

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

วิสัยทัศน์

มุ่งพัฒนาสู่ความเป็นเลิศในด้านสินค้าและบริการ ภายใต้คุณธรรม จริยธรรม และ
ความรับผิดชอบต่อในการดำเนินธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นักลงทุน
และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า

พันธกิจ

- 1) มุ่งเป็นองค์กรที่มีผลกำไรโดดเด่น และได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภค คู่ค้า และนักลงทุน
- 2) มุ่งเป็นองค์กรที่จะให้ความสำคัญกับบุคลากร เน้นการพัฒนาทักษะ องค์ความรู้ และคุณภาพชีวิตของพนักงาน
- 3) มุ่งเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า และเติบโตควบคู่กันไปในระยะยาว
- 4) มุ่งเป็นองค์กรที่เน้นย้ำ จริยธรรม คุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ และรับผิดชอบต่อสังคม
- 5) มุ่งเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในความเป็นมืออาชีพด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้า

คุณค่า

1. เรามุ่งมั่นในการทำงาน รักษาสัญญา พร้อมและยอมรับในการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้มาซึ่งผลงานที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านคุณภาพของผลงานและบุคลากร
2. เรามุ่งเน้นให้ความสำคัญในด้านความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าเพื่อการเติบโตควบคู่กันไปในระยะยาว เราให้บริการกับคู่ค้าของเราด้วยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและชำนาญการเพื่อสร้างแนวคิดหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ รวมถึงการบริหารงานโดยเน้นหลักจริยธรรมและคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจและรับผิดชอบต่อสังคม
3. เรามุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กร โดยยึดหลักความสามัคคีและส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เรายึดมั่นในการทำงานเป็นทีมโดยมุ่งปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์และมุ่งสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ซึ่งพนักงานให้เกียรติซึ่งกันและกัน บุคลากรทุกคนจะได้รับการสนับสนุนให้มีความรู้ ความสามารถ กระตุ้นให้มีความใฝ่รู้ และได้โอกาสในการพัฒนาตนเองให้เติบโตไปกับองค์กร
4. เราให้ความสนใจและยึดถือความต้องการของลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการดำเนินธุรกิจ โดยเรามองสิ่งต่างๆ จากภายนอกเข้ามา สามารถเข้าใจและเห็นถึงความต้องการของลูกค้า และพร้อมอยู่เคียงข้างลูกค้าเพื่อพัฒนาหาวิธีที่จะตอบสนองความต้องการนั้น และสามารถสร้างผลตอบแทนที่สูงขึ้นได้จากความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงใจ ตรงความต้องการของลูกค้าด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และแปลกใหม่ เพื่อช่วยลูกค้าประสบความสำเร็จในสิ่งที่ต้องการได้ด้วยคุณภาพและความพึงพอใจ

การเปลี่ยนแปลงพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท มุ่งพัฒนา อินเทอร์เน็ตช้านแนล 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”) มีจุดประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากนมชิลิโคน 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 โคเคียวโซ (ประเทศญี่ปุ่น) (“โยชิโน ญี่ปุ่น”) และ บริษัท โนมูระ จิมูโซ อิงค์ (ประเทศญี่ปุ่น) เพื่อจัดตั้งบริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด (“YMP”) เพื่อก่อตั้งโรงงานผลิตสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติก อาทิเช่น หัวปั๊มสเปรย์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลว 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 หุ้น เพื่อขยายโรงงานเพิ่มกำลังการผลิต บริษัทได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน TP เป็นร้อยละ 47 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว หรือเทียบเท่ากับหุ้นจำนวน 573,400 หุ้น

- ปี 2543 PIT เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 120 ล้านบาท เป็น 144 ล้านบาท คิดเป็นหุ้นจำนวน 14,400,000 หุ้น มีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มทุนเพื่อขยายโรงงาน บริษัทฯ ขายหุ้นจำนวน 840,000 หุ้นคืนให้กับพีเจ็น คอร์ป และไม่ลงทุนซื้อหุ้นเพิ่มทุน จึงทำให้สัดส่วนการถือหุ้นใน PIT ลดลงเหลือร้อยละ 2.5 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว
- ปี 2544 YMP ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 125 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท คิดเป็นจำนวนหุ้น 3,000,000 หุ้น มีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มทุนเพื่อขยายโรงงาน บริษัทฯ ขายหุ้นจำนวน 287,500 หุ้นคืนโยชิโน ญี่ปุ่น และลงทุนซื้อหุ้นเพิ่มทุนแต่ไม่ครบตามสัดส่วนการถือหุ้น จึงทำให้สัดส่วนการถือหุ้นใน YMP ลดเหลือร้อยละ 6 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว
- ปี 2549 บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2549 เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2549 มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลเป็นจำนวน 115 ล้านบาท
- ปี 2550 บริษัทฯ ได้ซื้อตราสินค้าไมล์วี สมาร์ทวี และบีแคร์ เป็นสินค้าประเภทของใช้ประจำวันจากบริษัทฯ ไมล์ชีส จำกัด (“ไมล์ชีส”) ซึ่งเคยจัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัทฯ ในต่างจังหวัด และไมล์ชีสไม่มีความเกี่ยวข้องใดๆ กับบริษัทฯ ที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ปี 2551 บริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001: 2000 จากบริษัทฯ ยูไนเต็ตรัสซิสตร้า ออฟ ชิสเท็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อเดือนมกราคม 2551
- บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2551 เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2551 มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนและเรียกชำระจำนวน 40 ล้านบาท ทำให้ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น จาก 50 ล้านบาทเป็น 90 ล้านบาท และได้อนุมัติจ่ายเงินปันผลเป็นจำนวน 60 ล้านบาท
- บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 5/2551 เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2551 มีมติให้แปรสภาพบริษัทฯ เป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อบริษัทฯ ใหม่เป็น “บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)” และแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาทเป็นหุ้นละ 1 บาท รวมถึงมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 90 ล้านบาท เป็น 120 ล้านบาทโดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 30 ล้านหุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ได้มีการอนุมัติจ่ายเงินปันผลเป็นจำนวน 21.6 ล้านบาท
- ปี 2552 บริษัทฯ ร่วมลงนามในสัญญาจัดจำหน่ายสินค้า กับบริษัท พีไอพี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงลอกเท้า ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Revival Care”
- ปี 2553 บริษัทฯ ร่วมลงนามในสัญญาจัดจำหน่ายสินค้า กับบริษัท ไทย มัลติพลาย จำกัด บริษัท ศิริมงคล อินเตอร์เทรด จำกัด บริษัท ไทยอินตัน จำกัด และบริษัท ฟอว์แคร์ จำกัด เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “YURA” “BR” “Jintan” และ “4CARE” ตามลำดับ

- ปี 2554 บริษัท เปิดตัวโครงการ “Pigeon Little Moments Club” เพื่อเป็นช่องทางสื่อสารให้ลูกค้าติดต่อกับ บริษัท ได้ ไม่ว่าจะเป็นการขอคำปรึกษาเกี่ยวกับการเลี้ยงดูทารก หรือการให้รายละเอียดข้อมูล ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัท ในปีเดียวกันนี้ บริษัท ได้ยกเลิกการขายสินค้าภายใต้ตรา “Jintan”
- ปี 2555 ภายใต้ตราสินค้าพีเจ้น บริษัท ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดมากมาย อาทิเช่น จุกเสื่อนนมมารดา รุ่นพลัส แปรงสีฟันและยาสีฟันเด็ก แก้วหัดดื่ม MagMag เป็นต้น และในปีนี้บริษัท ได้รับความไว้วางใจ ในการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปากภายใต้ตราสินค้าจอร์แดน และบริษัท พีพี เอ็น ฟู้ดส์ จำกัด ผู้ผลิตน้ำพริกภายใต้เครื่องหมายการค้า “รุ่งเจริญ” นอกจากนี้บริษัท ยกเลิกการขาย สินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “YURA” และเพื่อรองรับการขายตัวอย่างต่อเนื่อง ในปีนี้บริษัท ได้ มอบหมายให้บริษัท DHL ซึ่งเป็นผู้นำระดับโลกด้านลอจิสติกส์ ดูแลเรื่องการบริหารคลังสินค้า
- ปี 2556 บริษัท ได้มีการเปิดตัวแคมเปญ “Meet The Expert - เพราะเราเข้าใจ เราจึงเชี่ยวชาญ” เพื่อตอกย้ำ ความเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก จากการวิจัยพัฒนาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เข้าใจถึงความต้องการของแม่ในการเลี้ยงดูลูกน้อย จาก ศูนย์วิจัยและพัฒนา Pigeon ใน ประเทศญี่ปุ่น และมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดทำความสะอาด สูตรลาโนลิน ขนาด 20 ชิ้น และกลุ่มขวดนมให้มีความหลากหลาย
- ด้านการขยายการดำเนินธุรกิจ บริษัท ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มเวเฟอร์ และ แครกเกอร์ ภายใต้ตราสินค้า Rebisco โดยบริษัท Andaman International Resources Co., Ltd. นอกจากนี้บริษัทได้มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดในกลุ่มผ้าเช็ดทำความสะอาดสำหรับผู้ใหญ่ คือ วี แคร่ แชนเซอร์ลไวฟ์ส ลาย เฮลโลคิตตี้ และ ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวกายสำหรับผู้ชาย วีแคร์ รีเฟรชซิง ไวฟ์ส สูตรคุลแมกซ์ และมีการปรับปรุงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สาลี วีแคร์ให้มีความทันสมัย ตอบสนอง ความต้องการผู้บริโภคด้วยความหลากหลายและมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มสาลีเพื่อความงาม Beauty and Make up Cotton โดยในปี 2556 บริษัทได้มีการขยายธุรกิจไปยังตลาดต่างประเทศ โดยมีการนำผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า วีแคร์ และจอร์แดน ไปจัดจำหน่าย ในสาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาวเป็นประเทศแรก เพื่อรองรับการเปิดตลาดของ AEC ในอนาคต
- ปี 2557 บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดว่ายน้ำสำหรับเด็กเล็กภายใต้ตรา สินค้า Splash About จากประเทศอังกฤษ และมีการแนะนำผลิตภัณฑ์แผ่นซับน้ำนม Pigeon ที่มีการ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีการซึมซับได้ดีขึ้นกว่าเดิมด้วยเทคโนโลยีผิวหน้าแบบรังผึ้ง และได้รับการ แต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและขนมสำหรับเด็กเล็ก ตราสินค้า พีชชี (Peachy) ซึ่ง จัดจำหน่ายไปยังประเทศกัมพูชา นอกจากนี้ บริษัทมีการยกเลิกการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เวเฟอร์และ แครกเกอร์ตรา Rebisco และผลิตภัณฑ์ถุงลอกเท้า Rivival Care บริษัทได้มีการพัฒนานาระบบ สารสนเทศทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ERP-SAP System) เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนงาน การควบคุม ติดตามต่างๆ และเพื่อทำให้การบริหารจัดการโดยรวมของบริษัทมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างเสริม ความพร้อมทางธุรกิจในการเปิดเสรีอาเซียน (AEC) ในอนาคตอันใกล้

ปี 2558 บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวของผลิตภัณฑ์กระดาดชืชู่ตราเอลลิแอร์ (Elleair) จากประเทศญี่ปุ่น มีดโกนหนวดชนิดใช้แล้วทิ้งตราลอร์ด (Lord) จากประเทศอียิปต์และผ้าอ้อมผู้ใหญ่ภายใต้ตรามูมู (Mumu) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยรวมถึงขนมวุ้นแพคตินสำเร็จรูปสำหรับเด็กตราเฮอรัลแลนด์ (Herbaland) จากประเทศแคนาดาและได้มีการยกเลิกการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กะทิธัญพืชและน้ำจิ้มกัวตตรา ฟอว์แคร์ (4-Care)

บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท มีจำนวน 200 ล้านหุ้น เพื่อวัตถุประสงค์ในการขยายกิจการ โดยมีรายละเอียดการเพิ่มทุนดังนี้

1. หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 24 ล้านหุ้น เพื่อบริการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 1 โดยในระหว่างปี 2558 มีการแปลงใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญแล้ว จำนวน 215,800 หน่วย
2. จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5 ล้านหุ้น เพื่อบริการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิตามโครงการ ESOP (ยังไม่เริ่มโครงการ)
3. จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 24 ล้านหุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Right Offering) โดยบริษัทได้รับชำระค่าหุ้นทั้งหมดแล้ว
4. จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 27 ล้านหุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) โดยบุคคลดังกล่าวจะต้องไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันของบริษัท (ยังไม่เริ่มโครงการ)
5. โครงการหุ้นกู้ 500 ล้านบาท

ปี 2559 บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าอนามัยตรามิโดริ (Midori) ผลิตภัณฑ์ถุงขยะถุงชิป และถุงหิ้วตราฮีโร่ (Hero) และผลิตภัณฑ์ยาสีฟันสมุนไพรตราทรี เฮอร์บ (Tree Herb)

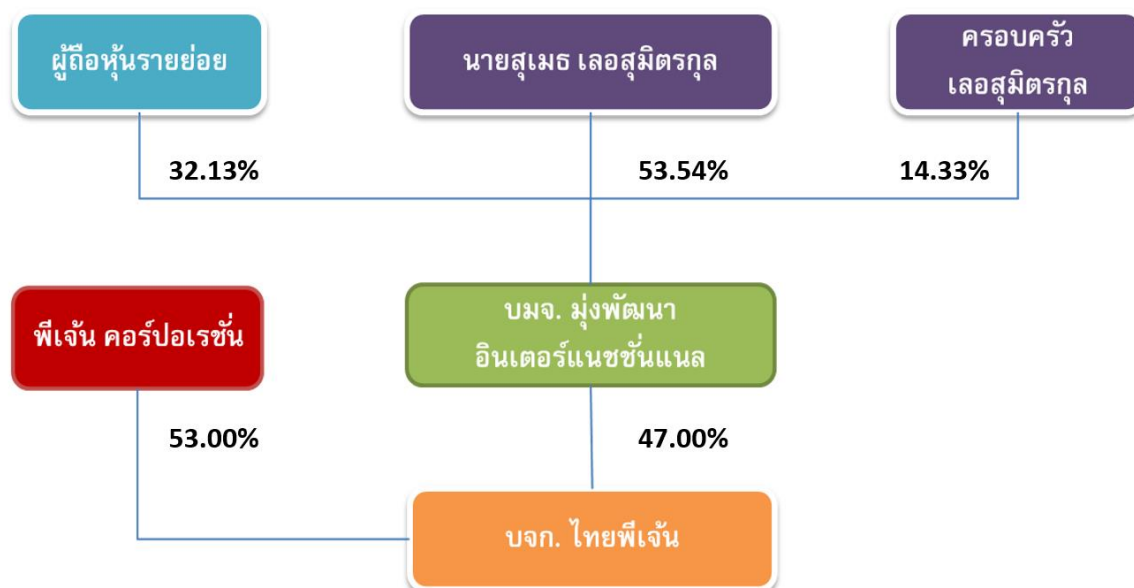
บริษัทฯ ลดทุนจดทะเบียนจาก 200,000,000 บาท เป็น 167,999,968 บาท โดยยกเลิกหุ้นสามัญที่ยังไม่ได้จำหน่าย จำนวน 32,000,032 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท ทั้งนี้ มิได้ยกเลิกหุ้นสามัญที่สำรองไว้ เพื่อบริการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งที่ 1 (MOONG-W1) จำนวน 23,784,184 หุ้น

ต่อมาบริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 167,999,968 บาท เป็น 213,488,988 บาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่ จำนวน 45,489,020 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 1.00 บาท ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. หุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบกำหนดวัตถุประสงค์ จำนวน 2,224,285 หุ้น เพื่อบริการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะออกและเสนอขายตามโครงการ ESOP จำนวน 2,000,000 หุ้น และเพื่อบริการปรับสิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งที่ 1 จำนวน 224,285 หุ้น
2. หุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไป (General Mandate) จำนวน 43,264,735 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้น (Right Offering)

- ปี 2560 บริษัท ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แผ่นแปะกันยุงผสมสารสกัดธรรมชาติรามือชี่การ์ด (Mossi Guard) แผ่นเจลลดไข้ตราด็อกเตอร์เทมปี (Dr. Temp) สเปรย์ปรับอากาศตราโพลาร์ สเปรย์ (Polar Spray) แคลเซียมชนิดเคี้ยวรสโกโก้ตราแคล-อัปส์-ช็อคโก (Cal-Ups Choco) ครีมผสมสารสกัดจากธรรมชาติช่วยแก้อาการผื่นแพ้คันจากผิวแพ้ง่ายตรามอซซี่ ครีม (Mozz Cream) วิตามินซี ชนิดเม็ดตราแอสเนเจอร์ (Asnature) ยาน้ำแก้ไอตราไอยรา (Iyara) แชมพูปิดผมขาวสมุนไพรแพลนเต้ (Plante) ลูกอมกลิ่นผลไม้ตราบิ๊กฟุต (Big Foot) ครีมโกนหนวดตราบาร์บาสอล (Barbasol) และแยมผลไม้ตราฟอเรสต์ (Forest)
- นอกจากนี้ บริษัท ได้ยกเลิกการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โกนหนวดชนิดใช้แล้วทิ้งตราลอร์ด (Lord) กระดาษทิชชูตราเอลลิแอร์ (Elleair) และน้ำพริกตรารุ่งเจริญ น้ำพริกมินิ
- บริษัท ลดทุนจดทะเบียนจาก 213,488,988 บาท เป็น 170,224,253 บาท โดยตัดหุ้นสามัญที่ยังไม่ได้จำหน่ายจำนวน 43,264,735 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท
- ต่อมาบริษัท ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 170,224,253 บาท เป็น 170,254,253 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่ จำนวน 30,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1.00 บาท เพื่รองรับการใช้สิทธิของซื้อหุ้นสามัญของบริษัทของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งที่ 1 (MOONG-W1)
- บริษัท เปิดตัวช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ www.moong-shop.com และช่องทางการจัดจำหน่าย Foodservice และบริษัท ได้ดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พีเจในประเศลาวอย่างเป็นทางการ
- ปี 2561 การใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ครั้งที่ 1 (MOONG-W1) ซึ่งใช้สิทธิครั้งสุดท้ายไปเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2561 สรุปผลรวมการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิที่จำนวน 2,316,535 หน่วย คิดเป็นจำนวนหุ้นสามัญที่เกิดจากการใช้สิทธิแปลงสภาพ 2,339,889 หุ้น
- โดยปัจจุบันบริษัท มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจากการเพิ่มทุนที่เกิดจากการใช้สิทธิ MOONG-W1 และการใช้สิทธิ ESOP เป็นทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งสิ้นจำนวน 168,639,633.00 บาท มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 บาท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ และบริษัทร่วม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท มุ่งพัฒนา อินเทอร์เน็ตช้อปปิ้ง (มหาชน) เดิมชื่อ บริษัท มุ่งพัฒนา มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี 2524 และเริ่มดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องครัวที่มีคุณภาพ ในปี 2531 บริษัท ได้รับสิทธิในการผลิต การใช้ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้เครื่องหมายการค้า “พีเจ็น” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ซึ่งพีเจ็นเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กอันดับหนึ่งในประเทศญี่ปุ่น

ด้วยความเชี่ยวชาญและความชำนาญในการบริหารตราสินค้า และการมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศไทย ทำให้บริษัทได้มีการขยายธุรกิจด้านการจัดจำหน่าย โดยได้รับการแต่งตั้งให้ เป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการทำการตลาดในประเทศไทย กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม ส่งผลให้บริษัทฯ มีจำนวนสินค้าที่จัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นและมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันบริษัทฯ ประกอบธุรกิจใน 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่

- 1) กลุ่มธุรกิจภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (Ownbrand) ได้แก่
 - 1.1 วีแคร์ (Vcare) ผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวสำหรับผู้ใหญ่ แปรงสีฟัน และสบู่อออบาน้ำ
 - 1.2 ฟ็อกกี้ (Foggy) ผลิตภัณฑ์กระบอกฉีดน้ำ
 - 1.3 สไมล์วี (SmileV) ผลิตภัณฑ์กระบอกฉีดน้ำ
- 2) กลุ่มธุรกิจตัวแทนจัดจำหน่าย (Distributor business) ด้วยบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในด้านการตลาดโดยจะบริหารแบรนด์หรือตราสินค้าที่บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายให้เป็นที่รู้จักและรักษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้คงความนิยมในผลิตภัณฑ์และตราสินค้าอย่างต่อเนื่องผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ รวมถึงมีความชำนาญในด้านการจัดจำหน่ายโดยมีเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศทั้งร้านค้าสมัยใหม่หรือโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) หน่วยรถยนต์เงินสด (Cash Van) รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ อาทิ Food Service , E-commerce เป็นต้น
- 3) กลุ่มธุรกิจร่วมค้า (Joint venture business) นอกจากการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคแล้ว บริษัทฯ ยังมีกิจการร่วมค้ารวมทั้งสิ้น 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท ไทยพีเจ็น จำกัด (TP) บริษัท พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด (PIT) และ บริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด (YMP) โดยมีสัดส่วนการร่วมลงทุนอยู่ที่ร้อยละ 47 ร้อยละ 2.5 และร้อยละ 6 ตามลำดับ ในการร่วมลงทุนดังกล่าวบริษัทฯ ได้รับประโยชน์จากการได้สิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่แต่ละบริษัทร่วมค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย และปัจจุบันได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศลาวเพิ่มขึ้นด้วย รวมถึงได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล

บริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคโดยได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มหลัก ดังนี้

กลุ่มสินค้าสำหรับแม่และเด็ก (Baby and mom)	กลุ่มสินค้าของใช้ประจำวัน และของใช้ในครัวเรือน (Personal care & house hold)
<input type="checkbox"/> พีเจ้น (Pigeon) ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงประเทศญี่ปุ่น สำหรับแม่และเด็กทารกที่มีอายุระหว่าง 0-3 ปี <input type="checkbox"/> Splash About ชุดว่ายน้ำและอุปกรณ์ว่ายน้ำสำหรับทารกและเด็กเล็กจากประเทศอังกฤษ <input type="checkbox"/> ไออุ่น เซรัมอัญชัน สำหรับเด็ก และบาล์มบัวหิมะ	<input type="checkbox"/> วีแคร์ (VCare) ผ้าเช็ดทำความสะอาด ล้างลิ้น ล้างลิ้น ล้างลิ้น <input type="checkbox"/> จอร์แดน (Jordan) ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปาก แปรงสีฟัน และไหมขัดฟัน <input type="checkbox"/> Tree herb ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรสมุนไพร <input type="checkbox"/> ฮีโร่ ผลิตภัณฑ์ถุงขยะ ถุงซิป และถุงหิ้ว <input type="checkbox"/> ม็อกซ์การ์ด แผ่นแปะและสเปรย์ป้องกันยุง <input type="checkbox"/> ม็อกซ์ครีมผสมสารสกัดจากธรรมชาติ ลดผื่นคัน รอยแผลเป็น ลมพิษ ลิวผด บวมแดง และรอยคล้ำ <input type="checkbox"/> โพลาร์ สเปรย์ น้ำหอมปรับอากาศกลิ่นยูคาลิปตัส <input type="checkbox"/> แพลนเต้ แชมพูปิดผมขาวเร่งด่วน ภายใน 5 นาที <input type="checkbox"/> ฟ็อกกี้ กระบอกฉีดน้ำสำหรับบรรจุน้ำหรือน้ำยา <input type="checkbox"/> สไมล์วี กระบอกฉีดน้ำเอนกประสงค์ <input type="checkbox"/> ดอกเตอร์เทมปี แผ่นคลุมเจลช่วยระบายความร้อน ลดไข้ แก้ปวดศีรษะ <input type="checkbox"/> ไบโอะวูแมน เซรัมบำรุงเส้นผม
กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม (Food and beverage)	
<input type="checkbox"/> ไอยรา ยาน้ำแก้อาเจียน <input type="checkbox"/> บิ๊กฟุต ลูกอมรสบ๊วยและรสชาวนาเตอร์ โลลี่ป๊อป ขนมสำหรับเด็ก <input type="checkbox"/> แคล-อัส-ซ็อคโก ผลิตภัณฑ์เสริมแคลเซียมชนิดเม็ดเคี้ยว รสโกโก้ <input type="checkbox"/> ฮิมาลายา ซอลท์ เลมอน แคนดี้ ลูกอมมินท์ <input type="checkbox"/> ไวต้า-ซี มัลติฟรุต กัมมี่ ผสมวิตามินซี <input type="checkbox"/> Forest ผลิตภัณฑ์แยมผลไม้ สูตรจากประเทศอังกฤษ	
กลุ่มสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ (Senior)	
<input type="checkbox"/> Mumu ผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมสำหรับผู้ใหญ่	

