

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม

วิสัยทัศน์

- Design Outlet : เอ้าท์เลทที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และคัดสรรสินค้าเฉพาะเอ้าท์เลทของบริษัทเท่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างประสบการณ์แห่งความสนุกและความประทับใจให้แก่ลูกค้าและนักท่องเที่ยว
- Deliver Best Value : บริษัทเป็นเลิศด้านการเสาะหา คัดสรร และนำเสนอเฉพาะสินค้าและบริการ ที่คุ้มค่าที่สุดจากทั่วทุกมุมโลกเพื่อลูกค้าของเรา
- Delight All Customers : บริษัทพร้อมขยายธุรกิจทั้งในและต่างประเทศด้วยเอ้าท์เลททั้งในรูปแบบ ร้านค้าและร้านค้าออนไลน์ โดยใช้ความชำนาญด้านการคัดเลือกสิ่งที่ดีที่สุดมอบให้ลูกค้า

พันธกิจ

- สร้างสรรค์จุดหมายของผู้เดินทางที่ครบครันทั้งการจับจ่าย การพักผ่อน และรสชาติที่ผ่านการคัดสรรอย่างพิถีพิถัน
- จัดหาสินค้าที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่ที่มีคุณภาพจากทุกแหล่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าจะได้รับความคุ้มค่าสูงสุดจากทุกบาทที่จ่าย
- แสวงหาช่องทางการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ และช่องทางการตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา
- สร้างคุณค่าให้กิจการและรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ โปร่งใส และยุติธรรม

ค่านิยม

- O : Openness : เปิดใจรับการเปลี่ยนแปลง เปิดรับความแตกต่าง เปิดรับความคิดสร้างสรรค์และโอกาสใหม่ๆ
- U : Uniqueness : โดดเด่น แตกต่าง สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- T : Teamwork : เป็นทีมเดียวกัน เคารพความเห็นต่าง มุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน
- L : Learning : ขยันหมั่นเรียนรู้ ไม่หยุดเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ
- E : Energy : สู้งาน เต็มใจ พร้อมให้บริการ
- T : Trust : สร้างความไว้วางใจ ซื่อสัตย์กับตนเอง คนในองค์กร และลูกค้า



1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี พ.ศ.	รายการ
2543	<ul style="list-style-type: none"> - ก่อตั้งบริษัท เอฟเอ็น แฟคตอรี เอ้าท์เลท จำกัด ("บริษัท", "FN") ด้วยทุนจดทะเบียนจัดตั้งเท่ากับ 1,000,000 บาท - เปิดเอ้าท์เลท สาขาที่ 1 ที่จังหวัดเพชรบุรี
2546	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดเอ้าท์เลท สาขาที่ 2 ที่จังหวัดกาญจนบุรี ภายใต้การบริหารงานของ บริษัท เดอะบอสส์ ฟอรัม จำกัด (TBF) ซึ่งก่อตั้งในปี 2539 ด้วยทุนจดทะเบียนจัดตั้ง 1,000,000 บาท
2547	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดเอ้าท์เลท สาขาที่ 3 ที่พัทยา ภายใต้การบริหารงานของ TBF โดยเช่าที่ดินซึ่งเป็นที่ตั้งสาขาจากบุคคลภายนอก
2548	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 10,000,000 บาท สำหรับนำไปใช้เป็นเงินหมุนเวียนในกิจการ - เปิดเอ้าท์เลท สาขาที่ 4 ที่ปากช่อง โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัท ฟรี-แทค จำกัด (PT) ซึ่งก่อตั้งในปี 2545 ด้วยทุนจดทะเบียนจัดตั้งเท่ากับ 1,000,000 บาท โดยเช่าที่ดินซึ่งเป็นที่ตั้งสาขาจากบุคคลภายนอก
2549	<ul style="list-style-type: none"> - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ PT มีมติเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,000,000 บาทเป็น 75,000,000 บาท สำหรับนำไปใช้เป็นเงินหมุนเวียนในกิจการ - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ TBF มีมติพิเศษอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,000,000 บาทเป็น 10,000,000 บาท สำหรับนำไปใช้เป็นเงินหมุนเวียนในกิจการ
2550	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดเอ้าท์เลท สาขาที่ 5 ที่จังหวัดสิงห์บุรี อยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัท โนวา เจน จำกัด (NG) ด้วยทุนจดทะเบียนจัดตั้งเท่ากับ 1,000,000 บาท ซึ่งต่อมาที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ NG มีมติพิเศษอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 20,000,000 บาท สำหรับนำไปใช้เป็นเงินหมุนเวียนในกิจการ
2553	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดเอ้าท์เลท สาขาที่ 6 ที่หัวหิน อยู่ภายใต้การบริหารงานของ NG
2554	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดเอ้าท์เลท สาขาที่ 7 ที่ศรีราชา อยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัท พรีฟ อินเตอร์เนชั่นแนล เทรดดิง จำกัด (PIT) ซึ่งก่อตั้งในปี 2549 ด้วยทุนจดทะเบียนจัดตั้งเท่ากับ 1,000,000 บาท ซึ่งต่อมาในปี 2551 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ PIT มีมติพิเศษอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,000,000 บาทเป็น 10,000,000 บาท สำหรับนำไปใช้เป็นเงินหมุนเวียนในกิจการ ทั้งนี้ สาขาศรีราชา ตั้งอยู่บนที่ดินซึ่งเช่าจากบุคคลเกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารของบริษัท - PIT เข้าบริหารเอ้าท์เลท สาขาเพชรบุรี แทนบริษัท โดยบริษัทมีรายได้จากการให้เช่าที่ดินซึ่งเป็นที่ตั้งสาขาเพชรบุรี แทนรายได้จากการขายสินค้าในเอ้าท์เลท
2555	<ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งศูนย์จัดเก็บและกระจายสินค้า ที่จังหวัดเพชรบุรี เพื่อการบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพื่อรองรับการเติบโตของเอ้าท์เลท
2556	<ul style="list-style-type: none"> - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ PIT มีมติพิเศษอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200,000,000 บาท สำหรับนำไปใช้เป็นเงินหมุนเวียนในกิจการ
2557	<ul style="list-style-type: none"> - ในเดือนกรกฎาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ FN, TBF, PT, PIT และ NG มีมติอนุมัติการควบรวมบริษัททั้ง 5 บริษัทเข้าด้วยกันโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าประเภท เอ้าท์เลท รวมถึงเพื่อป้องกันความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และเพื่อเตรียมความพร้อมในการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการควบรวมดังกล่าว มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2557 เป็นต้นไป ซึ่งภายหลังการควบรวมแล้วเสร็จ ดำเนิน

- ธุรกิจในอนาคต บริษัท เอฟเอ็น แฟคตอรี เอ๊าท์เลท จำกัด มีทุนจดทะเบียนและทุนเรียกชำระแล้วเท่ากับ 315,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 3,150,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
- 2558 : - บริษัทลงทุนก่อสร้างสำนักงานพระราม 9 ตั้งแต่ปี 2556 และเปิดดำเนินการในปี 2558 เพื่อใช้เป็นที่ตั้งสำนักงานในปัจจุบัน โดยตั้งอยู่บนที่ดินของบริษัท คิว แอสเซท จำกัด ในฐานะผู้ถือหุ้นของบริษัท
- 2559 : - ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2559 มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 222,700,000 บาท และมีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 315,000,000 บาท เป็น 375,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน
- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2559 มีมติอนุมัติเรื่องที่สำคัญ ดังนี้
- อนุมัติเข้าลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท เซฟ นาว 2494 จำกัด (SN) เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับล่างในราคามูลค่าตามบัญชี (Book Value) ซึ่งภายหลังการเข้าซื้อทำให้ SN มีฐานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้น SN ในสัดส่วนร้อยละ 99.97 ของทุนจดทะเบียน SN
 - อนุมัติการแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชน
 - เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จาก 100 บาท เป็น 0.50 บาท ส่งผลให้มีจำนวนหุ้นสามัญเป็น 750,000,000 หุ้น
 - เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 125,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 250,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อเสนอขายต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering : IPO) ซึ่งจะมีผลทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนเป็น 500,000,000 บาท
 - อนุมัติให้นำหุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- เข้าซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) วันแรกเมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2559
- เปิดเอ๊าท์เลท สาขาที่ 8 ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 2560 : - เปิดเอ๊าท์เลท สาขาที่ 9 ที่ อ.หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในเดือนเมษายน
- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2560 เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2560 มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผล จำนวน 60,000,000 บาท
- เปิดเอ๊าท์เลท สาขาที่ 10 ที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ในเดือนธันวาคม
- 2561 : - ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2561 มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผล จำนวน 36,000,000 บาท
- เปิดเอ๊าท์เลท สาขาที่ 11 ที่ อ.เมืองระยอง จังหวัดระยอง ในเดือนพฤศจิกายน
- เปิดเอ๊าท์เลท สาขาที่ 12 ที่ไคอันน่าหาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในเดือนธันวาคม
- ติดตั้ง Solar Rooftop ที่ สาขาพระนครศรีอยุธยา
- 2562 : - ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2562 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2562 มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผล จำนวน 13,000,000 บาท
- ติดตั้ง Solar Rooftop ที่ สาขาระยอง
- เปิด มิני ซอป สำนักงานใหญ่ ถนนพระราม 9 กรุงเทพฯ



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บมจ. เอฟเอ็น แฟคตอรี เอ้าท์เลท (FN)

ทุนจดทะเบียน 500,000,000 บาท

ธุรกิจ : ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายเสื้อผ้า เครื่องนอ น เครื่องหนัง เฟอร์นิเจอร์ และเครื่องใช้ในบ้าน ผ่านศูนย์จำหน่ายสินค้าประเภทเอาท์เลทรวม 12 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรบุรี สาขากาญจนบุรี สาขาพัทลุง สาขาปากช่อง สาขาสงขลาบุรี สาขานว นิน สาขาศรีราชา สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขานาดใหญ่ สาขาอะเซิงเทรา สาขาระยอง และสาขาไดอานานาดใหญ่



99.97%

บจก. เซฟ นาว 2494 (SN)

ทุนจดทะเบียน 10,000,000 บาท

ธุรกิจ : จำหน่ายสินค้าประเภท เครื่องสำอาง ของใช้อุปโภคบริโภคใน ครีวเรือน และขนมนำเข้าจากต่างประเทศ

บริษัท เซฟ นาว 2494 จำกัด (SN) : จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2558 จำหน่ายสินค้าประเภท เครื่องสำอาง ของใช้อุปโภคบริโภคในครัวเรือน และขนมนำเข้าจากต่างประเทศ โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 991 ถนนพระราม 9 แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนเท่ากับ 10,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยบริษัทเข้าถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.97 ของทุนจดทะเบียน SN ทั้งนี้ สินค้า SN ยังมีวางจำหน่ายในเอาท์เลทของ FN บางสาขาอีกด้วย

Handwritten signature

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท เอฟเอ็น แฟคตอรี เอ้าท์เลท จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเอ้าท์เลทภายใต้แนวคิด "คุณภาพส่งออก ราคาผู้ผลิต" โดยมีลักษณะการประกอบธุรกิจดังนี้

1) ธุรกิจจำหน่ายสินค้า

ธุรกิจหลักของบริษัทคือการจัดจำหน่ายสินค้า อุปโภคบริโภค ประเภทเสื้อผ้า เครื่องนอ น เครื่องหนัง เฟอร์นิเจอร์ และของใช้ภายในบ้าน ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท และตราสินค้าชั้นนำอื่นๆ เพื่อสร้างความหลากหลาย และตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ทุกเพศทุกวัย ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทได้แก่ เอ้าท์เลททั้ง 12 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรบุรี สาขากาญจนบุรี สาขาพัทยา สาขาปากช่อง สาขาสงห์บุรี สาขาหัวหิน สาขาศรีราชา สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขาหาดใหญ่ สาขาฉะเชิงเทรา สาขาระยอง และสาขาไดอาน่า หาดใหญ่ ซึ่งทั้ง 12 สาขาดังกล่าว ตั้งอยู่บนเส้นทางสายหลักในการเดินทางไปยังจุดหมายสำคัญๆ ของแต่ละจังหวัดในประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวของชุมชนเมืองและจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังได้ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ อาทิ ช่องทางออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ต้องการสินค้าของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทมีบริษัทย่อย 1 แห่ง ได้แก่บริษัท เซฟ นาว 2494 จำกัด ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และสินค้าบริโภคประเภทขนมขบเคี้ยว ซึ่งเป็นการเติมเต็มและทำให้สินค้าภายใน เอ้าท์เลทครอบคลุมความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2) การให้บริการพื้นที่เพื่อร้านค้าเช่า

บริษัทมีการจัดสรรพื้นที่บางส่วนของเอ้าท์เลทบางสาขา เพื่อให้บริการแก่ร้านค้าเช่า เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านค้าทั่วไป ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัทแล้ว ยังช่วยสร้างความสนใจให้ลูกค้ามาใช้บริการภายในเอ้าท์เลทให้มากขึ้นได้อีกด้วย

2.1 โครงสร้างรายได้ของบริษัท

บริษัทมีโครงสร้างรายได้ แยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์สำหรับ ปี 2560-2562 ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
	ล้านบาท	สัดส่วน (ร้อยละ)	ล้านบาท	สัดส่วน (ร้อยละ)	ล้านบาท	สัดส่วน (ร้อยละ)
ตราสินค้าบริษัท	683.57	62.08	649.08	58.74	663.13	63.58
Non-Apparel	497.25	45.16	480.93	43.52	492.34	47.21
Apparel	186.32	16.92	168.15	15.22	170.79	16.37
ตราสินค้าอื่น	371.10	33.70	408.30	36.94	338.45	32.45
รวมรายได้จากการขาย	1,054.67	95.78	1,057.38	95.68	1,001.58	96.03
รายได้อื่น	46.50	4.22	47.74	4.32	41.40	3.97
รายได้รวม	1,101.17	100.00	1,105.12	100.00	1,042.98	100.00

หมายเหตุ: รายได้อื่น ได้แก่ รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการขายหน่วยลงทุน รายได้จากการขายเศษซาก

2.2 ประเภทและลักษณะของผลิตภัณฑ์

สินค้าที่จำหน่ายภายในเอ๊าท์เลท สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) สินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ซึ่งบริษัทเป็นผู้ออกแบบสินค้าและสั่งผลิตสินค้าเองโดยตรงจากผู้ผลิต และ 2) สินค้าที่อยู่ภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ ซึ่งบริษัทซื้อมาจำหน่ายในเอ๊าท์เลท โดยผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทยังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2.1 สินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท


สินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (House Brand) เป็นสินค้าที่บริษัทพัฒนาขึ้นมา โดยเน้นคุณภาพมาตรฐานระดับสากลและการมีเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อวางจำหน่ายที่เอ๊าท์เลทของบริษัทเท่านั้น สินค้าเหล่านี้ได้รับการออกแบบและพัฒนาโดยทีมงาน ที่มีความชำนาญในแต่ละกลุ่มสินค้า โดยคำนึงถึงความต้องการและรสนิยมของลูกค้า รวมถึงคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้า สินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทจะเป็นสินค้าอุปโภคทั้งหมด ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1) สินค้าเครื่องใช้ในครัวเรือนและสินค้าทั่วไป (Non-Apparel) :

เป็นสินค้าที่มีสรรพประโยชน์ในการใช้งาน ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่สั่งผลิตจากโรงงานทั้งในและต่างประเทศ โดยบริษัทเป็นผู้คัดเลือกวัสดุและแบบสินค้าเองตามแบบรายการสินค้าจากโรงงานผู้ผลิต เพื่อให้สินค้าของเอ๊าท์เลทมีคุณภาพดี คงทน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ทั้งนี้ สินค้าที่วางจำหน่ายมีทั้งสินค้าประเภทเครื่องนอน สินค้าตกแต่งบ้าน สินค้าเครื่องใช้ในบ้าน เฟอร์นิเจอร์ และสินค้าหมวดของใช้เพื่อการเดินทาง อาทิ กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าเครื่องสำอาง หมวก ผ้าพันคอ เป็นต้น โดยมีรายละเอียดตราสินค้าและลักษณะสินค้า ดังนี้

ตราสินค้า	ลักษณะผลิตภัณฑ์	ประเภทสินค้า	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
	ผลิตภัณฑ์ใช้ภายในบ้านสไตล์เรียบหรู ที่คัดสรรจากวัตถุดิบคุณภาพดี	เครื่องนอน เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องครัว สินค้าตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์	บุคคลทั่วไป มีครอบครัวแล้ว ฐานะมั่นคง มีรายได้สูง
	ผลิตภัณฑ์ใช้ภายในบ้าน ที่คัดสรรจากวัตถุดิบคุณภาพดี	เครื่องนอน เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องครัว สินค้าตกแต่งบ้าน	บุคคลทั่วไป ในวัยทำงานหรือเริ่มต้นทำงาน สถานะโสดหรือเริ่มสร้างครอบครัว ฐานะปานกลาง รายได้ปานกลาง ทันทสมัย
	ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	หมอนเพื่อสุขภาพ สินค้าเพื่อผู้สูงอายุ	บุคคลทั่วไป ที่รักสุขภาพ และผู้สูงอายุ
	ผลิตภัณฑ์สำหรับการเดินทาง ที่คัดสรรจากวัตถุดิบคุณภาพดี	กระเป๋าเดินทาง	บุคคลทั่วไป ที่ชื่นชอบการเดินทางและสินค้าคุณภาพสูง
	แว่นตาและรองเท้านั่งคุณภาพดี	แว่นตา รองเท้าหนัง	บุคคลทั่วไป ที่มีบุคลิกภาพดีและชอบสินค้ามีคุณภาพ
	ผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบต่างๆ	กระเป๋าทำงาน กระเป๋าสะพาย	บุคคลทั่วไป



ตราสินค้า	ลักษณะผลิตภัณฑ์	ประเภทสินค้า	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
	สินค้าแฟชั่นสำหรับสตรี	เครื่องประดับ แว่นตา รองเท้า	สตรีวัยรุ่นที่ชื่นชอบแฟชั่น

2) สินค้าเครื่องนุ่งห่ม (Apparel) :

เป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ที่บริษัทเป็นผู้ออกแบบและสั่งผลิต โดยบริษัทมีทีมออกแบบที่มีความเข้าใจในความต้องการของตลาดเป็นอย่างดี สินค้าที่บริษัทสั่งผลิตและวางจำหน่าย จึงมีเอกลักษณ์เฉพาะและมีคุณภาพเทียบเท่าตราสินค้าชั้นนำ ในราคาที่เหมาะสม ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้า

ตราสินค้า	ลักษณะผลิตภัณฑ์	ประเภทสินค้า	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
INCO	เสื้อผ้าบุรุษ มีการออกแบบร่วมสมัย ด้วยวัตถุดิบคุณภาพดี	เสื้อผ้าและอุปกรณ์เครื่องแต่งกายชาย	ผู้ชายวัยทำงาน แต่งกายตามสมัยนิยม
Monsieur INCO	เสื้อผ้าบุรุษ คุณภาพระดับพรีเมียม	เสื้อผ้าผู้ชาย	ผู้ชายที่นิยมการแต่งกายแบบเป็นทางการ ภูมิฐาน
INCO Women	เสื้อผ้าสตรี แบบเรียบหรู คุณภาพดี	เสื้อผ้าสตรี ชุดชั้นใน สตรีเครื่องประดับและอุปกรณ์เครื่องแต่งกายสตรี	ผู้หญิงที่นิยมการแต่งกายร่วมสมัย แต่มีปัญหาด้านสรีระเล็กน้อย
Madame INCO	เสื้อผ้าสตรีที่สรีระมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก	เสื้อผ้าสตรี	ผู้หญิงที่มีปัญหาด้านสรีระค่อนข้างมาก
	เสื้อผ้าบุรุษสไตล์ลำลอง รูปแบบทันสมัย สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่	เสื้อผ้าและอุปกรณ์เครื่องแต่งกายชาย	ผู้ชายที่มีอายุระหว่าง 20 - 35 ปี
	เสื้อผ้าผู้หญิงสไตล์ลำลอง รูปแบบทันสมัย สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่	เสื้อผ้า ชุดชั้นใน และ อุปกรณ์เครื่องแต่งกายสตรี	ผู้หญิงที่มีอายุ ระหว่าง 20 - 35 ปี
	เสื้อผ้าเด็กรูปแบบสดใส ด้วยการดีไซน์หรือลายที่เหมาะสมสำหรับเด็ก	เสื้อผ้าเด็กชาย-หญิง ชุดชั้นในเด็ก ถุงเท้า	เด็กก่อนวัยเรียน ถึงวัยรุ่นตอนต้น ทั้งชายและ หญิง
SLEEP MATE	ชุดนอนทั้งชายและหญิง คุณภาพดี เนื้อนุ่มสบาย	ชุดนอนชาย-หญิง-เด็ก	ทุกเพศทุกวัย
Nipón	เสื้อผ้าที่ผลิตจากเนื้อผ้า COTTON สวมใส่สบาย ไม่ระคายเคืองผิว	ชุดชั้นในชาย-หญิง-เด็ก ถุงเท้า	ทุกเพศทุกวัย
	เสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสตรี	เสื้อผ้า เครื่องประดับ และอุปกรณ์แต่งกายสตรี	สตรีวัยรุ่นที่ชื่นชอบแฟชั่น

2.2.2 สินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ

นอกเหนือจากบริษัทจะจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเองแล้ว บริษัทยังคัดสรรสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ โดยเป็นตราสินค้าชั้นนำจากทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้สินค้าในเอ๊าท์เลทมีความหลากหลาย และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบถ้วน โดยสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอุปโภค ได้แก่ สินค้าเครื่องใช้ในครัวเรือนและสินค้าทั่วไป (Non-Apparel) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีสรรพประโยชน์ในการใช้งาน อาทิ เครื่องนอน สินค้าตกแต่งบ้าน สินค้าเครื่องใช้ในครัวเรือน เฟอร์นิเจอร์และสินค้าเพื่อการเดินทาง รวมถึงสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

นอกจากนี้ บริษัทยังมีสินค้าบริโภคที่จำหน่ายภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ โดยบริษัทจัดตั้งร้าน "ต้นกล้า" ซึ่งเป็นร้านค้าของบริษัทเอง ภายในบริเวณของเอ๊าท์เลททั้ง 12 สาขา โดยร้านต้นกล้าจำหน่ายสินค้าที่เป็นของโครงการตามพระราชดำริ อาทิ ผลิตภัณฑ์ของโครงการหลวง ตราสินค้าดอยคำ โครงการพัฒนาดอยตุง และโครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดา รวมถึงสินค้าเกษตร สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และสินค้าชุมชนของจังหวัดใกล้เคียง และสินค้าเพื่อสุขภาพอื่นๆ ทั้งนี้ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนให้ชุมชนมีอาชีพ รายได้ และรักถิ่นกำเนิดอย่างยั่งยืน และเพื่อเป็นการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ตามโครงการของรัฐบาลและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตสินค้า

2.3 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยและธุรกิจค้าปลีก

ในปี 2562 เศรษฐกิจไทยมีการขยายตัวร้อยละ 2.4 ซึ่งขยายตัวต่ำกว่าปี 2561 สาเหตุมาจากการส่งออกหดตัวเป็นผลมาจากเศรษฐกิจโลกซบเซาและสงครามการค้าที่ยืดเยื้อระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกากับสาธารณรัฐประชาชนจีน ตลอดจนการแข็งตัวของค่าเงินบาท สำหรับแนวโน้มเศรษฐกิจประเทศไทย ปี 2563 สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้มีการประมาณการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในกรอบร้อยละ 1.5-2.5 ชะลอตัวลงจากปี 2562 ตามข้อจำกัดที่เกิดจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ปัญหาภัยแล้งที่มีความรุนแรงมากขึ้น ความล่าช้าของกระบวนการงบประมาณ และความผันผวนของระบบเศรษฐกิจการเงินโลก อย่างไรก็ตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจในช่วงที่เหลือของปี ยังมีปัจจัยสนับสนุนจากการปรับตัวดีขึ้นอย่างช้าๆ ของเศรษฐกิจ โลกตามการผ่อนคลายลงของแรงกดดันจากมาตรการทางการค้า การลดลงของความเสี่ยงจากการแยกตัว ของสหราชอาณาจักรแบบไร้ข้อตกลง ตลอดจนการขยายตัวในเกณฑ์ที่น่าพอใจของอุปสงค์ภายในประเทศ ทั้งในด้านการใช้จ่ายภาคครัวเรือนและการลงทุนภาคเอกชนและภาครัฐ (ที่มา: สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

ทางด้านอุตสาหกรรมค้าปลีก ในปี 2562 สมาคมผู้ค้าปลีกไทย คาดว่าอุตสาหกรรมค้าปลีกจะมีการเติบโตร้อยละ 2.8 ลดลงจากปีที่ผ่านมาที่เติบโตร้อยละ 3.2 สาเหตุหลัก คือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับล่าง ระดับกลาง มีกำลังซื้ออ่อนแอลง ส่งผลให้การเติบโตการบริโภคในหมวดสินค้าคงทน (Durable Goods) เติบโตร้อยละ 2.0 หมวดสินค้ากึ่งคงทน (Semi-Durable Goods) เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เครื่องหนัง รองเท้า นาฬิกา กลับชะลอการเติบโตเพียงร้อยละ 3.2 (ที่มา: สมาคมผู้ค้าปลีกไทย)

ภาวะการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก

กลุ่มธุรกิจค้าปลีกโดยรวมยังคงมีการแข่งขันอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ค้าปลีกรายย่อยไปจนถึงค้าปลีกรายใหญ่ และปัจจุบันยังมีการเข้ามาของ E-Commerce ทำให้การแข่งขันยิ่งทวีความเข้มข้นมากขึ้นด้วย ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งรูปแบบการค้าปลีกที่คาดว่าจะมีความสำคัญมากในอนาคตได้แก่ รูปแบบที่ เรียกว่า Omni Channel ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงระบบการค้าออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน หากผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านสามารถประสบความสำเร็จในการพัฒนาและเชื่อมโยงร้านค้าทั้งออนไลน์และออฟไลน์ได้ลงตัว มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีระบบขนส่งและศูนย์กระจายสินค้าที่ทันสมัย มีเทคโนโลยีด้านปฏิบัติการต่างๆ ก็จะสามารถสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน เป็นการสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค โดยทั้งลูกค้าและผู้ประกอบการจะได้ประโยชน์ร่วมกัน ด้านออนไลน์ลูกค้าจะได้รับความสะดวกสบายในการจับจ่ายและชำระเงินมากขึ้น ในขณะที่ด้านออฟไลน์ผู้บริโภคก็สามารถใช้สถานที่ร้านค้าในการพบปะสังสรรค์ หรือสัมผัสทดลองสินค้าจริงได้ด้วย ซึ่งในแง่ผู้ประกอบการก็เป็นการบริหารจัดการสินทรัพย์ที่ได้ลงทุนไปก่อนหน้านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่ามากขึ้น

กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทเป็นผู้ริเริ่มการทำธุรกิจศูนย์การค้าประเภทเอ้าท์เลทเป็นรายแรกในประเทศไทย จึงมีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงเข้าใจหัวใจในการดำเนินธุรกิจประเภทดังกล่าว โดยยึดหลักการสร้างความแตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดหาสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด ราคาเป็นที่น่าพอใจ และการทำการตลาดและโปรโมชั่นต่างๆ โดยบริษัทมีกลยุทธ์ทางการตลาดดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดเลือกสินค้าที่จะนำมาวางจำหน่ายในเอ้าท์เลท โดยเน้นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีคุณภาพ และมีความหลากหลาย โดยบริษัทแบ่งผลิตภัณฑ์เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1) สินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (House Brand) :

เป็นสินค้าที่บริษัทพัฒนาขึ้นมา โดยเน้นที่คุณภาพมาตรฐานระดับสากล รวมถึงการออกแบบที่แตกต่างอย่างมีรสนิยม เพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งบริษัทมีตราสินค้าเป็นของตัวเองกว่า 15 ตราสินค้า อาทิ INCO, Cheval, Sleep Mate, Cushy, Cherish และ Prim เป็นต้น ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท จะผ่านการตรวจสอบคุณภาพในทุกขั้นตอนตั้งแต่การคัดเลือกผู้ผลิต กระบวนการก่อนการผลิต กระบวนการระหว่างอยู่ในสายการผลิต คุณภาพหน้าโรงงาน จนถึงคุณภาพระหว่างขนส่ง และการส่งมอบ เพื่อเป็นการรับประกันความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้สินค้าที่ดี มีคุณภาพ คุ้มค่า คุ้มราคา

2) สินค้าจากตราสินค้าต่างประเทศที่มีชื่อเสียง (International Brand) :

บริษัทคัดสรรสินค้าจากตราสินค้าต่างประเทศที่มีชื่อเสียงมาจำหน่ายในราคาพิเศษ ซึ่งสินค้าของแต่ละตราสินค้าจะผ่านการวิเคราะห์ พิจารณาถึงความคุ้มค่าของคุณภาพและราคา รวมถึงความเหมาะสมกับการใช้งาน

3) สินค้าจากตราสินค้าชั้นนำในประเทศ (Top Domestic Brand) :

เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าที่จะได้ค้นพบกับสินค้าที่ตรงกับรสนิยมของตนเองมากยิ่งขึ้น บริษัทจึงได้เลือกตราสินค้าชั้นนำระดับประเทศ รวมถึงตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบจากนักออกแบบชั้นนำของไทยมาจำหน่ายในเอ้าท์เลท

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดให้มีพนักงานที่คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและคุณสมบัติของสินค้าแต่ละประเภทอยู่ประจำทุกสาขา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ให้สามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบายและตรงตามความต้องการ โดยพนักงานเหล่านี้จะได้รับการอบรมอย่างต่อเนื่องตลอดปี เพื่อเป็นหลักประกันว่าคุณภาพการบริการของบริษัท จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

2. กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา (Price)

บริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาสินค้าแตกต่างกันตามแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากบริษัทมีรูปแบบการจัดหาสินค้าทั้งจากการสั่งผลิตจากผู้ผลิตสินค้าโดยตรง และการรับซื้อเพื่อนำมาวางจำหน่าย ดังนั้น การกำหนดราคาสินค้าจึงแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) กรณีสินค้าสั่งผลิต (สินค้าที่จำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัท) :

บริษัทกำหนดราคาสำหรับสินค้าสั่งผลิต หรือสินค้าที่จำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัท โดยบวกกำไรส่วนเพิ่มหรือกำไรขั้นต้นจากต้นทุน ซึ่งประเมินจากมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการออกแบบสินค้าที่มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งบริษัทจะศึกษาข้อมูลและทำการเปรียบเทียบคุณภาพและราคาของสินค้าจากผู้ผลิตแต่ละรายเพื่อคัดเลือกผู้ผลิตที่ดีที่สุดสำหรับการผลิตสินค้าแต่ละประเภท ซึ่งสินค้าที่ออกจากโรงงานจะถูกนำมาวางจำหน่ายที่เอ๊าท์เลทโดยตรงจึงทำให้มีต้นทุนการจัดจำหน่ายและการตลาดค่อนข้างต่ำ ซึ่งส่งผลให้สินค้าของบริษัทมีราคาถูก และเป็นราคาที่สร้างแรงจูงใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี

2) กรณีบริษัทซื้อสินค้าจากเจ้าของตราสินค้าอื่นเพื่อนำมาจำหน่ายภายในเอ๊าท์เลท :

จะใช้หลักการกำหนดราคาโดยบวกกำไรส่วนเพิ่มหรือกำไรขั้นต้นจากต้นทุนที่รับซื้อมา แต่อย่างไรก็ตามราคาขายดังกล่าวจะมีการเปรียบเทียบกับราคาตลาดของสินค้าที่มีรูปแบบและคุณภาพใกล้เคียงกัน ควบคู่ไปกับความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายการปรับราคาสินค้า เพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการขายและรองรับความเปลี่ยนแปลงในสภาวะการตลาดและการแข่งขัน และเพื่อเป็นการระบายสินค้า ซึ่งการปรับราคาสินค้าจะพิจารณาปัจจัยสำคัญได้แก่อายุของสินค้า ต้นทุนของสินค้า การเสื่อมความนิยมของสินค้า และการเสื่อมคุณภาพของสินค้า ทั้งนี้ การปรับราคาสินค้า จะต้องหารือร่วมกันระหว่างสาขา คลังสินค้า ฝ่ายบริหาร และคู่ค้าของบริษัท ซึ่งหมายถึงเจ้าของตราสินค้าอื่นที่นำสินค้ามาวางจำหน่ายในเอ๊าท์เลท

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยมีช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ เอ๊าท์เลท 12 สาขา คือ สาขาเพชรบุรี สาขากาญจนบุรี สาขาพัทยา สาขาปากช่อง สาขาสิงห์บุรี สาขาหัวหิน สาขาศรีราชา สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขาหาดใหญ่ สาขาอะเชิงเตรา สาขาระยอง และสาขาไดอาน่าหาดใหญ่ ซึ่งแต่ละสาขาสั่งอยู่บนทำเลที่มีศักยภาพในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม เพื่อรองรับลูกค้าที่เป็นนักเดินทางทั้งคนไทยที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน และคนต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยบริษัทได้ยกระดับคุณภาพของเอ๊าท์เลทให้เป็นสถานที่ที่ไม่เพียงแต่มาเพื่อเลือกซื้อสินค้าเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้เป็นสถานที่สำหรับการแวะพักจากการขับรถ การนัดหมายพบปะเพื่อนฝูง หรือพบ

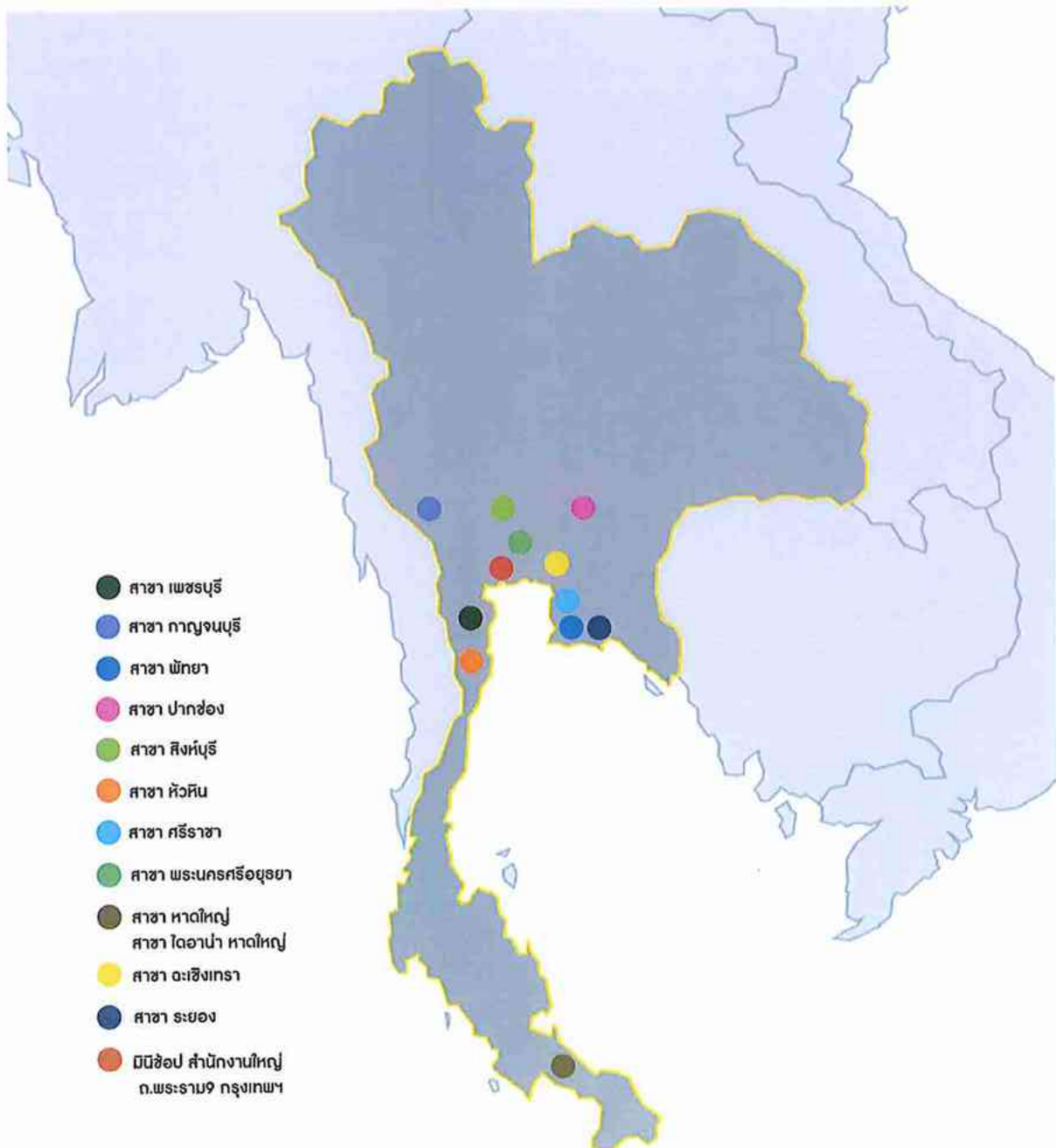
ประสบการณ์ที่ผ่อนคลายของร้านอาหารและร้านค้าย่อยที่หลากหลาย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่พึงพอใจและทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และอยากกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ตารางแสดงปีที่เปิดดำเนินการและพื้นที่ขายของแต่ละสาขา 31 ธันวาคม 2562

สาขา	ปีที่เปิดดำเนินการ	พื้นที่ขาย (ตร.ม.)
เพชรบุรี	2543	1,379.0
กาญจนบุรี	2546	1,139.5
พัตยา	2547	1,250.0
ปากช่อง	2548	3,566.5
สิงห์บุรี	2550	3,321.5
หัวหิน	2553	4,041.3
ศรีราชา	2554	4,087.3
พระนครศรีอยุธยา	2559	5,381.0
หาดใหญ่	2560	2,793.0
ฉะเชิงเทรา	2560	2,963.4
ระยอง	2561	3,771.0
ไดอาน่าหาดใหญ่	2561	500.0

หมายเหตุ : พื้นที่ขายสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามแผนงานและนโยบายบริษัท

ที่ตั้งสาขาของบริษัท เอฟเอ็น แฟคตอรี เอ๊าท์เลท จำกัด (มหาชน)



สถานที่ตั้ง
สาขาเอฟเอ็น

นอกจากช่องทางการจัดจำหน่ายข้างต้น บริษัทยังมีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางใหม่ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าเดิมที่ต้องการซื้อซ้ำและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ อาทิ

- ช่องทางออนไลน์ ทั้งการขายผ่าน Mobile - App Facebook และ Line@ ของบริษัท การขายผ่านช่องทาง E- Market place เช่น Shopee LAZADA และ JD Central
- การจำหน่ายสินค้าตรงให้ผู้ประกอบการ (Business to Business)
- Pop-up store, มินิ โชป สำนักงานใหญ่ ถนนพระราม 9 กรุงเทพฯ

โดยปี 2562 บริษัทมีรายได้ผ่านช่องทางใหม่ คิดเป็นร้อยละ 11.02 ของรายได้จากการขายสินค้ารวม

4. กลยุทธ์ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ (Promotion)

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก โดยมีการจัดทำบัตรสมาชิก "FN LIFE Card" สำหรับลูกค้าเพื่อสะสมแต้มจากยอดซื้อสินค้า และนำมาแลกของสมนาคุณเมื่อครบเงื่อนไขที่กำหนด เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า และยังเป็นการจัดเก็บข้อมูลและสร้างฐานข้อมูลลูกค้าครบวงจร (Customer relationship management (CRM)) เพื่อบริษัทจะได้นำมาวิเคราะห์เกี่ยวกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและความต้องการของลูกค้า เพื่อแยกแยะกลุ่มลูกค้าออกเป็นแต่ละประเภท อาทิ กลุ่มครอบครัว กลุ่มอายุ กลุ่มเพศ เพื่อกำหนดช่องทางการสร้างความรับรู้ต่อตราสินค้า (Brand Awareness) ที่เหมาะสมตามกลุ่มลูกค้า โดยนอกจากสื่อการประชาสัมพันธ์หลักของบริษัท อันได้แก่การปักป้ายโฆษณาบริเวณริมทางหลวงที่จะนำไปสู่เซ้าท์เลทแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์ อาทิ Facebook, Line Official และ FN Official Website เพื่อเป็นสื่อเชื่อมต่อระหว่างลูกค้าและบริษัทให้เกิดการจดจำตราสินค้า และอาจเกิดการแบ่งปันข้อมูลหรือประสบการณ์ประทับใจบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่นการที่บริษัทผลิตสื่อภาพยนตร์สั้นภายใต้แนวคิด "คุณเคยดูแลใครแบบนี้ไหม" เพื่อออกเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ในช่วงวันแม่ ซึ่งได้รับกระแสตอบรับเป็นอย่างดี

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลา หรือเพิ่มโอกาสในการดึงดูดลูกค้าให้เข้าใช้บริการ โดยการจัดกิจกรรม การจัดโปรโมชั่น ทั้งที่สาขาและสำนักงานใหญ่ ภายใต้งาน "FN Thank You Sales" "FN Fair" "FN Gift Fair" "Furniture Fair"

ในปี 2562 บริษัทได้จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจลูกค้า วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการ โดยเก็บรวบรวมจากลูกค้าที่เข้าใช้บริการ เพื่อที่บริษัทจะนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เพื่อพัฒนาการให้บริการและปรับปรุงการให้บริการและคุณภาพสินค้าต่อไปในอนาคต แบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจลูกค้า ได้ระบุเกี่ยวกับ เพศ ช่วงอายุ คุณภาพสินค้า ด้านการบริการ/พนักงานขาย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อสินค้าและการให้บริการ
- 3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการ

ทั้งนี้ สรุปผลจากการจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจลูกค้า พบว่า

- 1) เพศ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.5
 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.5

- 2) ช่วงอายุ
 - น้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.5
 - 20 ปี ถึง 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.5
 - 31 ปี ถึง 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.0
 - 41 ปี ถึง 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.5
 - มากกว่า 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.5
- 3) ด้านการบริการ/พนักงานขาย แบ่งเป็นระดับ
 - พอใจมาก ร้อยละ 46.5
 - ค่อนข้างพอใจ ร้อยละ 48.5
 - เฉยๆ ไม่ค่อยพอใจ และไม่พอใจ ร้อยละ 5.0

กลยุทธ์สำคัญอีกประการ ได้แก่ การพัฒนารูปแบบการค้า โดยเชื่อมโยงช่องทางการตลาดต่างๆ ทั้งร้านในโลกออฟไลน์และเทคโนโลยีออนไลน์ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทุกช่องทางจะสามารถช่วยเหลือและสนับสนุนกันได้อย่างไม่มีรอยต่อ (หรือที่เรียกว่า Omni Channel) เพื่อใช้ประโยชน์จากความสะดวกสบายในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและชำระเงินออนไลน์ รวมทั้งสามารถเก็บข้อมูลลูกค้าได้อย่างมหาศาล ร่วมกับจุดแข็งของร้านที่มีสินค้าจริงให้ได้สัมผัสและทดลอง รวมทั้งยังเป็นพื้นที่สำหรับพักผ่อนหรือสังสรรค์ ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคให้สามารถเข้าถึง สินค้าและบริการของร้านได้ทุกที่ และทุกเวลาอย่างแท้จริง

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าประเภทเอ๊าท์เลท ซึ่งจำหน่ายสินค้าหลากหลายประเภท อาทิ เสื้อผ้า เครื่องนอน เครื่องหนัง เฟอร์นิเจอร์ และของใช้ภายในบ้าน รวมถึงมีศูนย์จำหน่ายอาหาร และสาขาของเอ๊าท์เลททั้ง 12 สาขา ยังตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทจึงมุ่งเน้นไปยังนักเดินทางหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านสาขาของบริษัท และกลุ่มผู้อาศัยในชุมชนหรือจังหวัดโดยรอบสาขาที่สามารถเลือกซื้อสินค้าภายในเอ๊าท์เลท หรือสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ก็ได้ ซึ่งกลุ่มลูกค้าดังกล่าวสามารถเป็นไปได้ทั้งในรูปแบบของกลุ่มครอบครัว ที่มีเด็ก ผู้ใหญ่ หรือแม้กระทั่งผู้สูงอายุ ซึ่งสินค้าที่จำหน่ายภายในเอ๊าท์เลทนั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัย หรือการเดินทางเป็นกลุ่มเพื่อนก็สามารถใช้เอ๊าท์เลทเป็นสถานที่นัดหมาย พบปะ หรือแวะรับประทานอาหาร พร้อมกับการเลือกซื้อเสื้อผ้าของใช้ได้ในพื้นที่เดียวกัน

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญของบริษัท ตามวิสัยทัศน์ที่มุ่งหวังให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพดี ในราคาที่คุ้มค่าที่สุด ด้วยประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจด้านนี้มากกว่า 2 ทศวรรษ บริษัทมีความสัมพันธ์และเครือข่ายกว้างขวางกับผู้ขายและผู้รับจ้างผลิตที่มีมาตรฐานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายอยู่ภายในเอ๊าท์เลททุกสาขาจะถูกคัดสรรเป็นอย่างดีจากทีมงานที่มีความชำนาญของบริษัท จึงมั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพดี และราคาที่เหมาะสม ซึ่งวิธีการจัดหาสินค้าจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของการได้มาของสินค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

สินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท

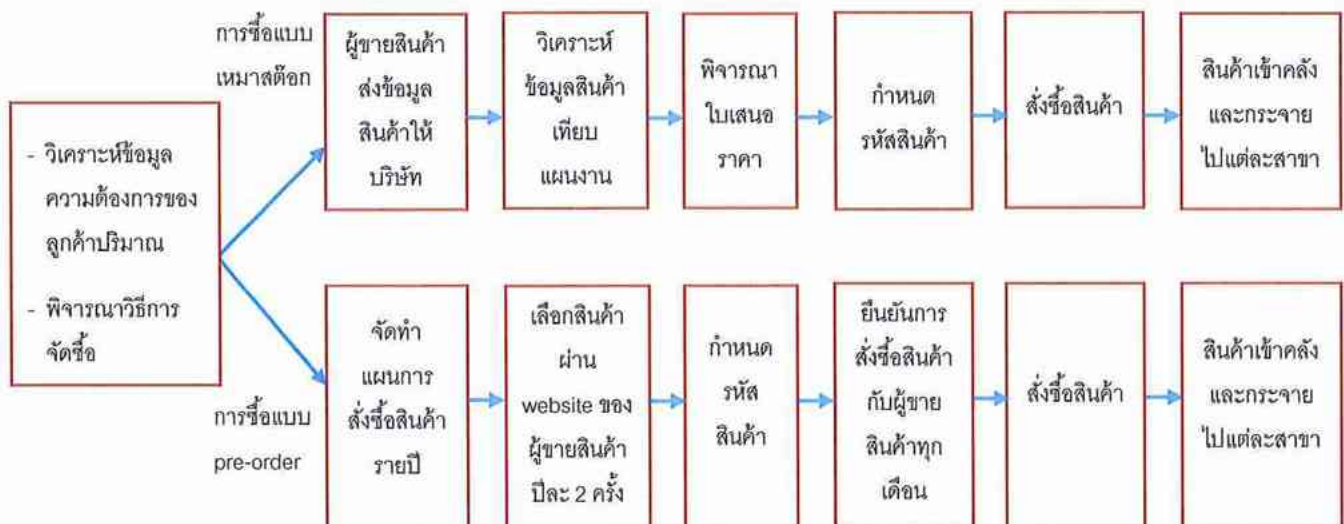
เป็นสินค้าที่บริษัทพัฒนาตราสินค้าขึ้นมาเองเพื่อวางจำหน่ายเฉพาะสาขาและช่องทางจัดจำหน่ายของบริษัท โดยบริษัทสั่งซื้อหรือสั่งผลิตสินค้าจากผู้รับจ้างทั้งในและต่างประเทศที่ได้รับการตรวจสอบประวัติ มีการรับรองมาตรฐานการผลิตอย่างเข้มงวด การให้บริการที่น่าพอใจ รวมถึงมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกันกับบริษัท ทั้งนี้เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพของสินค้าและคุณภาพด้านการส่งมอบที่เหมาะสม

สินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนและสินค้าอื่น (Non Apparel)



สินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น

ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่อยู่ภายใต้ตราสินค้าที่เป็นที่นิยมในตลาด เป็นตราสินค้าชั้นนำ ที่รู้จักอย่างทั่วถึงทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีชื่อเสียงด้านความสวยงาม ความทันสมัย และคุณภาพของสินค้า และเป็นที่ต้องการของคนทั่วไป อาทิ สินค้าประเภทแฟชั่น รองเท้า อุปกรณ์กีฬา การเดินทาง และสินค้าเด็ก ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มความหลากหลายและเต็มความต้องการของลูกค้า



2.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทและบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจศูนย์ค้าปลีกประเภทเอ้าท์เลท ซึ่งไม่ได้ส่งผลกระทบใดๆ ต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทและบริษัทย่อยมีแนวทางในการรักษาสิ่งแวดล้อม อาทิ บริษัทมีการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้กระดาษ เปิดแอร์เฉพาะพื้นที่ใช้งาน ใช้หลอดไฟแบบประหยัดไฟ กำหนดเวลาเปิดปิดไฟฟ้าเป็นช่วงเวลา เช่น ปิดไฟในเวลาพักเที่ยง ใช้วัสดุก่อสร้างที่กันความร้อน และติดตั้ง Solar Rooftop ในบริเวณสาขา เพื่อช่วยในการประหยัดพลังงาน เป็นต้น

2.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของบริษัทอย่างจริงจัง โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแลแนวทางในการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ความเสี่ยงนั้นๆ ได้รับการจัดการที่เพียงพอ เหมาะสม และอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยความเสี่ยงซึ่งมีผลกระทบต่อการดำเนินการของบริษัท ประกอบไปด้วย

3.1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

ความเสี่ยงจากสถานะเศรษฐกิจ

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการใช้จ่ายของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทโดยตรง บริษัทจึงได้มีการติดตามรายงานภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงสถานการณ์สำคัญต่างๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างเหมาะสม ซึ่งพฤติกรรมทางการใช้จ่ายใช้สอยของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแต่ละรายต้องปรับรูปแบบธุรกิจของตนเองให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามบริษัทให้ความสำคัญกับ การประเมิน ติดตาม ความเคลื่อนไหวของกลุ่มธุรกิจค้าปลีก และวิเคราะห์ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งพิจารณาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ เน้นบริหารความเสี่ยงโดยการสร้างความแตกต่าง ความหลากหลายของสินค้าและบริการ ในราคาที่น่าพอใจ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขัน และเข้ากับสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

ความเสี่ยงจากการขยายสาขา

บริษัทมีแผนการลงทุนขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากการขยายสาขาเพิ่ม ไม่ประสบความสำเร็จตามแผนงานที่คาดไว้ อันเนื่องมาจากปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้และปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป อาจส่งผลทำให้บริษัทมีผลการดำเนินงานลดลงในที่สุด บริษัทตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงดังกล่าว และได้กำหนดแนวทางการลงทุนขยายสาขาไว้อย่างชัดเจน โดยก่อนการลงทุน บริษัทจะศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน มีการพิจารณาพื้นที่ที่มีศักยภาพในเชิงเศรษฐกิจที่เหมาะสมและสอดคล้องกับธุรกิจของบริษัท โดยจะต้องมีอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) ไม่ต่ำกว่าอัตราที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ ในการลงทุนแต่ละครั้งจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้ความเห็นและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทให้อนุมัติการลงทุนต่อไป และเมื่อสาขาใหม่เปิดดำเนินการจะมีการติดตามผลประกอบการ และความคืบหน้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อช่วยให้บริษัท สามารถวางแผนรับความเสี่ยงและแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดได้ทัน่วงที

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น การซื้อของออนไลน์จึงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การค้าปลีกที่มีหน้าร้านแบบดั้งเดิมจึงถูกแย่งส่วนแบ่งการตลาดไป ซึ่งบริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงได้ให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงและทันทั่วถึง นอกจากนี้ บริษัทยังใช้ช่องทาง Social Media ในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านการตลาด และเก็บข้อมูลการใช้จ่ายของลูกค้าเพื่อนำมาวิเคราะห์ในเชิงลึก เพื่อสร้างสินค้าและบริการที่ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด

ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ

การสร้างและรักษาชื่อเสียงขององค์กรถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพราะเป็นการรับรู้ที่คนอื่นมีต่อสินค้า บริการ หรือภาพลักษณ์ขององค์กรเอง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง เป็นความเสี่ยงที่ไม่ควรละเลย เพราะสามารถส่งผลกระทบต่อองค์กรได้โดยตรง รวดเร็ว และรุนแรง บริษัทให้ความสำคัญและได้กำหนดกลยุทธ์ในการสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) ให้เป็นที่ยอมรับกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด รวมทั้งมีการพิจารณาผลได้ผลเสียจากการดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์หรือชื่อเสียงอย่างระมัดระวัง คำนึงถึงความเสี่ยงของสภาพแวดล้อมให้ครอบคลุมประเด็นต่างๆ ให้ครบถ้วน เพื่อให้การตัดสินใจมีความแม่นยำ ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจให้น้อยที่สุด

3.2 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ความเสี่ยงจากการบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัทมีสินค้าคงเหลือ - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เท่ากับ 472.08 ล้านบาทและ 518.18 ล้านบาทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.58 และร้อยละ 30.01 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีรายการค่าเผื่อการลดมูลค่าสินค้า สินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวช้าเท่ากับ 22.19 ล้านบาท และ 17.67 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.70 และ ร้อยละ 3.41 ของสินค้าคงเหลือ ตามลำดับ ปัจจุบัน บริษัทมีคลังสินค้าใหญ่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่จังหวัดเพชรบุรี และมีคลังสินค้าน้อยในแต่ละสาขาเพื่อสำรองสินค้าสำหรับจำหน่ายในแต่ละสาขา

บริษัทมีความพยายามอย่างต่อเนื่องในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยกำหนดแนวทางการดำเนินหลายไว้หลายแนวทาง อาทิ การพิจารณาการจัดซื้อสินค้าเพื่อมาจำหน่าย การจัดรายการส่งเสริมการขาย การปรับปรุงรูปแบบการจัดเรียงสินค้าและรูปลักษณ์ภายในสาขา เพื่อเพิ่มยอดขาย รวมไปถึงเร่งจัดกระบวนการทำงานภายในเพื่อป้องกันสินค้าสูญหาย สูญเสีย หรือการทุจริตที่อาจเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแผนการตรวจนับสินค้าที่ชัดเจน การติดตั้งกล้องวงจรปิด การกำหนดวิธีการทำงานที่รัดกุม เพื่อลดความผิดพลาด การกำหนดมาตรการในการระบายสินค้าที่เคลื่อนไหวช้า เป็นต้น

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกระแสนิยม

สินค้าที่วางจำหน่ายบางส่วนเป็นสินค้าที่อิงตามกระแสนิยม หรือเป็นสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว ทำให้บริษัทจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนสินค้าที่วางจำหน่ายให้มีความร่วมสมัยและอยู่ในกระแสนิยมอยู่เสมอ ผ่านการวางแผนร่วมกันระหว่าง ฝ่ายคลังสินค้า ฝ่ายบริหารสินค้า ฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายออกแบบ รวมถึงพิจารณาสรรหาสินค้าเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับแต่ละช่วงเวลา อย่างไรก็ตาม หากกระแสความนิยมของผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงไป อาจส่งผลให้สินค้าจะล้าสมัย ไม่สามารถจำหน่ายออกไปได้และส่งผลกระทบต่อการบริหารสินค้าคงคลังของบริษัท ดังนั้นเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงดังกล่าว โดยการคาดการณ์สถานการณ์และความนิยม ผ่านการพิจารณายอดขายของสินค้าในปีก่อนหน้า เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพิจารณารูปแบบ คุณลักษณะจำนวน และประเภทของสินค้าที่บริษัทจะสั่งผลิตหรือสั่งซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย เพื่อให้มีปริมาณพอเหมาะกับแผนการขายและเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทยังมีทีมงานที่ทำหน้าที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงกระแสนิยมโดยเฉพาะ เพื่อไม่ให้ล้าสมัย รวมทั้ง

บริษัทยังสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตหลายแห่งเพื่อให้เพียงพอต่อการสั่งผลิตที่ต้องการความรวดเร็วเพื่อจะได้นำสินค้ามาจัดจำหน่ายได้ตามเวลาที่เหมาะสมและไม่ล่าช้ากว่ากระแสนิยม

ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ

บริษัทและบริษัทย่อยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (ระบบ IT) ในการจัดการข้อมูลเพื่อการบริหารงานระหว่างสำนักงานใหญ่ที่กรุงเทพฯ และสาขาเอ๊าท์เลททั้งหมด ซึ่งครอบคลุมทุกระบบงาน เพื่อช่วยให้พนักงานที่สำนักงานใหญ่และพนักงานประจำสาขา สื่อสารข้อมูลได้สอดคล้องกัน ซึ่งหากระบบ IT ที่ใช้อยู่เกิดเหตุขัดข้องหรือไม่เสถียรเพียงพออาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เช่น ความเสี่ยงในการเข้าถึงข้อมูลโดยบุคคลที่ไม่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ความเสี่ยงของความไม่ถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล ความเสี่ยงในการไม่สามารถใช้ข้อมูล หรือระบบได้อย่างต่อเนื่อง ฯลฯ โดยได้กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลและระบบสารสนเทศตามอำนาจและความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละระดับ การมี Server สำรอง ซึ่งอยู่นอกสำนักงานใหญ่ เพื่อใช้เป็นคลังข้อมูลสำรองกรณีฉุกเฉิน โดยบริษัทจะอัปเดตข้อมูลใน Server อย่างสม่ำเสมอและกำหนดให้มีระบบคอมพิวเตอร์สำรองฉุกเฉิน (Disaster Recovery Site)

ความเสี่ยงด้านบุคลากร

เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า โดยมีช่องทางการจำหน่ายผ่านสาขาต่างๆ บริษัทจึงมีความจำเป็นต้องจัดหาบุคลากรประจำสาขา เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดี ซึ่งต้องอาศัยความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญของบุคลากรประจำสาขาเป็นสำคัญ รวมถึงพนักงานประจำแคชเชียร์ และพนักงานฝ่ายคลังสินค้า ที่ต้องมีคุณภาพในการจัดการกับสินค้าของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแต่ละสาขาจะมีพนักงานประมาณ 60 คน ซึ่งพนักงานแต่ละสาขาส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียง ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถหาบุคลากรที่เพียงพอและมีคุณสมบัติตามที่ต้องการ อาจส่งผลให้บริษัทได้รับผลกระทบในการจัดการ และการขยายสาขาของบริษัทได้ ซึ่งบริษัทมีมาตรการป้องกันความเสี่ยง โดยฝ่ายบริหารจะประสานงานกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับแผนการปรับปรุง หรือขยายสาขา เพื่อให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคลสามารถคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมเข้าทำงานได้ทันต่อระยะเวลาที่เปิดสาขา ดังนั้น บริษัทจึงมั่นใจว่าจะได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวน้อย

ความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน

เนื่องจากธุรกิจของบริษัท เป็นธุรกิจประเภทค้าปลีก ซึ่งสามารถเกิดช่องทางการทุจริตได้ในหลายรูปแบบ อาทิ การทุจริตจากลูกค้า และจากพนักงานในสาขา ซึ่งบริษัทตระหนักและให้ความสำคัญกับการป้องกันการทุจริตดังกล่าวโดยกำหนดมาตรการป้องกันและรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่ การวางระบบการควบคุมที่รัดกุมตั้งแต่การออกแบบและจัดแผนผังสาขาเพื่อให้ง่ายต่อการควบคุมและป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริต การติดกล้องวงจรปิดในทุกมุมของสาขา เพื่อให้เห็นได้ครบถ้วน รอบด้าน รวมถึงการปลูกฝังความซื่อสัตย์โดยจัดทำคู่มือจรรยาบรรณ การตรวจสอบการทำงานของพนักงานแต่ละฝ่ายอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดนโยบายต่อต้านการให้สินบนและการคอร์รัปชันอย่างสิ้นเชิง (Zero-Tolerance Policy) โดยกรรมการผู้บริหาร และพนักงานทุกคนของบริษัทต้องไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการคอร์รัปชัน ทั้งนี้ บริษัทมีแผนที่จะเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต หรือ Collective Action Coalition of the Private Sector Against Corruption (CAC) เพื่อร่วมส่งเสริมการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าว ทำให้บริษัทมั่นใจว่าจะได้รับความเสี่ยงดังกล่าวน้อย

3.3 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงิน

สภาพคล่องทางการเงินของบริษัท ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนจำนวน 769.02 ล้านบาท และมีหนี้สินหมุนเวียนจำนวน 131.38 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนสภาพคล่อง 5.85 เท่า ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการขายเป็นเงินสดมากกว่าร้อยละ 95 จากการขายได้ทั้งหมด บริษัทจึงมีความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงินค่อนข้างต่ำ อย่างไรก็ตาม หากรายได้ของบริษัทลดลงหรือมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนเพิ่มขึ้น ก็อาจทำให้บริษัทต้องประสบปัญหาด้านสภาพคล่อง บริษัทจึงมีแนวทางบริหารความเสี่ยงดังกล่าวอย่างใกล้ชิด โดยมีการประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตอย่างสม่ำเสมอ และมีวินัยในการใช้จ่ายเงินเพื่อการลงทุนอย่างเคร่งครัด รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และรักษาระดับความน่าเชื่อถือต่อสถาบันการเงินอย่างต่อเนื่อง

3.4 ความเสี่ยงด้านกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ความเสี่ยงจากการอยู่ระหว่างดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า และเครื่องหมายบริการ

บริษัทและบริษัทย่อยมีเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการที่ใช้ในการจำหน่ายสินค้าและให้บริการรวมทั้งสิ้น 20 เครื่องหมาย แบ่งเป็น 18 เครื่องหมายการค้า 2 เครื่องหมายบริการ โดยปัจจุบันบริษัทได้ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการเพิ่มเติมกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 3 เครื่องหมายการค้า และจำนวน 10 เครื่องหมายการค้า/บริการ และเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากการอยู่ระหว่างดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ หากไม่ได้รับอนุมัติให้จดทะเบียนตามที่ยื่นขอ ซึ่งบริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว และได้กำหนดให้ทีมงานผู้รับผิดชอบสอบทานประเด็นติดขัด และความเป็นไปได้ในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ ก่อนการยื่นขอจดทะเบียนตั้งแต่เริ่ม รวมทั้งติดตามสอบถามไปยังเจ้าหน้าที่ของกรมทรัพย์สินทางปัญญาเกี่ยวกับความคืบหน้าในการได้รับอนุมัติคำขอจดทะเบียนดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงมั่นใจว่าจะไม่ได้รับความเสี่ยงระหว่างดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและนโยบายภาครัฐ

บริษัทบริหารธุรกิจโดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจโปร่งใส ภายใต้กฎหมาย และนโยบายจากภาครัฐอย่างเคร่งครัด มาโดยตลอด อาทิ พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ร.บ.ควบคุมราคา กฎหมายแรงงาน รวมถึง ข้อกำหนดต่างๆ ของตลาดหลักทรัพย์และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับใหม่ อาจส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ เป้าหมาย แผนการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ผลประกอบการอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ บริษัทจึงได้มีการจัดตั้งหน่วยงาน Legal and Compliance เพื่อกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับของบริษัท ให้มีการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง โปร่งใส ตามหลักธรรมาภิบาลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้มั่นใจได้ว่าหากมีการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ บริษัทจะสามารถปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์ รวมทั้ง ควบคุมผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

4. ทรรศณีสถานที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

รายการ	การใช้ประโยชน์	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ 31 ธ.ค.2562 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน	วงเงินจำนำ / จำนวน (ล้านบาท)
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน ซึ่งประกอบด้วย			271.06	- ไม่มี -	- ไม่มี -
1) ที่ดินโฉนดเลขที่ 1064, 1065, 1066, 1067, 1088, 1090, 1091, 9680, 28263, 28264, 28268, 29181, 33162 และ 65448 ตั้งอยู่ ตำบลตันมะพร้าว อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี เนื้อที่รวม 49 ไร่ 2 งาน 11 ตารางวา	ที่ตั้ง สาขาเพชรบุรี	บริษัท			
2) ที่ดินโฉนดเลขที่ 66950, 73530, 73533 และ น.ส. 3ก เลขที่ 266, 2217 ตั้งอยู่ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เนื้อที่รวม 32 ไร่ 1 งาน 0 ตารางวา	ที่ตั้ง สาขาหัวหิน	บริษัท			
3) ที่ดิน น.ส.3 เลขที่ 126 ตั้งอยู่ตำบลลือ อำเภอท่ายาง จังหวัดกาญจนบุรี เนื้อที่รวม 15 ไร่ 1 งาน 30 ตารางวา	ที่ตั้ง สาขากาญจนบุรี	บริษัท			
4) ที่ดินโฉนดเลขที่ 624, 16036 ตั้งอยู่ตำบลอินทบุรี อำเภออินทบุรี จังหวัดสิงห์บุรี เนื้อที่รวม 26 ไร่ 0 งาน 13 ตารางวา	ที่ตั้ง สาขาสิงห์บุรี	บริษัท			



รายการ	การใช้ประโยชน์	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ 31 ธ.ค.2562 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน	วงเงินจำนำ / จำนวน (ล้านบาท)
5) ที่ดินโฉนดเลขที่ 77083, 77084 และ 77085 ตั้งอยู่ตำบลทับมา อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เนื้อที่รวม 33 ไร่ 2 งาน 9.9 ตารางวา	ที่ตั้ง สาขาระยอง	บริษัท			
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	อาคารเอ้าท์เลท ทั้ง 12 สาขา และอาคารสำนักงาน ถนนพระราม 9 ซึ่งใช้เป็นสำนักงานของบริษัท	บริษัท	525.30	- ไม่มี -	- ไม่มี -
3. เครื่องมือ เครื่องใช้ และเครื่องตกแต่ง	ใช้ที่สำนักงานและสาขาเอ้าท์เลท	บริษัท	1.92	- ไม่มี -	- ไม่มี -
		บริษัท	86.30	- ไม่มี -	- ไม่มี -
		บริษัท	0.74	- ไม่มี -	- ไม่มี -
4. ยานพาหนะ	ใช้ที่สำนักงานและสาขาเอ้าท์เลท	บริษัท	3.40	- ไม่มี -	- ไม่มี -
		บริษัท	0.10	- ไม่มี -	- ไม่มี -
5. สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง*	ปรับปรุงสาขาเอ้าท์เลท และสำนักงานของบริษัท	บริษัท	33.31	- ไม่มี -	- ไม่มี -
		บริษัท	-	- ไม่มี -	- ไม่มี -
รวม			922.13		

หมายเหตุ: * สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง คือ งานก่อสร้างเอ้าท์เลทสาขาระยอง



4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ เท่ากับ 18.88 ล้านบาท ประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างพัฒนา

4.3 เครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ

บริษัทมีตราสินค้าที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ภาพตราสินค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้า / บริการ	เลขทะเบียน / ประเทศที่จดทะเบียน	วันหมดอายุ
	บริษัท	บริการนำสินค้าหลากหลายชนิดมารวมกันเพื่อประโยชน์ของผู้ซื้อ	บ31402 ประเทศไทย	10 พ.ย. 68
	บริษัท	เสื้อ (ยกเว้นเสื้อชั้นในและเสื้อกีฬา) กางเกง (ยกเว้นกางเกงชั้นในและกางเกงกีฬา)	ค245540 ประเทศไทย	10 พ.ย. 68
	บริษัท	รองเท้าแตะสำหรับใส่ในบ้าน เสื้อคลุม	ค245541 ประเทศไทย	10 พ.ย. 68
	บริษัท	ผ้าคลุมเตียง ผ้าปูเตียง ปลอกผ้าวม ปลอกหมอน ปลอกหมอนข้าง ผ้าวม ผ้าขนหนู	ค245542 ประเทศไทย	10 พ.ย. 68
	บริษัท	ผ้าคลุมเตียง ผ้าปูเตียง ปลอกผ้าวม ปลอกหมอน ปลอกหมอนข้าง ผ้าวม ผ้าขนหนู	ค245543 ประเทศไทย	10 พ.ย. 68
	บริษัท	รองเท้าแตะสำหรับใส่ในบ้าน เสื้อคลุม	ค268685 ประเทศไทย	10 พ.ย. 68
	บริษัท	ผ้าคลุมเตียง ผ้าปูเตียง ปลอกผ้าวม ปลอกหมอน ปลอกหมอนข้าง ผ้าวม ผ้าขนหนู	ค245544 ประเทศไทย	10 พ.ย. 68
	บริษัท	รองเท้าแตะสำหรับใส่ในบ้าน เสื้อคลุม	ค245545 ประเทศไทย	10 พ.ย. 68
	บริษัท	ผ้าคลุมเตียง ผ้าปูเตียง ปลอกผ้าวม ปลอกหมอน ปลอกหมอนข้าง ผ้าวม ผ้าขนหนู	ค245546 ประเทศไทย	10 พ.ย. 68
	บริษัท	เสื้อ (ยกเว้นเสื้อชั้นในและเสื้อกีฬา) กางเกง (ยกเว้นกางเกงชั้นในและกางเกงกีฬา)	ค254630 ประเทศไทย	1 พ.ค. 69

ภาพตราสินค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้า / บริการ	เลขทะเบียน / ประเทศที่จดทะเบียน	วันหมดอายุ
	บริษัท	ผ้าคลุมเตียง ผ้าปูเตียง ปลอกผ้านวม ปลอกหมอน ปลอกหมอนข้าง ผ้านวม ผ้าขนหนู	ค254686 ประเทศไทย	1 พ.ค.69
	บริษัท	กระโปรง กางเกงขายาว เข็มขัด ชุดสากล (สูท) ถุงมือผ้า เนคไท ผ้าพันคอ รองเท้าหุ้มส้น เสื้อแขนสั้น เสื้อสเวตเตอร์ เสื้อแจ็คเก็ต หมวก	ค268574 ประเทศไทย	1 พ.ค. 69
	บริษัท	ชุดเสื้อกางเกงเด็ก เข็มขัดเด็ก กระโปรง เด็กหญิง เสื้อกางเกงเด็กติดกัน ชุดชั้นในเด็ก	171136451 ประเทศไทย	13 มี.ค. 69
	บริษัท	เตียงนอน เบาะรองที่นอน ไม้แขวนเสื้อ หมอน รองคอ	171136462 ประเทศไทย	13 มี.ค. 69
	บริษัท	แว่นตา	171130043 ประเทศไทย	13 มี.ค. 69
	บริษัท	กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าสะพาย กระเป๋าสตางค์	171130047 ประเทศไทย	13 มี.ค. 69
	บริษัท	กระบอกน้ำ แก้วน้ำ ขามกระเบื้อง ขามทำด้วยแก้ว กระติกสุญญากาศ	171136465 ประเทศไทย	13 มี.ค. 69
	บริษัท	กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าเดินทางทำด้วยผ้า เป้	171136452 ประเทศไทย	13 มี.ค. 69
	บริษัท	บริการนำสินค้าหลากหลายชนิดมารวมกัน เพื่อความสะดวกของผู้ซื้อ	171136472 ประเทศไทย	13 มี.ค. 69
	บริษัท	บริการนำสินค้าหลากหลายชนิดมารวมกัน เพื่อประโยชน์ของผู้ซื้อ	181111647 ประเทศไทย	16 พ.ค. 69

บริษัทอยู่ระหว่างขั้นตอนการยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า และเครื่องหมายบริการกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา ดังนี้

ภาพตราสินค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้า / บริการ	คำขอเลขที่
เครื่องหมายการค้า			
	บริษัท	ชุดนอนบุรุษ ชุดนอนสตรี ชุดนอนเด็ก	1032034



ภาพตราสินค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้า / บริการ	คำขอเลขที่
	บริษัท	รองเท้า (ยกเว้นรองเท้ากีฬา) ชุดว่ายน้ำ	1032043
	บริษัท	ทุเรียนทอดกรอบ มะพร้าวอบกรอบ กุนเชียง ขนมหวานเคลือบช็อคโกแลต	1032044
เครื่องหมายการค้า/บริการ			
	บริษัท	หมอนให้ความเย็นที่ไม่ใช่ทางการแพทย์	170134314
	บริษัท	หมอนหนุน หมอนข้าง หมอนรองคอ ที่นอน	170134315
	บริษัท	ผ้าขนหนู	180142261
	บริษัท	ผ้าอ้อมสำเร็จรูป	180142262
	บริษัท	ผ้าอ้อมสำเร็จรูป สเปย์แอลกอฮอล์ล้างมือ	180142263
	บริษัท	ผ้าปูที่นอน	180142264
	บริษัท	บริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อ ความสะดวกของผู้ซื้อ (ยกเว้นการขนส่ง)	190139606
	บริษัท	ปลอกผ้าวม ปลอกหมอน ผ้าเช็ดตัว ผ้าวม ผ้าปูที่นอน	190139607
	บริษัท	ปลอกผ้าวม ปลอกหมอน ผ้าคลุมเตียง ผ้าเช็ดตัว ผ้าวม และผ้าปูที่นอน	190139608
	บริษัท	บริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อ ความสะดวกของผู้ซื้อ (ยกเว้นการขนส่ง)	190112831

4.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

4.4.1 สัญญาเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีสัญญาเช่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

4.4.1.1 สัญญาเช่าจากบุคคลเกี่ยวข้อง

1) สัญญาเช่าที่ดิน – ที่ตั้งสาขาศรีราชา

- คู่สัญญา : บริษัท พี-พราว จำกัด (PP) ในฐานะผู้ให้เช่า
(มีผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารร่วมกันกับบริษัท)
- ทรัพย์สินที่เช่า : ที่ดินเปล่าโฉนดเลขที่ 12013 และ 16523 ตั้งอยู่ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี เนื้อที่ดินรวม 17-3-52 ไร่
- วัตถุประสงค์ในการเช่า : ใช้เป็นที่ตั้งเจ้าที่เลขสาขาศรีราชา
- ระยะเวลาการเช่า : 30 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2559 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2589
- อัตราค่าเช่า : 190,000 บาทต่อเดือน (อ้างอิงจากราคาประเมินค่าเช่าโดย บจก. โมเดิร์น พร็อพเพอร์ตี้ คอนซัลแตนท์ ผู้ประเมินราคาที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. ซึ่งมีนายวสันต์ คงจันทร์ เลขที่ผู้ประเมินวฒ.003 เป็นผู้ประเมินราคา โดยได้เช่าประเมินราคาเมื่อวันที่ 29 ม.ค. 2559) โดยบริษัทชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน และปรับเพิ่มขึ้นทุกปีตามอัตราเงินเฟ้อที่ประมาณการโดยธนาคารแห่งประเทศไทย
- เงื่อนไขสำคัญอื่น : - ภายในระยะเวลา 2 ปี นับจากวันที่ระยะเวลาการเช่าสิ้นสุดลงโดยไม่มี การต่ออายุการเช่าออกไป ผู้ให้เช่าตกลงจะให้สิทธิในการปฏิเสธก่อน บุคคลอื่นเกี่ยวกับทรัพย์สินที่เช่าตามสัญญาฉบับนี้ (Right of first refusal) แก่ผู้เช่า
- ผู้เช่าสามารถโอนสิทธิการเช่าหรือให้เช่าช่วงทรัพย์สินที่เช่าไม่ว่าส่วนหนึ่ง ส่วนใดหรือทั้งหมดให้แก่บุคคลอื่นได้
- ในกรณีที่สัญญาเช่าฉบับนี้สิ้นสุดลง ผู้ให้เช่าแจ้งให้ผู้เช่ายกกรรมสิทธิ์ ในอาคารและสิ่งปลูกสร้างดังกล่าวให้แก่ผู้ให้เช่าโดยไม่คิดค่าตอบแทน ใดๆ เพิ่มเติม

2) สัญญาเช่าที่ดิน – ที่ตั้งสำนักงานและส่วนงานบริหาร ถนนพระราม 9

- คู่สัญญา : บริษัท คิว แอสเซท จำกัด (QA) ในฐานะผู้ให้เช่า
(เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท และมีผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหาร บริษัทร่วมกันกับบริษัท)
- ทรัพย์สินที่เช่า : ที่ดินเปล่า โฉนดเลขที่ 2943, 83869, 134810, 134812, 134817, 134818, 134819, 134820, 134823, 134824, 134825, 134826 ตั้งอยู่ตำบลสวนหลวง อำเภอสวนหลวง กรุงเทพมหานคร เนื้อที่ดินรวม 2-0-0 ไร่
- วัตถุประสงค์ในการเช่า : ใช้เป็นที่ตั้งสำนักงานและส่วนงานบริหาร
- ระยะเวลาการเช่า : 30 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2559 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2589

- อัตราค่าเช่า : 230,000 บาทต่อเดือน (อ้างอิงจากราคาประเมินค่าเช่าโดย บจก.โมเดอร์น พร็อพเพอร์ตี้ คอนซัลแตนท์ ผู้ประเมินราคาที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. ซึ่งมีนายวสันต์ คงจันทร์ เลขที่ผู้ประเมิน วฒ.003 เป็นผู้ประเมินราคา โดยได้เข้าประเมินราคาเมื่อวันที่ 28 ม.ค.2559) โดยบริษัทชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน และปรับเพิ่มขึ้นทุกปีตามอัตราเงินเฟ้อที่ประมาณการโดยธนาคารแห่งประเทศไทย
- เงื่อนไขสำคัญอื่น : - ภายในระยะเวลา 2 ปี นับจากวันที่ระยะเวลาการเช่าสิ้นสุดลงโดยไม่มี การต่ออายุการเช่าออกไป ผู้ให้เช่าตกลงจะให้ สิทธิในการปฏิเสธก่อน บุคคลอื่นเกี่ยวกับทรัพย์สินที่เช่าตามสัญญาฉบับนี้ (Right of first refusal) แก่ผู้เช่า
- ผู้เช่าสามารถโอนสิทธิการเช่าหรือให้เช่าช่วงทรัพย์สินที่เช่าไม่ว่าส่วนหนึ่ง ส่วนใดหรือทั้งหมดให้แก่บุคคลอื่นได้
- ในกรณีที่สัญญาเช่าฉบับนี้สิ้นสุดลง ผู้ให้เช่าแจ้งให้ผู้เช่ายกกรรมสิทธิ์ ในอาคารและสิ่งปลูกสร้างดังกล่าวให้แก่ผู้ให้เช่าโดยไม่คิดค่าตอบแทน ใดๆ เพิ่มเติม

3) สัญญาเช่าที่ดิน – ที่ตั้งสาขาพระนครศรีอยุธยา

- คู่สัญญา : บริษัท พี-พราว จำกัด (PP) ในฐานะผู้ให้เช่า (มีผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารร่วมกันกับบริษัท)
- ทรัพย์สินที่เช่า : ที่ดินเปล่าโฉนดเลขที่ 5303 ตั้งอยู่ตำบลบ้านหว้า (บ้านโพ) อำเภอบางปะอิน (พระราชวัง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื้อที่ดินรวม 25-0-45.2 ไร่
- วัตถุประสงค์ในการเช่า : ใช้เป็นที่ตั้งเอ๊าท์เลทสาขาพระนครศรีอยุธยา
- ระยะเวลาการเช่า : 30 ปี ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม 2559 ถึงวันที่ 14 พฤษภาคม 2589
- อัตราค่าเช่า : 150,000 บาทต่อเดือน อ้างอิงจากราคาประเมินค่าเช่าโดย บจก.แพนธิ อินทิเกรตเต็ด พร็อพเพอร์ตี้ ผู้ประเมินราคาอิสระที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. ซึ่งมีนายประภาส บุญมาสงค์ เลขที่ผู้ประเมิน วฒ. 258 เป็นผู้ประเมินราคา โดยได้เข้าประเมินราคาเมื่อวันที่ 3 ก.พ. 2559 โดยบริษัทชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน และปรับเพิ่มขึ้นทุกปีตามอัตราเงินเฟ้อที่ประมาณการโดยธนาคารแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ ให้ผู้เช่าเริ่มชำระ ค่าเช่านับตั้งแต่วันที่ก่อสร้างเสร็จเป็นต้นไป หากมีการเปลี่ยนแปลงวันที่ ก่อสร้างเสร็จ ผู้เช่าต้องแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า เพื่อทำความเข้าใจ ร่วมกันเกี่ยวกับวันเริ่มชำระค่าเช่า
- เงื่อนไขสำคัญอื่น : - ภายในระยะเวลา 2 ปี นับจากวันที่ระยะเวลาการเช่าสิ้นสุดลงโดยไม่มี การต่ออายุการเช่าผู้ให้เช่าตกลงจะให้สิทธิในการปฏิเสธก่อนบุคคลอื่น เกี่ยวกับทรัพย์สินที่เช่าตามสัญญาฉบับนี้ (Right of first refusal) แก่ผู้เช่า
- ผู้เช่าสามารถโอนสิทธิการเช่าหรือให้เช่าช่วงทรัพย์สินที่เช่าไม่ว่าส่วนหนึ่ง ส่วนใดหรือทั้งหมดให้แก่บุคคลอื่นได้

- ในกรณีที่สัญญาเช่าฉบับนี้สิ้นสุดลง ผู้ให้เช่าแจ้งให้ผู้เช่ายกกรรมสิทธิ์ในอาคารและสิ่งปลูกสร้างดังกล่าวให้แก่ผู้ให้เช่าโดยไม่คิดค่าตอบแทนใดๆ เพิ่มเติม

4.4.1.2 สัญญาเช่าจากบุคคลอื่น

1) สัญญาเช่าที่ดิน – ที่ตั้งสาขาพัตยา

- คู่สัญญา : นางกัจจา รัตนประสิทธิ์ และนางกัญญา สกุลพราหมณ์ และนางสาวบุญญา รัตนประสิทธิ์ ในฐานะผู้ให้เช่า
- ทรัพย์สินที่เช่า : ที่ดินเปล่าโฉนดเลขที่ 1883 ตั้งอยู่ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี เนื้อที่ดินรวมประมาณ 9 ไร่
- วัตถุประสงค์ในการเช่า : ใช้เป็นที่ตั้งเอ๊าท์เลทสาขาพัตยา
- ระยะเวลาการเช่า : 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2560 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2563
- อัตราค่าเช่า : บริษัทชำระค่าเช่าเป็นรายปีตามที่ตกลงกัน
- เงื่อนไขสำคัญอื่น : - หากครบกำหนดสัญญาดังกล่าว ถ้าผู้ให้เช่ายังมิได้เปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ในที่ดิน ผู้ให้เช่าตกลงจะให้ผู้เช่าเพียงรายเดียวเท่านั้นทำสัญญาเช่าต่อไปอีกปีต่อปี และจะขึ้นค่าเช่าไม่เกิน 10% ของค่าเช่าปีสุดท้าย
- ผู้เช่าเป็นผู้ขอติดตั้งไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ด้วยค่าใช้จ่ายของผู้เช่าเอง และต้องชำระค่าบริการเรียกเก็บภายในกำหนดระยะเวลา
- ผู้เช่าสามารถให้เช่าช่วงพื้นที่บางส่วนได้ โดยระยะเวลาสัญญาเช่าช่วงต้องไม่เกินอายุในสัญญาเช่าฉบับนี้
- ผู้เช่ายินยอมยกทรัพย์สินที่ก่อสร้างให้เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่าเมื่อครบกำหนดสัญญา

2) สัญญาเช่าที่ดิน – ที่ตั้งสาขาปากช่อง

- คู่สัญญา : นางศรีสุดา ล้วนประเสริฐ ในฐานะผู้ให้เช่า
- ทรัพย์สินที่เช่า : 1) ที่ดินเปล่า โฉนดเลขที่ 1978 และ 43392 ตั้งอยู่ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เนื้อที่ดินรวม 8-1-35 ไร่
- 2) ที่ดินเปล่า โฉนดเลขที่ 43390 และ 43391 ตั้งอยู่ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เนื้อที่ดินรวม 5-3-0 ไร่
- วัตถุประสงค์ในการเช่า : ใช้เป็นที่ตั้งเอ๊าท์เลทสาขาปากช่อง
- ระยะเวลาการเช่า : 1) ระยะเวลา 23 ปี 6 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2549 ถึงวันที่ 1 กรกฎาคม 2572
- 2) ระยะเวลา 21 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2551 ถึงวันที่ 1 กรกฎาคม 2572
- อัตราค่าเช่า : บริษัทชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน ตามที่ตกลงกัน โดยปรับค่าเช่าขึ้นทุก 3 ปี ในอัตราร้อยละ 10 ของค่าเช่า
- เงื่อนไขสำคัญอื่น : - เมื่อครบกำหนดอายุสัญญา ผู้เช่าเป็นผู้มีสิทธิในการเช่าต่อเป็นรายแรก

- ผู้เช่าสามารถนำทรัพย์สินที่เช่าไปให้ผู้อื่นเช่าช่วงได้ รวมไปถึงให้สามารถโอนสิทธิการเช่า หรือยินยอมให้ผู้ใดครอบครองหรือใช้ประโยชน์แทนโดยนิติบัญญัติหรือพฤตินัยก็ตาม
- ผู้เช่ายอมยกทรัพย์สินที่ก่อสร้างให้เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่าเมื่อครบกำหนดสัญญา

3) สัญญาเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง – ที่ตั้งสาขาหาดใหญ่

- คู่สัญญา : นายสุพรรณ และนางสมจิตร อัครพันธุ์ ในฐานะผู้ให้เช่า
- ทรัพย์สินที่เช่า : ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง ที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รวมจำนวนเนื้อที่ประมาณ 4 ไร่
- วัตถุประสงค์ในการเช่า : ใช้เป็นที่ตั้งเอ้าท์เลทสาขาหาดใหญ่
- ระยะเวลาการเช่า : 2 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2562 ต่อสัญญา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2562 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2563 และต่อสัญญาอีก 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2564
- อัตราค่าเช่า : บริษัทชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน ตามที่ตกลงกัน
- เงื่อนไขสำคัญอื่น : - เมื่อครบกำหนดอายุสัญญา หากผู้ให้เช่ามิได้นำทรัพย์สินที่เช่าไปใช้ประโยชน์อื่นใด และผู้เช่าประสงค์ที่จะเช่าต่อ ผู้ให้เช่าตกลงจะพิจารณาต่ออายุสัญญาให้แก่ผู้เช่า โดยผู้เช่าจะต้องแจ้งความประสงค์ให้ผู้เช่าทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาการเช่า
- การให้เช่าช่วงหรือโอนสิทธิการเช่าพื้นที่บางส่วนภายในอาคารแก่บุคคลอื่นได้ ผู้เช่ามีสิทธิกระทำได้โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่าก่อน
- เมื่อการเช่าสิ้นสุดลง ผู้เช่าต้องส่งมอบทรัพย์สินที่เช่าคืนให้แก่ผู้ให้เช่าภายในระยะเวลา 15 วัน นับแต่วันที่สิ้นสุดการเช่า โดยไม่มีการรื้อถอนชิ้นส่วนใดๆ ออกไป

4) สัญญาเช่าที่ดิน – ที่ตั้งสาขาจะเข้เชิงเทรา

- คู่สัญญา : นายณรงค์ กุลละวณิชย์ ในฐานะผู้ให้เช่า
- ทรัพย์สินที่เช่า : ที่ดินเปล่า โฉนดเลขที่ 1632 ตั้งอยู่ตำบลลาดขวาง อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดจะเข้เชิงเทรา เนื้อที่ดินรวม 15-2-46 ไร่
- วัตถุประสงค์ในการเช่า : ใช้เป็นที่ตั้งเอ้าท์เลทสาขาจะเข้เชิงเทรา
- ระยะเวลาการเช่า : ระยะเวลา 15 ปี 8 เดือน ตั้งแต่วันที่ 6 สิงหาคม 2560 ถึงวันที่ 5 เมษายน 2576
- อัตราค่าเช่า : บริษัทชำระค่าเช่าเป็นรายปี ตามที่ตกลงกัน โดยปรับค่าเช่าขึ้นทุก 5 ปี ในอัตราร้อยละ 5 ของค่าเช่า
- เงื่อนไขสำคัญอื่น : - เมื่อครบกำหนดอายุสัญญา ผู้เช่าต้องแจ้งความประสงค์ต่อผู้ให้เช่าเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 120 วัน ก่อนครบสัญญา

- ผู้เช่าสามารถนำทรัพย์สินที่เช่าไปให้ผู้อื่นเช่าช่วงได้ รวมไปถึงให้สามารถโอนสิทธิการเช่า ไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมดโดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า
- เมื่อการเช่าสิ้นสุดลง ผู้เช่าต้องรื้อถอนอาคาร และสิ่งปลูกสร้าง และส่งมอบทรัพย์สินที่เช่าคืนให้แก่ผู้ให้เช่าภายในระยะเวลา 30 วัน นับแต่วันที่สิ้นสุดการเช่า

5) สัญญาเช่าพื้นที่เช่า – ที่ตั้งสาขาไดอาน่า

- คู่สัญญา : บริษัท ศูนย์การค้าไดอาน่าคอมเพล็กซ์ จำกัด ในฐานะผู้ให้เช่า
- ทรัพย์สินที่เช่า : พื้นที่เช่ารวม 500 ตารางเมตร บนชั้น 3 เฟส 1 บนศูนย์การค้าไดอาน่าคอมเพล็กซ์
- วัตถุประสงค์ในการเช่า : ใช้เป็นที่ตั้งเอ้าท์เลทสาขาไดอาน่า
- ระยะเวลาการเช่า : ระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2561 ถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2563
- อัตราค่าเช่า : บริษัทชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน ตามที่ตกลงกัน
- เงื่อนไขสำคัญอื่น : - เมื่อครบกำหนดอายุสัญญา ผู้เช่าต้องแจ้งความประสงค์ต่อผู้ให้เช่าเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 120 วัน ก่อนครบสัญญา และลงนามสัญญาเช่าฉบับใหม่ ไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนครบสัญญา
- เมื่อการเช่าสิ้นสุดลง ผู้เช่าต้องส่งมอบทรัพย์สินที่เช่าคืนให้แก่ผู้ให้เช่าภายในระยะเวลา 15 วัน นับแต่วันที่สิ้นสุดการเช่า

4.4.2 บันทึกข้อตกลงเครื่องหมายการค้าและบริการ

- คู่สัญญา : บริษัท แอท แบงค็อก จำกัด (FLYNOW) ในฐานะผู้ให้สัญญา
- วันทำบันทึกข้อตกลง : 31 พฤษภาคม 2559 และฉบับเพิ่มเติมลงวันที่ 19 สิงหาคม 2559
- เครื่องหมายการค้า/บริการ : Flynow เจ้าของเครื่องหมายการค้า/บริการ ทะเบียนเลขที่ ค59724, ค360964 และ ค348053
- FN เจ้าของเครื่องหมายการค้าเลขทะเบียน บ31402 และอยู่ระหว่างการขอจดทะเบียนเครื่องหมายบริการรูปแบบใหม่ คำขอจดทะเบียนเลขที่ 1041556
- ข้อตกลง : 1. ผู้ให้สัญญา และ บริษัท เข้าใจตรงกันว่าต่างฝ่ายต่างได้สร้างสรรค์เครื่องหมายการค้า และ/หรือเครื่องหมายบริการของตนมาโดยสุจริต มิได้เป็นการลอกเลียน หรือประยุทธ์ ทำให้เหมือนคล้าย หรือละเมิดสิทธิของแต่ละฝ่ายแต่อย่างใด
2. ผู้ให้สัญญาตกลงว่าจะไม่คัดค้านคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า/บริการหรือขอให้เพิกถอน รวมถึงไม่ใช้สิทธิในการเรียกร้องค่าเสียหายหรือฟ้องร้องบริษัทต่อเครื่องหมายการค้า/บริการที่บริษัทได้ยื่นคำขอจดทะเบียนไว้แล้ว

3. ผู้ให้สัญญายอมรับว่า ในกรณีที่บริษัทจะขยายธุรกิจหรือ
จดทะเบียนเครื่องหมายบริการใดๆ เพิ่มเติม (ไม่รวมเครื่องหมาย
การค้า) บริษัทสามารถจดทะเบียนเครื่องหมายบริการอื่นใดที่
เกี่ยวข้องเพิ่มเติมได้ ทั้งนี้ ผู้ให้สัญญายอมรับว่าเป็นสิทธิของบริษัท
และผู้ให้สัญญาตกลงจะไม่คัดค้านคำขอจดทะเบียนเครื่องหมาย
บริการหรือขอให้เพิกถอน รวมถึงไม่ใช้สิทธิในการเรียกร้อง
ค่าเสียหายหรือฟ้องร้องบริษัทต่อเครื่องหมายบริการที่บริษัทอาจจะ
ยื่นคำขอ

หมายเหตุ: บริษัทมุ่งเน้นออกแบบและสั่งผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าซึ่งได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว โดย
บริษัทมุ่งสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า และสื่อสารให้ลูกค้ารับทราบและจดจำตราสินค้าของบริษัทโดยตราสินค้าของบริษัทจะไม่ได้
ใช้ตัวอักษรว่า"FN"เพื่อป้องกันความสับสนในการรับรู้ตราสินค้าระหว่างตราสินค้าของบริษัทและตราสินค้าของ FLYNOW

4.5 กรณธรรม์ประกันภัย

บริษัททำประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินสำหรับสิ่งปลูกสร้าง อุปกรณ์ และสต็อกสินค้า รวมถึงประกันภัย
สำหรับเงิน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีกรณธรรม์ประกันภัยที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้

1) กรณธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (รวมประกันภัยเงินสด)

คู่สัญญา	: บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)		
เลขที่กรณธรรม์	: 719-21551-24		
ประเภทกรณธรรม์	: ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน		
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	: 1. สิ่งปลูกสร้างของสาขาเอ๊าท์เลททั้ง 12 สาขา และสำนักงานใหญ่ และบริษัทย่อย 2. อุปกรณ์ เครื่องจักร เครื่องมือของสาขาเอ๊าท์เลททั้ง 12 สาขา และ สำนักงานใหญ่ และบริษัทย่อย 3. สต็อกสินค้าของสาขาเอ๊าท์เลททั้ง 12 สาขา และสำนักงานใหญ่ และบริษัทย่อย 4. ป้ายตู้คอนเทนเนอร์ ภายนอกอาคาร 5. ความสูญเสีย หรือเสียหายของเงิน		
ระยะเวลาประกันภัย	: วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563		
ทุนประกันภัย	: 1. สาขาเพชรบุรี 133.00 ล้านบาท 2. สาขากาญจนบุรี 45.05 ล้านบาท 3. สาขาพัทยา 100.00 ล้านบาท 4. สาขาปากช่อง-นครราชสีมา 156.00 ล้านบาท 5. สาขาสงห์บุรี 127.30 ล้านบาท 6. สาขาหัวหิน 225.00 ล้านบาท 7. สาขาศรีราชา 160.00 ล้านบาท 8. สาขาพระนครศรีอยุธยา 258.00 ล้านบาท 9. สาขาหาดใหญ่ 40.30 ล้านบาท 10. สาขาฉะเชิงเทรา 177.00 ล้านบาท		

11.สาขาระยอง	218.00	ล้านบาท
12.สาขาไดอาน่า	6.30	ล้านบาท
13.อาคารสำนักงานใหญ่ ถนนพระราม 9	246.00	ล้านบาท
14. บริษัทย่อย	24.30	ล้านบาท
รวม	<u>1,916.25</u>	ล้านบาท

ผู้รับผลประโยชน์ : ผู้รับผลประโยชน์ได้แก่ บริษัท และบริษัทในเครือ

4.6 สัญญาสินเชื่อ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีสัญญาวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงิน 3 แห่ง จำนวนรวม 4 สัญญา โดยมีรายละเอียดดังนี้

วงเงิน	: 502.00 ล้านบาท			
ประเภทวงเงิน	: 1. สินเชื่อเบิกเกินบัญชี	จำนวน	22.00	ล้านบาท
	2. สินเชื่อค้ำประกัน	จำนวน	30.00	ล้านบาท
	3. สินเชื่อหมุนเวียนเพื่อ			
	ธุรกรรมต่างประเทศ			
	และสินเชื่อตัวเงิน	จำนวน	<u>450.00</u>	ล้านบาท
	รวมจำนวน		<u>502.00</u>	ล้านบาท
	ทั้งนี้ บริษัทมีวงเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงจำนวน 70.00 ล้านบาท			
	เพื่อป้องกันความผันผวนของสินทรัพย์อ้างอิง เช่น อัตราแลกเปลี่ยน			
	อัตราดอกเบี้ย ฯลฯ			
อัตราดอกเบี้ย	: อัตราดอกเบี้ย MOR สำหรับสินเชื่อเบิกเกินบัญชี และอัตราดอกเบี้ย			
	อัตราตลาดสำหรับสินเชื่อตัวเงิน			

4.7 เงินกู้ระยะยาว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีเงินกู้ระยะยาว จำนวนเงินเท่ากับ 118.73 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

อัตราดอกเบี้ย	: อัตราดอกเบี้ย MLR ลบอัตราคงที่
วัตถุประสงค์ในการกู้	: เพื่อการก่อสร้างสาขาระยอง
วันที่ทำสัญญา	: วันที่ 5 มิถุนายน 2558, 16 ธันวาคม 2560, 18 กรกฎาคม 2561 และ 16 ตุลาคม 2561
เงื่อนไขสำคัญอื่น	: สำหรับสัญญาสินเชื่อเงินกู้ยืมระยะยาวมีการกำหนดการรักษา สัดส่วนหนี้สินรวมต่อทุน (Debt to Equity Ratio) ไม่เกิน 1.5 เท่า และอัตราส่วนทางการเงิน Debt Service Coverage Ratio ไม่ต่ำกว่า 2 เท่า

4.7 นโยบายขยายสาขา

บริษัทกำหนดนโยบายการลงทุนขยายสาขาไว้อย่างชัดเจน โดยแนวทางในการจัดหาที่ดินจะมีรูปแบบเป็นการซื้อหรือเช่าที่ดิน จะขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งและเจ้าของที่ดิน โดยจะพิจารณาการเช่าก่อนเป็นลำดับแรก หากเจ้าของที่ดินไม่ให้เช่าและต้องการขาย บริษัทฯ จึงจะพิจารณาว่าจะซื้อหรือไม่ ทั้งนี้ ต้องศึกษาความเป็นไปได้ของแต่ละโครงการและต้องมีอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) ไม่ต่ำกว่าอัตราที่กำหนดไว้ โดยค่าเช่าที่ดินหรือค่าที่ดิน จะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไป อ้างอิงจากราคาประเมินโดยผู้ประเมินราคาอิสระ ที่อยู่ในรายชื่อของสำนักงาน ก.ล.ต.

นอกจากนี้ บริษัทฯ ไม่มีนโยบายเข้าทำรายการซื้อหรือเช่าที่ดินกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง แต่หากบริษัทมีความจำเป็นต้องเข้าทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง บุคคลเกี่ยวข้องจะต้องถือครองที่ดินไม่น้อยกว่า 3 ปี และบริษัทต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติของกฎหมาย หลักเกณฑ์ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง ที่เกี่ยวข้องกับการขออนุมัติให้เข้าทำรายการเกี่ยวข้อง ตามขนาดมูลค่ารายการที่จะเข้าทำตามที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด รวมถึงนโยบาย ข้อบังคับ และอำนาจดำเนินการภายในของบริษัทฯ ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2561 มีมติอนุมัตินโยบายดังกล่าว โดยมีผลตั้งแต่วันที่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติ

4.8 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2559 มีมติอนุมัติการลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท เซฟ นาว 2494 จำกัด (SN) เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้ระดับปานกลาง ซึ่งมีความแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าของ FN จึงเหมาะสมที่จะให้ SN เป็นแบรนด์รอง (Fighting Brand) เพื่อประโยชน์ด้านการแข่งขัน ซึ่งปัจจุบัน SN มีทุนจดทะเบียนเท่ากับ 10,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ซึ่งมีผลทำให้ SN มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทเข้าถือหุ้นใน SN คิดร้อยละ 99.97 ของทุนจดทะเบียน

ทั้งนี้ ในการพิจารณาการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม รวมทั้งโครงการลงทุนแต่ละโครงการ บริษัทฯ คำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยง สภาพคล่องทางการเงินของบริษัท รวมถึงสถานะเศรษฐกิจและภาวะตลาดอย่างรอบคอบ โดยจะพิจารณาการลงทุนในธุรกิจที่บริษัทมีความชำนาญ เกื้อหนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นสำคัญ และโครงการลงทุนแต่ละครั้งจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการพิจารณาการลงทุนที่ประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวนไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ซึ่งตั้งขึ้นชั่วคราวเพื่อพิจารณาการลงทุน และผ่านการพิจารณาความเสี่ยงต่างๆ จากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติที่กำหนดไว้ ซึ่งบริษัทมีนโยบายส่งกรรมการ และ/หรือผู้บริหารของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการในบริษัทย่อย เพื่อควบคุมทิศทาง และนโยบายการบริหารงานที่สำคัญของบริษัทย่อยดังกล่าวให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท เอฟเอ็น แฟคตอรี เอ้าท์เลท จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	: FN Factory Outlet Public Company Limited
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107559000206
การประกอบธุรกิจ	: ดำเนินธุรกิจศูนย์จัดจำหน่ายสินค้า ประเภท "เอ้าท์เลท" โดยสินค้าที่วางจำหน่ายเป็นสินค้าที่อยู่ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งบริษัทจัดหาผ่านการสั่งผลิตจากผู้ผลิตสินค้าทั้งภายในและต่างประเทศโดยตรง และตราสินค้าอื่นๆ ซึ่งบริษัทรับซื้อเพื่อมาวางจำหน่าย โดยสินค้าที่วางจำหน่ายมีความหลากหลาย และสามารถตอบสนองความต้องการซื้อของผู้ซื้อในทุกเพศทุกวัย
ที่ตั้งสำนักงาน	: 991 อาคาร เอฟเอ็น บิวติง ถนนพระราม 9 แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์	+66 (0) 2300 4951
โทรสาร	+66 (0) 2300 4681
เว็บไซต์	http://www.fnoutlet.com
กลุ่มอุตสาหกรรม	บริการ
หมวดธุรกิจ	พาณิชย์
วันที่เข้าซื้อขายวันแรก	14 พฤศจิกายน 2559
จำนวนทุนจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียน 500,000,000 บาท
และทุนชำระแล้ว	ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 500,000,000 บาท
	จำนวนหุ้นสามัญ 1,000,000,000 หุ้น
	มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

จำนวนสาขาบริการ : 12 สาขา ประกอบด้วย

ในปัจจุบัน

สาขา		ที่ตั้ง
สาขาที่ 1	เพชรบุรี	99/11 หมู่ 1 ตำบลตันมะพร้าว อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000
สาขาที่ 2	กาญจนบุรี	33/3 หมู่ 3 ตำบลท่าล้อ อำเภอบางม่วง จังหวัดกาญจนบุรี 71110
สาขาที่ 3	พัตยา	19/99 หมู่ 1 ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150
สาขาที่ 4	ปากช่อง	99/9 หมู่ 9 ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 30320
สาขาที่ 5	สิงห์บุรี	111/1 หมู่ 1 ตำบลน้ำตาด อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี 16110
สาขาที่ 6	หัวหิน	1999/99 ถนนเพชรเกษม (ทรายใต้) ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120
สาขาที่ 7	ศรีราชา	111 หมู่ 8 ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20110
สาขาที่ 8	พระนครศรีอยุธยา	65/8 หมู่ 6 ตำบลบ้านหว้า อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13160
สาขาที่ 9	หาดใหญ่	316 ถนนกาญจนวนิช ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
สาขาที่ 10	ฉะเชิงเทรา	33/3 หมู่ 1 ตำบลลาดขวาง อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา 24140
สาขาที่ 11	ระยอง	99/19 หมู่ที่ 5 ตำบลทับมา อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง 21000
สาขาที่ 12	ไดอาน่าหาดใหญ่	55/3 อาคารไดอาน่าคอมเพล็กซ์ ชั้น 3 เฟส 1 ถนน ศรีภูมิวนารถ ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110

ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย

ชื่อบริษัทภาษาไทย : บริษัท เซฟ นาว 2494 จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ : SAVE NOW 2494 Company Limited

เลขทะเบียนบริษัท : 01005558170688

การประกอบธุรกิจ : จำหน่ายสินค้าประเภท เครื่องสำอาง ของใช้อุปโภคบริโภคในครัวเรือน และขนมนำเข้าจากต่างประเทศ

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 991 อาคาร เอฟเอ็น บิวติ่ง ถนนพระราม 9 แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ : +66 (0) 2300 4951

โทรสาร : -

จำนวนทุนจดทะเบียนและทุน : ทุนจดทะเบียน 10,000,000 บาท

ชำระแล้ว : ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 10,000,000 บาท

จำนวนหุ้นสามัญ : 100,000 หุ้น

มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ : 100 บาท

ข้อมูลของบุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

ผู้สอบบัญชี : บริษัทสำนักงาน อี วาย จำกัด
193/136-137 อาคารเลครัชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ ชั้น 33
ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ +66 (0) 2264 9090
โทรสาร +66 (0) 2264 0789-90

ผู้ตรวจสอบภายใน : บริษัท พีแอนด์แอล คอร์ปอเรชั่น จำกัด
218/157 อาคารบี ชั้น 2 เดอะฟิฟท์ อเวนิว คอนโดมิเนียม
ถนนกรุงเทพ-นนทบุรี ตำบลบางเขน อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ +66 (0) 2526 6100
เว็บไซต์ www.plcorporation.com

นายทะเบียนหลักทรัพย์หุ้นสามัญ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด (TSD)
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง
กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ : +66 (0) 2009 9000
โทรสาร : +66 (0) 2009 9991
SET Contact Center : +66 (0) 2009 9999
อีเมล : SETContactCenter@set.or.th
เว็บไซต์ : <http://www.set.or.th/tsd>

6.4 ข้อมูลนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 โปรดดูรายละเอียด
ในหัวข้อ "โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท"