

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม

วิสัยทัศน์ (Vision)

บริษัท ริช สปอร์ต จำกัด (มหาชน) มุ่งหวังที่จะเป็นบริษัทชั้นนำในด้านแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ในระดับสากล ด้วยการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีเยี่ยม โดยมีสินค้าหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความแตกต่างกันตามโอกาสและสถานที่ บริษัทฯ จะดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพเพื่อความยั่งยืนและเติบโตไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของผู้บริโภค

พันธกิจ (Mission)

- สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ด้วยการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ทันสมัย และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ
- ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล มีคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม
- สร้างพันธมิตรทางการค้าโดยมุ่งเน้นการทำงานร่วมกันภายใต้หลักของความเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจแบบยั่งยืน
- พัฒนาองค์ความรู้ ศักยภาพ ทักษะ และความเชี่ยวชาญของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทำให้พนักงานทุกคนทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข สามารถเติบโตก้าวหน้าในองค์กร

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัท ริช สปอร์ต จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยมุ่งหวังที่จะเป็นองค์กรชั้นนำระดับสากลในด้านการจัดจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่บริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ และกลุ่มลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย มีคุณภาพ ในราคาที่สมเหตุสมผล โดยมีช่องทางการขายที่เข้าถึงง่ายและสะดวกสบายพร้อมให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง



เป้าหมายทางธุรกิจของบริษัทฯ

เป้าหมายทางธุรกิจของบริษัทฯ คือ การบริหารองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน และดำเนินธุรกิจด้วยความรอบคอบและทันต่อสถานการณ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ กลยุทธ์ที่จะใช้เป็นกลไกที่สำคัญที่จะทำให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเน้นการสร้างการรับรู้ในแบรนด์ (Brand Recognition) ให้เด่นชัด และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ต้องการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าโดยการเปิดร้านค้าปลีกของบริษัทฯ เอง (Mono Brand Store) และเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าเพื่อให้มีจุดขายครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ อีกทั้งบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเพิ่มช่องทางการขายผ่านทางออนไลน์เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว สามารถซื้อขายได้ทุกที่ทุกเวลา โดยช่องทางการขายออนไลน์ของบริษัทฯ ในปัจจุบันได้แก่ Lazada, Shopee, Line Official

ด้านการขยายธุรกิจ

บริษัทฯ มีนโยบายการแสวงหาโอกาสในการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนที่เป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิในการจัดจำหน่าย เพื่อให้มีสินค้าที่ครอบคลุมในทุกระดับราคา รวมทั้งขยายพื้นที่ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศ

ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการภายในทุกภาคส่วน ตั้งแต่การจัดซื้อผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง การจัดส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการร้านค้า ตลอดจนบริหารบุคลากรให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพรองรับการเติบโตของบริษัทฯ ตั้งแต่การสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ การพัฒนาบุคลากรให้สามารถเติบโตภายในองค์กรได้ ตลอดจนการให้ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมโดยใช้หลักเกณฑ์การพิจารณาจากผลงานอย่างชัดเจน เพื่อสร้างขวัญ และกำลังใจให้กับพนักงานทุกคน

**ค่านิยมองค์กร (Values)**

เราสร้างรากฐานของบริษัทด้วยค่านิยม “RSPT”

R = Responsibility for society and environment ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม**S = Service Mind**

มีทัศนคติที่ดีในการให้บริการลูกค้า

P = Partnership

เป็นพันธมิตรที่ดีกับทุกฝ่าย ทั้งลูกค้า คู่ค้า ชุมชนและทุกคนในองค์กร

T = Teamwork

การทำงานเป็นทีมด้วยจุดมุ่งหมายร่วมกันอย่างมีพลัง เพื่อให้บรรลุทุกเป้าหมายที่วางไว้

1.2 ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2544	จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในชื่อ “บริษัท ริช สปอร์ต จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2544
ปี 2546	บริษัทฯ ได้รับสิทธิจาก Converse Inc. ประเทศสหรัฐอเมริกา ในการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า Converse แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เริ่มจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า Converse ผ่านเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าชั้นนำในเครือเดอะมอลล์ โคคิว และ ซูเปอร์สปอร์ต และได้เปิดร้านค้าปลีกของบริษัทฯ เอง ในเขตกรุงเทพมหานคร และภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งในภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันตก
ปี 2549	บริษัทฯ ขยายร้านค้าปลีกของบริษัทฯ เอง ไปยังภาคเหนือ โดยเปิดสาขาแรกในจังหวัดเชียงใหม่
ปี 2550	จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท เบเนฟิท ซูส์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 2,000,000 บาท เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2550 เพื่อประกอบธุรกิจผลิตรองเท้า
ปี 2551	เริ่มจำหน่ายสินค้าผ่านเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าในเครือเซ็นทรัล โดยสาขาแรก คือ เซ็นทรัล บางนา
ปี 2552	บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียน 95,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 5,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 950,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

ปี 2555	บริษัทฯ ขยายร้านค้าปลีกของบริษัทฯ เองไปยังภาคตะวันออก โดยเปิดสาขาแรกในจังหวัดชลบุรี
ปี 2557	บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 100,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 200,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่ 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ และจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2557 มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ ลงทุนในหุ้นสามัญของ บริษัท เบนเฟิท ซูส์ จำกัด (“BNS”) โดยการซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท เบนเฟิท ซูส์ จำกัด จำนวน 500,000 หุ้น ในราคาตามมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ซึ่งภายหลังการซื้อหุ้นดังกล่าวทำให้บริษัทฯ ถือหุ้นใน BNS คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96.15 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ BNS
ปี 2558	บริษัทฯ ได้ซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เบนเฟิท ซูส์ จำกัด จากผู้ถือหุ้นเดิม 4 ราย จำนวนหุ้นรวม 19,998 หุ้น ในราคาตามมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 99.99 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ BNS
ปี 2559	บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 150,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 200,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 350,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 1,500,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ นอกจากนี้แล้ว บริษัทฯ ได้รับสิทธิจาก Pony International Limited ประเทศฮ่องกง ในการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทรองเท้า เสื้อผ้า และเครื่องแต่งกายอื่น ภายใต้ตราสินค้า PONY แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ราชอาณาจักรกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ปี 2560	<ul style="list-style-type: none"> ● บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียน 220,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 350,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 570,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่ จำนวน 2,200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ และจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ ดำเนินการดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1. แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ “บริษัท ริช สปอร์ต จำกัด (มหาชน)” 2. เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 100 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท 3. เพิ่มทุนจดทะเบียน 200,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 570,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 770,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 200,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อจำหน่ายให้แก่ประชาชนทั่วไป 95,000,000 หุ้น และจำหน่ายให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย 5,000,000 หุ้น

	<ul style="list-style-type: none"> ● บริษัทฯ ได้เริ่มจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า PONY ผ่านเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ โดยเริ่มเปิดสาขาแรกในเซ็นทรัล เวสต์เกต เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2560 ● เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2560 บริษัทฯ ได้รับสิทธิเพิ่มเติมจากทาง Converse ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า Converse แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ● บริษัทฯ ได้นำหุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเริ่มซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นวันแรกเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2560
ปี 2561	<ul style="list-style-type: none"> ● บริษัทฯ ได้ร่วมทุนกับ Melrose Avenue Company Limited ก่อตั้งบริษัทย่อย Rich Avenue Company Limited (“RAV”) ที่ราชอาณาจักรกัมพูชา เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2561 ด้วยทุนจดทะเบียน จำนวน 200,000 เหรียญสหรัฐอเมริกาหรือ 800 ล้านบาทกัมพูชา ซึ่งบริษัทฯ ถือครองหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 51 ● RAV เปิดเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าที่ห้างอโณน มอลล์ แห่งที่ 1 (AEON Mall 1) ในกรุงเทพมหานคร ราชอาณาจักรกัมพูชา เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2561 จำนวน 2 สาขา ภายใต้ตราสินค้า Converse และ PONY แปรนดส์ 1 สาขา และห้างอโณนมอลล์ แห่งที่ 2 (AEON Mall 2) เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2561 จำนวน 2 สาขา ภายใต้ตราสินค้า Converse และ PONY แปรนดส์ 1 สาขา ● RAV เปิดร้านค้าปลีกภายใต้ตราสินค้า Converse จำนวน 2 สาขา ที่จังหวัดเสียมเรียบ 1 สาขา เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2561 และที่ The Park ในกรุงเทพมหานคร อีก 1 สาขา เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2561
ปี 2562	<ul style="list-style-type: none"> ● บริษัท เบเนฟิท ซูส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยและเป็นผู้ผลิตสินค้าให้แก่บริษัทฯ ได้เลิกประกอบกิจการ เนื่องจากบริษัทฯ ได้ปรับแผนการจัดหาสินค้าโดยการสั่งซื้อจากคู่สัญญาแทน ● RAV ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนครั้งแรกจากเดิม 200,000 เหรียญสหรัฐอเมริกา เป็น 400,000 เหรียญสหรัฐอเมริกา และครั้งที่สองจาก 400,000 เหรียญสหรัฐอเมริกา เป็น 2,000,000 เหรียญสหรัฐอเมริกา โดยได้เรียกชำระค่าหุ้นแล้วรวม 1,000,000 เหรียญสหรัฐอเมริกา บริษัทฯ ยังคงสัดส่วนการถือครองหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 51 ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ● บริษัทฯ ได้ต่อสัญญาการเป็นตัวแทนผลิตและจัดจำหน่ายสินค้ารองเท้าและเครื่องแต่งกายอื่น ภายใต้ตราสินค้า “Converse” (คอนเวิร์ส) แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ราชอาณาจักรกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

	<ul style="list-style-type: none"> นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ลงนามในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายกีฬา (Sport wear) ภายใต้ตราสินค้า “BARREL” (บาร์เรล) จากประเทศเกาหลีใต้ แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา ตลอดจนลงนามในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองเท้าและเครื่องหนัง ภายใต้ตราสินค้า “COLE HAAN” (โคลฮาน) จากประเทศสหรัฐอเมริกา แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย RAV ได้ลงนามในสัญญาการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองเท้าและเครื่องหนัง ภายใต้ตราสินค้า “ECCO” (เอกโค) จากประเทศเดนมาร์ก แต่เพียงผู้เดียวในราชอาณาจักรกัมพูชา
ปี 2563	<ul style="list-style-type: none"> RAV ได้ลงนามในสัญญาการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองเท้าและเครื่องหนัง ภายใต้ตราสินค้า GEOX (จีออกซ์) จากประเทศอิตาลี แต่เพียงผู้เดียวในราชอาณาจักรกัมพูชา โดยเริ่มจำหน่ายสินค้าในเดือนเมษายน 2563 บริษัทฯ ลงนามในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองเท้าและสินค้าแฟชั่น ภายใต้ตราสินค้า “Havaianas” (ฮาวายานัส) จากประเทศบราซิล แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย โดยเริ่มเปิดสาขาที่เป็นร้านค้าปลีกของบริษัทฯ เอง และเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เพื่อจำหน่ายสินค้าในเดือนพฤษภาคม 2563



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นดังนี้



ตัวแทนบริษัทฯ ที่ดำรงตำแหน่งกรรมการใน Rich Avenue (RAV) มีรายนามดังนี้

ชื่อกรรมการ	ตำแหน่งใน บมจ. ริช สปอร์ต	ตำแหน่งใน Rich Avenue
1. นางสาวพาพิชญ์ วงศ์ไพฑูรย์ปิยะ	กรรมการ/ประธานกรรมการบริหาร/ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	กรรมการ
2. นายภาสวิช วงศ์ไพฑูรย์ปิยะ	ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนารูรูกิจ	กรรมการ



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประเภทกิจการและลักษณะการดำเนินงาน

บริษัท ริช สปอร์ต จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ภายใต้ตราสินค้าชั้นนำจากต่างประเทศ โดยครอบคลุมทั้งกลุ่มสินค้าประเภท รองเท้า (Footwear) เสื้อผ้า (Apparel) ตลอดจนเครื่องแต่งกายอื่นๆ อาทิ กระเป๋า (Bag) หมวก (Cap) และถุงเท้า (Sock) เพื่อให้มีความหลากหลายและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน บริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยแบบออฟไลน์ แบ่งออกเป็น ร้านค้าปลีกของบริษัทฯ เอง และเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั้งในประเทศไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา ส่วนช่องทางออนไลน์ ได้จำหน่ายผ่านมาร์เก็ตเพลสชั้นนำ เช่น Lazada และ Shopee

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย

ในปี 2563 ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายมี 5 ตราสินค้า ประกอบด้วย ตราสินค้า CONVERSE, PONY, BARREL, COLE HAAN และ HAVAIANAS

ส่วนในบริษัทย่อยที่อยู่ในราชอาณาจักรกัมพูชา นอกจากจำหน่ายตราสินค้า CONVERSE, PONY และ BARREL แล้ว ยังมีการจำหน่ายตราสินค้าเพิ่มเติมอีก 2 ตราสินค้า ได้แก่ ตราสินค้า ECCO และ GEOX

สำหรับตราสินค้าที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย มีรายละเอียดดังนี้

(I) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า CONVERSE



CONVERSE เป็นแบรนด์รองเท้าผ้าใบจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีประวัติยาวนานกว่า 100 ปี มีสัญลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นรูปดาว 5 แฉก เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายกันทั่วโลกอย่างต่อเนื่องและยาวนาน จากเดิมที่เป็นรองเท้าสำหรับใส่เล่นกีฬาไม่ว่าจะเป็นบาสเกตบอล แบดมินตัน และสเก็ตบอร์ด จนพัฒนาขึ้นมาเป็นรองเท้าไลฟ์สไตล์สำหรับทุกเพศทุกวัยที่สามารถสวมใส่ได้ในทุกโอกาส ด้วยรูปทรงและดีไซน์ที่คลาสสิก มีความเป็นเอกลักษณ์

ผลิตภัณฑ์ของ CONVERSE สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์รองเท้า (Footwear) เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้หลักให้แก่บริษัทฯ โดยสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย

1) รองเท้ากลุ่มเบสิก (Basic) ได้แก่ รองเท้า 3 รุ่นหลัก ประกอบด้วย รุ่น Chuck Taylor All Star, รุ่น CONS Star Player และรุ่น Jack Purcell เป็นสินค้าที่มีจำหน่ายตลอดปี

2) รองเท้ากลุ่มแฟชั่น (Fashion) เป็นรองเท้าที่มีการออกแบบให้มีความทันสมัยและมีดีไซน์ที่เปลี่ยนไปตามกระแสความนิยมในแต่ละขณะ ซึ่งจะมีทั้งรุ่นที่ออกแบบใหม่ในแต่ละซีซั่น และการนำรองเท้ารุ่นที่เป็นกลุ่ม Basic มาปรับเปลี่ยนวัสดุด้านบนของรองเท้าที่ต่างออกไปจากรุ่น Basic เพื่อให้รองเท้ามีความทันสมัยแต่ยังคงไว้ด้วยรูปทรงเดิมตามแบบฉบับของ CONVERSE ตลอดจนการออกแบบรองเท้ารูปแบบใหม่ และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตรองเท้าเพื่อตอบสนองต่อกระแสแฟชั่นและความนิยมของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีทั้งรองเท้าที่ออกแบบโดยดีไซน์เนอร์ของ CONVERSE รองเท้าที่เป็นการร่วมออกแบบระหว่างดีไซน์เนอร์ของ CONVERSE และดีไซน์เนอร์ชื่อดังของแบรนด์ระดับโลก (Collaboration) และรองเท้าที่ออกแบบโดยดีไซน์เนอร์ของบริษัทฯ

1.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายอื่นๆ (Non-Footwear) นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์รองเท้าซึ่งเป็นสินค้าหลักแล้ว บริษัทฯ ยังจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายอื่นๆ เพื่อให้สินค้าของ บริษัทฯ มีความหลากหลายครอบคลุมสินค้าทุกประเภทตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า โดยสินค้ากลุ่มเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายอื่นๆ จะมีการปรับเปลี่ยนดีไซน์ใหม่ๆ ในทุกซีซั่น เพื่อตอบสนองต่อเทรนด์แฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา แต่ยังคงไว้ด้วยเอกลักษณ์ตามแบบฉบับ CONVERSE โดยสินค้ากลุ่มเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายอื่นๆ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า (Apparel) ผลิตภัณฑ์กระเป๋า (Bags) เช่น หมวก ถุงเท้า เป็นต้น

(II) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า PONY



PONY เป็นแบรนด์รองเท้าผ้าใบจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีประวัติยาวนานมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1972 โดยเริ่มแรกเป็นรองเท้าที่ออกแบบและผลิตด้วยเทคโนโลยีพิเศษเพื่อให้เหมาะสำหรับการเล่นกีฬา ต่อมาได้ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ไปยังรองเท้าไลฟ์สไตล์ที่ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทั้งผู้ชายและผู้หญิง มีจุดเด่นเป็นสัญลักษณ์ “PONY Chevron” มีดีไซน์เรียบง่ายสามารถสวมใส่ได้ในทุกโอกาสและสถานที่

ผลิตภัณฑ์ของ PONY สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์รองเท้า (Footwear) แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย

1) รองเท้ากลุ่มเบสิก (Basic) เป็นรองเท้ารุ่นที่มีดีไซน์เรียบง่ายสวมใส่ได้ทั้งผู้ชายผู้หญิง ประกอบด้วยรองเท้า 4 รุ่นหลัก ได้แก่ รุ่น Top Star, รุ่น Shooter, รุ่น Hawaii รวมถึงรุ่น Light ซึ่งตอบโจทย์สำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ รองเท้าในกลุ่ม Basic เป็นสินค้าที่มีจำหน่ายตลอดปี

2) รองเท้ากลุ่มแฟชั่น (Fashion) เป็นรองเท้าที่ออกแบบให้มีดีไซน์เข้ากับกระแสนิยมในแต่ละ 시즌 โดยมีทั้งรุ่นที่ออกแบบโดยดีไซน์เนอร์ของบริษัทฯ รุ่นที่ออกแบบโดยดีไซน์เนอร์ของ PONY และรุ่นที่เป็นการออกแบบร่วมกันระหว่างดีไซน์เนอร์ของ PONY กับแบรนด์ที่มีชื่อเสียง (Collaboration)

1.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายอื่นๆ (Non-Footwear) กลุ่มผลิตภัณฑ์ Non-Footwear ภายใต้ตราสินค้า PONY ประกอบด้วยเสื้อผ้า กระเป๋า และหมวก ซึ่งมีความโดดเด่นด้วยสัญลักษณ์ “PONY Chevron” และมีความหลากหลายทั้งในรูปดีไซน์ที่มีเอกลักษณ์และรูปแบบที่เรียบง่ายไปถึงรุ่นแฟชั่นที่มีลวดลายและสีสันแปลกใหม่ตามกระแสนิยม

(III) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า BARREL



BARREL เป็นแบรนด์ผู้นำเสื้อผ้าแฟชั่นแนวสปอร์ตแวร์และแอคทีฟแวร์ โดยมียอดขายสินค้าในกลุ่ม Watersport เป็นอันดับ 1 ในประเทศเกาหลีใต้ โดยมี BARREL GIRL ซึ่งได้แก่ เหล่าฟรีเซนต์สาวชาวเกาหลีใต้ที่คัดเลือกมาจาก ดารา ไอดอล ระดับ A-list ซึ่งจะมีช่วยเสริมความเป็นแฟชั่นให้กับตราสินค้า พร้อมกับมี BARREL TEAM ได้แก่งานนักกีฬาที่จะมาเสริมความมั่นใจว่าสินค้านั้นนอกจากจะสวยแล้ว ยังมีคุณภาพที่ดี และได้คัดเลือกให้ถ่ายทอดออกมาในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ดำน้ำ เซิร์ฟบอร์ด โด่คลื่น ซึ่งเป็นที่มาของ สโลแกน “Life is Swell”

ผลิตภัณฑ์ของ BARREL สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1.1 BARREL Watersports/Swim สินค้ากลุ่มหลักที่ใช้เนื้อผ้าเป็นวัสดุระดับพรีเมียม การตัดเย็บปราณีต เนื้อผ้ากันรังสี UPF50+ แห้งเร็วระบายอากาศ ยืดหยุ่น 4 ทิศทาง

1.2 BARREL Fit สินค้ากลุ่มแอคทีฟแวร์ ที่มีความต้องการสูงในตลาดออกกำลังกายปัจจุบัน จะเน้นให้มีคุณภาพและสีที่มีความโดดเด่นสไตล์เกาหลีซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มลูกค้า

1.3 BARREL Accessories สินค้าที่จะมาช่วยเติมเต็มลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นหมวก กระเป๋า แว่นตา ที่นอกจากจะมีความเป็นแฟชั่นแล้วยังผลิตมาจากวัสดุคุณภาพดี

(IV) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า COLE HAAN

COLE HAAN

COLE HAAN เป็นแบรนด์จากนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีประวัติยาวนานตั้งแต่ปี ค.ศ. 1928 โดยเริ่มต้นจากผลิตภัณฑ์ประเภทรองเท้าหนังสำหรับสุภาพบุรุษ และสุภาพสตรี ตลอดจนเสื้อผ้า และเครื่องแต่งกายอื่น ๆ ซึ่งครอบคลุมทุกส่วนตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า ผ่านความพิถีพิถัน การดูแลเอาใจใส่การตัดเย็บอย่างเรียบหรู ดูทันสมัย และเป็นเอกลักษณ์ โดยได้หลอมรวมคุณสมบัติพิเศษและเทคโนโลยีที่ได้ผ่านการวิจัยจากทางประเทศสหรัฐอเมริกา บวกกับการตัดเย็บด้วยมืออย่างประณีต ซึ่งนำไปสู่ความสบายในการสวม

ใส่ ในทุกโอกาสการใช้งาน โดยสินค้าจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าระดับราคาสูง เจาะกลุ่มลูกค้าที่มีไลฟ์สไตล์ และ การใช้ชีวิตในเมือง

ผลิตภัณฑ์ของ COLE HAAN สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์รองเท้า (Footwear) แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย

1) รองเท้าหนัง (Dress shoes) สินค้าของสุภาพบุรุษและสุภาพสตรี สำหรับใส่ในรูปแบบการใช้งานอย่างเป็นทางการ ซึ่งสินค้าในแต่ละรุ่นจะมีเทคโนโลยีเพื่อช่วยให้ลูกค้าสวมใส่ได้อย่างนุ่มสบาย บน ความเรียบหรู อย่างมีเอกลักษณ์

2) รองเท้าสปอร์ต (Sneaker shoes) เป็นรองเท้าที่เน้นรูปลักษณ์ให้เหมาะกับกระแสนิยมของ ผู้บริโภค ที่ต้องการสินค้าที่มีความสปอร์ต และสามารถสวมใส่ได้ในทุกโอกาส

1.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายอื่นๆ (Non-Footwear) สินค้าประเภทเสื้อผ้า กระเป๋า และ เครื่องแต่งกายอื่น โดยปรับเปลี่ยนดีไซน์ใหม่ในทุกซีซั่นเพื่อตอบสนองต่อเทรนด์แฟชั่นที่เปลี่ยนแปลง ไป

(V) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า HAVAIANAS



HAVAIANAS มีความหมายในภาษาโปรตุเกสว่า “Hawaiians” หรือชาวฮาวาย เริ่มผลิตครั้งแรกในปี 1962 โดยบริษัท Alparagatas S.A ประเทศบราซิล โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากรองเท้าแตะฟางข้าวที่ใส่กับชุด กีโมโนของญี่ปุ่น และได้ดัดแปลงเป็นการทำรองเท้าจากยาง ในช่วงแรกได้รับความนิยมในกลุ่มแรงงานของ บราซิลเป็นอย่างมาก และต่อมาก็เริ่มได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นโดยใช้เพื่อเป็นสัญลักษณ์ทางการเมือง หลังจากนั้น เริ่มนำเสนอสินค้าที่มีสีสันทหลากหลายมากขึ้น ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก อีกทั้งยังดกย้า จุดเด่นของแบรนด์ที่ผลิตจากยาง 100% ไม่มีกลิ่น ทรงรองเท้าไม่เปลี่ยน ไม่ยุบและสายไม่ย้วย จนกระทั่ง ฟุตบอลโลกปี 1998 เป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้ทั่วโลกรู้จัก HAVAIANAS เพราะได้ผลิตรองเท้าแตะที่ออกแบบ โดยใช้ธงชาติบราซิลติดที่สายรองเท้า เพื่อเป็นสัญลักษณ์ในการเชียร์ฟุตบอล ทำให้สามารถขยายตลาดไปยัง อเมริกา สเปน ยุโรป และเอเชีย ส่วนในประเทศไทยได้มีการจำหน่าย HAVAIANAS มานานกว่า 10 ปี

ผลิตภัณฑ์ของ HAVAIANAS แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1. กลุ่มผลิตภัณฑ์รองเท้า (Footwear) เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างรายได้ให้แก่บริษัท โดย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1) รองเท้ากลุ่มเบสิก (Basic) ประกอบด้วย 2 รุ่นหลัก ได้แก่ รุ่น Slim และ Closed Sandals เป็นสินค้าที่มีจำหน่ายตลอดทั้งปี



2) รองเท้ากลุ่มแฟชั่น (Fashion) เป็นรองเท้าที่ออกแบบให้มีความทันสมัยและดีไซน์ที่เปลี่ยนไปตามกระแสนิยม ซึ่งจะมีรุ่นที่ออกแบบใหม่ในแต่ละซีซั่น และรุ่นที่มีการปรับดีไซน์จากรุ่น Basic เดิม รวมไปถึงการออกแบบร่วมกัน Collaboration ระหว่าง HAVAIANAS และดีไซน์เนอร์ชื่อดังระดับโลก

1.2. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ (Non-footwear) นอกจากผลิตภัณฑ์รองเท้าที่เป็นสินค้าหลักของบริษัทฯ แล้ว บริษัทฯ ยังจำหน่ายสินค้าเครื่องประดับอื่นๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลาย และให้ครอบคลุมสินค้าในหลายประเภทมากขึ้น โดยสินค้ากลุ่มเครื่องประดับ จะมีการเปลี่ยนดีไซน์ใหม่ในทุกซีซั่น เพื่อตอบสนองเทรนด์แฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมถึงคอลเลกชันพิเศษที่ผลิตมาเพื่อรองรับความต้องการของนักสะสมอีกด้วย

2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ คือ กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา วัยรุ่น วัยทำงาน ที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง และกลุ่มลูกค้าวัยกลางคน ตลอดจนรวมถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย

3.1 การจำหน่ายในลักษณะขายปลีก เป็นการจำหน่ายให้แก่ลูกค้ารายย่อยทั่วไป ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ช่องทาง ดังนี้

1) ร้านค้าปลีกของบริษัทฯ เอง (Mono Brand Store) เป็นร้านที่จำหน่ายเฉพาะสินค้าภายใต้ตราสินค้า Converse เท่านั้นซึ่งจะมีขนาดตั้งแต่ 80-100 ตารางเมตร โดยบริษัทฯ จะเป็นผู้บริหารจัดการร้านค้าเองทั้งหมดตั้งแต่การออกแบบ ตกแต่ง ตลอดจนการบริหารการขายสินค้า และการบริหารสต็อกสินค้า ทั้งนี้ ร้านค้าปลีกทั้งหมดของบริษัทฯ มีลักษณะเป็นการเช่าพื้นที่จากผู้ให้เช่า ซึ่งจะมีทั้งร้านที่อยู่ในศูนย์การค้าชั้นนำและอาคารพาณิชย์ในแหล่งชุมชน

2) เคา์เตอร์จำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้า (Shop-in-Shop) เป็นการจำหน่ายสินค้าในลักษณะการฝากขายผ่านเคา์เตอร์จำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ และซูเปอร์สปอร์ต เป็นต้น รวมทั้งห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นในแต่ละจังหวัด

3) การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ (Online) ด้วยรูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ทำให้พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนไป บริษัทฯ จึงต้องเพิ่มช่องทางการค้าเพื่อรองรับและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างสะดวก รวดเร็วและตรงกับความต้องการ โดยช่องทางออนไลน์นับเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ได้รับคามนิยมในปัจจุบัน

3.2 การจำหน่ายในลักษณะขายส่ง เป็นการจำหน่ายสินค้าในลักษณะขายส่งให้แก่ลูกค้าที่เป็นร้านค้าจำหน่ายเสื้อผ้า รองเท้า และอุปกรณ์กีฬา ทั้งในลักษณะที่เป็นเครือข่าย (Chain Stores) เช่น แอคทีฟ เนชั่น สปอร์ต โคม และเอทส์เล็ท มอลล์ เป็นต้น และร้านค้าทั่วไป โดยแบ่งเขตการขายครอบคลุมทั้งใน กรุงเทพมหานคร และภูมิภาคต่าง ๆ เช่น ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้



ตารางแสดงรายละเอียดจำนวนสาขาในช่องทางการขายปลีกแบบออฟไลน์ ปี 2561-2563

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	แห่ง	ร้อยละ	แห่ง	ร้อยละ	แห่ง	ร้อยละ
ร้านค้าปลีกของกลุ่มบริษัทฯ						
<u>ประเทศไทย</u>						
CONVERSE	45	100	44	100	42	87
HAVAIANAS	-	-	-	-	-	-
<u>กัมพูชา</u>						
CONVERSE	2	100	2	100	2	100
ECCO	-	-	-	-	-	-
GEOX	-	-	-	-	-	-
เคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าใน						
ห้างสรรพสินค้า						
<u>ประเทศไทย</u>						
CONVERSE	156	95.77	150	94.75	179	88.97
PONY	51	4.23	80	4.23	65	3.07
BARREL	-	-	15	0.84	20	2.54
COLE HAAN	-	-	9	0.18	20	1.13
HAVAIANAS	-	-	-	-	33	4.29
รวม	207	100	254	100	317	100
<u>กัมพูชา</u>						
CONVERSE	1	100	2	86.54	2	80.88
PONY	-	-	2	11.74	2	19.12
BARREL	-	-	2	1.72	-	-
ECCO	-	-	-	-	-	-
GEOX	-	-	-	-	-	-
รวม	1	100	6	100	4	100

หมายเหตุ: ไม่รวมสาขาที่เป็น POP UP STORE ซึ่งมีสัญญาเช่าไม่ถึง 6 เดือน

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ

โครงสร้างรายได้แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทของรายได้	ปี 2561*		ปี 2562*		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายรองเท้า (Footwear)	887.86	68.14	879.97	67.59	705.70	72.94
รายได้จากการขายเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายอื่น (Non-Footwear)	385.34	29.57	388.36	29.83	243.27	25.15
รวมรายได้จากการขาย	1,273.20	97.71	1,268.33	97.42	948.97	98.09
รายได้อื่น	29.79	2.29	33.59	2.58	18.50	1.91
รวมรายได้ทั้งหมด	1,302.99	100.00	1,301.92	100.00	967.47	100.00

โครงสร้างรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

ประเภทของรายได้	ปี 2561*		ปี 2562*		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายปลีกร้านค้าของกลุ่มบริษัท	266.16	20.43	321.92	24.73	477.53	49.36
ขายปลีกผ่านเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า	669.65	51.39	680.48	52.27	232.34	24.02
ขายปลีกผ่านช่องทางออนไลน์	-	-	12.65	0.97	31.85	3.29
ขายส่ง	315.38	24.20	253.28	19.45	207.25	21.42
รับจ้างผลิต	22.01	1.69	-	-	-	-
รวมรายได้จากการขาย	1,273.20	97.71	1,268.33	97.42	948.97	98.09
รายได้อื่น**	29.79	2.29	33.59	2.58	18.50	1.91
รวมรายได้ทั้งหมด	1,302.99	100.00	1,301.92	100.00	967.47	100.00

หมายเหตุ*: มูลค่ารายได้จากการขาย สำหรับปี 2561-2562 ได้ถูกปรับปรุงให้ปฏิบัติตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่องรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งมีผลบังคับใช้ในปี 2562



การจัดการผลิตภัณฑ์

การจัดการผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1. สั่งซื้อสินค้าโดยตรงจากเจ้าของตราสินค้า หรือสั่งซื้อจากผู้ผลิตที่เจ้าของตราสินค้กำหนด

เป็นการสั่งซื้อสินค้าโดยตรงจากเจ้าของตราสินค้า หรือสั่งซื้อจากผู้ผลิตที่ผ่านการคัดเลือกและรับรองมาตรฐานจากเจ้าของตราสินค้า ซึ่งปกติแล้วจะเป็นการสั่งซื้อล่วงหน้าประมาณ 4-6 เดือน ก่อนเริ่มซีซั่น

2. ว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตจากภายนอก (Original Equipment Manufacturer หรือ OEM)

บริษัทฯ สามารถจัดหาสินค้าบางกลุ่ม เช่น สินค้ากระเป๋า หมวก และถุงเท้า ที่ออกแบบโดยดีไซน์เนอร์ของบริษัทฯ ผ่านผู้รับจ้างผลิตภายนอก (OEM) ทั้งในประเทศและต่างประเทศซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานแล้วเท่านั้น แบบของสินค้านี้จะต้องได้รับการอนุมัติจากเจ้าของตราสินค้าก่อนจึงจะสามารถผลิตได้ บริษัทฯ จะคัดเลือกโรงงานผู้รับจ้างผลิตโดยพิจารณาจากต้นทุน เช่น ราคาสินค้า ภาษีนำเข้า ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เป็นต้น รวมถึง ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตและขนส่งสินค้าเป็นหลัก ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ จะสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในประเทศจีนเป็นหลัก ทั้งนี้ บริษัทฯ จะมีการวางแผนการผลิตร่วมกับผู้รับจ้างผลิตล่วงหน้าอย่างน้อย 6 เดือนก่อนกำหนดส่งสินค้า



3. ป้องัยความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยง เป็นกระบวนการสำคัญที่จะช่วยให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การที่บริษัทฯ สามารถทราบหรือระบุความเสี่ยงได้ล่วงหน้าก็จะเป็นการช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ การบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ ถือเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและทำหน้าที่ประเมิน ประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารความเสี่ยง ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสอดคล้องกับแนวทางที่กำหนด

กระบวนการบริหารความเสี่ยง

เพื่อนำกรอบการมองความเสี่ยงมาใช้ให้เห็นผลในทางปฏิบัติ บริษัทฯ มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงหลัก ๆ ดังนี้

1. การระบุความเสี่ยง

เพื่อช่วยให้พนักงานทุกคนในองค์กร สามารถระบุความเสี่ยงได้ และให้ครอบคลุมทุกความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจ โดยสรุปปัจจัยความเสี่ยงได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงตราสินค้า Converse เพียงตราสินค้าเดียว
2. ความเสี่ยงจากการเริ่มจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าใหม่
3. ความเสี่ยงจากการบริหารสินค้าคงคลัง
4. ความเสี่ยงจากการลงทุนขยายร้านค้าปลีกของบริษัทฯ และเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้า
5. ความเสี่ยงจากการขัดข้องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
6. ความเสี่ยงจากการใช้ระบบ ERP
7. ความเสี่ยงจากการต่ออายุสัญญาเช่าพื้นที่
8. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
9. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคตามกระแสนิยม
10. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจ
11. ความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงาน
12. ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 50

2. ประเมินความเสี่ยง

บริษัทฯ มีการประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และผลกระทบของความเสี่ยง ตลอดจนความสามารถในการจัดการความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารความเสี่ยงได้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

ความเสี่ยงสรุปได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงตราสินค้า Converse เพียงตราสินค้าเดียว

เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทฯ มาจากการจำหน่ายสินค้า Converse เพียงตราสินค้าเดียว หากบริษัทฯ ไม่ได้รับการต่อสัญญาจาก Converse หรือไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการรับประกัน ค่าธรรมเนียมสิทธิขึ้นค่าและยอดขายขั้นต่ำซึ่งระบุในสัญญาการให้สิทธิ (License Agreement) จนเป็นเหตุให้ถูกบอกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดอายุของสัญญา อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ตลอดระยะเวลา มากกว่า 17 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับการต่อสัญญาจาก Converse อย่างต่อเนื่อง โดยสามารถบริหารยอดขายให้เติบโตต่อเนื่องทุกปี และตอบสนองนโยบาย และข้อกำหนดตามที่ระบุในสัญญามาโดยตลอด ผู้บริหารจึงเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ จะได้รับการสนับสนุนและไว้วางใจจาก Converse ได้อย่างต่อเนื่องและมั่นคง นอกจากนี้ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าวข้างต้น บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการจัดหาตราสินค้าใหม่ ๆ เข้ามาจัดจำหน่าย อาทิเช่น ในปี 2559 บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาเพื่อรับสิทธิในการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า PONY แต่เพียงผู้เดียว ในประเทศไทย กัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ปี 2562 ได้ลงนามสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า “BARREL” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา และลงนามสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า “COLE HAAN” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ตลอดจน RAV ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้ลงนามสัญญาการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองเท้าและเครื่องหนังภายใต้ตราสินค้า “ECCO” แต่เพียงผู้เดียวในราชอาณาจักรกัมพูชา และในปี 2563 RAV ได้ลงนามสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า “HAWAIIANAS” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ สามารถขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้กว้างและหลากหลายมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

2. ความเสี่ยงจากการเริ่มจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าใหม่

จากการที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิจากคู่ค้าทางธุรกิจในการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าใหม่ ๆ เช่น PONY, BARREL COLE HAAN และ HAWAIIANAS ซึ่งแต่ละตราสินค้าต่างก็มีข้อกำหนดแตกต่างกันไป เช่น บาง

สัญญาการให้สิทธิ (License Agreement) ก็จะมีการกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับการรับประกันยอดขายขั้นต่ำหรือมีข้อกำหนดขั้นต่ำในการซื้อสินค้า หากบริษัทฯ ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขต่อเนื่องกัน ผู้ให้สิทธิมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ ดังนั้น บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการถูกบอกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดอายุของสัญญา หากบริษัทฯ ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนด ยิ่งไปกว่านั้น สินค้าภายใต้ตราดังกล่าว อาจมีความเสี่ยงจากการที่ยอดขายไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดหมายหรือประมาณการไว้ อาจไม่คุ้มกับเงินลงทุน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากตราสินค้าเหล่านี้ค่อนข้างใหม่สำหรับตลาดในประเทศไทย ทั้งบริษัทฯ และเจ้าของตราสินค้าจึงต้องร่วมกันสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก ยอดขายหรือยอดขายขั้นต่ำที่กำหนดในสัญญาการให้สิทธิจึงเป็นจำนวนที่สมเหตุสมผลและคำนึงถึงช่วงเวลา ที่บริษัทฯ จะต้องใช้เวลาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างแบรนด์ ซึ่งผู้บริหารของบริษัทฯ มั่นใจว่า จะสามารถบรรลุข้อกำหนดดังกล่าวได้ และถึงแม้สินค้านี้จะเป็นตราสินค้าใหม่ที่บริษัทฯ เพิ่งเริ่มจัดจำหน่าย แต่จากการที่ทีมผู้บริหารของกลุ่มบริษัทฯ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์และความชำนาญในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องแต่งกายอื่นๆ มาเป็นเวลานาน ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ในช่วงแรกบริษัทฯ จะจำหน่ายสินค้าใหม่ ๆ ผ่านทางแคตตาล็อกจำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าเป็นหลัก เนื่องจากใช้เงินลงทุนน้อย และช่วยลดความเสี่ยงจากการลงทุนได้

3. ความเสี่ยงจากการบริหารสินค้าคงคลัง

สินค้าของบริษัทฯ เป็นสินค้าสามารถเสื่อมสภาพได้ตามกาลเวลา และสินค้าบางส่วนเป็นสินค้าแฟชั่น ดังนั้น หากบริษัทฯ บริหารสินค้าคงคลังไม่เหมาะสม โดยมีปริมาณสินค้าคงคลังมากเกินไป ซึ่งสินค้าเหล่านั้นอาจจะล้าสมัยหรือเสื่อมสภาพ ทำให้ต้องตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าลดลง แต่ถ้าหากมีสินค้าคงคลังน้อยเกินไป ก็จะทำให้บริษัทฯ มีสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้บริษัทฯ เสียโอกาสในการขายสินค้า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในที่สุด ทั้งนี้ บริษัทฯ จึงได้จัดให้มีระบบ Inventory Online ที่เชื่อมโยงข้อมูลสินค้าคงคลังที่คลังสินค้าใหญ่และที่ร้านค้าปลีกหรือแคตตาล็อกจำหน่ายสินค้า ทำให้สามารถบริหารสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ความเสี่ยงจากการลงทุนขยายร้านค้าปลีกของบริษัทฯ และแคตตาล็อกจำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้า

บริษัทฯ มีแผนที่จะขยายช่องทางการค้าปลีกบนพื้นที่ที่มีศักยภาพอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงหากผลประกอบการของสาขาที่เปิดใหม่ไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้ อย่างไรก็ตาม จากการที่ร้านค้าปลีกของบริษัทฯ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าชั้นนำ ประกอบกับแบรนด์ Converse มีความแข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับอย่างต่อเนื่อง ร้านค้าปลีกของบริษัทฯ จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยดึงดูดให้ลูกค้า

เข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการสรรหาพื้นที่ที่มีศักยภาพจากห้างสรรพสินค้า หรือผู้พัฒนาศูนย์การค้ามาโดยตลอด ประกอบกับการเลือกทำเลที่ตั้งและการบริหารงานสาขาได้อย่างมีประสิทธิภาพของทีมผู้บริหารของบริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าการขยายสาขาใหม่ของบริษัทฯ จะเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า จะได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน ซึ่งมูลค่าการลงทุนในแต่ละสาขาก็ไม่สูงมากนัก

5. ความเสี่ยงจากการขัดข้องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทฯ ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการบริหารงาน โดยครอบคลุมตั้งแต่ระบบการจัดซื้อ ขายสินค้า บริหารคลังสินค้า บัญชีและการเงิน ตลอดจนการรายงานยอดขายประจำวันของสาขาต่างๆ ดังนั้น หากระบบสารสนเทศของบริษัทฯ เกิดขัดข้อง อาจส่งผลทำให้การทำงานต้องหยุดชะงักและส่งผลกระทบต่อ การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ใช้ระบบคลาวด์เซิร์ฟเวอร์จากผู้ให้บริการที่ได้รับการรับรองด้านการควบคุมความปลอดภัยทางสารสนเทศตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ซึ่งมีการรับประกันว่าระบบสารสนเทศของบริษัทฯ จะสามารถใช้งานได้ที่ระดับร้อยละ 99.90 จึงช่วยลดความเสี่ยงจากการที่ระบบสารสนเทศของบริษัทฯ จะเกิดปัญหาขัดข้องทั้งระบบ ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังไม่เคยประสบกับเหตุการณ์ระบบสารสนเทศขัดข้องเสียหายจนส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ

6. ความเสี่ยงจากการใช้ระบบ ERP

บริษัทฯ ได้ใช้ระบบบริหารจัดการทรัพยากรแบบบูรณาการ (ERP) จากผู้ให้บริการภายนอก ซึ่งหากผู้ให้บริการหยุดให้บริการระบบ ERP แก่บริษัทฯ ก็อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญได้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้ควบคุมดูแลบริหารจัดการ โปรแกรมและ ฐานข้อมูลต่างๆ เอง ดังนั้น แม้ผู้ให้บริการหยุดให้บริการระบบ ERP แก่บริษัทฯ ระบบ ERP ที่บริษัทฯ ใช้งานอยู่ก็จะยังคงสามารถใช้งานต่อไปได้ เพียงแต่จะไม่สามารถพัฒนาระบบต่าง ๆ เพิ่มเติมได้ ซึ่งในระหว่างนั้นบริษัทฯ ก็สามารถจัดหาและพัฒนาระบบอื่นมาใช้ทดแทนระบบ ERP ที่บริษัทฯ ใช้งานอยู่ในปัจจุบันได้

7. ความเสี่ยงจากการต่ออายุสัญญาเช่าพื้นที่

บริษัทฯ มีการจำหน่ายสินค้าในลักษณะการขายปลีกให้แก่ลูกค้าผ่านหน้าร้านค้าปลีกของบริษัทฯ (Mono Brand Store) โดยเป็นการเช่าพื้นที่จากผู้ประกอบการศูนย์การค้าหรือเจ้าของอาคารพาณิชย์ ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุสัญญาเช่าระหว่าง 1-3 ปี บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าพื้นที่ อย่างไรก็ตามตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า 17 ปี บริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาจากการไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าพื้นที่ เนื่องจากบริษัทฯ ปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาอย่างครบถ้วนมาโดยตลอด ทั้งยังมี

ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้พัฒนาศูนย์การค้าต่างๆ และแบรนด์ Converse ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ร้านค้าปลีกของบริษัทฯ จึงมีส่วนช่วยดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้รับโอกาสในการหาพื้นที่ที่มีศักยภาพจากผู้พัฒนาศูนย์การค้าที่มีแผนการขยายสาขาหรือพื้นที่เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง

8. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

เนื่องจากบริษัทฯ มีการจัดหาสินค้าสำเร็จรูปจากต่างประเทศ ตลอดจนยังมีการจ่ายชำระค่าสิทธิ (Royalty Fee) และค่าธรรมเนียมการจัดหาสินค้าเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ในขณะที่รายได้จากการขายสินค้าทั้งหมดเป็นสกุลเงินบาท ดังนั้น ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน กรณีที่เงินสกุลดอลลาร์แข็งค่าขึ้น อาจส่งผลให้ต้นทุนสินค้าของบริษัทฯ ปรับสูงขึ้นและส่งผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ อย่างไรก็ตามกลุ่มบริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีนโยบายในการกำหนดราคาสินค้าโดยคำนึงถึงความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ประกอบกับในการจ่ายชำระค่าสินค้าสำเร็จรูปที่สั่งซื้อจากต่างประเทศนั้น ส่วนใหญ่เป็นการจ่ายชำระค่าสินค้านำก่อนการรับสินค้า ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ สามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุนของสินค้าได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ จะมีการติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่างใกล้ชิดและจะพิจารณาป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ตามสถานการณ์และความจำเป็น

9. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคตามกระแสนิยม

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของกระแสนิยมด้านแฟชั่นทั้งในและต่างประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งหากบริษัทฯ ไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวน้อย เนื่องจากสินค้าหลักที่บริษัทฯ จำหน่ายเป็นหลัก เป็นสินค้ากลุ่ม Basic ซึ่งเป็นรุ่นที่เน้นความคลาสสิกของรูปทรงและสีพื้นฐาน มีวางจำหน่ายตลอดปี และส่วนที่เหลือเป็นสินค้ากลุ่มแฟชั่นซึ่งจะมีการออกแบบให้มีความทันสมัยและมีดีไซน์เปลี่ยนไปตามกระแสความนิยมในแต่ละ 시즌 ซึ่งจะมีทีมงานฝ่ายผลิตภัณฑ์ติดตามแนวโน้มแฟชั่นอยู่ตลอดเวลา ทำให้สามารถคาดการณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง สามารถออกแบบและจัดหาสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการจัดหาตราสินค้าใหม่ ๆ เข้ามาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าลดลงอย่างสม่าเสมอ สำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุไม่เกิน 1 ปี บริษัทฯ จะเปรียบเทียบราคาทุนกับมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับ โดยผลต่างที่เกิดขึ้นจากราคาทุนที่สูงกว่ามูลค่าสุทธิที่

คาดว่าจะได้รับจะถูกนำมาตั้งค่าเพื่อมูลค่าสินค้าลดลง และสำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุเกินกว่า 1 ปีขึ้นไป บริษัทฯ จะพิจารณาตั้งค่าเพื่อมูลค่าสินค้าลดลงเพิ่มขึ้นตามอายุของสินค้า

10. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจ

บริษัทฯ ทำธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องแต่งกายที่มีการแข่งขันสูง มีผู้ประกอบการจำนวนมากทั้งที่เป็นตราสินค้าจากในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้ประกอบการแต่ละรายต่างมุ่งเน้นในการสร้างความแตกต่างของสินค้าและมีการออกสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการใช้เทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ ที่ทันสมัยเพื่อพัฒนาสินค้าให้มีน้ำหนักเบา สวมใส่สบาย ยิ่งไปกว่านั้นมีการใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาสนใจและต้องการซื้อสินค้าของตน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากแบรนด์สินค้า Converse ถือเป็นแบรนด์ที่มีความแข็งแกร่งและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั่วโลก สินค้ามีความหลากหลายตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน ทั้งรองเท้าที่เน้นรูปทรงและดีไซน์ที่มีความคลาสสิก มีความเป็นเอกลักษณ์จึงทำให้ Converse เป็นที่นิยมของกลุ่มผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีรองเท้ากลุ่มแฟชั่นที่มีการออกแบบให้มีความทันสมัยและมีดีไซน์ที่เปลี่ยนไปตามกระแสความนิยม ตลอดจนได้มีการจัดหาตราสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ประกอบกับประสบการณ์การดำเนินธุรกิจของทีมผู้บริหารของบริษัทฯ ในอุตสาหกรรมมานานกว่า 20 ปี ทำให้มีความเข้าใจในธุรกิจเป็นอย่างดี ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการประเมิน ติดตาม และวิเคราะห์ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ภาวะตลาด และการแข่งขัน รวมไปถึงความต้องการของลูกค้าอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์หรือแผนการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม และสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและคู่แข่งได้อย่างรวดเร็วและทันการณ์ ดังนั้น บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าจะได้รับผลกระทบจากการแข่งขันดังกล่าวไม่มากนัก

11. ความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงาน

จากการที่บริษัทฯ มีพนักงานขายประจำอยู่ที่ร้านค้าปลีกของบริษัทฯ หรือเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้า เพื่อให้บริการ รวมถึงจัดการบริหารงานในร้านค้า ดังนั้น บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานขายซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการและระเบียบการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว เช่น กำหนดให้หัวหน้าเขตการขายตรวจสอบและอนุมัติความเหมาะสมของการเบิกสินค้าเข้าร้าน และตรวจเยี่ยมร้านค้าและเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าเป็นประจำ เพื่อตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงาน PC อีกทั้งยังกำหนดให้มีตรวจนับสินค้าคงคลังในร้านค้าปลีกและเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าทุกแห่งเป็นประจำทุกเดือน ประกอบกับกำหนดให้แต่ละสาขาโอนเงินที่ได้รับจากการขายสินค้าเข้าบัญชีของบริษัทฯ เป็นประจำทุกวันและให้เจ้าหน้าที่บัญชีสุ่มนี้ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร หากตรวจพบความผิดปกติจะรายงานให้หัวหน้าเขตที่รับผิดชอบทราบทำการตรวจสอบข้อเท็จจริง และพิจารณาลงโทษหากพบการทุจริต นอกจากนี้ มีการจัดเก็บเงินค่าประกันการทำงานและให้

พนักงาน PC ทำกรรมกรรมประกันภัยการค้าจูงลูกจ้าง เพื่อคุ้มครองค่าเสียหายที่เกิดกรณีที่ลูกจ้างมีการกระทำอันฉ้อโกง ขักยอก หรือลักทรัพย์ รวมทั้งให้พนักงาน PC ประจำสาขาทุกคนต้องร่วมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายค่าเสียหายที่เกิดขึ้นหากเกิดการสูญหายของสินค้าในร้านค้าหรือเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้า บริษัทฯ เชื่อมั่นว่ามาตรการและระเบียบปฏิบัติดังกล่าวสามารถลดความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

12. ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 50

บริษัทฯ มีกลุ่มผู้ถือหุ้นคือ กลุ่มวงศ์ไพฑูรย์ยะ ถือหุ้น ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2563 คิดเป็นร้อยละ 67.62 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ทำให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยของบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ พิจารณา และกลั่นกรองเพื่อมิให้เกิดรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต และเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงานของบริษัทฯ ยิ่งไปกว่านั้นแล้ว โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วย กรรมการอิสระจำนวน 4 ท่าน (รวมถึงประธานกรรมการ) จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 7 ท่าน และกรรมการที่เป็นผู้บริหารจำนวน 3 ท่าน โครงสร้างกรรมการดังกล่าวจะทำให้เกิดการถ่วงดุลในการออกเสียงเพื่อพิจารณาในเรื่องต่างๆ และช่วยให้การกำกับดูแลการบริหารงานเป็นไปอย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพ

4. ทรัพย์สินบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจสูงสุด

รายละเอียดของทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังต่อไปนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2563	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)
ที่ดิน - สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ โฉนดเลขที่ 241990 เขตคลองเตย กรุงเทพฯ รวมพื้นที่ 60 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	-	12.01
ที่ดิน - คลังสินค้า โฉนดเลขที่ 43413 เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ รวมพื้นที่ 2 ไร่ 3 งาน 33 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	-	47.98
อาคารสำนักงานและคลังสินค้า	เป็นเจ้าของ	-	17.01
อุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	-	62.12
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	-	1.60
	เช่าซื้อ	สัญญาเช่าทางการเงิน	12.39
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง			5.02
รวม			158.13

หมายเหตุ: บริษัทฯ เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในที่ดินของสำนักงานใหญ่และคลังสินค้า



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ข้อพิพาททางกฎหมาย -ไม่มี-

6. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	บริษัท ริช สปอร์ต จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	ตัวแทนผลิต นำเข้า และจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าจากต่างประเทศ แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ราชอาณาจักรกัมพูชาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทะเบียนเลขที่ที่ตั้งสำนักงาน	1017650000257 116/20 ถนน ฌ ระนอง แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2249-8709 โทรสาร 0-2249-8711 Home Page: www.richsport.co.th
ทุนจดทะเบียน	หุ้นสามัญ 770,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
ทุนจดทะเบียน (ชำระแล้ว)	770,000,000 บาท
นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 0-2009-9999, 0-2009-9378 โทรสาร 0-2009-9476
ผู้สอบบัญชี	บริษัท สำนักงานอู๋วาย จำกัด 193/136-137 ชั้น 33 อาคารเลคซันดาออฟฟิศคอมเพล็กซ์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 02-264-0909
บริษัทย่อย	RICH AVENUE COMPANY LIMITED No. 03, Street 80, Sangkat Sra Chok, Khan Daun Penh, Phnom Penh, Cambodia.

*ผู้ลงทุนสามารถสืบค้นข้อมูลของบริษัทที่ออกหลักทรัพย์เพิ่มเติมได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทที่แสดงไว้ใน www.sec.or.th หรือเว็บไซต์ของบริษัท www.richsport.co.th."