ปี 2561 บริษัทฯ มีผู้ผลิตและเจ้าของตราสินค้าได้ให้ความไว้วางใจบริษัทฯ ในการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้า ได้แก่

แพลนเต้ (Plante)	แชมพูปิดผมขาวสมุนไพร
บิ๊กฟุต (Big Foot)	ลูกอมกลิ่นเลมอน
ไออุ่น (Ai aoon)	เซรัมอัญชัน
ฮิมาลายา (Himalaya)	ลูกอมรสมินท์ ผสมเกลือทิมาลายา
ไบโอะวูแมน (Bio-women)	เซรัมบำรุงเส้นผม

กลยุทธ์การประกอบธุรกิจ

สำหรับปี 2561 ภาพรวมเศรษฐกิจไทยขยายตัวร้อยละ 4.2 โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 7.6 เนื่องจากในไตรมาส 1 และไตรมาส 2 เศรษฐกิจโลกเริ่มฟื้นตัวทำให้การส่งออกของไทยเริ่มดีขึ้นแม้ว่าจะชะลอตัวลงในไตรมาส 3 และ 4 ประกอบกับนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและภูมิภาคเอเชียนิยมเข้ามาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวเร่งขึ้นของการบริโภคและการลงทุนภาคเอกชน และการขยายตัวต่อเนื่องของการใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐ ส่งผลให้ธุรกิจในภาพรวมของบริษัทฯ เติบโตขึ้นถึงร้อยละ 13.7 โดยรายได้รวมอยู่ที่ 1,020.6 ล้านบาท

ในรอบปี 2561 บริษัทฯ ได้ดำเนินกลยุทธ์มุ่งเน้นการสร้างการเติบโต โดยมุ่งเน้นพัฒนาและสรรหาสินค้าอุปโภค บริโภค ที่มีคุณภาพ แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทุกพื้นที่มากขึ้น โดยบริหารจัดการส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่ทางสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น กิจกรรมส่งเสริมการขายได้ถูกจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้บริษัทฯ ยังใส่ใจในการพัฒนาบุคลากรของบริษัท เพื่อให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเข้าใจใส่ใจในการดูแลลูกค้าและคู่ค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนสอดคล้องกับแนวทางการเติบโตขององค์กร

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ปี 2559-2561

ประเภทของรายได้	2561		2560		2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
จำหน่ายผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก	701.0	68.7	627.6	71.1	567.1	71.8
จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค	177.7	17.4	167.3	18.9	136.4	17.3
จำหน่ายผลิตภัณฑ์พลาสติกและบรรจุภัณฑ์	0.0	0.0	0.5	0.1	0.5	0.1
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย ¹⁾	90.0	8.8	66.6	7.5	67.1	8.5
รายได้จากเงินปันผล ²⁾	6.6	0.6	6.3	0.7	4.7	0.6
รายได้อื่น ³⁾	45.3	4.4	14.7	1.7	14.2	1.8
รายได้รวม	1,020.6	100.0	883.0	100.0	790.0	100.0

หมายเหตุ :

1. ส่วนแบ่งกำไรจาก TP
2. เงินปันผลจาก YMP และ PIT
3. รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้ค่าเช่า รายได้ค่านายหน้า กำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์และกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ

1. ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ตราสินค้า วีแคร์

ปัจจุบันกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า วีแคร์ ที่ทางบริษัทพัฒนาตราสินค้า บริหารจัดการด้านการตลาด และการจัดจำหน่าย มีดังต่อไปนี้

- กลุ่มสำลี



สำลีอเนกประสงค์



สำลีเพื่อความงาม

- กลุ่มผ้าเช็ดทำความสะอาดแบบเปียก



ผ้าเช็ดทำความสะอาดอเนกประสงค์



ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวกาย

- กลุ่มผลิตภัณฑ์อาบน้ำ



สบูโฟมอาบน้ำ

- กลุ่มแปรงสีฟัน



แปรงสีฟันสำหรับเด็ก



แปรงสีฟันสำหรับผู้ใหญ่

กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างแบรนด์วีแคร์ (V care) ซึ่งเป็นตราสินค้าของบริษัทให้มีความแข็งแกร่ง เป็นที่รู้จัก ด้วยสินค้าที่มีนวัตกรรม พัฒนามาจากความใส่ใจในทุกรายละเอียดของการใช้งานในทุกกลุ่มสินค้า มีจุดขาย และความโดดเด่นเมื่อเทียบกับกลุ่มสินค้าเดียวกันในท้องตลาด ไม่เพียงแต่เป็นสินค้าคุณภาพสูง แต่ยังส่งเสริมความเป็นอยู่ และไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นผู้มีอำนาจการตัดสินใจซื้อ สินค้าสำหรับตนเอง และของครอบครัวเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มลำลี ผ้าเปียก แปร่งสีฟัน และกลุ่มสินค้าใหม่ สบู่โฟม อาบน้ำ

ในปี 2561 บริษัทฯ ตอกย้ำ และส่งเสริมการสร้างแบรนด์ พร้อมยกระดับตำแหน่งทางการตลาดของแบรนด์วีแคร์ในภาพรวม ด้วยสื่อและกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง เน้นการส่งเสริมภาพลักษณ์ความเป็นผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว โดยสื่อสารในทุกๆ กลุ่มสินค้าพร้อมกันเป็นปีแรก ภายใต้แคมเปญ #ที่เห็นว่าเยอะที่จริงเราแคร์ ที่มีรูปแบบการสื่อสารแตกต่างจากแบรนด์คู่แข่งในกลุ่มสินค้าที่ใกล้เคียงกัน เพื่อให้แบรนด์วีแคร์ เป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนึกถึงเป็นแบรนด์อันดับแรก



การสื่อสารและกิจกรรมทางการตลาดในปีที่ผ่านมา เน้นการสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับผู้บริโภค เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ได้ตลอดเวลา และได้กระแสบริบทที่ดีในทุกช่องทาง

และเพื่อตอกย้ำความเป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัวให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ในช่วงปีที่ผ่านมา วีแคร์ได้ขยายสินค้าในกลุ่มสินค้าเดิม เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายในการใช้สินค้าในกลุ่มลำลี ผ้าเปียก และแปร่งสีฟัน รวมถึงการสร้างกลุ่มสินค้าใหม่ ในกลุ่มสบู่โฟมอาบน้ำ

สินค้าใหม่ในกลุ่มลำลี ได้แก่ ลำลีแผ่นหนานุ่มเนกประสงค์ ขนาด 110 กรัม เพื่อตอบสนองการใช้งานของทุกคนในครอบครัว ด้วยนวัตกรรมการผลิตที่ทำให้ลำลีมีสัมผัสอ่อนโยน หนา นุ่ม มีคุณภาพเป็นที่แข่งขันได้ และ ลำลี

แผ่นจัมโบ้ ที่มุ่งเน้นการใช้งานสำหรับคุณแม่และเด็ก ไม่เพียงแต่เป็นผ้าที่มีคุณภาพ ไร้สารตกค้าง แต่ยังสามารถทำความสะอาดลูกน้อยได้อย่างหมดจดในแผ่นเดียวด้วยขนาดแผ่นขนาดใหญ่ถึง 3x4 นิ้ว



ผ้าเช็ดตัวสำหรับเด็ก



ผ้าเช็ดตัวสำหรับเด็ก

สินค้าใหม่ในกลุ่มผ้าเปียก ได้แก่ ผ้าเปียกสำหรับผู้ใหญ่ สูตรน้ำบริสุทธิ์ 99% เพื่อรองรับแนวโน้มตลาดผู้สูงอายุที่กำลังเติบโต และผ้าเปียกอเนกประสงค์ สูตรแอนตี้แบคทีเรีย ขนาดพกพา 18 แผ่น เพื่อต่อยอดความสำเร็จของขนาดปกติ 50 แผ่น ที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในด้านคุณภาพ และราคา



ผ้าเปียกสำหรับผู้ใหญ่ สูตรน้ำบริสุทธิ์ 99%



ผ้าเปียกอเนกประสงค์ สูตรแอนตี้แบคทีเรีย

สินค้าใหม่ในกลุ่มแปรงสีฟัน เพื่อเพิ่มความหลากหลาย เป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคด้วย แปรงสีฟันเด็ก ฟอ ฟัน นำเสนอด้วยลายใหม่ สดใส และแปรงสีฟันผู้ใหญ่ แพ็คประหยัด



แปรงสีฟันเด็ก ฟอ ฟัน



แปรงสีฟันเด็กผู้ใหญ่

นอกจากนี้ วีแคร์ได้ขยายกลุ่มสินค้าใหม่ด้วยสบูโฟมอาบน้ำ ที่นำเสนอนวัตกรรมของวีโหมอบน้ำเนื้อละเอียด มีคุณสมบัติการทำความสะอาดที่ล้ำลึก และทันสมัย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ช่วยทำให้ภาพลักษณ์ของความเป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนตัวมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น



การสื่อสารและกิจกรรมการตลาด รวมถึงการออกสินค้าใหม่ในปีที่ผ่านมา ส่งผลทำให้แบรนด์วีแคร์ เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น การสื่อสารที่เข้าถึงผู้บริโภคทำให้มีการรับรู้ถึงแบรนด์ เกิดการทดลองใช้สินค้า ส่งผลทำให้แบรนด์วีแคร์ในทุกกลุ่มสินค้า เติบโตอย่างต่อเนื่อง และมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงครึ่งปีหลัง ทำให้ภาพรวมยอดขายทั้งปีเติบโตขึ้นถึง 12% จากปี 2560 และสัดส่วนการตลาดทางด้านมูลค่าในกลุ่มลำไส้ ได้เพิ่มขึ้นจาก 3.3% ในเดือนมกราคมเป็น 4.3% เมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมา ส่งผลให้กลุ่มลำไส้วีแคร์ขยับขึ้นเป็นแบรนด์ลำไส้ที่มีสัดส่วนการตลาดเป็นอันดับ 5 ของประเทศไทย นอกจากนั้นสินค้าในกลุ่มผ้าเปียกของวีแคร์ ยังมีผลงานเติบโตอย่างก้าวกระโดด ทำให้มีสัดส่วนการตลาดทางด้านมูลค่าของปี 2561 เติบโตจาก 3% เป็น 4% และยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสินค้าใหม่เป็นส่วนผลักดันสำคัญที่ทำให้สินค้ากลุ่มผ้าเปียกของวีแคร์ มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มแบรนด์วีแคร์ทั้งหมด ผ่านช่องทางเครือข่ายร้านค้าที่ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิม (General Trade) ซึ่งประกอบด้วยร้านค้าส่ง-ปลีกทั่วไป ที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ และช่องทางอื่นๆ ที่กำลังมีการเติบโตดี สามารถตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านตัวแทนจำหน่ายเฉพาะ (Specialty Shop) บิวตี้สตอร์ โรงพยาบาล สถานเสริมความงาม สถานดูแลผู้สูงอายุ รวมถึงการส่งออกและการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสมัยใหม่ให้ความนิยม เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว และสามารถซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา

2. ผลิตภัณฑ์เครื่องครัว ได้แก่ กระบอกฉีดน้ำฟ็อกกี้ และ สไมล์วี

ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายได้แก่ กระบอกฉีดน้ำฟ็อกกี้ (Foggy) และกระบอกฉีดน้ำ สไมล์วี (Smile V) ซึ่งบริษัทเป็นผู้ผลิต และจัดจำหน่ายฟ็อกกี้ โดยได้จัดเครื่องหมายการค้า ฟ็อกกี้ และ สไมล์วี เป็นของ บริษัทฯ และยังเป็นผู้ผลิตรายแรกของประเทศไทยที่ให้ความสนใจพัฒนาสินค้ากระบอกฉีดน้ำ แบรินด์ ฟ็อกกี้เป็นที่ ยอมรับมากกว่า 30 ปีในเรื่องของคุณภาพ โดยเฉพาะหัวฉีด ที่ได้ผ่านการพัฒนาให้สามารถใช้งานได้หลากหลาย และมีความทนทาน

กระบอกฉีดน้ำฟ็อกกี้



กระบอกฉีดน้ำสไมล์วี



กลยุทธ์การแข่งขัน

สำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มกระบอกฉีดน้ำ บริษัทฯ วางตำแหน่งแบรนด์ฟ็อกกี้ ในระดับพรีเมียม มีสินค้าหลากหลายรุ่น ที่เหมาะทั้งอุตสาหกรรมหนักและการใช้งานทั่วไป โดย ฟ็อกกี้ ดิวตี้ เน้นจับกลุ่มตลาดที่ต้องการสินค้า คุณภาพดี มีความทนทานสูง เช่นธุรกิจซักรีด ล้างรถ และ ฟ็อกกี้ มัลติ เน้นร้านอาหาร เสริมสวย ทำสวนเป็นต้น และใน ปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัทได้ออกสินค้าใหม่ ฟ็อกกี้ สลิม เพื่อขยายฐานลูกค้า และการใช้งานแบบใหม่ ที่ทันสมัย และ สะดวกสบาย ด้วยขนาดกระบอกกระทัดรัด

ในส่วนของแบรนด์สไมล์วี ซึ่งเป็นอีกหนึ่งแบรนด์ในกลุ่มกระบอกฉีดน้ำนั้น บริษัทมุ่งจับกลุ่มตลาดลูกค้าทั่วไป เน้นราคาข้อมเยา หลากหลายดีไซน์ เน้นการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึง โดยในปีที่ผ่านมาได้ออกสินค้าใหม่เช่นกัน โดย เน้นกระบอกที่มีลวดลายใหม่ สดใส เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขายให้กลุ่มสินค้าในภาพรวม



กระบอกฉีดน้ำฟ็อกกี้ สลิม



กระบอกฉีดน้ำสไมล์วี ลายใหม่

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางเครือข่ายร้านค้าที่ครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศ รวมถึงช่องทางอุตสาหกรรม และธุรกิจต่าง ๆ

3. ผลิตภัณฑ์พีเจ้น

ผลิตภัณฑ์พีเจ้น มีความโดดเด่นเรื่องนวัตกรรม การค้นคว้า วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจากผู้เชี่ยวชาญมีปณิธานการทำงานภายใต้แนวคิด Philosophy of LOVE ทั้งนี้เนื่องจากแบรนด์พีเจ้นให้ความสำคัญกับความรักอันบริสุทธิ์ของแม่กับลูก และมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นตัวช่วยให้แม่สามารถส่งมอบความรักให้กับลูกน้อยผ่านการใช้งานผลิตภัณฑ์สำหรับทารก ที่มีคุณภาพสูง มีความพิถีพิถัน ใส่ใจในทุกรายละเอียด เพื่อการเลี้ยงดูลูกน้อยที่ราบรื่น และมีความสุขที่สุด

ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์พีเจ้นที่จัดจำหน่ายในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 8 กลุ่มสินค้า ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับป้อนนม (Feeding Accessories) กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดทำความสะอาด (Baby Wipes) กลุ่มผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการให้นมมารดา (Mother Care & Accessories) กลุ่มผลิตภัณฑ์ฝึกรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม (Weaning & Accessories) กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและอนามัย (Health Care & Hygiene Care) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและดูแลผิว (Toiletries & Skincare) กลุ่มผลิตภัณฑ์จุกนมหลอกและยางกัด (Pacifier & Teether) และกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเครื่องใช้เด็กทารก (Cleansing and Sterilizing Accessories) ซึ่งถือว่ามีครบคลุมทุกความต้องการของคุณแม่ อีกทั้งยังตอบโจทย์พัฒนาการในทุกช่วงวัยของลูกน้อย

กลยุทธ์การแข่งขัน

แบรนด์พีเจ้นอยู่ในตำแหน่งผู้นำตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์แม่และเด็กมาอย่างยาวนาน จึงใช้กลยุทธ์ของผู้นำคือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้กับตลาด โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหัวใจสำคัญ พีเจ้นจึงสามารถเป็นแบรนด์ที่เติบโตได้ดี แม้จะอยู่ในสถานการณ์ที่อัตราเด็กเกิดใหม่ในแต่ละปีลดน้อยลง ทั้งนี้ด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าและสร้างการเติบโตที่ยั่งยืน

โดยในปีที่ผ่านมา สามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด +3% จาก 38% เพิ่มขึ้นเป็น 41% โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์จุกนมเพิ่มจาก 47% เป็น 50% และผลิตภัณฑ์ขวดนมเพิ่มจาก 34% เป็น 38% รักษาตำแหน่งผู้นำทางการตลาดที่มีความแข็งแกร่งในการขับเคลื่อนตลาดให้เติบโต นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบบี้ไวพส์ โดยการวางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ 7 Eleven, Family Mart, Mini Big C และอื่นๆมากกว่า 16,000 ร้านค้า ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึง และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พีเจ้นเบบี้ไวพส์ได้ง่ายยิ่งขึ้น



ผลิตภัณฑ์พีเจ้น เบบี้ไวพส์ คาโมมายล์ ผ้าหนานุ่ม ขนาด 20 ชิ้น
มีจำหน่ายใน 7-11 และร้านสะดวกซื้อทั่วประเทศ

และด้วยความไว้วางใจจากสายการบิน Nok Scoot ที่ได้เลือกผลิตภัณฑ์พีเจ้นเบบี้ไวฟส์ แชนด์แอนด์เมาท์ ซึ่งเป็นสูตรที่มีส่วนผสมที่เป็น Food Grade 100% ขึ้นไปจัดจำหน่ายสำหรับผู้โดยสารที่บินกับสายการบิน Nok Scoot ในทุกเที่ยวบิน จึงทำให้ผลิตภัณฑ์พีเจ้น สามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องการทำความสะอาดสำหรับลูกน้อยได้ในทุกสถานการณ์



ผลิตภัณฑ์พีเจ้นเบบี้ไวฟส์ แชนด์แอนด์เมาท์ จำหน่ายในทุกเที่ยวบิน Nok Scoot

นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความโดดเด่นและสร้างการเติบโตในปี 2561 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องปัมน้ำนมชนิดปั๊มมือ ที่มีราคาเข้าถึงได้ง่าย ตอบโจทย์คุณแม่ที่ต้องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่, ผลิตภัณฑ์อาบน้ำชนิดสบู์โฟมที่ตอบโจทย์คุณแม่แรกคลอดที่มีความกังวลในการอาบน้ำครั้งแรกให้กับลูกน้อย ด้วยสูตรที่อ่อนโยนผสมชากระสัด ช่วยบำรุงผิว ที่มาพร้อมกับขวดปั๊มที่ออกแบบมาให้กดได้ง่ายด้วยมือเดียว ช่วยคลายความกังวลของคุณแม่ และทำให้การอาบน้ำทารกแรกคลอดเป็นช่วงเวลาแห่งความสุขอย่างแท้จริง, ผลิตภัณฑ์โลชั่นนํ้านมผสมชากระสัด ที่อ่อนโยนและซึมซาบเร็ว, ผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดพันสำหรับทารก ที่ได้รับการตอบรับอย่างดีจากกลุ่มคุณแม่ที่ต้องการดูแลสุขภาพอนามัยของลูกน้อยด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง และมั่นใจได้ในเรื่องความปลอดภัย



ผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดพันสำหรับทารก

แบรนด์พีเจ้น ยังได้สื่อสารกับผู้บริโภค ผ่านแคมเปญการตลาด “ตุ๋ปบเธอ The Lovelity” ซึ่งนำเสนอเรื่องราวที่เป็นจริงของคุณพ่อคุณแม่เมื่อมีสมาชิกใหม่กำเนิดขึ้นมา โดยมีคุณตุ๋ ภัทร นักร้องชื่อดังพร้อมด้วยภรรยา มาถ่ายทอดเรื่องราวการเป็นคุณพ่อคุณแม่ป้ายแดงว่าต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง ไปจนถึงช่วงเวลาแห่งความประทับใจในช่วงคลอด และการดูแลหลังคลอด ซึ่งได้รับการตอบรับ และติดตามตลอดโครงการด้วยดีจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งพีเจ้นได้สื่อสารโดยให้ความรู้ทั้งที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการดูแลสำหรับคุณแม่ตั้งครรภ์ คุณแม่หลังคลอด จึงทำให้ผู้บริโภคมีความผูกพันกับแบรนด์พีเจ้นมากยิ่งขึ้น



Pigeon

ตุ๋ปบเธอ The Lovelity
By: Pigeon

คิดมาจากรัก
100% LOVE BASED INNOVATION

ร่วมติดตาม **เรียลลิตี้ที่คิดมาจากรัก ดูแลด้วยรัก 100% จากพีเจ้น**
สัมผัสโมเมนต์สุดประทับใจของครอบครัว ดู-กัณธรและภรรยา
ในบทบาทคุณพ่อและคุณแม่มือใหม่

f **PigeonLittleMomentsClub**



สำหรับการเลือกช่องทางการสื่อสารการตลาด ได้ทำผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงเพจของกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิดของกลุ่มเป้าหมาย (influencer) และโซเชียลมีเดียอย่างครบวงจร ตอบสนองไลฟ์สไตล์คุณแม่ยุคใหม่ ที่เข้าถึงสื่อออนไลน์เป็นช่องทางหลัก

นอกจากนี้กลยุทธ์ที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การสร้างความสัมพันธ์ในระดับที่ลึกซึ้งกับผู้บริโภคผ่าน Pigeon Little Moments Club คลับสำหรับคุณแม่ที่มีพีเจ้นเป็นผู้ดูแล คอยให้คำแนะนำในการดูแลตัวคุณแม่เองและลูกน้อย คอยให้การแนะนำข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่เป็นประโยชน์ คอยจัดกิจกรรมที่น่าสนใจ สำหรับกลุ่มคุณแม่ที่หาจากที่ไหนไม่ได้ ซึ่งทำให้เกิดความรัก ผูกพัน และการส่งต่อเรื่องราวความประทับใจไปยังคุณแม่ท่านอื่นๆ นับว่าเป็นชุมชนคุณแม่ที่มีความเหนียวแน่น มีพลัง และให้การสนับสนุนแบรนด์ด้วยความเต็มใจของคุณแม่เอง

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์พีเจ้น มีความครอบคลุมทั้ง ช่องทาง Modern Trade, Traditional Trade, การออกบูธกิจกรรมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์, การส่งออกไปยังประเทศลาว และช่องทางใหม่ที่มีความสำคัญในยุคนี้คือ ช่องทาง E-Commerce รวมถึงที่ทางบริษัทได้จัดทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้สะดวกยิ่งขึ้น

กิจกรรมทางการตลาด CRM

นอกจากการสื่อสารทางการตลาด และการทำกิจกรรมกับผู้บริโภคแล้ว กิจกรรม CRM (Customer Relationship Management) เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ โดยมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้ชื่อ “Pigeon Little Moments Club” (พีเจ้น ลิตเติ้ล โมเมนต์ คลับ) ความผูกพันที่เกิดจากความรักความเข้าใจอย่างแท้จริง เพื่อสร้างความผูกพัน ความสัมพันธ์ที่ดีกับสมาชิกคลับ และความจงรักภักดีต่อตราสินค้าพีเจ้น ซึ่งจำนวนสมาชิกคลับได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อให้ความรู้กับครอบครัวสมาชิกตลอดทั้งปี ทั้งในช่องทางโรงพยาบาล, กิจกรรมให้ความรู้คุณแม่ตั้งครรภ์, การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ รวมถึงพัฒนาการต่างๆ ของลูกน้อยในแต่ละช่วงวัย ซึ่งมีสมาชิกให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมจำนวน กว่า 2,000 ครอบครัว ทั้งนี้สมาชิก Pigeon Little Moments Club จะได้รับสิทธิประโยชน์ในการปรึกษาเกี่ยวกับการเลี้ยงลูก และการดูแลตนเองจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนี้ยังสามารถร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ทางคลับจัดขึ้นตลอดทั้งปี เพื่อเป็นการสร้างความผูกพัน ระหว่างแบรนด์และลูกค้า

“Pigeon Little Moments Club” ยังสร้างสังคมคุณภาพที่อบอุ่นในสังคมออนไลน์ เข้าถึงการใช้ชีวิตสำหรับคุณพ่อคุณแม่ยุคใหม่มากยิ่งขึ้น ทำการสื่อสารการตลาดผ่านทุกช่องทางสื่อดิจิทัล ทั้ง Facebook Fanpage, Instagram, Line@, Website และ Youtube โดยมีการจัดกิจกรรมมากมายให้สมาชิกได้ร่วมสนุก บทความให้ความรู้รอบด้านแก่สมาชิกอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี



และด้วยตระหนักถึงความสำคัญของการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ แบรินด์ “พีเจ้น” ยังคงดำเนินกิจกรรมในการส่งเสริมสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ในประเทศไทย โดยถือเป็นภาคเอกชนรายแรกที่รณรงค์ และส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างจริงจังผ่านกิจกรรมทางการตลาดมากมาย ที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ ส่งต่อกำลังใจให้คุณแม่สามารถให้นมลูกได้ด้วยตนเอง ทางบริษัทจึงได้จัดโครงการ Thailand Breastfeeding Day By Pigeon “อุ้นรักจากอกแม่ ร่วมสร้างสถิติแห่งความภาคภูมิใจ” กับสถิติ การให้นมลูกจากอกแม่พร้อมกัน ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย บันทึกใน Thailand Records โดยพีเจ้นจัดกิจกรรมรวมพลังนมแม่ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 แล้ว ซึ่งในปี 2561 ความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่ มีคุณแม่และลูกน้อยร่วมสร้างสถิติมากถึง 1,120 แม่ลูกทั่วประเทศ เป็นอีกหนึ่งโครงการที่ตอกย้ำความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ผู้นำในการรณรงค์สนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ในประเทศไทย ซึ่งบรรยากาศในงานนอกจากองค์ความรู้จากทีมผู้เชี่ยวชาญแล้ว ยังเต็มไปด้วยภาพความรัก ความอบอุ่น และความประทับใจ ที่แต่ละครอบครัวนำมาแบ่งปันความสุขร่วมกัน ซึ่งเป็นโครงการที่ได้รับความสนใจจากคุณพ่อคุณแม่ ทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดเป็นอย่างมากต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลาตลอด 4 ปี



ณ อาคารเฉลิมพระบารมี ชอยศุนยวิจัย



ภาพบรรยากาศความอบอุ่นภายในงาน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้หลักปรัชญาการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ โดยเริ่มจากการกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านความเสี่ยงที่ยอมรับได้ มีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว เพื่อนำไปปฏิบัติในทุกภาคส่วน มีการกำกับดูแลความเสี่ยงอย่างชัดเจน ตลอดจนมีการติดตามและรายงานให้ผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการบริษัทฯ ทราบเป็นประจำอย่างน้อยทุกไตรมาส เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทฯ สามารถป้องกันและลดความเสี่ยง รวมถึงความไม่แน่นอนที่จะกระทบต่อเป้าหมายและกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทฯ และฟื้นฟูการดำเนินงานให้สามารถกลับคืนสู่ภาวะปกติได้ในเวลาอันสั้น

สำหรับปี 2561 บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบสารสนเทศต่อเนื่องจากปีก่อน เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ลดต้นทุนการบริหารจัดการ และก้าวสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจในอนาคต โดยบริษัทฯ ได้จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงไว้ ดังนี้

1. ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risks)

1.1 ความเสี่ยงจากอัตราการเกิดของประชากรลดน้อยถอยลง

อัตราการเกิดของประชากรในประเทศมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา โดยลดลงจาก 702,755 คนต่อปีในปี 2560 เหลือเพียง 666,109 คนต่อปี ในปี 2561 และคาดว่า อัตราการเกิดของประชากรไทยยังมีแนวโน้มลดลง ซึ่งการลดลงของอัตราการเกิดของประชากรไทยส่งผลกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้าแม่และเด็กให้มีจำนวนลดลงตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอัตราการเกิดจะลดน้อยลง แต่ความต้องการใช้สินค้าที่มีคุณภาพ มีนวัตกรรมที่เหมาะสมกับคุณแม่ที่เป็นคนรุ่นใหม่และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อแม่และเด็กกลับมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ จึงได้มีการพัฒนาและจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความหลากหลายครอบคลุมในทุกๆ ด้าน สามารถตอบสนองความต้องการของคุณแม่ยุคใหม่ที่ใส่ใจในคุณภาพ ความปลอดภัยและให้ความสำคัญต่อสุขอนามัยของลูกมากขึ้น ซึ่งเห็นได้จากการที่รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์แม่และเด็กเพิ่มขึ้นทุกปี และไม่มีผลกระทบจากการลดลงของอัตราการเกิด

1.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ได้รับการยอมรับในด้านการบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพ สินค้าอุปโภคบริโภคที่บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าเครื่องใช้ประจำวัน อาหาร และเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง และมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องทุกปี ส่งผลให้การแข่งขันด้านการให้บริการจัดจำหน่ายหรือเป็นตัวแทนจำหน่ายสูงขึ้นตามไปด้วย บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการปรับตัวในภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูง ดังกล่าว ด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อตอบสนองต่อการเจริญเติบโตของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการขยายตลาด และเพิ่มยอดขายการจัดจำหน่ายสินค้า รวมถึงการรองรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีแผนขยายธุรกิจของตนไปยังภูมิภาคอื่นเพิ่มขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV

บริษัทฯ จึงได้มีการพัฒนาและสรรหาสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้ตราสินค้าบริษัทฯ และกลุ่มบริษัทฯ ให้มากขึ้น ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายเพื่อรองรับสินค้าใหม่จากผู้ผลิตหรือเจ้าของสินค้า สร้างฐานลูกค้าให้มี

ความเหนียวแน่น สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีแผนงานด้านการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพและการปฏิบัติงานในพื้นที่ตามแผนที่กำหนด จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจของเจ้าของสินค้าที่มีต่อบริษัทฯ เพื่อใช้ในการปรับปรุงวิธีการทำงาน สามารถตอบสนองความต้องการของเจ้าของสินค้าได้เป็นอย่างดี สร้างเครือข่ายพันธมิตรด้าน CRM ให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จัก และสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของตลาด พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นและเหมาะสมกับธุรกิจของบริษัทฯ วางระบบการทำงานของคลังสินค้าให้เหมาะสมกับธุรกิจการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายทั้งในด้านประสิทธิภาพและต้นทุน

1.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพา พีเจ็น คอร์ป ซึ่งเป็นผู้ผลิตและเจ้าของตราสินค้าพีเจ็น”

นอกจากการดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แม่และเด็กภายใต้ตราสินค้า “พีเจ็น” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมาตั้งแต่ปี 2531 แล้ว บริษัทฯ ยังได้ร่วมก่อตั้งบริษัท ไทยพีเจ็น จำกัด และบริษัท พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้า “พีเจ็น” ให้บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวภายในประเทศอีกด้วย ที่ผ่านมาสัดส่วนรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ “พีเจ็น” มีสัดส่วนที่สูงเกินกว่าร้อยละ 80 ล่าสุดในปี 2561 บริษัทฯ มีสัดส่วนการขายสินค้า “พีเจ็น” ลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 79.5 แต่ก็ยังถือได้ว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ พึ่งพิงสินค้าตรา “พีเจ็น” พอสมควร แต่ด้วยความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นยาวนาน ประกอบกับยอดขายสินค้า “พีเจ็น” ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้รับความไว้วางใจจาก พีเจ็น คอร์ป ในการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้า “พีเจ็น” ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวแต่เพียงผู้เดียวในปี 2559 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ และ พีเจ็น คอร์ป อย่างไรก็ตาม การพึ่งพาพีเจ็น คอร์ป แต่เพียงอย่างเดียวอาจส่งผลกระทบต่อการเติบโตของกิจการในอนาคต บริษัทฯ จึงได้พัฒนาสินค้าใหม่ๆ ภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ เองซึ่งจะเห็นได้ว่าสัดส่วนการขายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยในปี 2561 มีสัดส่วนร้อยละ 12.1 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจให้บริการจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคภายใต้ตราสินค้าอื่นนอกเหนือจากสินค้าตรา “พีเจ็น” เพิ่มขึ้น

1.4 ความเสี่ยงจากการให้บริการด้านการจัดจำหน่ายสินค้า

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค โดยการซื้อสินค้าจากเจ้าของสินค้าเพื่อนำไปขายให้แก่ร้านค้าตามช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตามห้างสรรพสินค้า ร้านซูเปอร์สโตร์ ร้านสะดวกซื้อ หรือร้านค้าย่อย ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด สินค้าที่บริษัทฯ ให้บริการด้านการจัดจำหน่ายเหล่านี้ บริษัทฯ และเจ้าของผลิตภัณฑ์มีการวางแผนร่วมกันในการจัดรายการส่งเสริมการขาย รวมทั้งผลักดันสินค้าให้เข้าสู่ร้านค้า บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการประสานงานกับเจ้าของสินค้าอย่างใกล้ชิด จัดทำข้อตกลงการให้บริการจัดจำหน่ายสินค้า รวมถึงบทบาทและหน้าที่ของแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน เพื่อให้การขายสินค้าเป็นไปตามเป้าหมายและได้ประโยชน์กันทั้งสองฝ่าย

2. ความเสี่ยงจากการปฏิบัติการ (Operational Risks)

2.1 ความเสี่ยงจากความล่าช้าในการสรรหาบุคลากรที่มีศักยภาพมาร่วมงานกับบริษัทฯ

จากการที่ประเทศไทยประสบกับภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ขาดการขยายการลงทุนในภาครัฐและเอกชน ติดต่อกันมาเป็นเวลานาน ส่งผลกระทบต่อการผลิตบุคลากรที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ทำให้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์และคุณสมบัติที่เหมาะสมเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานมาก การสรรหาบุคลากรให้ได้อัตรากำลังคนตามโครงสร้างและผังองค์กรจึงค่อนข้างยากและใช้เวลาในการสรรหา และอาจส่งผลให้ธุรกิจขยายตัวไม่เป็นไปตามเป้าหมายหรือแผนงานที่กำหนด บริษัทฯ จึงได้วางแผนการสรรหาบุคลากรล่วงหน้า รวมถึงหาช่องทางในการสรรหาที่หลากหลาย เก็บประวัติผู้สมัครที่เคยมาสมัครงานไว้เป็นฐานข้อมูล เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการพิจารณาคัดเลือกบุคคลากร ทั้งในกรณีทดแทนตำแหน่งงานเดิมหรือตำแหน่งงานใหม่สำหรับหน่วยงานส่วนขยาย ขณะเดียวกันบริษัทฯ มีแผนพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่เป็นรายบุคคลให้มีศักยภาพและเพิ่มทักษะในงานที่ทำได้ เพื่อให้สามารถทำงานทดแทนหรือสนับสนุนส่วนงานอื่นที่ขาดกำลังคนได้ทันที มีการวัดช่องว่างทักษะของพนักงาน และจัดให้ได้รับการอบรม เพิ่มพูนความรู้ความชำนาญ เข้าใจในสินค้าและบริการของบริษัทฯ ตรวจสอบติดตาม วัดผลการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการหาพันธมิตรทางธุรกิจในการฝึกอบรมและสร้างนักศึกษาฝึกงานให้พร้อมบรรจุเป็นพนักงานได้ทันที

