอื่นๆ

- **แผ่นซับน้ำนมผิวหน้ารังผึ้ง (Breast Pads Honey Comb)** เหมาะสำหรับคุณแม่ที่ยังอยู่ในระยะการให้นมแก่ลูก ซึ่งคุณแม่มีความจำเป็นต้องใช้แผ่นซับน้ำนมเพื่อช่วยซึมซับน้ำนมที่ไหลออกมาไม่ให้เลอะเปรอะเสื้อผ้าที่สวมใส่ ด้วยแผ่นซึมซับรูปแบบใหม่ ซึมซับได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ระบายอากาศได้ดี หมดกังวลเรื่องการรั่วซึม แห้งสบายขณะสวมใส่ตลอดวัน พร้อมด้วยแถบกาวแบบ 2 จุด ป้องกันการเลื่อนหลุดได้ดี เหมาะสำหรับคุณแม่ที่มีน้ำนมในปริมาณปกติ-มาก บรรจุในกระดาษห่อชนิดพลาสติกใส เพื่อความสะอาดและสุขอนามัยที่ดี มีให้เลือก 4 ขนาดตามการใช้งานของคุณแม่ 12 ชิ้น 30 ชิ้น 60 ชิ้น และ 120ชิ้น

- **เครื่องปั๊มน้ำนม (Breast Pump)** เหมาะสำหรับคุณแม่ที่ต้องการให้นมแก่ลูกในช่วงวัย 0-2 ปี โดยตอบสนองนโยบายรัฐบาลด้านสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ที่ต้องการให้แม่เลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเดียวเป็นระยะเวลา 6 เดือน และให้นมแม่ร่วมกับอาหารเสริมจนถึงอายุ 2 ปี กลุ่มเป้าหมาย คือ คุณแม่วัยทำงานซึ่งปัจจุบันมีอัตราเพิ่มขึ้นทุกวัน

กลุ่มเครื่องปั๊มน้ำนมพีเจ้นมีสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของคุณแม่ใน 3 รูปแบบ ดังนี้

- **เครื่องปั๊มน้ำนมแบบใช้มือ (Manual Breast Pump)** ออกแบบเพื่อให้ใช้งานง่ายและรวดเร็ว สำหรับคุณแม่ที่ต้องการปั๊มน้ำนมเป็นครั้งคราว ใช้งานง่าย พกพาสะดวก ไม่ต้องใช้ถ่านและไฟฟ้า ตัวควบคุมการไหลเวียนของอากาศถูกออกแบบให้แบบกระชับกับเต้านม ทำให้ไม่ต้องออกแรงในการบีบมากเกินไป สามารถเลียนแบบรูปแบบการปั๊มได้เสมือนการดูดนมจากลูกน้อย

- **เครื่องปั๊มน้ำนมอัตโนมัติชนิดพกพา (Portable Breast Pump)** มีน้ำหนักเบาเพียง 120 กรัม ช่วยให้การให้นมแม่เป็นไปอย่างสะดวกสบายเพียงปลายนิ้วสัมผัส ช่วยลดความรู้สึกเจ็บหรือเมื่อยมือขณะใช้งาน ลักษณะการทำงานของเครื่องมีการเคลื่อนไหวที่คล้ายกับการดูดนมของเด็ก สามารถปรับระดับแรงปั๊มได้ถึง 4 ระดับ ช่วยให้คุณแม่สามารถควบคุมจังหวะในการปั๊มได้ตามต้องการ ใช้ได้กับทั้งไฟฟ้าบ้านหรือแบตเตอรี่

- **เครื่องปั๊มน้ำนมไฟฟ้าชนิดเงียบพิเศษ (Electric Silent Breast Pump)** ปั๊มน้ำนมได้สะดวกสบายสำหรับคุณแม่ ใช้งานได้ทุกที่ ทุกขณะ แม้ในช่วงเวลากลางคืน หมดกังวลเรื่องเสียงดัง พร้อมกับมีน้ำหนักเบา สามารถเลียนแบบรูปแบบการปั๊มได้เสมือนการดูดนมของเด็ก ช่วยให้การปั๊มน้ำนมเป็นไปอย่างสม่ำเสมอและผ่อนคลายมากที่สุด ใช้ได้กับทั้งไฟฟ้าบ้านหรือแบตเตอรี่

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

1.4) กลุ่มผลิตภัณฑ์ฝึกรับประทานอาหาร และเครื่องดื่ม (Weaning & Accessories)

พัฒนาการดื่มและรับประทานอาหารของทารกมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอย่างรวดเร็ว คุณแม่และผู้ปกครองสามารถส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาการนี้ โดยมีตัวช่วยที่สำคัญ ประกอบด้วยชุดถ้วยหัดดื่ม ขั้นที่ 1-3 ชุดฝึกรับประทานอาหารด้วยตัวเอง เครื่องอุ่นนม/อาหาร ชุดช้อนป้อนอาหารเสริมชนิดนิ่มพิเศษ เป็นต้น

- **ถ้วยหัดดื่ม แม็ก แม็ก (Mag Mag)**

ออกแบบมาเพื่อช่วยส่งเสริมพัฒนาการในแต่ละวัยของเด็ก ตั้งแต่อายุ 3 เดือน จนถึง 8 เดือนขึ้นไป เพื่อให้สามารถดื่มน้ำจากแก้วเองได้ในที่สุด มี 3 ขั้น ได้แก่

- ขั้นที่ 1 ถ้วยหัดดูด พร้อมจุกเสมือนการให้นมมารดารุ่นพลัส จุกนมที่พอดีกับปากของเด็ก ให้ความรู้สึกคล้ายดูดนมจากอกแม่ เหมาะสำหรับเด็กอายุตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป รูจุกเป็นรูปตัว Y เมื่อปิดฝาสนิทจะไม่มีน้ำหยดรั่วซึมออกมา พร้อมชุดมือจับ ถือง่าย ดื่มสะดวก เตรียมพร้อมสู่ถ้วยหัดจิบขั้นที่ 2
- ขั้นที่ 2 ถ้วยหัดจิบ พร้อมจุกซิลิโคน นุ่มและยืดหยุ่น ให้เด็กคุ้นเคยกับการดื่มรูปแบบใหม่ (ที่ไม่ใช่จุกนม) เหมาะสำหรับเด็กอายุตั้งแต่ 5 เดือนขึ้นไป หัดให้เด็กเริ่มฝึกดูด เพื่อพร้อมที่จะใช้หลอดดูดเองได้ในขั้นต่อไป พร้อมชุดมือจับ ถือง่าย ดื่มสะดวก
- ขั้น 3 ถ้วยหัดดื่ม พร้อมหลอดดูดซิลิโคน นุ่ม และดูดง่าย ปลายหลอดตัดเป็นรูปกากบาท ทำให้น้ำไม่รั่วซึม เมื่อไม่ดูดน้ำจะไม่ไหลออกมา เหมาะสำหรับเด็กตั้งแต่ 8 เดือนขึ้นไป (มีแรงดูดที่มากพอ) หลอดส่วนล่างออกแบบให้โค้งงอเพื่อให้สามารถดื่มได้จนหยดสุดท้าย เพื่อให้สามารถพัฒนาการดื่มน้ำจากแก้วได้เหมือนผู้ใหญ่ พร้อมมือจับกว้าง จับได้สะดวก ถนัดมือ

- **ชุดฝึกรับประทานอาหารด้วยตัวเองสำหรับเด็ก**

พัฒนาขึ้นโดยการวิจัยพฤติกรรมการรับประทานอาหารด้วยตนเองของเด็ก โดยขณะรับประทานเด็กจะมีการทำงานประสานกันระหว่างมือ สายตา และปาก และจะมีการพัฒนาการในภาวะยากจับช้อนส้อมด้วยตนเอง ผลิตจากวัสดุโพลิโพรพิลีน (BPA Free) น้ำหนักเบา ทนอุณหภูมิได้สูงสุด 120 องศา ใช้งานได้สะดวกทั้งมือซ้ายและมือขวา

- **เครื่องอุ่นนม/อาหาร**

เพื่อให้ทารกสามารถดื่มนมในอุณหภูมิที่เหมาะสม และลดความยุ่งยากในการอุ่นนม จุดเด่นของเครื่องอุ่นนม Pigeon คือใช้เทคนิคในการทำความร้อนที่ทันสมัย สามารถปรับอุณหภูมิสูงขึ้นได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ มีปุ่มปรับอุณหภูมิอัตโนมัติ เหมาะกับการอุ่นขวดนมทุกชนิด และอาหารลูกน้อย เช่น นม โจ๊ก ข้าวโอ๊ต ได้ในอุณหภูมิทั่วไปในการอุ่นจะคงไว้ซึ่ง 20-80 องศา ซึ่งป้องกันมิให้อาหารสุกจนเกินไป ทำให้อาหารบางอย่างเสียคุณประโยชน์ เครื่องอุ่นนมรุ่นนี้มีขนาดกะทัดรัดง่ายต่อการพกพา และสะดวกต่อการทำความสะอาด วัสดุด้านนอกใช้พลาสติกที่มีความปลอดภัยสูง การอุ่นนม และอาหารของลูกน้อย ด้วยเครื่องอุ่นนมสามารถรักษาคุณภาพและประโยชน์ของอาหารได้ดีกว่าการใช้เตาไมโครเวฟ

- **ชุดช้อนป้อนอาหารเสริมชนิดนิ่มพิเศษ**

ออกแบบให้มีขนาดพอดีกับปากของทารก ปลายช้อนผลิตจากวัสดุที่นิ่มเป็นพิเศษซึ่งแตกต่างจากช้อนทั่วไป โดยจะช่วยให้ทารกฝึกหัดการเริ่มรับประทานอาหารจากช้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น มีส่วนนูนสูงที่ช่วยป้องกันไม่ให้ช้อนเข้าปากลึกเกินไป รวมทั้งมีขนาดที่เหมาะ ทำให้สามารถฝึกจับได้ถนัดมือ

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

1.5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและอนามัย (Heath Care & Hygiene Care)

ได้แก่ ชุดแปรงสีฟันสำหรับเด็ก ยาสีฟันเจลสำหรับเด็ก ที่ดูดน้ำมูก ชุดแปรงหวีสำหรับเด็ก กรรไกรตัดผม ตัดเล็บ เป็นต้น

• **ชุดแปรงสีฟันฝึกหัด 3 ขั้น** ออกแบบเพื่อช่วยฝึกลูกน้อยให้แปรงฟันอย่างถูกวิธี มี 3 ขั้นเพื่อความเหมาะสมในแต่ละวัย

• แปรงขั้นที่ 1 สำหรับเด็ก 6-8 เดือน มีฟันประมาณ 2-3 ซี่ ช่วยฝึกให้เด็กคุ้นเคยกับการถือแปรงสีฟันด้วยด้ามจับ

• แปรงขั้นที่ 2 สำหรับเด็ก 8-12 เดือน มีฟันประมาณ 8-10 ซี่ เพื่อฝึกให้เด็กคุ้นเคยกับการแปรงฟัน ลักษณะขนแปรงคล้ายแปรงสีฟันทั่วไป แต่ยังคงเป็นซิลิโคนชนิดนิ่ม

• แปรงขั้นที่ 3 สำหรับเด็ก 12 เดือนขึ้นไป มีฟันขึ้นเต็มปากแล้ว ลักษณะขนแปรงนิ่มและบางคอแปรงกว้างเพื่อป้องกันแปรงไหลลื่นลงคอ

• **ยาสีฟันเจลสำหรับเด็กพีเจ้น** เป็นเจลทำความสะอาดช่องปากสำหรับทารกและเด็กเล็ก มีคุณภาพและความปลอดภัยต่อเด็กเล็กและทารกแรกเกิด อ่อนโยนบริสุทธิ์จากส่วนผสมของ Food Grade และฟลูออไรด์ตามธรรมชาติอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานญี่ปุ่น ปลอดภัยแม้จะมีการกลืนกินยาสีฟันลงไป และมีส่วนผสมที่สามารถทำความสะอาดคราบอาหารและสิ่งสกปรกโดยไม่ทำลายสารเคลือบฟัน และไม่มีส่วนผสมที่ทำให้เกิดฟองอีกด้วย

• **ที่ดูดน้ำมูก** เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ช่วยในการดูดน้ำมูกจากจมูกทารกอย่างถูกหลักอนามัย คุณแม่สามารถควบคุมแรงดูดด้วยตนเอง น้ำมูกที่ถูกดูดออกมาจะถูกแยกเก็บใส่ขวด ง่ายต่อการมองเห็นและทำความสะอาด ไม่ไหลย้อนกลับ ใช้งานง่าย ไม่ระคายเคืองเยื่อโพรงจมูกเหมือนการดูดน้ำมูกด้วยลูกยางทั่วไป

1.6) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและดูแลผิว (Toiletries & Skincare)

เนื่องจากผิวทารกบอบบางกว่าผิวผู้ใหญ่ถึง 3 เท่า จึงต้องการผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการศึกษาวิจัยมาโดยเฉพาะเพื่อผิวทารก พีเจ้นจึงคิดค้นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและดูแลผิวทารกเหมาะสำหรับทารกแรกเกิดและผู้ที่มีผิวแพ้ง่าย ผลิตภัณฑ์กลุ่มทำความสะอาดและดูแลผิวประกอบด้วย สบู่เหลวสำหรับเด็ก สบู่สูตรโฟมสำหรับเด็ก แชมพูสำหรับเด็ก โลชั่นสำหรับเด็ก โลชั่นสูตรเข้มข้นสำหรับเด็ก ทุกผลิตภัณฑ์มีส่วนผสมของ Inositol ซึ่งเป็นสารประกอบที่พบในน้ำนมมารดาซึ่งจะช่วยเพิ่มและกักเก็บความชุ่มชื้นให้กับผิวเด็ก พร้อมด้วย Plant – Derived Hyaluronic สารสกัดจากธรรมชาติที่ช่วยกักเก็บความชุ่มชื้นได้ยาวนาน และมีส่วนผสมของ Hydrolyzed Hyaluronic ซึ่งจะช่วยปรับสภาพผิวให้มีความนุ่มและมีประสิทธิภาพดีกว่า Hyaluronic ทั่วไป ผลิตภัณฑ์มีค่า PH 5.5 ซึ่งมีสภาพเป็นกรดอ่อน ๆ เหมาะสมที่สุดสำหรับผิวของทารก นอกจากนี้ยังได้ผ่านการทดสอบทางผิวหนัง Dermatologically Tested หรือการทดสอบด้านการแพ้จาก Pigeon Laboratory ประเทศญี่ปุ่น จึงเป็นสูตรที่เหมาะสมที่สุดสำหรับทารกแรกเกิดและผู้มีผิวแพ้ง่าย

1.7) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเครื่องใช้เด็กทารก (Cleansing and Sterilizing accessories)

สำหรับทุกการทำความสะอาดอย่างหมดจดกับผลิตภัณฑ์สำหรับทารก ได้แก่ น้ำยาล้างขวดนม อุปกรณ์ทำความสะอาดจุกนมและขวดนม หม้อนึ่งขวดนม เป็นต้น

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

- **น้ำยาล้างขวดนม**

สูตรยับยั้งเชื้อแบคทีเรีย ทำจากส่วนผสมธรรมชาติ และผ่านคุณสมบัติ 100% Food Grade สามารถทำความสะอาดคราบโปรตีน และนมได้อย่างหมดจดไม่ทิ้งสารตกค้าง เหมาะสำหรับใช้ล้างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของทารกได้ ทั้งยังสามารถใช้ล้างผัก และ ผลไม้ที่อาจมีสารเคมีตกค้างได้อีกด้วย

- **หม้อนึ่งขวดนมอัตโนมัติ**

ได้ผ่านการทดสอบอย่างละเอียดด้วยมาตรฐานสูงสุด เพื่อความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการนึ่งขวดนมและที่สำคัญที่สุดคือความปลอดภัยของลูกน้อยคุณ ได้รับการออกแบบพิเศษเพื่อให้ได้ใช้กับขวดนมทุกแบบและทุกขนาด สามารถนึ่งได้ครั้งละ 8 ขวดสำหรับขวดรุ่นมาตรฐานและ 6 ขวดสำหรับขวดนมรุ่นคอกว้าง ใช้เวลานึ่งครั้งละ 12 นาที สามารถขจัดแบคทีเรียได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยปราศจากการใช้สารเคมีใดๆหลังการนึ่งหากปิดฝาไว้ จะสามารถคงความปลอดเชื้อนานถึง 6 ชั่วโมง

สภาวะการแข่งขัน

กลุ่มตลาดของสินค้าสำหรับแม่และเด็กในประเทศไทยสามารถแบ่งได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ Economy, Standard, Premium และ Super premium โดยแสดงได้ตามแผนภาพด้านล่างและเปรียบเทียบแต่ละกลุ่มโดยแบ่งตามราคา คุณภาพ แหล่งที่มา และช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้า โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

	ราคา	คุณภาพ	แหล่งที่มา	ช่องทางการจัดจำหน่าย
Super Premium	สูงมาก	สูง ถึง สูงมาก โดยมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เอง	นำเข้าทั้งหมด	ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ
Premium	สูง		นำเข้าและผลิตในประเทศ	ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด
Standard	ปานกลาง	ปานกลาง/มีตราสินค้าไทย	ผลิตในประเทศ	ขายในต่างจังหวัดและไฮเปอร์มาร์เก็ต
Economy	ต่ำ	ต่ำ/ไม่มีตราสินค้า/สินค้าเฮ้าส์แบรนด์	ผลิตในประเทศ	ส่วนใหญ่ขายในต่างจังหวัด

ที่มา : บริษัทฯ

โดยสินค้าพีเจ้นมีจุดเด่นด้าน

- **ตราสินค้า:** พีเจ้นเป็นตราสินค้าจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งถือว่าเป็นประเทศที่มีเทคโนโลยีและมาตรฐานในการผลิตที่สูงมากประเทศหนึ่งในโลกและเน้นย้ำในการวิจัยและพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับพัฒนาการของทารก รวมถึงพฤติกรรมการเลี้ยงดูลูกของคุณแม่ ซึ่งทำให้ในปัจจุบันตราสินค้าพีเจ้นเป็นที่ยอมรับของคุณแม่ในหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทย
- **คุณภาพ:** มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต และผ่านการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับจากหลายสถาบันในต่างประเทศด้วย พีเจ้นให้ความสำคัญกับสินค้าที่ช่วยส่งเสริมพัฒนาการของทารก และคำนึงถึงความสะดวกสบายในการใช้งานของคุณแม่ นอกจากนั้น ความคงทนด้านการใช้งานก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่พีเจ้นได้รับการยอมรับมาอย่างต่อเนื่อง

- **ความหลากหลาย:** ผลิตภัณฑ์ของพีเจ้นมีความหลากหลายและมีจำนวนสินค้าให้กับลูกค้าได้เลือกซื้อโดยครอบคลุมกลุ่มตลาดทั้งหมดของตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กโดยมีระดับราคาที่สามารถตอบสนองความต้องการซื้อสินค้าของคุณแม่ได้อย่างหลากหลาย เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นๆ ที่จะทำการตลาดเพียงกลุ่มตลาดกลุ่มเดียว
- **Brand Heritage:** พีเจ้นเป็นผู้นำในตลาดแม่และเด็กในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลากว่า 30 ปี ทำให้ได้รับการบอกกล่าวและแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ของพีเจ้นจากรุ่นสู่รุ่น จากแม่สู่ลูกเป็นทอดๆ ต่อไป

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ผู้ที่กำลังจะตั้งครรภ์ ผู้ที่กำลังจะให้กำเนิดบุตร บิดา มารดาและครอบครัวที่มีบุตรอายุ 0-3 ปี

กลยุทธ์การแข่งขัน

ในการทำการตลาดให้กับสินค้าที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายให้แต่ละสายผลิตภัณฑ์ บริษัทจะมีการกำหนดนโยบาย เป้าหมายด้านการตลาด รวมถึงแผนการตลาดที่ชัดเจน และต้องมีความสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ขององค์กรโดยรวม โดยในการดำเนินงานด้านการตลาดจะประกอบด้วยการดำเนินกิจกรรมการทางการตลาด อาทิเช่น การวิจัยตลาด การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงการกำหนดราคาที่ต้องเป็นไปตามนโยบายและแผนการตลาดที่กำหนดไว้ในแต่ละปี ในการดำเนินงานด้านการตลาด และการจัดจำหน่าย

กิจกรรมทางการตลาด

โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทได้จัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังต่อไปนี้

1. **สื่อสารภาพลักษณ์ความเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็ก** ผ่านแคมเปญ **Meet the Expert-Nikori Cycle จากความเข้าใจสู่ความเชี่ยวชาญ ให้ช่วงเวลาเล็กๆ ลึกซึ้งยิ่งกว่ารัก** โดยการสื่อสารความเป็นผู้เชี่ยวชาญพัฒนาการเด็กและทารก ผ่านกิจกรรมการตลาดครบวงจรดังนี้

- งานเปิดตัว **"Meet the Expert-Nikori Cycle"** พร้อมกิจกรรมสำหรับคุณแม่มือใหม่
- สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ **Expert in Trade** ผ่านช่องทางร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศ
- **Meet the Expert-Nikori Cycle** คอลัมน์ในนิตยสารโดยคัดเลือกตัวแทนคุณแม่มาร่วมแชร์เรื่องราวและประสบการณ์ความสุขของช่วงเวลาการเลี้ยงดูลูกน้อย
- **Pigeon Advisor** ผู้แทนความเชี่ยวชาญจากพีเจ้น ออกให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สู่คุณแม่ทั่วประเทศ
- **Expert Workshop** กิจกรรมเวิร์คช้อปสำหรับสมาชิกโดยผู้เชี่ยวชาญหลากหลายสาขา
- **Live Chat** โดยผู้เชี่ยวชาญพัฒนาการเด็ก ผ่านช่องทาง **Facebook Pigeon Little Moments Club**

โดยได้ทำการนำเสนอแคมเปญตลอดปี 2557 ผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เวปไซต์ พีเจ้น ลิตเติ้ล โมเม้นท์ คลับ เป็นต้น

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

2. **การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อนำเสนอนวัตกรรมที่คิดค้นจากความเชี่ยวชาญและความชำนาญสู่มือคุณแม่ ดังนี้**

- **แผ่นซับน้ำนมผิวหน้ารังผึ้ง (Breast Pads Honey Comb)** แผ่นซึมซับรูปแบบใหม่ ซึมซับได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ระบายอากาศได้ดี ทนทกังวลเรื่องการรั่วซึม แห้งสบายขณะสวมใส่ตลอดวัน พร้อมด้วยแถบกาวแบบ 2 จุด ป้องกันการเลื่อนหลุดได้ดี เหมาะสำหรับคุณแม่ที่มีน้ำนมในปริมาณปกติ-มาก บรรจุในกระดาษห่อชนิดพลาสติกใส เพื่อความสะอาดและสุขอนามัยที่ดี

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

กิจกรรม CRM (Customer Relationship Management)

เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่บริษัทให้ความสำคัญ โดยมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายใต้ชื่อ **"Pigeon Little Moments Club" (พีเจ้น ลิตเติ้ล โมเมันท์ คลับ)** เพื่อสร้างความผูกพัน ความสัมพันธ์ที่ดีกับสมาชิกคลับ และความจงรักภักดีต่อตราสินค้าพีเจ้น

จำนวนสมาชิกคลับได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อให้ความรู้กับครอบครัวสมาชิกตลอดทั้งปี รวมถึงการจัดสัมมนาให้ความรู้กับคุณพ่อ คุณแม่ในโรงพยาบาล ซึ่งในปีนี้มีคุณพ่อ คุณแม่ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนกว่า 500 ครอบครัว นอกจากมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ให้กับสมาชิกแล้ว ทาง "Pigeon Little Moments Club" ยังสร้างสังคมที่อบอุ่นในสังคมออนไลน์ ทั้ง Facebook fan page และ Website เป็นอีก 1 ช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงคุณพ่อคุณแม่ยุคใหม่มากขึ้น มีการจัดกิจกรรม และบทความให้ความรู้รอบด้านแก่สมาชิกแฟนเพจ เช่น กิจกรรม "Live Chat" พูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญด้านการให้นมบุตร และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการตอกย้ำแคมเปญ "Meet the Expert- Nikori Cycle" นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมมากมายให้สมาชิกได้ร่วมสนุก และแบ่งปันช่วงเวลาแห่งความสุขซึ่งกันและกัน ซึ่งทำให้ปัจจุบันสามารถขยายฐานสมาชิก และ จำนวน Facebook fan page ได้เป็นจำนวนมาก

https://www.facebook.com/mypigeonlittlemomentsclub

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

นอกจากนี้พีเจ้นได้ให้ความสำคัญ และส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ด้วยการจัดทำห้องให้นมบุตรในโรงพยาบาล เพื่อให้ความรู้กับคุณแม่ และให้คุณแม่มีความสะดวกและสบายใจในการให้นมบุตรขณะอยู่ที่โรงพยาบาล ซึ่งในปีที่ผ่านมาได้จัดทำในโรงพยาบาลหลายแห่งทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ทั้งนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในความเป็นผู้เชี่ยวชาญของตราสินค้าพีเจ้น ให้คุณแม่คนใหม่

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

2) กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

ด้วยความเชี่ยวชาญในด้านการทำการตลาด และการมีเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพ บริษัทได้รับความไว้วางใจในการเป็นตัวแทนการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ โดยแต่ละตราสินค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์และมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังต่อไปนี้

ตราสินค้า	หมวดผลิตภัณฑ์	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
Care แคร์	ฟอร์แคร์ เทสตี้พิล กะทิอัญพืช	ผู้หญิง/แม่บ้าน อายุประมาณ 35 ปีขึ้นไป ใส่ใจในสุขภาพมีรายได้ครอบครัวปานกลางถึงสูง มีความรู้การศึกษาดี
Balance	ฟอร์แคร์ บาลานซ์ เครื่องดื่มธัญญาหาร น้ำจมูกข้าว (สูตรต้นตำหรับ, สูตรไม่เติมน้ำตาล, รสดาร์คช็อกโกแล็ต, รสงาดำ) ฟอร์แคร์ บาลานซ์ ออร์แกนิคเครื่องดื่มน้ำนมข้าว (สูตรไม่เติมน้ำตาลรสสตอเบอร์รี่บานาน่า, รสวานิลลา)	ผู้หญิง หรือกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพ หรือคนที่แพ้นมวัว มีรายได้ปานกลาง ถึง สูง มีการศึกษา
น้ำพริกอ่อง รุ่งเจริญ	อาหาร (น้ำพริก)	กลุ่มผู้บริโภคอายุตั้งแต่ 18-35 ปี ผู้นิยมความสะดวกในการรับประทาน
Jordan* *Love your teeth	แปรงสีฟัน ไหมขัดฟัน	กลุ่มผู้บริโภคอายุตั้งแต่ 18-35 ปี
Splash About	ชุดว่ายน้ำสำหรับเด็กและทารก	กลุ่มผู้บริโภคอายุตั้งแต่ 0-6 ปี
Beesly	อาหารและนมสำหรับเด็กเล็ก	กลุ่มผู้บริโภคอายุตั้งแต่ 0-3 ปี (จัดจำหน่ายไปยังประเทศกัมพูชา)

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัททำหน้าที่ในการกระจายสินค้าให้กับเจ้าของตราสินค้า จึงมุ่งเน้นการกระจายสินค้าผ่านช่องทางจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมมากที่สุด เพื่อให้สินค้าไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง เข้าถึงผู้บริโภคให้เกิดการรับรู้และการใช้สินค้าได้อย่างทั่วถึง ด้านการตลาดมีการวางแผนงานร่วมกับบริษัทเจ้าของตราสินค้าและติดตามประเมินผลงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเติบโตของแต่ละผลิตภัณฑ์ตามที่ได้กำหนดแผนงานร่วมกัน

ธุรกิจกิจการร่วมค้า

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด หรือ YMP

เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท โยชิโน โคเดียวโซ (ประเทศญี่ปุ่น) บริษัท โนมูระ จิมูโซ (ประเทศญี่ปุ่น) และบริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์แนชชั่นแนล จำกัด (มหาชน)ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติก ชิ้นส่วน ส่วนประกอบและอะไหล่ที่เป็นพลาสติก เพื่อจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ เช่น หัวฉีดน้ำ หัวปั๊ม ขวดแชมพู เป็นต้น YMP มีเครื่องจักรอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีการผลิตชั้นสูง มีทีมงานประกอบด้วยฝ่ายผลิต ฝ่ายประกอบ ฝ่ายตรวจสอบควบคุมคุณภาพ ฝ่ายจัดส่ง และฝ่ายบริการลูกค้าในระดับมืออาชีพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามมาตรฐานสากลโลก โดยในปี 2557 YMP ได้ขยายโรงงานเพื่อขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับคำสั่งซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้บริษัทเป็นตัวแทนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ YMP แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

บริษัท พีเจ้น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ PIT

เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท พีเจ้น คอร์ปอเรชั่น จากประเทศญี่ปุ่น และ บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์แนชชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ผลิตภัณฑ์หลักที่ PIT ผลิตแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

1) ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิว เป็นผ้าใช้ทำความสะอาดผิวบนใบหน้า แขนและส่วนต่างๆของร่างกายทารกและผู้ใหญ่ เนื้อผ้ามีความหนา และนุ่มพิเศษเช็ดได้บ่อยเท่าที่ต้องการ ผ้าเช็ดทำความสะอาดปราศจากแอลกอฮอล์และน้ำหอม นอกจากนี้ยังมีแบบผ้าทากันยุง บรรจุในห่อกะทัดรัดสะดวกสำหรับพกพา

2) แผ่นซับน้ำนม เพื่อซึมซับน้ำนม ให้ความกระชับขณะสวมใส่ในทุกอิริยาบถ และยังป้องกันน้ำนมซึมไหลออกทางด้านข้างมีเทปกาว 2 จุดป้องกันการหลุดลื่นขณะสวมใส่ ผลิตจากวัตถุดิบที่ได้รับการวิจัยและค้นคว้าจากบริษัท พีเจ้น คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น

PIT เป็นฐานผลิตผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวและแผ่นซับน้ำนมมารดา โดยได้รับอนุญาตอย่างเป็นทางการจากพีเจ้น คอร์ป ประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ PIT แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

บริษัท ไทยพีเจ้น จำกัด หรือ TP

TP ประกอบธุรกิจโรงงานผลิต จุกนมซิลิโคน ขวดนม ผลิตภัณฑ์พลาสติกสำหรับเด็ก ภายใต้ตราสินค้า "PIGEON" โดยได้รับอนุญาตจากบริษัท พีเจ้น คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ให้เป็นผู้ผลิตขวดนม จุกนม และผลิตภัณฑ์พลาสติกของพีเจ้นอย่างเป็นทางการ จุกนมซิลิโคนที่ TP ผลิตและจำหน่ายมีหลายแบบและหลายขนาด

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

ตามที่พีเจ้น คอร์ปกำหนด อาทิเช่น จุกนม ซิลิโคนคลาสสิค จุกนมซิลิโคนแบบ Dome จุกนมเสมือนการให้นมมารดา และจุกนมเสมือนการให้นมมารดามินิ

สำหรับขวดนมเป็นพลาสติกประเภท Poly Carbonate (ส่งออกเฉพาะประเทศอินเดีย สิ้นสุดภายในปี พ.ศ. 2556), Poly Propylene และ PPSU (Polyphenol Sulfonic Resin) โดยสามารถผลิตขวดนมได้ครบทุกขนาด ซึ่งวัตถุดิบถูกกำหนดและนำเข้ามาจากต่างประเทศโดยตรงด้วยคุณภาพระดับ FOOD GRADE ซึ่งมีความปลอดภัย ไร้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อเด็กทารก มีกระบวนการผลิตที่สะอาดได้มาตรฐานด้วยเครื่องจักรทันสมัยจากต่างประเทศและพนักงานผู้เชี่ยวชาญในแต่ละกระบวนการ การผลิตทุกขั้นตอนจะมีการป้องกันฝุ่นละอองและตรวจสอบคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไร้รอยตำหนิ และตรวจสอบขนาด ปริมาตร ความคงทนแข็งแรง ด้วยกระบวนการตรวจสอบที่ได้ตามมาตรฐาน Pigeon Quality Standard ที่ละเอียดทุกขั้นตอน ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นที่ผลิตออกไปมีคุณภาพ ปลอดภัย และดีที่สุด

จุกนมพีเจ้นได้รับการรับรองมาตรฐาน มอก. ในประเทศไทย และได้รับมาตรฐาน JIS (Japan Industrial Standard) ซึ่งเป็นมาตรฐานหลักที่ทางญี่ปุ่นใช้ในการตรวจสอบมาตรฐานของขวดนมและจุกนมรวมถึงสินค้าอื่น ๆ

ในปัจจุบันมาตรฐาน JIS นี้ ทางรัฐบาลญี่ปุ่นได้ร่วมกำหนดกับพีเจ้น คอร์ป ซึ่งถือได้ว่าเป็น ผู้บุกเบิกผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้เป็นรายแรกในญี่ปุ่น ด้วยกระบวนการผลิตและการจัดการที่ได้มาตรฐาน TP จึงได้รับใบรับรองดังนี้

- ISO 14001: 2004 ใบรับรองระบบการบริหารงานคุณภาพมาตรฐานจาก MASCI ในปี 2551
- ISO 9001: 2008 ใบรับรองระบบการบริหารงานคุณภาพมาตรฐานสากลจาก MASCI ในปี 2551
- GMP (Good Manufacturing Practices) จาก MASCI ในปี 2553
- TIS 969-2533 มาตรฐานอุตสาหกรรมไทยสำหรับจุกนมซิลิโคน
- TIS 18001/BS OHSAS ระบบการจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ในปี 2555
- TLS 8001-2010 มาตรฐานแรงงานไทย จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในปี 2556
- AEO (Authorized Export Operator) จากกรมศุลกากร ในปี 2556
- ISO50001 Energy Management System ซึ่งคาดว่าจะได้รับการรับรองภายในปี 2558

TP ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2542 และวันที่ 22 กรกฎาคม 2555 โดยได้รับอนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินและยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ

ภาวะอุตสาหกรรม

เนื่องจาก TP เป็นโรงงานผลิตสินค้าพีเจ้นเพียงตราสินค้าเดียว วัตถุประสงค์ในการก่อตั้งเพื่อเป็นฐานผลิตขวดนมและจุกนมของพีเจ้น คอร์ป ดังนั้นสินค้าที่ TP ผลิตได้ทั้งหมดจะจำหน่ายให้แก่พีเจ้น คอร์ป และบริษัทในกลุ่มของพีเจ้น คอร์ป รวมถึงบริษัท (เฉพาะที่จำหน่ายในไทย) เท่านั้น ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจของ TP จึงขึ้นอยู่กับนโยบายของพีเจ้น คอร์ปเป็นสำคัญ ที่ผ่านมามูลค่าการส่งออกของ TP มีการเติบโตขึ้นทุกปีทำให้เชื่อได้ว่าอุตสาหกรรมขวดนมและจุกนมยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และมีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การแข่งขัน

TP จะเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพโดย TP ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างยิ่ง โดยมีการทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานของ JIS ซึ่งเป็นมาตรฐานของญี่ปุ่น ร่วมกับมาตรฐานของ สมอ (สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรมไทย) นอกจากนี้ยังปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย ปลอดภัย และหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงมีการกำหนดนโยบายการผลิตสินค้าโดยจะขึ้นอยู่

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

กับการคาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่มโดยอาศัยข้อมูลจากฝ่ายขายและแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่หรือการปรับปรุงลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเน้นด้านคุณภาพ ความสะดวก และความปลอดภัยเป็นหลัก

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สินค้าทั้งหมดที่ TP ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศจะจำหน่ายผ่านบริษัท ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายและทำการตลาดทั้งหมดให้แก่ผลิตภัณฑ์ของพีเจ้น สำหรับตลาดส่งออก TP จะเป็นผู้ส่งออกสินค้าเองโดยส่งออกไปยังพีเจ้น คอร์ป และตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการของพีเจ้น คอร์ป ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น

กระบวนการลอจิสติกส์

บริษัทได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการลอจิสติกส์ จึงได้มอบหมายให้บริษัทดีเอชแอลซึ่งเป็นผู้นำระดับโลกในเรื่องลอจิสติกส์ทำการดูแลคลังสินค้าและการจัดส่งผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่จัดจำหน่ายภายใต้บริษัทมุ่งพัฒนา โดยมีการกำหนดนโยบายร่วมกับทางดีเอชแอลอย่างใกล้ชิดในการควบคุมการทำงานด้านลอจิสติกส์ ตั้งแต่กระบวนการรับสินค้าจากคู่ค้า การเบิกสินค้าเพื่อจัดส่ง ไปจนถึงการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า เพื่อมุ่งเน้นให้มีการดูแลด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอย่างดี และส่งถึงลูกค้าได้ตรงตามกำหนด จึงจำเป็นต้องจัดระบบการเก็บสินค้า และควบคุมสินค้าเข้าออกอย่างรัดกุม รวมถึงมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลอย่างเคร่งครัด

ด้านการจัดส่งสินค้า บริษัทได้มีพันธมิตรด้านการขนส่งสินค้าที่มีเครือข่ายในการจัดส่งสินค้าได้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้า เพื่อให้ครอบคลุมไปยังร้านค้าต่างๆ ทั่วประเทศ

รับรองโดยนายสุเมธ เอื้อสุมิตรกุล

3.ปัจจัยความเสี่ยง

ภายใต้หลักปรัชญาการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการที่ดีขององค์กร บริษัทได้กำหนดกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจนและครอบคลุมทุกมุมมอง เริ่มจากการกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านความเสี่ยงที่ยอมรับได้ การมีโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความเสี่ยงอย่างชัดเจน การจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและนำไปปฏิบัติในทุกภาคส่วน ตลอดจนมีการติดตามและรายงานให้ผู้บริหารระดับสูง ผู้ตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทรับทราบอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์หลักที่วางไว้ ทั้งในด้านสายการเงิน สายการขายและการตลาด การควบคุมคุณภาพ การรักษาสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถป้องกันและลดผลกระทบของความเสี่ยงในสถานการณ์ต่างๆให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และให้สามารถกลับคืนสู่ภาวะปกติได้ในเวลาอันสมควร ทั้งนี้ บริษัทมีการจัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยงโดยรองรับทั้งปัจจุบันและอนาคต ด้วยการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงในระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว

สำหรับปี 2557 ที่ผ่านมาบริษัทได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาพื้นฐานระบบสารสนเทศให้มีความทันสมัยก้าวหน้า เพื่อให้สามารถรองรับการเติบโตทางธุรกิจในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมรับโอกาสของการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่ประเทศไทยต้องปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ความเสี่ยงต่างๆ ในอนาคตได้อย่างเหมาะสม สำหรับบริษัทได้จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงไว้ ดังนี้

1. **ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risks)**

   ความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านธุรกิจ

   บริษัทดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ได้รับการยอมรับในการบริหารจัดการสินค้าอุปโภคบริโภคในรูปของสินค้าของใช้ประจำวัน อาหารและเครื่องดื่มซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง และมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี บริษัทได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องมีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้สามารถรองรับการเติบโตทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน โดยการสรรหาเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้ตราสินค้าบริษัทและกลุ่มบริษัทให้มากขึ้น เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความหลากหลายและกระจายทั่วทุกภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง ด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้มาตรฐานระดับสากลโลก สนับสนุนด้วยการมีห่วงโซ่อุปทาน ระบบโลจิสติกส์ที่เข้มแข็งและทันสมัย เพื่อช่วยให้บริษัทสามารถตอบสนองและรองรับความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายด้วยสินค้าคุณภาพสูง ราคายุติธรรม มีต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้และมีบริการจัดส่งสินค้าได้ตรงเวลาตามที่ลูกค้าต้องการอย่างทันที

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

2. ความเสี่ยงจากการปฏิบัติการ (Operational Risks)

ความเสี่ยงจากการปรับราคาวัตถุดิบและสินค้าที่ผันผวนต่อต้นทุน

สืบเนื่องจากภาวะการเติบโตของเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง นับจากช่วงเวลาการปรับตัวการบริหารทางการคลังในประเทศสหรัฐอเมริกา ตลอดจนกลุ่มประเทศพัฒนาในสหภาพยุโรป ทำให้อุรกรรมการสรรหาแหล่งวัตถุดิบและปัจจัยสนันสนุนการผลิตมีต้นทุนที่ยากต่อการบริหารล่วงหน้าได้ การถูกจำกัดในนโยบายของคู่ค้าที่สำคัญ ทำให้ส่วนงานฝ่ายจัดซื้อสรรหาจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สามารถบริหารต้นทุนให้อยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ ด้วยการทำงานร่วมกับฝ่ายการตลาด การวางแผนและการควบคุมคุณภาพ การสรรหาคู่ค้าใหม่ที่มีจุดแข็งทางด้านต้นทุน เพื่อให้ยังคงปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องได้ มีระดับราคาสินค้าเป็นที่ยอมรับในตลาดและสามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้บริษัทมีนโยบายกำหนดเงื่อนไขการทำธุรกิจร่วมกับคู่ค้าสำคัญ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคงราคาตามที่กำหนด อย่างน้อย 1 ปี เป็นต้น

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risks)

3.1 ความเสี่ยงในการไม่สามารถสร้างผลกำไร

เนื่องด้วยสภาพเศรษฐกิจของโลกค่อนข้างชะลอตัวในปัจจุบัน ได้ส่งผลกระทบต่อการชะลอตัวในการใช้จ่ายของทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล สภาพเศรษฐกิจภายในประเทศก็ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน ประกอบกับการปรับเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำและการปรับขึ้นของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงตลอดปี 2557 ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนของผลิตภัณฑ์ บริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงดังกล่าว ดังนั้นในปี 2557 บริษัทจึงได้ผลักดันนโยบายการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างเคร่งครัดในทุกภาคส่วนขององค์กร มีการส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกในการลดต้นทุน และส่งผลให้ค่าใช้จ่ายดังกล่าวลดลงเมื่อเทียบกับปี 2556 นอกจากนี้ในปี 2557 บริษัทมีนโยบายการสรรหาคู่ค้าทางเลือกเพื่อช่วยในการจัดหาวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำลง ส่งผลให้ในปี 2557 บริษัทมีผลประกอบการที่กำไรที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนที่ผ่านมา

3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

จากความผันผวนของค่าเงินบาทในตลาดโลกที่เกิดขึ้นในปี 2557 บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงมีการซื้อสินค้าโดยใช้สกุลเงินตราที่หลากหลาย ซึ่งความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนนี้จะมีผลกระทบต่อต้นทุนสินค้าของบริษัทโดยตรง และยังส่งผลกระทบต่อผลกำไรโดยรวมด้วย อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนโดย

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

การทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า เพื่อคุ้มครองความเสี่ยงดังกล่าวนี้ โดยปัจจุบันยังไม่มีเหตุที่จะทำให้เชื่อได้ว่าความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนมีผลกระทบต่อผลกำไรของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

3.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม

บริษัทมีการทำสัญญากู้ยืมเงินระยะสั้นกับสถาบันการเงิน เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ ความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจะมีผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนบริหาร อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการบริหารจัดการแหล่งเงินทุนให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้ โดยจัดให้มีทางเลือกในการกู้ยืมเงินหลายทาง เพื่อใช้เป็นทางเลือกในการจัดหาเงินทุนให้ได้อย่างเหมาะสมอยู่ตลอดเวลา โดยในปี 2557 บริษัทมีการทำสัญญาเงินกู้กับสถาบันการเงินใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยงในการกู้ยืมและช่วยสนับสนุนให้สามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้อย่างเพียงพอด้วยต้นทุนทางการเงินต่ำสุด

4 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risks)

4.1 ความเสี่ยงตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (Product Liability Law)

บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญต่อการคุ้มครองสิทธิประโยชน์และสุขอนามัยของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ซึ่งสินค้าของบริษัทต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ บริษัทจัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าโดยหน่วยงาน Quality Assurance เพื่อให้มั่นใจได้ว่า ผู้บริโภคจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุด สด ใหม่ ตลอดเวลา รวมถึงมีหน่วยงานที่คอยรับข้อร้องเรียนจากผู้บริโภค และมีบริการหลังการขายโดยการประสานงานให้มีการเปลี่ยนสินค้าใหม่ที่ได้มาตรฐานให้กับลูกค้า ทั้งนี้เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการร้องเรียนของผู้บริโภคได้

4.2 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมและชุมชน

บริษัทมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับบุคลากรโดยมุ่งเน้นเอาใจใส่ในเรื่องสุขภาพ ความปลอดภัยของพนักงานและผู้มาติดต่อ รวมถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ซึ่งถือเป็นภารกิจงานที่มีความสำคัญต่อการสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น มั่นคง และจะส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้บริษัทถือว่าเป็นความรับผิดชอบและหน้าที่ของพนักงานทุกคนในทุกระดับ และทุกหุ้นส่วนธุรกิจ ที่จะต้องปฏิบัติตามนโยบายอย่างจริงจัง

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทมีทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่หักค่าเสื่อมราคา โดยวิธีคำนวณแบบเส้นตรงตามอายุการใช้งานโดยประมาณของทรัพย์สินเป็นระยะเวลา 5 - 20 ปี มีดังนี้

1. ที่ดิน อาคารและสิ่งปลูกสร้าง และส่วนปรับปรุง ได้แก่

1.1) อาคารสำนักงาน (ที่ตั้งของบริษัท) เลขที่ 32 ซอยบางนา-ตราด 25 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ โฉนดที่ดินเลขที่ 248013 เนื้อที่รวม 86 ตร.วา

ลักษณะกรรมสิทธิ์ เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี 21.9 ล้านบาท
ภาระผูกพัน -

1.2) ที่ตั้งโกดังเก็บสินค้าซอยข้างอาคารมโนรม (อาคารพาณิชย์ 5 ห้อง) เลขที่ 1169, 1171, 1173, 1175 และ 1177 ถ.ริมทางรถไฟสายปากน้ำ แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ โฉนดที่ดินเลขที่ 163064-163068 เนื้อที่รวม 73 ตร.วา

ลักษณะกรรมสิทธิ์ เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี 25.8 ล้านบาท
ภาระผูกพัน -

1.3) ที่ตั้งโกดังเก็บสินค้าซอยข้างอาคารมโนรม (อาคารพาณิชย์ 2 ห้อง) เลขที่ 1165 และ 1167 ถ.ริมทางรถไฟสายปากน้ำ แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯโฉนดที่ดินเลขที่163069-163071 เนื้อที่รวม 44ตร.วา

ลักษณะกรรมสิทธิ์ เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี 2.2 ล้านบาท
ภาระผูกพัน -

1.4) ที่ตั้ง โกดังสำรองสำหรับเก็บสินค้า (อาคารพาณิชย์ 3 ห้อง) เลขที่ 22/47-49 ซอย โครงการโชคดีพลาซ่า ถ.บางนา-ตราด กม.28 แขวงบางบ่อ เขตบางบ่อ จ.สมุทรปราการ

ลักษณะกรรมสิทธิ์ เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี 3.6 ล้านบาท
ภาระผูกพัน -

1.5) ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าสำหรับประกอบสินค้า เลขที่ 2/26 หมู่ที่ 1 ถ.บางนา-ตราด กม.16.6 ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ (บริษัท ดีเอชแอล ซัพพลายเชน (ประเทศไทย) จำกัด)

ลักษณะกรรมสิทธิ์ เป็นผู้เช่า
มูลค่าตามบัญชี 0.2 ล้านบาท
ภาระผูกพัน -

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

2. เครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	0.2 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-

3. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	7.2 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-

4. ยานพาหนะ

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	16.8 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-
รวมมูลค่าตามบัญชีสุทธิ	**77.9 ล้านบาท**

4.2 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

บริษัทมีกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของที่ดินที่ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานซึ่งแสดงในงบดุลภายใต้หัวข้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน รวมมูลค่า 22.9 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วย

- โฉนดเลขที่ 9293 ตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พื้นที่ 2 ไร่

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	12.0 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-

- โฉนดเลขที่ 15930 ถนนสุขุมวิท ตำบลท่าข้าม อำเภอบางประกง จังหวัดฉะเชิงเทรา พื้นที่ 1-0-54 ไร่

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	7.7 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-

- โฉนดเลขที่ 48979 ตำบลคลองสอง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พื้นที่ 2 ไร่

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	3.2 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-

4.3 สิทธิการเช่าอาคาร

- สิทธิการเช่าอาคาร	ศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ ชั้น 2 จำนวน 2 ห้อง
ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	7.4 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

หมายเหตุ : สิทธิการเช่าแสดงตามราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสม โดยค่าตัดจำหน่ายคิดตามวิธีเส้นตรงตามอายุสัญญาเช่า 30 ปี เริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 21 สิงหาคม 2537 ถึง 20 สิงหาคม 2567 สิทธิการเช่าอาคารดังกล่าวบริษัทได้ให้บุคคลภายนอกเช่าพื้นที่

4.4 ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน

บริษัทเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าทั้งหมด โดยบริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ มีหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ามีอายุ 10 ปี นับจากวันจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า และสามารถต่ออายุได้ทุก 10 ปี ที่ผ่านมาหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนส่วนใหญ่มีอายุยังไม่ครบ 10 ปี อย่างไรก็ตามหากครบอายุตามเวลาดังกล่าวแล้ว บริษัทดำเนินการต่ออายุต่อไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายของบริษัทในอนาคตต่อไป รายละเอียดของเครื่องหมายการค้ามีดังนี้

	ลำดับ	ทะเบียน	เครื่องหมายการค้า	วันครบกำหนด
1	266503	บ 2923	CORNS CABIN	13 มิ.ย. 67
2	297164	บ 4624	เครื่องหมายบริษัท	9 พ.ย. 58
3	411868	ค 113027	GERLACH POLAND	9 มี.ค. 63
4	411869	ค 131038	FOGGY	17 ก.พ. 63
5	411870	ค 128796	FRESHY	17 ก.พ. 63
6	411871	บ 12637	MOONG PATTANA	17 ก.พ. 63
7	431038	ค 144141	B-REAL	31 ส.ค. 63
8	431310	ค 158380	บี-เรียล	4 ก.ย. 63
9	447646	ค 149493	B-care บี-แคร์	5 มี.ค. 64
10	447647	ค 149494	B-care บี-แคร์	5 มี.ค. 64
11	447648	ค 151510	B-care บี-แคร์	5 มี.ค. 64
12	468715	ค 190341	smart V	2 ก.ย. 64
13	468716	ค 161557	smart V	2 ก.ย. 64
14	468717	ค 165095	smart V	2 ก.ย. 64
15	481881	ค 171950	smart V	4 มี.ค. 65
16	481882	ค 169718	smart V	4 มี.ค. 65
17	481884	ค 174195	B-care บี-แคร์	4 มี.ค. 65
18	544490	ค 205479	smile V	12 ก.พ. 67
19	687380	ค 293002	GERLACH	18 ก.พ. 61
20	700950	ค 301521	V-CARE วี-แคร์	3 ก.ค. 61
21	700951	ค 301019	V-CARE วี-แคร์	3 ก.ค. 61
22	700952	ค 301522	V-CARE วี-แคร์	3 ก.ค. 61
23	700953	ค 301020	V-CARE วี-แคร์	3 ก.ค. 61

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในอนาคต

บริษัทมีนโยบายในการร่วมลงทุนเพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับสินค้าและบริการในธุรกิจสินค้าประเภทอุปโภคและบริโภคที่มีโอกาสเติบโตและมีศักยภาพสามารถสร้างผลกำไรให้กับบริษัทได้ ซึ่งหากบริษัทเข้าลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทจะควบคุมหรือกำหนดนโยบายการบริหาร ตลอดจนการส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการตามสัดส่วนของการถือหุ้น และเข้าร่วมประชุมในฐานะผู้ถือหุ้น โดยผู้แทนจะมีหน้าที่ออกเสียงในที่ประชุมตามแนวทางหรือทิศทางที่คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาไว้ สำหรับการลงทุนในบริษัทร่วม บริษัทจะส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการโดยจะพิจารณาตามความเหมาะสมและขึ้นอยู่กับข้อตกลงที่ทำไว้ร่วมกันต่อไป

4.6 การควบคุมดูแลบริษัทร่วม

บริษัทมีการลงทุนในบริษัทร่วม คือ บริษัท ไทยพีเจ้น จำกัด (TP) ในสัดส่วนร้อยละ 47.0 โดยบริษัทได้มีการควบคุมดูแลในบริษัทร่วมดังกล่าวโดยการส่งคนเข้าไปเป็นกรรมการของ TP ได้แก่ นายสุเมธ เลอสุมิตรกุล เข้าไปเป็นกรรมการ ซึ่งกรรมการที่บริษัทส่งเข้าไปจะมีส่วนร่วมในการวางนโยบายในการดำเนินธุรกิจ วางแผนกลยุทธ์ และให้ข้อเสนอแนะแนวทางต่างๆ เพื่อให้การบริหารงานของ TP สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ อย่างไรก็ตาม หาก TP มีนโยบายหรือแนวทางการดำเนินธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ อาทิเช่น การชื้นหรือลงของราคาสินค้า การเพิ่มหรือการลดทุน การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ การก่อหนี้ การจัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ เป็นต้น บริษัทสามารถควบคุมดูแล TP ได้โดยผ่านที่ประชุมผู้ถือหุ้น ซึ่งการขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น ต้องมีมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นอนุมัติอย่างน้อย 3 ใน 4 ของจำนวนเสียงทั้งหมด

4.7 สัญญาที่เกี่ยวข้อง

4.7.1 สัญญาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก

4.7.1.1	สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าและความช่วยเหลือทางเทคนิค
คู่สัญญา	บริษัท / บริษัท พีเจ้น คอร์ปอเรชั่น จำกัด
วัตถุประสงค์	เพื่อให้สิทธิในการผลิต การใช้ และการขายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการให้ใช้เครื่องหมายการค้า "พีเจ้น" แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย
ระยะเวลา	1 ปี เริ่ม 1 มิ.ย. 2531 (ขยายระยะเวลาแบบปีต่อปีและมีฉบับแก้ไขลงวันที่ 1 ก.พ. 36)
4.7.1.2	สัญญากิจการร่วมค้าไทยพีเจ้น
คู่สัญญา	บริษัท / บริษัท พีเจ้น คอร์ปอเรชั่น จำกัด
วัตถุประสงค์	เพื่อจัดตั้งบริษัท ไทย พีเจ้น จำกัด เพื่อประกอบกิจการผลิต และจำหน่ายสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์จุกซิลิโคนสำหรับขวดนมเด็กภายใต้ตราสินค้าพีเจ้น
ระยะเวลา	เริ่ม 19 มิ.ย. 2533
4.7.1.3	สัญญากิจการร่วมค้าพีเจ้น อินดัสทรีส์
คู่สัญญา	บริษัท / บริษัท พีเจ้น คอร์ปอเรชั่น จำกัด
วัตถุประสงค์	เพื่อจัดตั้งบริษัท พีเจ้น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายแผ่นเช็ดทำความสะอาดและแผ่นอนามัยสำหรับซับน้ำนม
ระยะเวลา	เริ่ม 20 ก.พ. 2539

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

4.7.2 สัญญาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติก และบรรจุภัณฑ์

4.7.2.1	สัญญากิจการร่วมค้าโยชิโน มุ่งพัฒนา
คู่สัญญา	บริษัท / โยชิโน โคเคียวโย/โนมูระจิมูโย
วัตถุประสงค์	เพื่อจัดตั้งบริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อประกอบกิจการผลิต จำหน่าย และส่งออกสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติกโดยรวมถึงสเปรย์ที่ใช้พ่นน้ำและของเหลว และประกอบกิจการอื่นใดที่เกี่ยวข้อง
ระยะเวลา	เริ่ม 2 ธ.ค. 2537
4.7.2.2	สัญญาการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย และบันทึกแก้ไขสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย
คู่สัญญา	บริษัท / โยชิโน โคเคียวโย / YMP
วัตถุประสงค์	แต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ที่ YMP ผลิตแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย
ระยะเวลา	เริ่ม 1 ม.ค. 2545 และ 1 ม.ค. 2557
4.7.2.3	สัญญาส่งมอบวัตถุดิบ และบันทึกแก้ไขสัญญาส่งมอบวัตถุดิบ
คู่สัญญา	บริษัท / YMP
วัตถุประสงค์	เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน
ระยะเวลา	เริ่ม 1 ม.ค. 2557

4.7.3 สัญญาจัดจำหน่ายอื่นๆ

4.7.3.1	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา	บริษัท / บริษัท พีไอพี อินเตอร์แนชชั่นแนล จำกัด ได้ยกเลิกสัญญาจัดจำหน่ายเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2557
4.7.3.2	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา	บริษัท / บริษัท ฟอร์แคร์ จำกัด
วัตถุประสงค์	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กะทิธัญพืช, ฟอร์แคร์ บาลานซ์ เครื่องดื่มน้ำจมูกข้าวฯ สูตรดันดำรับ, สูตรไม่เติมน้ำตาล, รสดาร์คช็อกโกแลต, รสงาขาวน้ำผึ้ง ภายใต้เครื่องหมายการค้า 4CARE จัดจำหน่ายภายในประเทศไทยเท่านั้น
ระยะเวลา	3 ปี เริ่ม 1 มกราคม 2554 (ต่ออายุครั้งต่อไปทุกๆ 3 ปี)
4.7.3.3	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา	บริษัท / Jordan Asia Pacific SDN BHD
วัตถุประสงค์	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรงสีฟัน และไหมขัดฟัน ภายใต้เครื่องหมายการค้า Jordan จัดจำหน่ายภายในประเทศไทยเท่านั้น
ระยะเวลา	3 ปี เริ่ม 1 มิถุนายน 2555

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

4.7.3.4	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา	บริษัท อันดามัน อินเตอร์เนชั่นแนล รีซอสเซส จำกัด
วัตถุประสงค์	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ขนมปังเคลือบชอคโคแลต ภายใต้ชื่อ "Rebisco Choco Sandwich" และขนมปังกรอบ ภายใต้ชื่อ "Rebisco Cracker" จัดจำหน่ายภายในประเทศไทยเท่านั้น
ระยะเวลา	เริ่ม 22 เม.ย. 2555 สิ้นสุด 21 เม.ย. 2559
4.7.3.5	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา	บริษัท พี.พี.เอ็น ฟู้ดส์ จำกัด
วัตถุประสงค์	จัดจำหน่ายน้ำพริก ภายใต้เครื่องหมายการค้า รุ่งเจริญ จัดจำหน่ายภายในประเทศไทยเท่านั้น
ระยะเวลา	3 ปี เริ่ม 1 ธันวาคม 2555 สิ้นสุด 30 พ.ย. 2558
4.7.3.6	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา	Splash About International LTD.
วัตถุประสงค์	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดว่ายน้ำทารกและเด็กเล็ก ภายใต้เครื่องหมายการค้า Splash About จัดจำหน่ายภายในประเทศไทยเท่านั้น
ระยะเวลา	3 ปี เริ่มสัญญา 26 พ.ย. 2556 (สิ้นสุด 25 พ.ย. 2559)
4.7.3.7	สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา	Peachy Village LTD.
วัตถุประสงค์	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและขนมสำหรับเด็กเล็ก ภายใต้เครื่องหมายการค้า Peachy จัดจำหน่ายภายในประเทศกัมพูชาเท่านั้น
ระยะเวลา	3 ปี เริ่มสัญญา 9 ต.ค. 2557 (สิ้นสุด 8 ต.ค. 2560)

4.7.4 สัญญาอื่นๆ

คู่สัญญา	บริษัท / DHL Supply Chain (Thailand) Limited
วัตถุประสงค์	บริหารคลังสินค้า
ระยะเวลา	เริ่ม 1 กรกฎาคม 2555

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดๆ ที่มีผลกระทบต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์:		บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์แนชชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ("MOONG")
ประเภทธุรกิจ	:	ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าสำหรับแม่และเด็ก และเครื่องใช้ในครัวเรือนและของใช้ประจำวัน
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	อาคารมุ่งพัฒนา 32 ซอยบางนา-ตราด 25 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
ที่ตั้งคลังสินค้า	:	เลขที่ 2/26 หมู่ 1 ถนนบางนา-ตราด ก.ม.ที่ 16.5 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107551000274
โฮมเพจ	:	www.moongpattana.com , www.pigeonlittlemomentsclub.com
โทรศัพท์	:	+66 2361-9009
โทรสาร	:	+66 2361-9025-8
ที่ตั้งโรงงานของบริษัทร่วม:		บริษัท ไทยพีเจ้น จำกัด 944 หมู่ที่ 15 นิคมอุตสาหกรรมเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง กิ่งอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ
โทรศัพท์	:	+66 2313-1625-7
โทรสาร	:	+66 2313-1361

นายทะเบียนหุ้นบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 4-7 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2359-1200-1 โทรสาร 0-2239-1259

ผู้สอบบัญชีบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท สำนักงาน อี วาย จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	ชั้น 33 อาคารเลครัชดา 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2267-0777, 0-2661-9190 โทรสาร 0-2264-0789-90

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล

ข้อมูลการถือหุ้นของบริษัทในบริษัทอื่น

ชื่อหลักทรัพย์	บริษัท ไทยพีเจ้น จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	944 หมู่ที่ 15 นิคมอุตสาหกรรมเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง กิ่งอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ
จำนวนหุ้น	573,400 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 47 ของทุนจดทะเบียน 1,220,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ชื่อหลักทรัพย์	บริษัท พีเจ้น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	700/103 หมู่ 1 นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี
จำนวนหุ้น	360,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 2.5 ของทุนจดทะเบียน 14,400,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
ชื่อหลักทรัพย์	บริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	103/1 นิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์ ถนนบางนา-ตราด กม. 36 ตำบลบางสมัคร อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
จำนวนหุ้น	180,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 6 ของทุนจดทะเบียน 3,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

รับรองโดยนายสุเมธ เลอสุมิตรกุล