2.2 ความเสี่ยงจากการใช้บริการคลังสินค้าและจัดส่งจากผู้ให้บริการภายนอกเพียงรายเดียว

บริษัทฯ ใช้บริการคลังสินค้าและจัดส่งจากผู้ให้บริการภายนอกเพียงรายเดียวในการบริหารจัดการคลังสินค้า และจัดส่งของบริษัทฯ ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนการจัดเก็บสินค้า, ค่าใช้จ่ายในการบริหารคลังสินค้า และค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม หากผู้ให้บริการคลังสินค้าไม่สามารถบริหารคลังสินค้าและจัดส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอ อาจส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการรับสินค้าของลูกค้าได้ และทำให้ต้นทุนในการบริหารสินค้าคงคลังและจัดส่งสินค้าสูงเกินความจำเป็น

บริษัทฯ จึงได้ควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการคลังสินค้าอย่างใกล้ชิด มีระบบการตรวจสอบข้อมูลการเคลื่อนไหวของสินค้าคงคลัง เพื่อให้มั่นใจว่า สินค้าไม่สูญหาย มีการกำหนด KPI วัดผลการทำงานของผู้ให้บริการคลังสินค้าให้เป็นไปตามข้อตกลง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการกับผู้ให้บริการคลังสินค้าและจัดส่งรายอื่นด้วย ทั้งด้านต้นทุน ประสิทธิภาพ ตลอดจนคุณภาพของงานที่คาดหวัง มีการสรรหาผู้ให้บริการคลังสินค้าและจัดส่งรายอื่นควบคู่ไปด้วย เพื่อป้องกันความเสี่ยงหากผู้ให้บริการรายเดิมไม่สามารถบริหารคลังสินค้าและจัดส่งให้บริษัทฯ ได้ หรือไม่มีประสิทธิภาพตามสัญญา มีการกำหนดกลยุทธ์ / นโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการบริหารคลังสินค้าและจัดส่งทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้ผู้ให้บริการคลังสินค้าและจัดส่งสามารถจัดทำแผนงานด้านการบริหารคลังสินค้าและจัดส่งที่เหมาะสม สอดคล้องกับนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risks)

3.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

จากความผันผวนของค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2561 ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อต้นทุนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศของบริษัทฯ เพื่อนำมาจัดจำหน่ายในประเทศ ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อส่วนแบ่งรายได้จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและรายได้เงินปันผลจากเงินลงทุนในบริษัทอื่น เนื่องจากบริษัทร่วมและบริษัทอื่นดังกล่าวประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ บริษัทฯ จึงได้มีการติดตามความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนในสกุลเงินสำคัญอย่างใกล้ชิด อีกทั้งยังมีนโยบายในการป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยจะทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าหากพบว่า แนวโน้มค่าเงินบาทจะอ่อนตัวลงเพื่อคุ้มครองความเสี่ยงดังกล่าว นอกจากนี้ ยังได้มีการสื่อสารกับบริษัทร่วมและบริษัทอื่น เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทเหล่านั้นได้มีมาตรการป้องกันความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนแล้วเช่นกัน

3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม

การทำสัญญากู้ยืมเงินระยะสั้นกับสถาบันการเงินของบริษัทฯ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้การเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจะกระทบโดยตรงกับต้นทุนการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการบริหารจัดการแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้เงิน ด้วยการจัดหาแหล่งเงินทุนหรือเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เพื่อนำมาใช้กับธุรกรรมที่ต่างกันได้อย่างเหมาะสม รวมถึงได้ประสานงานกับสถาบันการเงินเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการใหม่ที่จะช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน และต้นทุนทางการเงินของบริษัทฯ ได้ตลอดจนช่วยอำนวยความสะดวกให้การทำงานสะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น

ปี 2561 บริษัทฯ มีการบริหารจัดการกระแสเงินสดในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการบริหารสินทรัพย์ถาวรที่ดี มีการขายสินทรัพย์ถาวรที่ไม่ได้ใช้งาน ส่งผลต่อสภาพคล่องของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับเงินเพิ่มทุนจดทะเบียนจากการใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิในการซื้อหุ้นสามัญของผู้ถือหุ้นเดิม และมีการใช้สิทธิในการซื้อหุ้นสามัญของพนักงานหรือ ESOP จำนวนหนึ่ง ทำให้บริษัทสามารถลดปริมาณการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน โดยในปี 2561 บริษัทฯ สามารถชำระเงินกู้ยืมระยะสั้นทั้งหมด ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมได้อีกทางหนึ่ง

4. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risks)

4.1 ความเสี่ยงจากความซับซ้อนของข้อกำหนด กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ ระเบียบและวิธีปฏิบัติ

ในการประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ มีธุรกรรมนำเข้า-ส่งออกสินค้ากับต่างประเทศ การยื่นขอใบอนุญาตขายสินค้าประเภทอาหารและยา การยื่นขอใบอนุญาตมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ ตลอดจนระเบียบและวิธีปฏิบัติต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน อย่างไรก็ตาม มีการใช้ดุลยพินิจในการพิจารณาออกใบอนุญาต รวมถึงการตีความเอกสารคำขอและเอกสารประกอบที่แตกต่างกันของเจ้าหน้าที่ ทำให้การวางจำหน่ายสินค้าล่าช้า มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และไม่สามารถกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานแล้วเสร็จที่แน่นอนได้

บริษัทฯ จึงดูแลให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับบริษัทผู้ค้าด้วย การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ในกรณีที่พบว่ามียาการค้าใช้จ่ายที่นำเสนอสงสัย บริษัทฯ จะขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่กรมสรรพากร ผู้ชำนาญการด้านภาษีศุลกากร ผู้ชำนาญการด้านมาตรฐานอาหารและยา ผู้ตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชี เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามขั้นตอนถูกต้อง ชำระภาษีครบถ้วน โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ และกำกับดูแลไม่ให้ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ กระทำการใดที่ส่อไปในทางทุจริตกับเจ้าหน้าที่รัฐและเอกชนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเด็ดขาด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อส่งเสริมการขายค่อนข้างมาก จึงอาจเกิดความเสี่ยงจากการนำส่งภาษีมูลค่าเพิ่มไม่ถูกต้อง ครบถ้วน บริษัทฯ จึงได้มีการกำหนดมาตรการป้องกัน โดยมีการประชาสัมพันธ์และจัดอบรมความรู้ความเข้าใจ รวมถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานให้กับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการตรวจสอบของหน่วยงานตรวจสอบภายใน (Internal Audit) อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจได้ว่า บริษัทฯ มีการนำส่งภาษีมูลค่าเพิ่มได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทมีทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่หักค่าเสื่อมราคา โดยวิธีคำนวณแบบเส้นตรงตามอายุการใช้ งานโดยประมาณของทรัพย์สินเป็นระยะเวลา 5-20 ปี มีดังนี้

- 1) ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่หักค่าเสื่อมราคา โดยคำนวณแบบเส้นตรง

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นผู้เช่า
มูลค่าตามบัญชี	15.1 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-
 - 2) เครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	0.001 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-
 - 3) เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	9.0 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-
 - 4) ยานพาหนะ

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	11.8 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-
- รวมมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 35.8 ล้านบาท**

4.2 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

บริษัทมีกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของที่ดินที่ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานซึ่งแสดงในงบดุลภายใต้หัวข้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อการลงทุน รวมมูลค่า 56.1 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วย

- 1) โฉนดเลขที่ 9293 ตำบลบางป่อ อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ พื้นที่ 2 ไร่

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	13.2 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-
- 2) โฉนดเลขที่ 15930 ถนนสุขุมวิท ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา พื้นที่ 1-0-54 ไร่

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี	7.7 ล้านบาท
ภาระผูกพัน	-
- 3) โฉนดเลขที่ 48979 ตำบลคลองสอง อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พื้นที่ 2 ไร่

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เป็นเจ้าของ
------------------	-------------

- มูลค่าตามบัญชี 3.6 ล้านบาท
ภาระผูกพัน -
- 4) ที่ดิน อาคารและสิ่งปลูกสร้าง และส่วนปรับปรุง ได้แก่
- 4.1) ที่ตั้งโกดังเก็บสินค้าชอยข้างอาคารมโนรม (อาคารพาณิชย์ 5 ห้อง) เลขที่ 1169, 1171, 1173, 1175 และ 1177 ถนนริมทางรถไฟสายปากน้ำ แขวงคลองตัน เขตคลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร โฉนดที่ดินเลขที่ 163064-163068 เนื้อที่รวม 73 ตารางวา
- ลักษณะกรรมสิทธิ์ เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี 25.8 ล้านบาท
ภาระผูกพัน -
- 4.2) ที่ตั้งโกดังเก็บสินค้าชอยข้างอาคารมโนรม (อาคารพาณิชย์ 2 ห้อง) เลขที่ 1165 และ 1167 ถนนริมทางรถไฟสายปากน้ำ แขวงคลองตัน เขตคลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร โฉนดที่ดินเลขที่ 163069-163071 เนื้อที่รวม 44 ตารางวา
- ลักษณะกรรมสิทธิ์ เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี 2.2 ล้านบาท
ภาระผูกพัน -
- 4.3) ที่ตั้ง โกดังสำหรับเก็บสินค้า (อาคารพาณิชย์ 3 ห้อง) เลขที่ 22/47-49 ซอย โครงการโชคดี พลาซ่า ถนนบางนา-ตราด กม.28 แขวงบางบ่อ เขตบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ
- ลักษณะกรรมสิทธิ์ เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี 3.6 ล้านบาท
ภาระผูกพัน -

4.3 สิทธิการเช่าอาคาร

- 1) สิทธิการเช่าอาคาร ศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ ชั้น 2 จำนวน 2 ห้อง
- ลักษณะกรรมสิทธิ์ เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชี 4.5 ล้านบาท
ภาระผูกพัน -

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

4.4 ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน

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

	คำขอ	ทะเบียน	เครื่องหมายการค้า	วันครบกำหนด
1	266503	บ 2923	CORNS CABIN	13 มิถุนายน 2567
2	297164	บ 4624	เครื่องหมายบริษัท	9 พฤศจิกายน 2568
3	411868	ค 113027	GERLACH POLAND	9 มีนาคม 2563
4	411869	ค 131038	FOGGY	17 กุมภาพันธ์ 2563
5	411870	ค 128796	FRESHY	17 กุมภาพันธ์ 2563
6	411871	บ 12637	MOONG PATTANA	17 กุมภาพันธ์ 2563
7	431038	ค 144141	B-REAL	31 สิงหาคม 2563
8	431310	ค 158380	บี-เรียล	4 กันยายน 2563
9	447646	ค 149493	B-care บี-แคร์	5 มีนาคม 2564
10	447647	ค 149494	B-care บี-แคร์	5 มีนาคม 2564
11	447648	ค 151510	B-care บี-แคร์	5 มีนาคม 2564
12	468715	ค 190341	smart V	10 ตุลาคม 2564
13	468716	ค 161557	smart V	10 ตุลาคม 2564
14	468717	ค 165095	smart V	10 ตุลาคม 2564
15	481881	ค 171950	smart V	4 มีนาคม 2565
16	481882	ค 169718	smart V	4 มีนาคม 2565
17	481884	ค 174195	B-care บี-แคร์	4 มีนาคม 2565
18	544490	ค 205479	smile V	12 กุมภาพันธ์ 2567
19	700950	ค 301521	V-CARE วี-แคร์	3 กรกฎาคม 2571
20	700951	ค 301019	V-CARE วี-แคร์	3 กรกฎาคม 2571
21	700952	ค 301522	V-CARE วี-แคร์	3 กรกฎาคม 2571
22	700953	ค 301020	V-CARE วี-แคร์	3 กรกฎาคม 2571

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในอนาคต

บริษัทฯ มีนโยบายในการร่วมลงทุนเพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับสินค้าและบริการในธุรกิจสินค้าประเภทอุปโภคและบริโภคที่มีโอกาสเติบโตและมีศักยภาพสามารถสร้างผลกำไรให้กับบริษัทได้ ซึ่งหากบริษัทฯ เข้าลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทฯ จะควบคุมหรือกำหนดนโยบายการบริหาร ตลอดจนการส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการตามสัดส่วนของการถือหุ้น และเข้าร่วมประชุมในฐานะผู้ถือหุ้น โดยผู้แทนจะมีหน้าที่ออกเสียงในที่ประชุมตามแนวทางหรือทิศทางที่คณะกรรมการบริษัทฯ ได้พิจารณาไว้ สำหรับการลงทุนในบริษัทร่วม บริษัทฯ จะส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการโดยจะพิจารณาตามความเหมาะสมและขึ้นอยู่กับข้อตกลงที่ทำไว้ร่วมกัน

4.6 การควบคุมดูแลบริษัทร่วม

บริษัทที่มีการลงทุนในบริษัทร่วม คือ บริษัท ไทยพีเจ็น จำกัด (TP) ในสัดส่วนร้อยละ 47.0 โดยบริษัทได้มีการควบคุมดูแลในบริษัทร่วมดังกล่าวโดยการส่งคนเข้าไปเป็นกรรมการของ TP ซึ่งกรรมการที่บริษัทส่งเข้าไปจะมีส่วนร่วมในการวางแผนนโยบายในการดำเนินธุรกิจ วางแผนกลยุทธ์ และให้ข้อเสนอแนะแนวทางต่างๆ เพื่อให้การบริหารงานของ TP สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ อย่างไรก็ตาม หาก TP มีนโยบายหรือแนวทางการดำเนินธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ อาทิเช่น การขึ้นหรือลงของราคาสินค้า การเพิ่มหรือการลดทุน การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ การก่อหนี้ การจัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ เป็นต้น บริษัทฯ สามารถควบคุมดูแล TP ได้โดยผ่านที่ประชุมผู้ถือหุ้น ซึ่งการขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น ต้องมีมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นอนุมัติอย่างน้อย 3 ใน 4 ของจำนวนเสียงทั้งหมด

4.7 สัญญาที่เกี่ยวข้อง

1) สัญญาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก

1.1) สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าและความช่วยเหลือทางเทคนิค

คู่สัญญา บริษัท / บริษัท พีเจ็น คอร์ปอเรชั่น จำกัด

วัตถุประสงค์ เพื่อให้สิทธิในการผลิต การใช้ และการขายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการให้ใช้เครื่องหมายการค้า “พีเจ็น” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

ระยะเวลา 1 ปี เริ่ม 1 มิถุนายน 2531 (ขยายระยะเวลาแบบปีต่อปีและมีฉบับแก้ไขลงวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2536)

1.2) สัญญากิจการร่วมค้าไทยพีเจ็น

คู่สัญญา บริษัท / บริษัท พีเจ็น คอร์ปอเรชั่น จำกัด

วัตถุประสงค์ เพื่อจัดตั้งบริษัท ไทย พีเจ็น จำกัด เพื่อประกอบกิจการผลิต และจำหน่ายสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ลูกชิลีโคนสำหรับขวดนมเด็กภายใต้ตราสินค้าพีเจ็น

ระยะเวลา เริ่ม 19 มิถุนายน 2533

1.3) สัญญากิจการร่วมค้าพีเจ็น อินดัสทรีส์

คู่สัญญา บริษัท / บริษัท พีเจ็น คอร์ปอเรชั่น จำกัด

วัตถุประสงค์ เพื่อจัดตั้งบริษัท พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายแผ่นซีตทำความสะอาดและแผ่นอนามัยสำหรับชับน้ำนม

ระยะเวลา เริ่ม 20 กุมภาพันธ์ 2539

2) สัญญาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติก และบรรจุภัณฑ์

2.1) สัญญาการร่วมค้าโยชิโน มุ่งพัฒนา

คู่สัญญา บริษัท / โยชิโน โคเคียวโซ/โนมูระจิมูโซ

วัตถุประสงค์ เพื่อจัดตั้งบริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อประกอบกิจการผลิต จำหน่าย และส่งออกสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติกโดยรวมถึงสเปร์ที่ใช้พ่นน้ำและของเหลว และประกอบกิจการอื่นใดที่เกี่ยวข้อง
ระยะเวลา เริ่ม 2 ธันวาคม 2537

2.2) สัญญาการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย และบันทึกแก้ไขสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย

คู่สัญญา บริษัท / โยชิโน โคเคียวโซ / YMP

วัตถุประสงค์ แต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ที่ YMP ผลิตแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย
ระยะเวลา เริ่ม 1 มกราคม 2545 และ 1 มกราคม 2557

2.3) สัญญาส่งมอบวัตถุดิบ และบันทึกแก้ไขสัญญาส่งมอบวัตถุดิบ

คู่สัญญา บริษัท / YMP

วัตถุประสงค์ เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน
ระยะเวลา เริ่ม 1 มกราคม 2557

3) สัญญาจัดจำหน่ายอื่น ๆ

3.1) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า

คู่สัญญา Jordan Asia Pacific SDN BHD

วัตถุประสงค์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรงสีฟัน และไหมขัดฟัน ภายใต้เครื่องหมายการค้า Jordan จัดจำหน่ายภายในประเทศไทยเท่านั้น

ระยะเวลา 3 ปี เริ่ม 1 มิถุนายน 2555 (ต่ออายุครั้งต่อไปทุก 3 ปี)

3.2) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า

คู่สัญญา Splash About International LTD.

วัตถุประสงค์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดว่ายน้ำทารกและเด็กเล็ก ภายใต้เครื่องหมายการค้า Splash About จัดจำหน่ายภายในประเทศไทยเท่านั้น

ระยะเวลา 5 ปี เริ่มสัญญา 1 พฤศจิกายน 2557 (สิ้นสุด 31 ตุลาคม 2562)

3.3) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า

คู่สัญญา Peachy Village LTD.

วัตถุประสงค์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและขนมสำหรับเด็กเล็ก ภายใต้เครื่องหมายการค้า Peachy จัดจำหน่ายภายในประเทศกัมพูชาเท่านั้น

ระยะเวลา 3 ปี เริ่มสัญญา 1 พฤศจิกายน 2557 (สิ้นสุด 31 ตุลาคม 2562)

3.4) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า

คู่สัญญา Jas Quality Company Limited

วัตถุประสงค์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพผู้ใหญ่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Mumu” ภายในประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา และสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า

ระยะเวลา 3 ปี เริ่มสัญญา 1 กันยายน 2558 (ต่ออายุครั้งต่อไปทุก 3 ปี)

- 3.5) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา Yalee Herb Company Limited
วัตถุประสงค์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรภายใต้เครื่องหมายการค้า “Tree Herb”
ระยะเวลา 3 ปี เริ่มสัญญา 1 เมษายน 2559 (สิ้นสุด 31 มีนาคม 2562)
- 3.6) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา Thai Forest Products Company Limited
วัตถุประสงค์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แยมผลไม้ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Forest Products”
ระยะเวลา 3 ปี เริ่มสัญญา 1 กุมภาพันธ์ 2560 (สิ้นสุด 31 มกราคม 2563)
- 3.7) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา T. Man Pharma Company Limited
วัตถุประสงค์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยา วิตามิน แผ่นลดไข้ สเปรย์ปรับอากาศภายใต้เครื่องหมายการค้า “ไอยรา” “ไวต้าซี” “มือชี่การ์ด” “โพลาร์” และ “ดีออกเตอร์เทมปี”
ระยะเวลา 3 ปี เริ่มสัญญา 1 เมษายน 2560 (สิ้นสุด 31 มีนาคม 2563)
- 3.8) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา Nicko Jeep Manufacture SDN BHD
วัตถุประสงค์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมหวาน ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Big Foot”
ระยะเวลา 3 ปี เริ่มสัญญา 1 เมษายน 2560 (สิ้นสุด 30 มีนาคม 2564)
- 3.9) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา Bio-Woman Company Limited
วัตถุประสงค์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Plante” และ “Bio-Woman”
ในประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา
ระยะเวลา 3 ปี เริ่มสัญญา 1 ตุลาคม 2560 (สิ้นสุด 30 กันยายน 2563)
- 3.10) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา King Dpac Distribution Company Limited
วัตถุประสงค์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงชยะ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Hero” และ “Sawasdee”
ระยะเวลา 3 ปี เริ่มสัญญา 1 กรกฎาคม 2560 (สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2563)
- 3.11) สัญญาจัดจำหน่ายสินค้า
คู่สัญญา Soulbound Company Limited
วัตถุประสงค์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลูกข้าวเด็ก ปลูกผม บัวหิมะ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “AiAoon”
ระยะเวลา 3 ปี เริ่มสัญญา 1 กุมภาพันธ์ 2561 (สิ้นสุด 31 มกราคม 2564)
- 4) สัญญาอื่นๆ
คู่สัญญา บริษัท แอลเอฟ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
วัตถุประสงค์ บริหารคลังสินค้า
ระยะเวลา 3 ปี เริ่ม 15 มีนาคม 2559

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

สรุปคดีและข้อพิพาททางกฎหมายของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

ในเดือนเมษายน 2555 บริษัทไม่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่งได้ยื่นฟ้องต่อศาล โดยกล่าวหาว่าบริษัทฯ ไม่ปฏิบัติตามสัญญา จัดจำหน่ายสินค้าและเรียกร้องค่าเสียหายเป็นจำนวนเงินประมาณ 87 ล้านบาท บริษัทฯได้ดำเนินการป้องกันข้อกล่าวหาดังกล่าวและฟ้องเรียกค่าเสียหายจากบริษัทดังกล่าวเป็นจำนวนเงิน 196 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2557 ศาลชั้นต้นได้มีคำพิพากษาให้บริษัทฯ ชำระเงินจำนวนประมาณ 6 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปีให้แก่โจทก์นับแต่วันที่ 4 สิงหาคม 2554 เป็นต้นไปจนกว่าจะชำระหนี้เสร็จ

เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2557 บริษัทฯได้ยื่นอุทธรณ์ต่อศาลอุทธรณ์ และเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2559 ศาลอุทธรณ์ได้มีคำพิพากษาเป็นไปตามคำพิพากษาศาลชั้นต้น โดยให้บริษัทฯ ชำระเงินจำนวนประมาณ 6 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปีให้แก่โจทก์นับแต่วันที่ 4 สิงหาคม 2554 เป็นต้นไปจนกว่าจะชำระหนี้เสร็จ

ต่อมาเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2559 บริษัทฯได้ยื่นฎีกาต่อศาลฎีกาเพื่อฟ้องว่าโจทก์เป็นฝ่ายผิดสัญญาจัดจำหน่ายสินค้า และต้องชำระค่าเสียหายให้แก่บริษัทฯ เป็นจำนวนเงิน 196 ล้านบาท ในขณะนี้คดียังอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลฎีกา โดยฝ่ายบริหารและที่ปรึกษากฎหมายภายนอกของบริษัทฯเชื่อว่าบริษัทฯ มีโอกาสสูงที่จะชนะคดีดังกล่าว เพราะเห็นว่าศาลอุทธรณ์ยังมีได้ นำประเด็นสำคัญที่เป็นประโยชน์กับบริษัทฯ ซึ่งได้โต้แย้งไว้ในคำอุทธรณ์ของบริษัทฯ มาพิจารณาพิพากษาซึ่งเป็นสิ่งที่ขัดต่อกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ดังนั้นจึงเชื่อมั่นว่าศาลฎีกาจะนำประเด็นสำคัญเหล่านั้นไปทำการพิจารณาพิพากษาให้บริษัทฯ เป็นฝ่ายชนะคดีและพิพากษาให้บริษัทฯ ได้รับชำระค่าเสียหายตามคำฟ้องแย้งของบริษัทฯต่อไป ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงไม่ได้ตั้งสำรองสำหรับหนี้สินที่อาจจะเกิดขึ้นไว้ในบัญชี

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์: บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (MOONG)

ประเภทธุรกิจ : ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : ชั้น 18 - 19 อาคารบางนาคอมเพล็กซ์ ออฟฟิศ ทาวเวอร์
เลขที่ 2/97-104 ซอยบางนา-ตราด 25 ถนนบางนา-ตราด
แขวงบางนาเหนือ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

ที่ตั้งคลังสินค้า : เลขที่ 444/11 หมู่ 7 ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี สมุทรปราการ 10540

เลขทะเบียนบริษัท : 0107551000274

โฮมเพจ : www.moongpattana.com
www.pigeonlittlemomentsclub.com
www.moong-shop.com

โทรศัพท์ : +66 2 020 8999

โทรสาร : +66 2 020 8990

ที่ตั้งโรงงานของบริษัทร่วม: บริษัท ไทยพีเจ็น จำกัด
เลขที่ 944 หมู่ที่ 15 นิคมอุตสาหกรรมเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง
กิ่งอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10540

โทรศัพท์ : +66 2 313 1625-7

โทรสาร : +66 2 313 1361

นายทะเบียนหุ้นบริษัท

ชื่อบริษัท : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวง
ดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : +662 009 9000

โทรสาร : +662 009 9991

ผู้สอบบัญชีบริษัท

ชื่อบริษัท : บริษัท สำนักงาน อี วาย จำกัด

ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 193/136-137 อาคารเลครัชดา ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก
แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ : +662 264 9090

โทรสาร : +662 264 0789-90

ข้อมูลการถือหุ้นของบริษัทในบริษัทอื่น

ชื่อหลักทรัพย์ : บริษัท ไทยพีเจ็น จำกัด (TP)
ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 944 หมู่ที่ 15 นิคมอุตสาหกรรมเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง
กิ่งอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ
จำนวนหุ้น : 573,400 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 47 ของทุนจดทะเบียน 1,220,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

ชื่อหลักทรัพย์ : บริษัท พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด (PIT)
ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 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 (YMP)
ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 103/1 หมู่ที่ 5 นิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์ ถนนบางนา-ตราด กม. 36
ตำบลบางสมัคร อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24180
จำนวนหุ้น : 180,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 6 ของทุนจดทะเบียน 3,000,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

คำหลัก

พีเจ็น คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น

พีเจ็นประกอบธุรกิจโรงงานผลิต จำหน่าย นำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์สำหรับทารกและเด็ก ผลิตภัณฑ์สำหรับมารดาและผู้หญิง ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพในครัวเรือน และอุปกรณ์การแพทย์ รวมถึงจัดตั้งศูนย์สุขภาพจิตเด็กด้วย

นับแต่ก่อตั้งพีเจ็นในปี ค.ศ. 1957 พีเจ็นมุ่งดำเนินธุรกิจตามปรัชญาขององค์กร “รัก” โดยการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่นำความสุข ความยินดี และแรงบันดาลใจสู่ทารกและครอบครัวทั่วโลกมากกว่า 50 ปี

พีเจ็นพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเคียงคู่ไปกับทารก ปัจจุบันพีเจ็นมุ่งวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์เสริมพัฒนาการสำหรับทารก รวมถึงกลไกความฉลาดด้วย ผลิตภัณฑ์ของพีเจ็นมีความหลากหลายรองรับตั้งแต่การตั้งครรภ์ การคลอดบุตร การเลี้ยงดูทารก และการดูแลผู้สูงอายุ เพื่อช่วยคลายความกังวลและเติมเต็มการใช้ชีวิตให้แก่ลูกคำ และจะมุ่งดำเนินธุรกิจเพื่อยกระดับคุณค่าของพีเจ็นให้เป็น “Global Number One” ของผู้ผลิตสินค้าทารกและเด็กต่อไป

บริษัท ไทยพีเจ็น จำกัด หรือ TP

TP ประกอบธุรกิจโรงงานผลิต จุกนมซิลิโคน ขวดนม ผลิตภัณฑ์พลาสติกสำหรับเด็ก ภายใต้ตราสินค้า “PIGEON” โดยได้รับอนุญาตจากบริษัท พีเจ็น คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่นให้เป็นผู้ผลิตขวดนม จุกนม และผลิตภัณฑ์พลาสติกของพีเจ็นอย่างเป็นทางการ จุกนมซิลิโคนที่ TP ผลิตและจำหน่ายมีหลายแบบและหลายขนาดตามที่พีเจ็นคอร์ปกำหนด อาทิเช่น จุกนม ซิลิโคนคลาสสิก จุกนมเสมือนการให้นมมารดาและจุกนมเสมือนการให้นมมารดามินิ

สำหรับขวดนมเป็นพลาสติกประเภท PP (Polypropylene) และ PPSU (Polyphenylsulfone) สามารถผลิตขวดนมได้ครบทุกขนาด ซึ่งวัตถุดิบถูกกำหนดและนำเข้ามาจากต่างประเทศโดยตรงด้วยคุณภาพระดับ FOOD GRADE ซึ่งมีความปลอดภัยไร้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อเด็กทารก มีกระบวนการผลิตที่สะอาดได้มาตรฐานด้วยเครื่องจักรทันสมัยจากต่างประเทศ โดยมีพนักงานผู้เชี่ยวชาญในแต่ละกระบวนการ รวมถึงการผลิตทุกขั้นตอนจะมีการป้องกันฝุ่นละออง ตรวจสอบคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไร้รอยตำหนิและตรวจสอบขนาด ปริมาตร ความคงทนแข็งแรงด้วยกระบวนการตรวจสอบที่ได้ตามมาตรฐาน PQS (Pigeon Quality Standard) ที่ละเอียดทุกขั้นตอน

จุกนมพีเจ็นได้รับการรับรองมาตรฐาน มอก.(มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) ของประเทศไทย และได้รับมาตรฐาน JIS (Japan Industrial Standard) ซึ่งเป็นมาตรฐานหลักที่ทางญี่ปุ่นใช้ในการตรวจสอบมาตรฐานของขวดนมและจุกนมรวมถึงสินค้าอื่นๆ

ในปัจจุบันมาตรฐาน JIS นี้ ทางรัฐบาลญี่ปุ่นได้ร่วมกำหนดกับบริษัทพีเจ็น คอร์ปซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้บุกเบิกผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้เป็นรายแรกในญี่ปุ่น ด้วยกระบวนการผลิตและการจัดการที่ได้มาตรฐาน TP จึงได้รับใบรับรองดังนี้

- ☐ ISO 14001: TP ได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม จาก MASCI ตั้งแต่วันที่ 2551 ปัจจุบันเป็น Version 2015

- ☐ ISO 9001: TP ได้รับการรับรองระบบการจัดการคุณภาพ จาก MASCI ตั้งแต่ปี 2551 ปัจจุบันเป็น Version 2015
- ☐ GMP: TP ได้รับการรับรองระบบการจัดการสุขลักษณะที่ดีในสถานประกอบการ จาก MASCI ตั้งแต่ปี 2553 ถึง ปัจจุบัน
- ☐ TIS 18001 และ OHSAS 18001: TP ได้รับการรับรองระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยจาก MASCI ตั้งแต่ปี 2555 ถึงปัจจุบัน
- ☐ TLS 8001-2010: TP มาตรฐานแรงงานไทย จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ตั้งแต่ปี 2556 ถึง ปัจจุบัน
- ☐ ISO50001: TP ได้รับการรับรองระบบการจัดการพลังงาน จาก MASCI ตั้งแต่ปี 2558 ถึงปัจจุบัน
- ☐ HALAL: TP ได้รับการรับรองฮาลาลตามข้อกำหนดของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดสมุทรปราการ ตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน
- ☐ AEO (Authorized Export Operator): TP ได้รับการรับรองจากกรมศุลกากร ในปี 2556 ถึงปัจจุบัน
- ☐ TP ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2542 และวันที่ 22 กรกฎาคม 2555 โดยได้รับอนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินและยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ

รวมถึงรางวัลต่างๆ ดังนี้

- ☐ CSR-DIW continuous และ Green Industry Level 4 จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม
- ☐ Thailand Quality Prize: junior จากสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- ☐ Zero Accident Campaign: Silver Level และสถานประกอบกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัยระดับ ประเทศจากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

บริษัท พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ PIT

บริษัท พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ PIT เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท พีเจ็น คอร์ปอเรชั่น จากประเทศญี่ปุ่น และบริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ผลิตรภัณฑ์หลักที่ PIT ผลิตแบ่งได้

3 ประเภท ได้แก่

1. ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวเป็นผ้าใช้ทำความสะอาดผิวบนใบหน้า แขนและส่วนต่างๆ ของร่างกายทารกและผู้ใหญ่ เนื้อผ้ามีความหนาและนุ่มพิเศษ เช็ดได้บ่อยเท่าที่ต้องการ ผ้าเช็ดทำความสะอาดปราศจากแอลกอฮอล์และ น้ำหอม นอกจากนี้ ยังมีแบบผ้าทากันยูงบรรจุในห่อกะทัดรัดสะดวกสำหรับพกพา
2. แผ่นซับน้ำนม เพื่อซึมซับน้ำนมให้ความกระชับขณะสวมใส่ในทุกอิริยาบถ และยังป้องกันน้ำนมซึมไหลออก ทางด้านข้างมีเทปขาว 2 จุดป้องกันการหลุดลื่นขณะสวมใส่ ผลิตจากวัตถุดิบที่ได้รับการวิจัยและค้นคว้าจากบริษัท พีเจ็น คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น
3. น้ำยาทำความสะอาดจุกนมและขวดนมเป็นสูตรประสิทธิภาพยับยั้งแบคทีเรีย 99.99% เพราะการล้างขวดนมด้วย น้ำเปล่าเพียงอย่างเดียว หรือการใช้ผลิตภัณฑ์ล้างภาชนะทั่วไป ไม่สามารถทำความสะอาดคราบนม หรือโปรตีนได้

อย่างหมดจด ผู้เชี่ยวชาญพีเอ็นจีได้คัดค้านสูตรบัญชีแบบที่เรียกที่ประสิทธิภาพเข้าถึงการทำความสะอาดอย่างแท้จริงและยังอ่อนละมุนต่อสุขภาพของลูกน้อย

PIT เป็นฐานผลิตผ้าเช็ดทำความสะอาดผิว แผ่นซับน้ำมันมารดา และน้ำยาทำความสะอาดจุกนมและขวดนม โดยได้รับอนุญาตอย่างเป็นทางการจากพีเอ็น คอร์ป ประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ PIT แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

PIT ได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นระดับประเทศ ต่อเนื่องติดต่อกัน 16 ปีซ้อน จากกระทรวงแรงงานและในปี 2558 ทาง PIT ได้รับ AEO Certificate (Authorized Export Operator) รับรองจากกรมศุลกากรว่าเป็นผู้ส่งออกที่มีความน่าเชื่อถือได้ในระบบรักษาความปลอดภัยจนถึงมือลูกค้าปลายทาง

บริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด หรือ YMP

บริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด หรือ YMP เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท โยชิโน โคเคียวโซ (ประเทศญี่ปุ่น) บริษัท โนมูระ จิมูโซ (ประเทศญี่ปุ่น) และบริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติก ชิ้นส่วน ส่วนประกอบและอะไหล่ที่เป็นพลาสติก เพื่อจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ เช่น หัวฉีดน้ำ หัวปั๊ม ขวดแชมพู เป็นต้น YMP มีเครื่องจักรอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง มีทีมงานประกอบด้วยฝ่ายผลิต ฝ่ายประกอบ ฝ่ายตรวจสอบควบคุมคุณภาพ ฝ่ายจัดส่ง และฝ่ายบริการลูกค้าในระดับมืออาชีพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามมาตรฐานสากลโลก โดยในปี 2557 ที่ผ่านมา YMP ได้ขยายโรงงานเพื่อขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับคำสั่งซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและในปี 2558 ก็ได้มีการลงทุนเพิ่มเครื่องจักรมูลค่าประมาณ 144 ล้านบาท นำเข้ามาจากญี่ปุ่นเพื่อรองรับการผลิตให้กับลูกค้า โดยปี 2558 มีการติดตั้งเครื่องจักรและปรับปรุงพื้นที่ของโรงงาน ซึ่งใช้งบประมาณไปประมาณ 52 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทเป็นตัวแทนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ YMP แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย