

## ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นโดยการร่วมทุนระหว่าง บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด และ Wacoal Corporation ประเทศญี่ปุ่น เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2513 โดยบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตสินค้าชุดชั้นในสตรีระบบอุตสาหกรรมเป็นแห่งแรกของประเทศไทย และในปี 2526 บริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ต่อมาในปี 2537 บริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด

ในปัจจุบันบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งประกอบด้วย ชุดชั้นในสตรี ชุดชั้นนอกสตรี และชุดเด็ก โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก คือ ชุดชั้นในสตรี

การจัดจำหน่ายภายในประเทศมี บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ของบริษัทฯ สำหรับตลาดต่างประเทศได้จำหน่ายไปยังบริษัทในกลุ่มของ Wacoal Corporation ซึ่งส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และอาเซียน เป็นหลัก

#### 1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมขององค์กร

บริษัทฯ ได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมไว้ดังนี้

##### **วิสัยทัศน์ (Vision)**

มุ่งมั่นสู่ความเป็นผู้เชี่ยวชาญการค้าธุรกิจชุดชั้นในสตรีครบวงจรระดับชั้นนำของโลก

##### **พันธกิจ (Mission)**

ไทยวาโก้จะมุ่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งความเชื่อมั่น และความไว้วางใจซึ่งกันและกันของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

เราจะนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ด้วยความใส่ใจอย่างพิถีพิถันถึงคุณภาพ การเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย ความรวดเร็ว ทรัพยากรบุคคลที่เป็นมืออาชีพ ตลอดจนความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

## ค่านิยม (Value)

<b>W</b> ork in Team and Be Professional	ทำงานเป็นทีม กล้าตัดสินใจ ใช้ความรู้อย่างมืออาชีพ
<b>A</b> chievement and Positive Attitude	มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ คิดบวก มั่นใจ เราทำได้
<b>C</b> reative and Initiative	สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่เพื่อลูกค้า
<b>O</b> pen to Experience	เปิดกว้างเรียนรู้สิ่งใหม่ ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง
<b>A</b> ctive and Dynamic to Change	คล่องแคล่ว กระตือรือร้น ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว
<b>L</b> ove and Mutual Trust	ทำงานและดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของความรักและความเชื่อมั่นต่อกัน

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาคำสำคัญ


ไทยวาโก้ครบรอบก่อตั้ง 44 ปี ในวันที่ 1 ตุลาคม 2557 ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการศึกษา วิจัยพัฒนาด้านสรีระวิทยา วัสดุคัพ การออกแบบ ตัดเย็บมาอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ สวมใส่สบาย เหมาะสมกับโครงสร้างสรีระเพื่อสร้างความงาม และความมั่นใจให้กับผู้หญิงทุกช่วงวัย

### ❖ ทศวรรษที่ 1 วางรากฐานธุรกิจ (พ.ศ. 2513 - พ.ศ. 2522)

- ปี 2513 • เริ่มการผลิตชุดชั้นในสตรี
- ปี 2514 • ขยายการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสตั๊ดหน้าท้อง กางเกงใน บอดี้สูท เพ็ททีไลท์ ชุดนอน
- ปี 2515 • เริ่มส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดเด็ก และชุดชั้นนอกสตรีตามลำดับ
- ปี 2516 • เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 4 ล้านบาทเป็น 8 ล้านบาท
- ปี 2517 • เริ่มการผลิตผลิตภัณฑ์ชุดเด็กจำหน่ายในประเทศ
- ปี 2522 • เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 20 ล้านบาท

ทศวรรษที่ 1 เป็นช่วงบุกเบิกตลาดชุดชั้นในสตรีที่ใช้กลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมทั้งด้านสินค้าและบริการที่แปลกใหม่ เช่น การจัดให้มีพนักงานขายคอยแนะนำการสวมใส่ชุดชั้นในสตรีที่ถูกต้องตามสรีระให้แก่ลูกค้าอย่างใกล้ชิดและเป็นผู้ริเริ่มใช้คำเรียกเฉพาะพนักงานขายชุดชั้นในว่า “Proportion Consultant” หรือ “PC” จนกลายมาเป็นคำที่ใช้แพร่หลายในวงการชุดชั้นในมาจนถึงปัจจุบัน การจัดให้มี “ห้องลอง” (Fitting Room) ตามร้านค้า การนำระบบ Cup, Size เข้ามาใช้เป็นครั้งแรก การกำหนดราคาชุดชั้นในแบบ Fixed Price และการส่งเสริมการตลาดด้วยการนำภาพยนตร์โฆษณาออกอากาศเป็นแบรนด์แรกของประเทศไทย ส่งผลให้สินค้าเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและทัศนคติของสตรีไทยที่มีต่อชุดชั้นในได้อย่างสิ้นเชิง

## ❖ ทศวรรษที่ 2 เติบโตอย่างก้าวกระโดด (พ.ศ. 2523 - พ.ศ. 2532)

- ปี 2523 • เปลี่ยนสัญลักษณ์ของบริษัทฯ จาก Wacoal มาเป็นรูป  เนื่องในโอกาสครบรอบ 10 ปี แห่งการก่อตั้ง เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2523 โดยมีลักษณะคล้ายดอกไม้บาน อันสื่อถึงความเจริญก้าวหน้าของบริษัทฯ และกำหนดสีประจำบริษัทฯ คือ สีไวน์แดง และสีชมพู
- นำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในระบบการผลิตเป็นครั้งแรก
- ร่วมลงทุนกับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบหลายแห่ง โดยทำการศึกษา พัฒนาวัตถุดิบแปลกใหม่ที่มีคุณภาพทัดเทียมกับต่างประเทศ จนสามารถทดแทนการนำเข้าได้มากกว่า 90%
- ปี 2527 • ก่อตั้ง บริษัท เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนต์ จำกัด ณ สวนอุตสาหกรรมศรีนครินทร์ราชา จ. ชลบุรี
- จัดทำ “โครงการ Wacoal Computer Service” บริการวัดสัดส่วนแก่ลูกค้า ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย เพื่อให้ทราบขนาดรูปร่าง Cup, Size และเลือกชุดชั้นในให้เหมาะสมกับสตรี
- ปี 2528 • จัดตั้ง Wacoal Body Clinic ขึ้นเป็นครั้งแรกที่ห้างสรรพสินค้าไซโก สีแยกราชประสงค์ เพื่อบริการตัดชุดชั้นในพิเศษเฉพาะบุคคลและผู้ที่มีโครงสร้างสรีระพิเศษ
- ปี 2529 • เปลี่ยนแปลงระบบมินิคอมพิวเตอร์มาสู่ระบบเมนเฟรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบงานด้านต่างๆ
- ปี 2530 • เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 40 ล้านบาท และก่อตั้ง บริษัท วิน จำกัด เพื่อจัดจำหน่ายชุดชั้นใน WIENNA ในระบบขายตรง ซึ่งปัจจุบันพัฒนาจนเป็นผู้นำระบบขายตรงที่มีสมาชิกมากที่สุด และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท วิน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในปี 2554

ทศวรรษที่ 2 เป็นยุคของการเร่งพัฒนาระบบบริหารจัดการ การขยายกิจการ รวมทั้งการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ เพื่อสร้างความมั่นคง และเพิ่มศักยภาพองค์กรท่ามกลางภาวะการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น

## ❖ ทศวรรษที่ 3 บททดสอบความแข็งแกร่งขององค์กร (พ.ศ. 2533 - พ.ศ. 2542)

- ปี 2533 • นำเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความเที่ยงตรงสูงมาใช้ในการวิเคราะห์โครงสร้างสรีระ ได้แก่ เครื่อง Silhouette Analyzer เครื่อง Moire และ เครื่อง Sketched Outlines
- ปี 2534 • จัดตั้ง “ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์” (Research & Development Center) เพื่อวิจัย ทดสอบ และวิเคราะห์คุณภาพของวัสดุสิ่งทอตามมาตรฐาน JIS (Japanese International Standard) พร้อมทั้งค้นคว้าวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบใหม่
- ปี 2535 • เพิ่มบริการตัดเย็บเสื้อผ้าทางการแพทย์เฉพาะบุคคล (Clinical Wear Service) เพื่อช่วยให้แผลแห้งเร็วพร้อมทั้งรักษาและบรรเทาแผลเป็นอันเกิดจากไฟไหม้ น้ำร้อนลวก
- ปี 2536 • ก่อตั้งบริษัทย่อยอีก 3 แห่ง คือ บริษัท วาโก้ลำพูน จำกัด บริษัท วาโก้บิรินทร์บุรี จำกัด และบริษัท ภักย์กบิรินทร์บุรี จำกัด ตามลำดับ

- ปี 2537 • แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน มีการเพิ่มทุนอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 120 ล้านบาท
- ปี 2540 • ริเริ่มโครงการ Thailand Best ส่งเสริมให้ลูกค้าต่างประเทศรู้จักผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มากขึ้น ด้วยการจัดงาน “Sahagroup Export & Trade” ซึ่งยังคงจัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีมาจนถึงปัจจุบัน
- ปี 2541 • จัดตั้ง Call Center ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์
- ปี 2542 • บริษัทฯ ออกหุ้นกู้ 500 ล้านบาท เพื่อลดการพึ่งพาเงินกู้ยืมจากธนาคาร

ทศวรรษที่ 3 เป็นบททดสอบความแข็งแกร่งขององค์กร ด้วยนโยบายการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้สามารถผ่านวิกฤตเศรษฐกิจมาได้อย่างมั่นคง อีกทั้งเป็นยุคที่เข้าถึงความต้องการของลูกค้า และนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาสินค้า ตลอดจนขยายกำลังการผลิตออกไปในต่างจังหวัด เพื่อตอบสนองนโยบายการกระจายอุตสาหกรรมไปสู่ภูมิภาค

#### ❖ ทศวรรษที่ 4 ล้ำหน้าด้วยนวัตกรรม (พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2552)

- ปี 2543 • ริเริ่มโครงการ “วาโก้ โบว์ชมพู สู้มะเร็งเต้านม” รณรงค์ให้ผู้หญิงไทยตระหนักถึงการดูแลและป้องกันตนเองจากมะเร็งเต้านม
- ปี 2548 • นำระบบการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า Quality Function Deployment และ Kansei Engineering มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์
- ปี 2549 • พัฒนานวัตกรรมบริการรูปแบบใหม่ “Balancing Bra Service” บริการตัดชุดชั้นในสำหรับสตรีที่สูญเสียเต้านม และได้มอบ Balancing Bra ให้แก่สตรีที่สูญเสียเต้านมแต่ขาดทุนทรัพย์อย่างสม่ำเสมอ
- ปี 2551 • ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของสินค้าเป็นระดับพรีเมียม ฉีกเส้นกั้นระหว่างชุดชั้นในกับชุดชั้นนอกด้วยการพัฒนาสินค้า “Diamond Intimacy” ซึ่งนำคริสตัล Swarovski มาประดับบนชุดชั้นในเป็นครั้งแรก

ทศวรรษที่ 4 เป็นยุคแห่งการแข่งขัน ทำการตลาดเชิงรุก ปรับภาพลักษณ์ของสินค้า สร้างความแตกต่างด้วยนวัตกรรมที่สอดคล้องกับกระแสของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม วางรากฐานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่แข็งแกร่ง เพื่อให้เกิดการบริหารกระบวนการภายในที่รวดเร็ว ช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจภายใต้ข้อจำกัด บริหารจัดการ Supply Chain อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ❖ ทศวรรษที่ 5 การแข่งขันท่ามกลางการค้าเสรี (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)

- ปี 2553 • เนื่องในโอกาสครบรอบ 40 ปีของการก่อตั้ง บริษัทฯ ได้จัดแสดงแฟชั่นโชว์ผลงาน Princess Collection ในพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าสิริวัณณวรีนารีรัตน์ เพื่อนำรายได้สมทบทุนการสร้างศูนย์มะเร็งเต้านม

- เริ่มผลิตและจำหน่าย Wacoal Gold ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในที่เน้นการใช้วัตถุดิบพิเศษ เนียน นุ่มสบาย ชุ่มชื้นผิวสัมผัส ไม่ระคายเคือง
- ปี 2554 • ก่อตั้ง บริษัท โทรา 1010 จำกัด เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ
- ปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรตามแนวคิด Lean Organization
- พัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ โดยเปิดร้าน “His & Her Shop” และใช้ Social Network เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น
- ปี 2555 • ร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจ จัดโครงการ “School of Deep Textile” เพื่อพัฒนาผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอเชิงลึก
- สร้างแบรนด์ B'me และพัฒนาช่องทางการตลาดที่มีความหลากหลายให้เหมาะกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่
- ปี 2556 • ร่วมลงทุนจัดตั้ง Pattaya Myanmar Co., Ltd. เพื่อขยายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV
- พัฒนาระบบการบริหารจัดการคลังสินค้า และโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- ปี 2557 • นำแนวคิดการตลาดแบบ Omni Channel เชื่อมโยงช่องทางการตลาดต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้อย่างหลากหลาย ได้แก่ Shop Interactive, Shopping Online, TV Home Shopping, Call Center และ Social Media เป็นต้น
- ปรับ Brand Concept ภายใต้แนวคิด “Beauty Inside”
- ร่วมกับวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินโครงการสำรวจสัดส่วนและวิจัยสรีระสตรีไทยทั่วประเทศ และจัดตั้งห้องปฏิบัติการวิเคราะห์รูปร่างและผลิตภัณฑ์
- จัดตั้ง Wacoal Body Clinic Shop เพื่อให้บริการและให้คำปรึกษากับลูกค้าที่ปัญหาทางสรีระ โดยมีนวัตกรรมเป็นผลิตภัณฑ์พิเศษต่างๆ เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

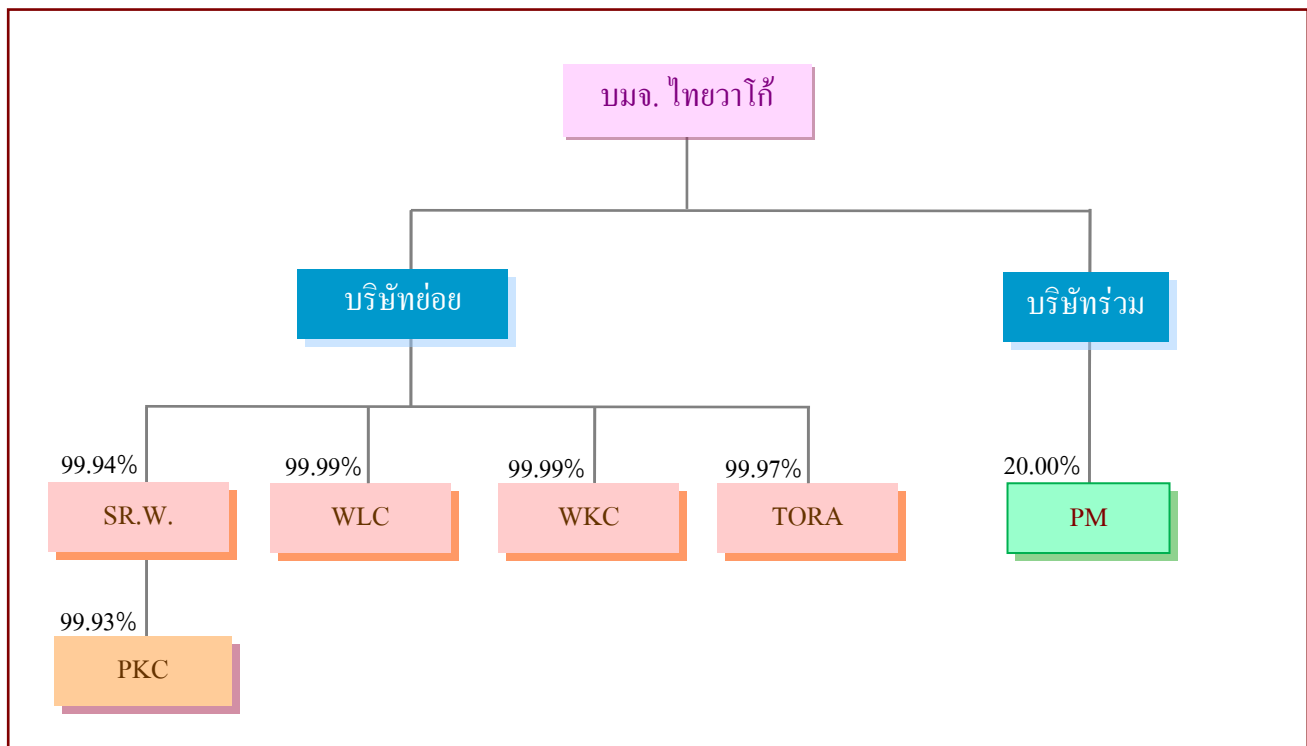
#### 1.3.1 นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

**บริษัทฯ** ทำหน้าที่วิจัย ออกแบบ พัฒนา จัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ วางแผนการผลิต โดยประสานงานกับผู้จัดจำหน่ายและลูกค้า วางแผนการผลิต สั่งการผลิต ไปตามบริษัทย่อยตามความถนัดและความชำนาญของแต่ละโรงงานให้ทำการผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาดรวม ตลอดจนควบคุมการบริหารงานทางด้านบัญชีการเงิน บุคลากร และการขายสินค้าของบริษัทย่อย นอกเหนือไปจากการผลิตและจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

**บริษัทย่อย** ทำหน้าที่เป็นหน่วยผลิตสินค้าและขายสินค้าส่วนใหญ่ที่ผลิตได้ให้แก่บริษัทฯ กรณีการส่งออก บริษัทย่อยสามารถผลิตเพื่อส่งออกได้โดยตรง โดยที่บริษัทย่อยไม่ต้องพึ่งพาความช่วยเหลือทางการเงินจากบริษัทฯ

**บริษัทร่วม** เป็นบริษัทที่ร่วมลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ กับพันธมิตรทางธุรกิจ โดยอาศัยความรู้ ความชำนาญของพันธมิตรทางธุรกิจแต่ละฝ่าย อันเป็นการส่งเสริมประโยชน์ซึ่งกันและกัน

### 1.3.2 โครงสร้างการถือหุ้นและการแบ่งการดำเนินงานในกลุ่มบริษัท



หมายเหตุ : สัดส่วนของสิทธิออกเสียงในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้น

SR.W. = บจก. เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนต์

PKC = บจก. ภักยาภินทร์บุรี

WLC = บจก. วาโก้ลำพูน

WKC = บจก. วาโก้ภินทร์บุรี

TORA = บจก. โทรา 1010

PM = Pattaya Myanmar Co., Ltd.

## การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

บริษัทฯ มีโครงสร้างการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน แต่การถือหุ้นไขว้ดังกล่าวไม่มีลักษณะเป็นการถือหุ้นไขว้ระหว่างกันที่ขัดหรือแย้งกับหลักเกณฑ์ ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ.28/2551 เรื่อง “การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่” ข้อ 14

ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	บริษัทฯ ถือหุ้นบริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือหุ้นบริษัทฯ
<b>1. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 50%</b>		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่น	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่น เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ		
1. บริษัท วาโก้ลำพูน จำกัด	99.99	-
2. บริษัท วาโก้บิรินทร์บุรี จำกัด	99.99	-
3. บริษัท โทรา 1010 จำกัด	99.97	-
4. บริษัท เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนต์ จำกัด (SR.W.)	99.94	-
5. บริษัท ภัทยาภิรินทร์บุรี จำกัด (ถือหุ้นโดย SR.W. = 99.99%)	99.93	-
(ค) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นเกินกว่า 50% ในบริษัทอื่น ตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไป บริษัทอื่นเหล่านั้นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน	-	-
<b>2. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50 %</b>		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ เกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 10%		
1. Wacoal Corporation	-	33.61
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ เกินกว่า 10%	-	-
<b>3. กรณีการถือหุ้นไม่เกินกว่า 25% *</b>		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ ไม่เกินกว่า 25% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 25%	-	-

ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	บริษัทฯ ถือ หุ้นบริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือ หุ้นบริษัทฯ
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นไม่เกินกว่า 25% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ เกินกว่า 25%		
1. บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	0.68	21.26
2. บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)	3.82	4.93
3. บริษัท ธนุลักษณะ จำกัด (มหาชน)	0.83	1.39
4. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	0.01	3.90
5. บริษัท วิน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	17.90	0.83
6. บริษัท เอรಾವันสิ่งทอ จำกัด	16.23	1.15
7. บริษัท ภัทยาอุตสาหกรรม จำกัด	14.67	0.21

หมายเหตุ: \* แสดงรายการเฉพาะบริษัทที่มีการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน

#### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทฯ ประกอบการผลิตสินค้าชุดชั้นในสตรีภายใต้เครื่องหมายการค้า “Wacoal” ซึ่งได้รับอนุญาตจาก Wacoal Corporation ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ โดยการจัดจำหน่ายสินค้าชุดชั้นในสตรีไปยังต่างประเทศ บริษัทฯ ต้องดำเนินการผ่านบริษัทในกลุ่ม Wacoal Corporation เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และอาเซียน เป็นหลัก

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการทำธุรกรรมร่วมกับบริษัทในกลุ่มของ บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ อีกรายหนึ่ง โดยการทำธุรกรรมดังกล่าวเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจ และเป็นการบูรณาการโครงข่ายอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปอย่างครบวงจร ตั้งแต่การซื้อวัตถุดิบและให้จัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

ในปี 2557 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 68 และ ร้อยละ 32 ตามลำดับ

### โครงสร้างรายได้จำแนกตามผลิตภัณฑ์

หน่วย : ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์ / บริการ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น ของบริษัทฯ	2557		2556		2555	
			รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
รายได้ในประเทศ ชุดชั้นในสตรี	บมจ. ไทยวาโก้	-	2,083.27	57.85	2,162.55	59.58	2,366.65	57.80
	บจก. เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนต์	99.94	58.14	1.61	52.83	1.46	48.95	1.20
	บจก. วาโก้ลำพูน	99.99	0.20	0.01	0.40	0.01	-	-
	บจก. วาโก้บิรินทร์บุรี	99.99	0.06	0.00	0.34	0.01	2.49	0.06
	บจก. ภัทยาภิรินทร์บุรี	99.93	7.37	0.20	10.08	0.28	11.71	0.29
	บจก. โทรา 1010	99.97	0.10	0.00	0.16	0.00	0.30	0.01
	รวม		2,444.28	67.87	2,540.66	70.00	2,823.69	68.96
ชุดชั้นนอกสตรี ชุดเด็ก	บมจ. ไทยวาโก้	-	70.84	1.97	85.44	2.35	106.24	2.59
	บมจ. ไทยวาโก้	-	224.30	6.23	228.86	6.31	287.24	7.01
	บจก. เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนต์	99.94	-	-	-	-	0.11	0.00
รวม			1,157.05	32.13	1,088.85	30.00	1,271.00	31.04
รายได้ต่างประเทศ ชุดชั้นในสตรี	บมจ. ไทยวาโก้	-	1,123.83	31.21	1,033.11	28.46	1,203.34	29.39
	บจก. โทรา 1010	99.97	25.38	0.70	47.77	1.32	59.40	1.45
ชุดเด็ก	บมจ. ไทยวาโก้	-	7.84	0.22	7.97	0.22	8.26	0.20
	รวม		1,157.05	32.13	1,088.85	30.00	1,271.00	31.04
รายได้รวม								
ชุดชั้นในสตรี			3,298.35	91.59	3,307.24	91.12	3,692.84	90.19
ชุดชั้นนอกสตรี			70.84	1.97	85.44	2.35	106.24	2.59
ชุดเด็ก			232.14	6.44	236.83	6.53	295.61	7.22
รวมรายได้จากการขายและบริการ			3,601.33	100.00	3,629.51	100.00	4,094.69	100.00

### 2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

### 2.1.1 ชุดชั้นในสตรี

ชุดชั้นในสตรีเป็นผลิตภัณฑ์หลักซึ่งบริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายมากที่สุด มีมูลค่าการจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 92 ของมูลค่าการจำหน่ายทั้งหมด โดยบริษัทฯ ผลิตสินค้าชุดชั้นในสตรีให้ตัวแทนจำหน่าย ภายใต้เครื่องหมายการค้า ดังนี้

**1. Wacoal** จัดจำหน่ายในร้านค้า ห้างสรรพสินค้า Modern Trade, Catalog, E-Commerce และทาง TV Shopping ซึ่งประกอบด้วยสินค้าชุดชั้นในสตรีสำหรับทุกวัย ดังนี้

- กลุ่ม First Bra อายุ 8 - 12 ปี ชุดชั้นในเพื่อพื้นฐานสตรีระเด็กที่ถูกต้อง
- กลุ่ม Campus อายุ 13 - 15 ปี สำหรับเด็กหญิงวัยเริ่มสาวที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงทางสตรีระ
- กลุ่ม Young อายุ 16 - 22 ปี สำหรับวัยรุ่น วัยที่ชอบสิ่งแปลกใหม่ แฟชั่น มีความหลากหลายและมีความเป็นตัวของตัวเอง
- กลุ่ม Mood สำหรับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น มีรูปแบบและสีสันที่สดใส มีความหลากหลายของรูปแบบเพื่อตอบสนองวัยรุ่นซึ่งมีหลายบุคลิก หลายอารมณ์
- กลุ่ม Braberry สำหรับกลุ่มวัยเพิ่งเริ่มทำงาน เป็นผู้หญิงยุคใหม่ซึ่งชอบความหรูหรา ทันสมัย แต่แฝงไว้ด้วยความเท่ หวาน และกลิ่นอายของความเซ็กซี่ ทำให้เป็นผู้หญิงที่มีเสน่ห์ น่าค้นหายิ่งขึ้น
- กลุ่ม Missy อายุ 23 ปี ขึ้นไป สำหรับสาววัยทำงานที่มีความคล่องตัว ชอบการแต่งกายแบบทันสมัย รักความก้าวหน้า
- กลุ่ม Glam อายุ 23 ปี ขึ้นไป สำหรับผู้หญิงยุคใหม่ที่ชอบความสง่าหรูหรา พิถีพิถัน และมีรสนิยมที่โดดเด่นอย่างมีสไตล์
- กลุ่ม Beauty Cup อายุ 23 ปี ขึ้นไป สำหรับสาวที่มี Cup B ขึ้นไป
- กลุ่ม Shapewear (Body Suit, Girdle, Hips, Pants) อายุ 18 ปี ขึ้นไป สำหรับวัยสาว และวัยทำงานที่ต้องการความกระชับ รูปร่างที่สวยงามได้สัดส่วน
- กลุ่ม Maternity ชุดชั้นในที่เหมาะสมกับสตรีระที่เปลี่ยนแปลงไป สำหรับคุณแม่ที่ตั้งครรภ์และหลังคลอด
- กลุ่ม Grace Form สำหรับผู้หญิงที่มีรอบลำตัวใหญ่

- กลุ่ม Sports	สำหรับผู้หญิงที่รักการออกกำลังกายและเล่นกีฬาที่ต้องการความทะมัดทะแมง คล่องแคล่วว่องไว
- กลุ่ม Swimwear	สำหรับสาวที่ต้องการความสวยงามมั่นใจในการที่จะโชว์สัดส่วนรูปร่างในการว่ายน้ำ
- กลุ่ม Gold	สำหรับผู้รักสุขภาพและผู้สูงวัยอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยเน้นนวัตกรรมการดูแลสรีระและการสวมใส่ที่สบาย
- กลุ่ม Beauty night	สำหรับดูแลเต้านมแม้ในยามนอนและยามพักผ่อน
- Wacoal Body Clinic	เป็นบริการตัดพิเศษสำหรับผู้ที่ต้องการปรับแต่งสรีระและผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่ใช้ในทางการแพทย์
• Exclusive Foundation	บริการรับสั่งตัดชุดชั้นในเฉพาะบุคคล สำหรับผู้ที่มีโครงสร้างสรีระพิเศษ อาทิ ยกทรง สเตย์ บอดีสูท กางเกง เสริมสะโพก ฯลฯ
• Clinical Wear	บริการตัดเย็บเสื้อผ้าทางการแพทย์เฉพาะบุคคล หลังการรักษาบาดแผลที่ถูกไฟไหม้ น้ำร้อนลวก เพื่อลดการยับรอยแผลเป็นนูน (Keloid) ให้เนียนเรียบ
• Surgical Wear	เสื้อผ้าทางการแพทย์ใช้แทนผ้าพันแผล สวมใส่หลังทำศัลยกรรม อาทิ คีโงหน้า เพิ่มหรือลดขนาดทรวงอก ดูดไขมันหน้าท้อง สะโพก ฯลฯ
• Healthy Care	ชุดชั้นในสำหรับสวมใส่เพื่อดูแลสุขภาพ และเสริมสร้างบุคลิกภาพ อาทิ เลือกระชับทรง แผ่นกระชับเอว ฯลฯ
• Balancing Bra	ชุดชั้นใน (ยกทรงและเด้านมเทียม) สำหรับผู้สูญเสียเต้านมเพื่อช่วยเติมเต็มให้ผู้ผ่าตัดมะเร็งเต้านมสามารถใช้ชีวิตได้อย่างมั่นใจ
• Magic Body	ชุดชั้นในที่ออกแบบเฉพาะสำหรับผู้ต้องการเสกสรรปั้นแต่งเรือนร่างให้เป็นผู้หญิง ทั้งที่แปลงเพศแล้วและยังไม่ได้แปลงเพศ
• Individual Design	บริการรับสั่งตัดชุดชั้นในตามความคิดสร้างสรรค์จากผืนผ้า ลายลูกไม้ วัสดุตกแต่ง ฯลฯ ออกแบบผสมผสาน Mix & Match ด้วยตัวเอง
- Nightwear	สินค้าชุดนอนสตรี
- Lingerie	เสื้อบั้งทรง สลิตี

2. **WIENNA** ชุดชั้นในสตรีสำหรับวัยทำงาน โดยมีครบทุกกลุ่มสินค้า ตั้งแต่ยกทรง กางเกงใน สตรี บอดี้สูท บังทรวง ชุดนอน และรับสั่งตัดพิเศษสำหรับผู้ที่หาซื้อ Cup Size ปกติไม่ได้ และผู้ผ่าตัดมะเร็ง เต้านม จัดจำหน่ายผ่านช่องทางขายตรง (Direct Sale)

3. **B'me** ชุดชั้นในสตรีที่มีขนาดและรูปทรงเหมาะสมกับทรงอกของผู้หญิงที่เปลี่ยนไปในแต่ละช่วงวัย ซึ่งช่วยให้ผู้สวมใส่แลดูอ่อนเยาว์ และรู้สึกประทับใจ จัดจำหน่ายใน Modern Trade, Stand alone เช่น His&Her Shop, E-Commerce และร้านสะดวกซื้อ

4. **CW-X** ชุดเสริมสมรรถนะที่ออกแบบตามหลักสรีรศาสตร์ และกายพลศาสตร์ที่ตอบสนองการเคลื่อนไหวอย่างสมบูรณ์แบบ พร้อมทั้งการสวมใส่ที่กระชับสบาย

### 2.1.2 ชุดชั้นนอกสตรี

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรี ภายใต้เครื่องหมายการค้า 5.up, WB Line II, in 9, sequin, 1 mile และ Race' ซึ่งล้วนแต่เป็นเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และภายใต้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาต WACOAL BLOUSE ชุดชั้นนอกสตรีมีมูลค่าการจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 2 ของมูลค่าจำหน่ายทั้งหมด

### 2.1.3 ชุดเด็ก

บริษัทฯ ผลิตชุดเด็กภายใต้เครื่องหมายการค้า ENFANT, Trombone และ De bon ซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และภายใต้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาต Little Wacoal, ELLE PETITE, ELLE POUPON, bsc และ ST. ANDREWS ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กมีมูลค่าการจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 6 ของมูลค่าจำหน่ายทั้งหมด

### 2.1.4 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโอกาสหรือข้อจำกัดการประกอบธุรกิจ

#### สิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน

**บริษัทฯ** ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 1035/2534 ลงวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2534 สำหรับการลงทุนในกิจการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งทอ ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมเป็นระยะเวลา 5 ปี ซึ่งสิทธิในการยกเว้นภาษีเงินได้นี้ได้สิ้นสุดลงเมื่อเดือนมีนาคม 2540 และในปัจจุบันบริษัทฯ ยังคงใช้สิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุนดังกล่าวในการนำเข้าช่างฝีมือเข้ามาในราชอาณาจักร เพื่อให้คำแนะนำด้านเทคนิคต่างๆ ในการผลิต ตลอดจนควบคุมดูแลคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน

**บริษัทย่อย** ได้รับสิทธิพิเศษในการส่งเสริมการลงทุน จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยสรุปดังนี้

รายการ	ชื่อบริษัท			
	บจก. เอสอาร์. ดับบลิว.การ์เมนท์	บจก. วาโก้ลำพูน	บจก. วาโก้ กบินทร์บุรี	บจก. ภัทยา กบินทร์บุรี
<b>โครงการที่ 2</b>				
- บัตรส่งเสริมเลขที่	2876(2)/2555	1075/2544	1074/2544	1649(1)/2544
- วันออกบัตร	14 ธ.ค. 2555	24 ม.ค. 2544	24 ม.ค. 2544	11 ต.ค. 2544
- ยกเว้นภาษีเงินได้ 8 ปี	1 ก.ค. 2557 - 30 มิ.ย. 2565	1 ก.ค. 2544 - 30 มิ.ย. 2552	1 มิ.ย. 2544 - 31 พ.ค. 2552	1 ม.ค. 2546 - 31 ธ.ค. 2553
- ลดหย่อนภาษีเงินได้ 50% ของอัตราปกติ 5 ปี	-	1 ก.ค. 2552 - 30 มิ.ย. 2557	1 มิ.ย. 2552 - 31 พ.ค. 2557	1 ม.ค. 2554 - 31 ธ.ค. 2558
- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร	14 ธ.ค. 2555 - 14 มิ.ย. 2558	24 ม.ค. 2544 - 24 ม.ค. 2547	24 ม.ค. 2544 - 24 ก.ค. 2546	11 ต.ค. 2544 - 11 ต.ค. 2547
<b>โครงการที่ 3</b>				
- บัตรส่งเสริมเลขที่	-	2904(2)/2555	2877(2)/2555	2878(2)/2555
- วันออกบัตร	-	20 ธ.ค. 2555	14 ธ.ค. 2555	14 ธ.ค. 2555
- ยกเว้นภาษีเงินได้ 8 ปี	-	1 ก.ค. 2556 - 30 มิ.ย. 2564	1 ก.ค. 2556 - 30 มิ.ย. 2564	1 ก.ค. 2556 - 30 มิ.ย. 2564
- ลดหย่อนภาษีเงินได้ 50% ของอัตราปกติ 5 ปี	-	-	-	-
- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร	-	20 ธ.ค. 2555 - 20 มิ.ย. 2558	14 ธ.ค. 2555 - 14 มิ.ย. 2558	14 ธ.ค. 2555 - 14 มิ.ย. 2558

ทั้งนี้ บริษัทฯ และบริษัทย่อย ไม่ได้รับสิทธิอื่นๆ และไม่มีข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 2.2.1 นโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยมีการจำแนกผลิตภัณฑ์ ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

#### 1. ชุดชั้นในสตรี

**กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย** บริษัทฯ ตั้งมั่นในนโยบายสร้าง “เหนือความพึงพอใจ” ให้แก่ลูกค้า โดยมุ่งเรียนรู้ความเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตของผู้บริโภค แล้วนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งด้านวัตถุดิบ การออกแบบ การบริการ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มอย่างต่อเนื่อง จนสามารถครองใจลูกค้าหลักได้อย่างมั่นคง คือ ตลาดของสตรีวัยทำงานและผู้ที่ใส่ใจในสรีระที่คาดหวังในเรื่องของความงาม ความ

สะดวกสบาย และการมีสุขภาพที่ดี ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ของบริษัทฯ อย่างสูงสุด สำหรับลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น บริษัทฯ ได้มีการปรับภาพลักษณ์และพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความหลากหลาย มีสีสันและลวดลายเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งร่วมกับตัวแทนจัดจำหน่ายในการจัดกิจกรรมสำหรับวัยรุ่นเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเน้นนโยบายการสร้าง “คุณค่า” เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วยพื้นฐานความรู้ความเข้าใจถึงสรีระของสตรีไทยอย่างแท้จริงมายาวนานกว่า 40 ปี ผสานกับการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ทั้งทางด้านแฟชั่น วัสดุคัพ กระบวนการผลิต การพัฒนาคุณภาพสินค้า คุณภาพในการบริการ ควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นพรีเมียมแบรนด์ของชุดชั้นในสตรี รวมถึงการผลิตสินค้าที่ปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบกับการที่บริษัทฯ ได้ต่อยอดการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกันกับบริษัทในกลุ่มสหพัฒน์ และบริษัทคู่ค้าในการพัฒนาวัสดุคัพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย และร่วมมือด้านกิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีของบริษัทฯ เป็นที่ครองใจของสตรีไทยมายาวนาน

ในปี 2557 บริษัทฯ ได้ออกสินค้า Campaign ใหม่ที่สำคัญ ดังนี้

#### Wacoal COOL

##### Cool Innovation 2014

นวัตกรรมแห่งความเย็นสบายด้วย Cool Cup ฟองน้ำเสริมหนา เจาะรู ช่วยระบายอากาศได้ดี พร้อมนวัตกรรมใหม่ Cool Touch เทคโนโลยีพิเศษของเนื้อผ้าที่ผสมอนุภาค “หยก” ภายในเส้นใย ช่วยทำให้ระบายความร้อนได้ดี

##### Boost-up Bra 2014

ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในเสริมหน้าอกสำหรับสาวคัพเล็ก ด้วย Concept ดันทรงให้ดูอวบอิมขึ้น และคู่มือรองอกชิดด้วยนวัตกรรมฟองน้ำพิเศษ เมื่อสวมใส่แล้วทรงอกสวยเป็นธรรมชาติ ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับสาวคัพเล็ก โดยการเสริมทรงแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

1. โมลฟองน้ำนุ่มพิเศษ PUSH UP 25 MM. ให้สัมผัสเป็นธรรมชาติ
2. โมลเจล PUSH UP 30 MM. ดันทรงด้วยโมลฟองน้ำพร้อมเจลเสริมด้านใน เน้นทำให้ออกชิดเป็นรูปตัว V
3. โมลเจล PUSH UP 30 MM. ที่มีเจลด้านในดันทรงได้อย่างเป็นธรรมชาติด้วยเจลที่ไหลปรับตามสรีระ
4. โมล GEL + AIR นวัตกรรมที่ช่วยดันเต้าทรงให้เพิ่มขึ้น 2 คัพไซส์ (PUSH UP 35 MM.)

##### Mood Dress Up Bra

ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีความกล้า มั่นใจและสนุกกับการแต่งตัว หรือหญิงสาวที่ออกงานประจำในชุดชั้นนอกเก๋ๆ ผ่าหน้า เว้าหลัง ด้วยยกทรงถอดสาย มีฟองน้ำดันทรงหนาพิเศษ และมี

แถบยางเกาะลำตัวได้อย่างแนบสนิท รวมทั้งยกทรงรูปแบบตะขอน้ำที่ใส่แล้วอกชิดสวยได้รูป และโชว์ความเซ็กซี่ด้านหลังด้วยเส้นสายตามความต้องการ

### Mood X Klose

บริษัทฯ ร่วมสร้างสรรค์สินค้าชุดชั้นในกับแบรนด์ดีไซน์เนอร์ไทย “Klose” ซึ่งเป็นแบรนด์เสื้อผ้าสำหรับสาวหวานที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เกิดเป็นคอลเลกชัน SS2014 ภายใต้แนวคิด “WHEN MOM WAS YOUNG” ที่บอกเล่าวันวานในสมัยคุณแม่ยังสาวสะพรั่งในยุค 1960’S ซึ่งแฟชั่นยุคดังกล่าวจะแต่งตัวสไตล์บาร์บี้

### LINING BRA

ยกทรงแบบไม่มีลวดโครง สวย เนียนเรียบ ด้วยนวัตกรรมฟองน้ำพิเศษ เสริมแผ่นซิลิโคน มีทั้งแบบเสริมบางและเสริมหนา กระชับทรงสวย สวมใส่สบายไม่อึดอัดในทุกอิริยาบถ

### SPORTS ECO AIR

ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในที่เหมาะสมกับสรีระและการเคลื่อนไหวในการออกกำลังกาย และเป็น ECO PRODUCT อย่างแท้จริง ด้วยการเลือกใช้วัสดุที่ช่วยลดการใช้น้ำมันปิโตรเลียม ลดปริมาณขยะจากขวด PET ที่ย่อยสลายเองตามธรรมชาติไม่ได้ และยังช่วยลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งเป็นสาเหตุของภาวะโลกร้อนได้ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้ผู้หญิงที่ใส่ใจในสุขภาพและรักการออกกำลังกาย ได้เป็นส่วนหนึ่งในการรักษาสีผิวสวยตามแนวคิดที่ว่าผู้หญิงสวยที่สุดจากข้างใน (Beauty Inside)

### Perfect Revolution for new collection

หนึ่งในผลิตภัณฑ์ Wacoal Sports ซึ่งผสมผสานระหว่างนวัตกรรมแห่งการออกแบบที่ปฏิบัติทุกประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มการปกป้องทรงอกได้อย่างสมบูรณ์แบบ โดยการใช้เนื้อผ้า LYCRA® SPORT ENERGY ที่มีคุณสมบัติเพิ่มแรงกระชับให้สูงขึ้นเพื่อการเคลื่อนไหวที่คล่องตัวอย่างเป็นอิสระ และนวัตกรรมการออกแบบสายบ่าที่สามารถปรับได้อย่างอิสระ ยึดหยุ่นได้ดี มีความแข็งแรง และไม่ระคายเคืองต่อผิวหนังสัมผัส เหมาะสำหรับกีฬาประเภท Racket, Ball, Run ที่ผ่านการทดสอบด้วยหลักทางวิทยาศาสตร์การกีฬา

### SHAPEWEAR - Body Base

นวัตกรรมแห่งการออกแบบด้วยเทคโนโลยีพิเศษของเส้นใยเนื้อผ้าที่มีส่วนผสมของ Nylon & Lycra ช่วยระบายอากาศได้ดี น้ำหนักเบา และสวมใส่สบาย พร้อมดีไซน์ขอบแบบ Free Cut เพื่อความเนียนเรียบ ไร้รอยต่อ และเทคนิคพิเศษการ Bonding ไร้รอยตะเข็บที่ช่วยกระชับหน้าท้องและยกสะโพกสวยได้รูป

**การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย** บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายชุดชั้นในสตรีภายในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 65 และร้อยละ 35 ตามลำดับ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

**- การจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ**

1. บริษัทฯ แต่งตั้งตัวแทนจัดจำหน่าย คือ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มสหพัฒน์และเป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทฯ รวมทั้งเป็นบริษัทชั้นนำที่มีศักยภาพและความเชี่ยวชาญในการทำตลาดในประเทศ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลักให้กับห้างสรรพสินค้า Modern Trade รวมถึงการเปิดร้านค้าในศูนย์การค้าชั้นนำทั่วประเทศ โดย บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มาเป็นระยะเวลานานกว่า 40 ปี และเป็นลูกค้ารายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50 ของรายได้รวม

2. บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “WIENNA” ไปยัง บริษัท วิน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญการทำธุรกิจขายตรงผ่านเว็บไซต์ และ Catalog และเป็นลูกค้าบริษัทฯ มานานกว่า 29 ปี

3. บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “B'me” ไปยัง บริษัท เพนส์ มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ ดิสทริบิวชัน จำกัด โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก คือ Modern Trade ซึ่งปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด จำนวน 100 สาขา นอกจากนี้ยังได้ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความครอบคลุมและหลากหลายมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น Stand alone เช่น His&Her Shop, E-Commerce และร้านสะดวกซื้อ 7-ELEVEN

4. บริษัทฯ ได้เปิดบริการ Wacoal Body Clinic Shop ณ ที่ทำการของบริษัทฯ นอกเหนือจากการให้บริการตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เพื่อบริการสั่งตัดพิเศษสำหรับผู้ที่ต้องการปรับแต่งสรีระ และผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่ใช้ในทางการแพทย์

5. ช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น เช่น การเปิดร้าน Wacoal Studio, E-Commerce, TV Shopping และการจำหน่ายผ่าน Factory Outlet ทั้งของกลุ่มสหพัฒน์และคู่ค้าภายนอก

**- การจำหน่ายสินค้าไปต่างประเทศ**

บริษัทฯ และบริษัทย่อย เป็นผู้ดำเนินการส่งออก โดยตรงไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อาเซียน โดยมีลูกค้าหลัก คือ Wacoal Corporation ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ และ Wacoal America, Inc.

## 2. ชุดชั้นนอกสตรี

**กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย** ชุดชั้นนอกสตรีแต่ละแบรนด์แบ่งตาม Lifestyle ของกลุ่มเป้าหมายเป็นเกณฑ์ ซึ่งลักษณะพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจะแตกต่างกันในหลายช่องทาง โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรีให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย



โดยมีการสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค มาใช้ในการปรับปรุงการออกแบบและการบริหารต้นทุน เพื่อให้ได้สินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

สำหรับธุรกิจชุดเครื่องแบบพนักงาน (Uniform) บริษัทฯ ผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า 'Race' โดยนำศักยภาพและความเชี่ยวชาญในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรี ความพร้อมของทีมขายและบริการครบวงจรทั้งก่อนและหลังการขายมาเพื่อใช้ขยายตลาดธุรกิจชุดเครื่องแบบพนักงาน (Uniform) ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าและบริการ ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับคำสั่งซื้อสินค้า Uniform มากขึ้นทุกปีและเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2557 สินค้าชุดชั้นนอกสตรีของบริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

- บริษัทฯ ได้เปิดร้านค้าชื่อ "Madi" ณ โครงการ J-Park อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี เพื่อจำหน่ายสินค้า Lifestyle หลากหลายแบรนด์ เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับบนในพื้นที่ อ.ศรีราชา

### การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

1. บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ "WACOAL BLOUSE" และ "5.up" ผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย คือ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีช่องทางจัดจำหน่ายหลักให้กับห้างสรรพสินค้า และร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศ
2. บริษัทฯ จัดจำหน่ายโดยตรงให้กับลูกค้าองค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการจัดทำชุดเครื่องแบบ (Uniform) สำหรับพนักงานสำนักงานทั้งสุภาพสตรีและสุภาพบุรุษ และพนักงานในโรงพยาบาล
3. บริษัทฯ เปิดร้านค้า (Shop) ของตนเอง เพื่อจำหน่ายสินค้า Lifestyle ที่มุ่งเน้นในการตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจมากขึ้น

### 3. ชุดเด็ก

**กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย** บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นในการเพิ่มมูลค่าสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกระดับ รวมถึงศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและทำการวิจัยตลาดอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเพิ่ม Product Line และช่องทางการจัดจำหน่ายให้ตรงกับลูกค้าทุกระดับ

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ขยายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญต่อการรักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดเด็กที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการสวมใส่ในสภาพภูมิอากาศร้อนชื้นของประเทศไทย ภายใต้ ENFANT GREEN Label เช่น ผลิตภัณฑ์จากเส้นใยไผ่ (Bamboo Fiber) ฝ้ายอินทรีย์ที่ปราศจากการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก (Organic Cotton) และผลิตภัณฑ์จากเส้นใยปอกระเจา (Jute) นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เพิ่มสินค้าในกลุ่ม De bon เพื่อขยายตลาด Modern Trade

บริษัทฯ ได้แบ่งตลาดเสื้อผ้าเด็กออกเป็น 2 กลุ่ม โดยใช้อายุเป็นเกณฑ์ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ตลาดเด็กอ่อน เด็กเล็ก อายุแรกเกิด - 6 ปี แบ่งเป็น

- ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม Apparel ประเภทเสื้อผ้า ผ้าอ้อม เครื่องนอน ถุงเท้า ถุงมือ หมวก ผ้ากันน้ำลาย เครื่องเล่นประเภท Soft Toy
- ผลิตภัณฑ์ Non Apparel ประเภทขวดนม อุปกรณ์การรับประทานอาหาร เด็ก Toiletries รองเท้า กระเป๋า เข็มขัด เครื่องประดับ และของเล่นเสริมทักษะ

กลุ่มที่ 2 ตลาดเด็กโต อายุ 6 - 12 ปี แบ่งเป็น

- ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม Apparel ประเภทเสื้อผ้า ถุงเท้า หมวก ผ้าพันคอ
- ผลิตภัณฑ์ Non Apparel ประเภทรองเท้า กระเป๋า เข็มขัด และเครื่องประดับ

ในปี 2557 สินค้าชุดเด็กของบริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กยังคงสานต่อแนวคิดอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์หลัก คือ เสื้อผ้าเด็กให้มีคุณสมบัติเหมาะสมแก่การสวมใส่ทั้งในสภาพภูมิอากาศร้อนและหนาว บริษัทฯ ยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเด็กที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศร้อนชื้นของประเทศไทย ภายใต้ ENFANT GREEN Label โดยได้ขยายฐานกลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์ชุดเด็กที่ผลิตจากเส้นใยปอกระเจา (Jute) สำหรับกลุ่มเด็กเล็ก (อายุตั้งแต่ 2 - 6 ปี) จากเดิมที่มีแต่เฉพาะกลุ่มเด็กอ่อน (อายุแรกเกิด - 2 ปี)

**การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย** บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายชุดเด็กภายในประเทศ และต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 97 และ ร้อยละ 3 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

**- การจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ**

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่าน บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เช่นเดียวกับ ชุดชั้นในสตรี ซึ่งมีช่องทางการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าสำหรับลูกค้าระดับบนและระดับกลาง และ Modern Trade เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่คำนึงถึงราคาของสินค้าเป็นหลัก

นอกจากช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแล้ว บริษัทฯ ยังได้มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Customer Relationship) โดยผ่านทางช่องทาง Social Network ได้แก่ “Enfant Kidclub”, “Enfant Momclub” และเว็บไซต์ [www.enfant.co.th](http://www.enfant.co.th) เพื่อเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

**- การจำหน่ายสินค้าไปต่างประเทศ**

ในปี 2557 ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กของบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับตลาดในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และจีน เป็นหลัก ด้วยการพัฒนาศักยภาพการขายสินค้าและบริการ โดยเน้นเจาะตลาดการซื้อ-ขายให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักผ่านตัวแทนจัดจำหน่ายในประเทศนั้นๆ โดยปัจจุบันผลิตภัณฑ์ชุดเด็ก ENFANT ได้จำหน่ายไปในต่างประเทศ ได้แก่ ฮองกง สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ เวียดนาม อินเดีย บังกลาเทศ ไต้หวัน นอร์เวย์ กัมพูชา เมียนมาร์ และจีน

## 2.2.2 สัดส่วนการจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการจำหน่าย	มูลค่า (ล้านบาท)	%
ภายในประเทศ	2,444.28	67.87
ต่างประเทศ	1,157.05	32.13
รายได้จากการขาย	3,601.33	100.00

## 2.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

จัดจำหน่ายผ่าน	มูลค่า (ล้านบาท)	%	ช่องทางจำหน่าย
บริษัทจัดจำหน่าย	1,982.89	55.06	ห้างสรรพสินค้า Modern Trade
ลูกค้าในและต่างประเทศรายอื่น	1,618.44	44.94	ขายตรง และส่งออกไปยัง สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อาเซียน
รายได้จากการขาย	3,601.33	100.00	

ลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทฯ ขายสินค้าให้มากกว่าร้อยละ 50 คือ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายที่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับห้างสรรพสินค้า และ Modern Trade

## 2.2.4 สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปจัดเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำของอุตสาหกรรมสิ่งทอที่เน้นการใช้แรงงาน (Labour Intensive) เป็นหลักในการผลิต และใช้เงินลงทุนต่ำกว่าเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมต้นน้ำ และกลายน้ำที่มุ่งเน้นการลงทุนในเทคโนโลยีเป็นหลัก อย่างไรก็ตามผู้ผลิตสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของกระบวนการออกแบบ คุณภาพวัตถุดิบ และคุณภาพแรงงาน โดยที่ผ่านมอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปอาศัยความได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงาน แต่ผลกระทบจากการปรับค่าแรงงานขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้น จึงเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการบางรายปรับตัวโดยขยายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการต้องมีการปรับปรุงผลิตภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ด้วยการยกระดับประสิทธิภาพในการผลิตที่เป็นผลจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี อันประกอบด้วย การบริหารจัดการ ประสิทธิภาพ คุณภาพของแรงงาน เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งการมุ่งพัฒนาสู่การผลิตที่ให้บริการอย่างครบวงจร (Full Service Manufacturing) โดยพัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจให้ร่วมดำเนินนโยบายบูรณาการโครงข่ายอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เช่น การวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบใหม่ๆ การคิดค้นเทคนิคการ

ผลิตที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนานวัตกรรมที่เพิ่มคุณค่าสินค้าแก่ผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งจะสามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนต่อไป

ภาวะการแข่งขันของตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูป ทั้งตลาดชุดชั้นในสตรี ชุดชั้นนอกสตรี และชุดเด็ก มีดังนี้

### 1. ชุดชั้นในสตรี

ตลาดชุดชั้นในสตรีมีการแข่งขันกันสูงทั้งในด้านคุณภาพสินค้าและบริการ รูปแบบดีไซน์ ราคา รวมถึงช่องทางจัดจำหน่าย ประกอบกับผู้บริโภคมีลักษณะความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การแข่งขันในรูปแบบต่างๆ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ สำหรับการแข่งขันในตลาดระดับกลางถึงระดับบนจะมุ่งเน้นที่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าและบริการ ด้วยการคิดค้นวิจัยพัฒนาเพื่อนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ทั้งในแง่วัตถุดิบ การตัดเย็บ รูปแบบดีไซน์ รวมถึงการยกระดับคุณภาพในการบริการลูกค้า ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ส่วนตลาดระดับล่างจะเน้นแข่งขันกันในด้านราคามากกว่าในด้านคุณภาพสินค้า เพื่อเข้ามาเจาะลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อน้อย

สำหรับในปี 2557 เศรษฐกิจไทยมีภาวะชะลอตัวลงอย่างมาก เนื่องจากกำลังซื้อที่ลดลงของผู้บริโภค อันเป็นผลจากปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยลดลง รวมทั้งด้านการส่งออกที่มีปริมาณลดลง จึงส่งผลกระทบต่อตลาดชุดชั้นในสตรีโดยรวม ในขณะที่บริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเพิ่มช่องทางใหม่อย่าง E-Commerce และ TV Shopping เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน รวมทั้งแม่บ้าน พร้อมกับการตลาดผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

ในขณะที่บริษัทฯ ได้มองหาตลาดใหม่ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบและสร้างโอกาสทางธุรกิจต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับตลาดในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในอนาคต รวมถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในโลกออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งทางบริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงระบบงานด้านการจัดส่งสินค้าและคลังสินค้า ด้วยการนำเทคโนโลยีด้านการจัดสินค้าด้วยระบบอัตโนมัติ มาใช้เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า

ในด้านผลิตภัณฑ์ยังคงเน้นสร้าง “คุณค่าและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า” ทั้งลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งบริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการคัดสรรวัตถุดิบ การตัดเย็บ รูปแบบดีไซน์ ที่เหนือกว่าในตลาด โดยในส่วนงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ และผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสรีระ ตลอดจนแก้ไขปัญหาด้านสรีระของผู้หญิงทุกช่วงวัย โดยบริษัทฯ ได้มีการร่วมมือกับบริษัทในกลุ่มสหพัฒน์ และพันธมิตรทางการค้าในการคิดค้นและพัฒนาวัตถุดิบที่มีความแตกต่างและพิเศษกว่าวัตถุดิบที่มีอยู่ในตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างมูลค่าและสร้างศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำใน

ด้านการผลิตชุดชั้นในสตรีที่ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและมั่นใจ ส่งผลให้บริษัทฯ มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

## 2. ชุดชั้นนอกสตรี

ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการการตอบสนองที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความแตกต่างและรักษาความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปจึงต้องปรับเปลี่ยนจากการเป็นผู้ผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียวมาเป็นแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ขายวัตถุดิบและผู้ผลิต รวมทั้งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเอง โดยมีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิตสินค้าและการจัดจำหน่ายที่มีคุณภาพด้วยต้นทุนที่เหมาะสมในช่องทางที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

สำหรับตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรีในปี 2557 ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่ยืดเยื้อในช่วงครึ่งปีแรกและแรงกดดันทางด้านต้นทุน ส่งผลให้ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่าย ดังนั้นบริษัทฯ จึงหันมามุ่งเน้นการทำตลาดชุดเครื่องแบบพนักงาน (Uniform) ในช่องทางการจัดจำหน่ายตรงให้กับลูกค้าองค์กร โดยอาศัยจุดแข็งในด้านประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญในการออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้ามายาวนานกว่า 40 ปี

## 3. ชุดเด็ก

ตลาดเสื้อผ้าเด็กในช่องทางห้างสรรพสินค้าชั้นนำมีการนำเข้าสินค้าแบรนด์เนมทั้งระดับกลาง-บน เข้ามาจัดจำหน่ายภายในประเทศมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดมีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กของบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นไปที่การวิจัยและพัฒนาสินค้า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์และพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านของประโยชน์ใช้สอย และรูปแบบที่ทันสมัย รวมทั้งสร้างสรรค์สินค้าใหม่ๆ ที่ปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยส่งเสริมพัฒนาการและความปลอดภัยแก่เด็ก ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดให้สูงขึ้น

### 2.2.5 จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัทฯ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง

ตลาดชุดชั้นในสตรีของประเทศไทยเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง มีผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายในประเทศเป็นจำนวนมาก โดยมีผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 ราย ประกอบด้วย บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) ภายใต้แบรนด์ Wacoal ที่ได้รับอนุญาตจาก Wacoal Corporation ประเทศญี่ปุ่น โดยบริษัทฯ เป็นผู้นำตลาดที่ครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดประมาณร้อยละ 60 ของมูลค่าชุดชั้นในที่จำหน่ายภายในประเทศ รองลงมาคือ Sabina และ Triumph ซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดในสัดส่วนรองลงมา

นอกจากคู่แข่งรายใหญ่ในประเทศแล้ว ยังมีบริษัทผลิตชุดชั้นในขนาดเล็กอีกเป็นจำนวนมาก รวมถึงผู้นำเข้าชุดชั้นในชั้นนำจากต่างประเทศ เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส เป็นต้น ที่แข่งขันในตลาดระดับบน และชุดชั้นในราคาถูกจากประเทศจีน ที่แข่งขันในตลาดระดับล่าง ทำให้เกิดการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดอย่างมากในทุกระดับราคา

ยิ่งไปกว่านั้น ในปัจจุบันผู้ผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ต่างๆ ยังหันมาผลิตชุดชั้นในเพิ่มขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมชุดชั้นในเกิดการแข่งขันเพิ่มขึ้นในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ เทคนิคการตัดเย็บ การออกแบบและสีสันทัน

### 2.2.6 สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมชุดชั้นในสตรี เนื่องจากมีความพร้อมและความสามารถในการแข่งขันในด้านต่างๆ ดังนี้

#### ● ด้านการตลาด

1) **ด้านผลิตภัณฑ์** ชุดชั้นในสตรีภายใต้แบรนด์ Wacoal มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของสตรีในระดับสากล และเป็นที่ยอมรับของสตรีไทยมากกว่า 40 ปี ทั้งในด้านคุณภาพที่ดีและการเข้าใจถึงสรีระของสตรีไทย ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับความต้องการที่แตกต่างกันในทุกช่วงวัย โดย Wacoal เชื่อว่าผู้หญิงทุกคนถูกสร้างให้สวย ไม่ใช่เพียงรูปลักษณ์ภายนอก แต่ผู้หญิงสวยที่สุดจากข้างใน (Beauty Inside) ซึ่งสามารถจัดแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

- **สินค้ากลุ่ม FUNCTION** เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น ด้านสรีระ ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้ หรือเทคนิคการตัดเย็บ ฯลฯ
- **สินค้ากลุ่ม FASHION** เป็นสินค้าที่ออกแบบให้เข้ากับ Lifetime และ Lifestyle ของผู้บริโภคโดยคำนึงถึงสมัยนิยม และความต้องการของตลาดในแต่ละช่วงเวลา
- **สินค้ากลุ่ม SERVICE** เป็นบริการรับสั่งตัดชุดชั้นในพิเศษเฉพาะบุคคล เช่น ชุดชั้นในสำหรับผู้ป่วยสตรีที่สูญเสียเต้านม บริการตัดเย็บเสื้อผ้าทางการแพทย์เฉพาะบุคคลที่สามารถช่วยกระชับแผลเป็นนูน (Keloid) ให้เนียนเรียบสำหรับผู้ป่วยหลังการรักษาแผลจากการผ่าตัด อุบัติเหตุ น้ำร้อนลวก ฯลฯ ซึ่งการลงทุนส่วนนี้มีได้มุ่งหวังผลกำไร แต่ถือเป็นการตอบแทนแก่ผู้บริโภคและสังคม

2) **ด้านการบริการ** ด้วยนโยบายการเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค บริษัทฯ ได้เปิดบริการลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งผู้บริโภคสามารถส่งความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ที่



หมายเลข 0-2689-8515-6 หรือผ่านเคาน์เตอร์จำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ หรือผ่านทาง [www.wacoal.co.th](http://www.wacoal.co.th) และทางอีเมลล์ : [service@wacoal.co.th](mailto:service@wacoal.co.th) นอกจากนี้อีกบริการหนึ่งที่บริษัทฯ มีความแตกต่างจากคู่แข่งเพื่อสร้างความมั่นใจและพึงพอใจให้กับลูกค้าคือ การรับบริการดูแลและให้คำปรึกษาในสินค้า รวมถึงการให้บริการ “Body Perfection” ซึ่งเป็นการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับสรีระรูปร่างของลูกค้า และนำเสนอวิธีการแก้ปัญหาเสมือนมีที่ปรึกษาระดับมืออาชีพอยู่ใกล้ตัว

**3) การมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Center)** โดยการทำวิจัยเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าอย่างแม่นยำและต่อเนื่อง เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาสินค้า บริการ และการจัดกิจกรรมการตลาดให้สอดคล้องและตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

**4) ด้านการวิจัยและพัฒนา** บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการศึกษาวิจัยและพัฒนาฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสรีระวิทยาของสตรีไทยมาอย่างยาวนานอย่างต่อเนื่อง และสิ่งนี้นับเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาสินค้าของบริษัทฯ ที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสรีระของสตรีไทยอย่างแท้จริง ดังปณิธานที่ Wacoal ยึดถืออย่างจริงจังตลอดมา คือ เรือนร่างของผู้หญิงประกอบไปด้วยสองส่วนเสมอ คือ ร่างกาย และจิตใจ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นของ Wacoal จึงไม่เน้นเพียงที่ความสวยงามของรูปทรงเท่านั้น หากยังต้องสบายเมื่อสวมใส่ และช่วยให้เกิดสุขภาพที่ดีตามมาอีกด้วย ดังคำกล่าวที่ว่า **“ความงดงามจากภายใน ส่งผลต่อความงดงามภายนอก”**

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด โดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่องภายใต้แนวคิดที่ว่า **“ให้คุณเย็นเร็ว ให้โลกเย็นลง (Cool Touch Cool Feel Cool The World)”** โดยในปี 2557 ทางบริษัทฯ ได้ร่วมพัฒนาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ ดังนี้

#### AQUAJADE™

**“หยก” พลังของหินธรรมชาติให้ความรู้สึกละสบาย ด้วยสัมผัสเย็น**

เส้นใยที่ผลิตจากการผสมอนุภาคขนาดเล็กของหยกด้วยเทคโนโลยีพิเศษ ช่วยระบายความร้อน และให้ความรู้สึกละสบายในการสวมใส่ตั้งแต่แรกสัมผัส (Cool Touch) ซึ่งสามารถสัมผัสความเย็นสบายได้ในสินค้ากลุ่ม Wacoal COOL

#### NILIT® BREEZE

**สัมผัสเย็น สวมใส่สบาย เสมือนการหายใจรับอากาศบริสุทธิ์**

เส้นใยที่ช่วยเก็บความเย็นทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกสดชื่นเย็นสบายในระหว่างหรือหลังมีกิจกรรมหรือแม้แต่นอนขณะที่ยืดหยุ่นสูงขึ้น ช่วยให้อากาศได้ดี ให้ความรู้สึกละสบายเมื่อสวมใส่ และสามารถป้องกันรังสียูวี ซึ่งสามารถสัมผัสความเย็นสบายได้ในสินค้ากางเกงในและเสื้อบิกินี่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ Wacoal COOL

## NOVAREL® ANTI-OX

### ลดการเกิดอนุมูลอิสระ ช่วยต่อต้านความเสื่อมของผิว

นวัตกรรมเส้นใยอัจฉริยะ NOVAREL® ANTI-OX ซึ่งภายในเนื้อเส้นใยในลอนมืองค์ประกอบของไมโครแคปซูลขนาดเล็กที่บรรจุวิตามิน E และ Aloe Vera ช่วยทำให้ผิวมีความละเอียด นุ่มลื่น ชุ่มชื้นผิว และรู้สึกสบายเมื่อสวมใส่ อีกทั้งเส้นใยมีความคงทนต่อการซักมากกว่า 100 ครั้ง ซึ่งสามารถสัมผัสความนุ่มลื่นชุ่มชื้นผิวในกลุ่มสินค้า Wacoal Shape Wear

## SPACER

### Bra Cup Spacer ที่ให้ความคงรูป น้ำหนักเบา ระบายอากาศได้ดี ไม่เหม็น

นวัตกรรม COOL CUP จากผ้าที่ถักทอให้เกิดโครงสร้างสองชั้น โดยมีเส้นใยถักเป็นตัวยึดระหว่างกลางเป็นแนวตั้ง ทำให้มีแรงสปริงกลับเมื่อโดนแรงกด เกิดความคงรูปและมีช่องว่างเป็นจำนวนมาก จึงช่วยระบายอากาศได้ดี มีน้ำหนักเบา แห้งเร็ว และเนื้อผ้าไม่เหม็น ซึ่งสามารถสัมผัสความเบาสบายได้ในสินค้ากลุ่ม Wacoal COOL

## 3D FIBERFILL

### Bra cup 3D Fiberfill ใยอัดแนวตั้ง ให้การสปริงตัว คงรูป ระบายอากาศได้ดี ไม่เหม็น

นวัตกรรม COOL CUP จากผ้าใยอัดที่ใช้เทคนิคพิเศษวางเส้นใยเป็นแนวตั้ง ทำให้เกิดแรงสปริง มีความคงรูปมากกว่าผ้าใยอัดแนวอื่น อีกทั้งมีคุณสมบัติในการระบายอากาศได้ดีและน้ำหนักเบา เนื้อผ้าไม่เหม็น ซึ่งสามารถสัมผัสความเบาสบายได้ในสินค้ากลุ่ม Wacoal COOL

## i QUILT by Wacoal

### ไอควิลท์ : ออกซ์....ไม่อับชื้น

เทคนิคการเย็บเดินเส้นตาราง (Quilt) บนผ้าไม่ทอ (Non-Woven) ช่วยให้เนิ่นอกอิมสวย เก็บกระชับทรงรอบทิศทาง และไม่อับชื้นด้วยร่องระบายอากาศแบบพิเศษ 360 องศา ทำให้รู้สึกมั่นใจทุกครั้งที่สวมใส่ และคงรูปทรงตลอดอายุการใช้งาน โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนอนุสิทธิบัตรในผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งสามารถสัมผัสการเก็บกระชับทรงได้ในสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ WIENNA

## SENSITIVE® SHEER

นวัตกรรมเนื้อผ้าเพื่อความกระชับ ละเอียดเนียนเรียบ บางเบา สวมใส่สบาย ด้วยเส้นใยในลอนชนิดพิเศษมีร่องที่ผิวช่วยดูดซับความชื้น ระบายอากาศได้ดีและแห้งเร็ว อีกทั้งเพิ่มปริมาณเส้นใยอีกมากถึง 30 เปอร์เซ็นต์ (LYCRA fresh FX & LYCRA beauty) ทำให้เกิดความกระชับและยืดหยุ่นสปริงตัวดี เนื้อผ้างดกแล้วยังถักทอด้วยโครงสร้างที่สลับซับซ้อนในแนวตั้ง (Tricot Knitted) ทำให้เนื้อผ้าบางลง 50 เปอร์เซ็นต์ ไม่ลู่ ไม่ม้วน จึงออกแบบการตัดเย็บแบบเนียนเรียบไร้ตะเข็บที่ปลายขา (Free Cut) ซึ่งสามารถสัมผัสความเนียนเรียบ กระชับ บางเบาได้ในกลุ่มสินค้า Wacoal Body Base



## ● ด้านการผลิตและการดำเนินงาน

**1) ด้านโครงข่ายอุตสาหกรรม** บริษัทฯ มุ่งสร้างโครงข่ายอุตสาหกรรม (Supply Chain) อย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลัก โดยการร่วมกับกลุ่มบริษัทในเครือที่เป็นพันธมิตรธุรกิจให้มีแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีในระดับราคาที่เหมาะสม ทั้งจากการร่วมทุนกับผู้ผลิตในการจัดตั้งโรงงาน ร่วมมือกันพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ รวมถึงการสร้างเครือข่ายในการจัดจำหน่าย

**2) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงร่วมมือกับบริษัทผู้จัดจำหน่ายในการออกแบบและพัฒนาระบบ Quick Response Marketing System (QRMS) ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและการขาย โดยการเก็บข้อมูลจากร้านค้าโดยตรงแบบ Real Time ทำให้บริษัทฯ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนผลิตสินค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองกับความต้องการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของตลาด

**3) ด้าน Logistic** บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาระบบ Logistic และคลังสินค้า เพื่อเป็นพื้นฐานในการจัดส่งสินค้าของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และตรงตามความต้องการของลูกค้า

**4) ด้านการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์** บริษัทฯ มีระบบการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อสร้างสินค้าและบริการที่มีความปลอดภัย ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ดังเห็นได้จากกิจกรรมที่บริษัทฯ ปฏิบัติเพื่อรักษาไว้ซึ่งคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มาตรฐานความปลอดภัยจากสีและสารเคมีที่เป็นอันตราย รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ดังเช่น การรักษาไว้ซึ่งการรับรองระบบบริหารจัดการคุณภาพ ISO 9001:2008 และการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 การรับรองคุณภาพมาตรฐานการทดสอบ Wacoal corp. การรับรองห้องปฏิบัติการทดสอบตามมาตรฐาน ISO/IEC 17025:2005 การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.2346:2550) การรับรองผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน (Green Label) การรับรองผลิตภัณฑ์ลดโลกร้อน (CoolMode) ผลิตภัณฑ์แสดงการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Carbon Footprint) และได้เข้าร่วมโครงการด้านสิ่งแวดล้อมกับทางภาครัฐ ในการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการประเมินวัฏจักรผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment) เพื่อเป็นแนวทางในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนต่อไป

## ● ด้านการเงิน

บริษัทฯ มีการบริหารนโยบายทางการเงินอย่างรอบคอบและระมัดระวัง พร้อมปรับเปลี่ยนนโยบายให้สอดคล้องเหมาะสมกับทุกสถานะเศรษฐกิจ ทำให้บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ดีและฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งมาโดยตลอด ทั้งนี้บริษัทฯ มุ่งเน้นไปที่ Profitability growth มากกว่านั้น Sales growth โดยอาศัยการบริหารจัดการลูกค้าในกลุ่ม Profitability Customer อย่างมีประสิทธิภาพ

จากสินค้าและบริการที่ได้รับความนิยมและยอมรับในคุณภาพจากผู้บริโภค ประกอบกับนโยบายการตลาดที่ให้ความสำคัญกับลูกค้า การผลิต และการดำเนินงานที่มีการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับ

Supplier และผู้จัดจำหน่าย ด้วยความร่วมมือของผู้ถือหุ้นและความร่วมมือของพนักงาน ประกอบกับสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง ทำให้เชื่อมั่นว่าสถานภาพและศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ถือว่าอยู่ในระดับสูง

## 2.2.7 แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

ภาวะอุตสาหกรรมการผลิตชุดชั้นในสตรีของไทยยังคงมีศักยภาพที่ดี เนื่องจากประเทศไทยมีโครงข่ายอุตสาหกรรมที่ครบวงจร ประกอบกับความได้เปรียบด้านคุณภาพการผลิตและฝีมือแรงงานที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตสินค้าชุดชั้นในสตรีที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของโลก โดยเฉพาะสำหรับตลาดระดับกลางถึงระดับบนที่สินค้าของไทยสามารถแข่งขันได้ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้ประกอบการจะเน้นการเพิ่มคุณค่าสินค้าให้กับลูกค้าด้วยการพัฒนาความร่วมมือกับเครือข่าย Value Chain ของตน ทั้งในระดับโครงสร้างอุตสาหกรรมและโครงสร้างการตลาดและการขาย และปรับตัวให้เกิดความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ในตลาดระดับภูมิภาคและระดับโลก ในขณะที่ตลาดระดับล่างมีการแข่งขันกันสูงจากการนำเข้าสินค้าราคาถูกจากจีน ฮองกง และเวียดนามที่ได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า จึงส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตในประเทศที่ไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ ดังนั้นผู้ผลิตของไทยต้องเร่งปรับตัวในการพัฒนาคุณภาพสินค้ามากกว่ามุ่งแข่งขันที่ราคาเพียงอย่างเดียว

ภาพรวมในปี 2558 เศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศมีแนวโน้มที่ดีขึ้นจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก รวมทั้งการลงทุนที่เพิ่มขึ้นทั้งภาครัฐและเอกชน สำหรับแนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในภาพรวมจะยังขยายตัวได้ทั้งภาคการผลิตและการส่งออก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อป้อนสู่ตลาดอาเซียน อันเป็นผลจากการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) ในปี 2558 ซึ่งนับเป็นการขยายโอกาสทั้งในด้านการขยายกำลังการผลิต รวมถึงตลาดผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นจาก 60 ล้านคน เป็น 600 ล้านคน ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีศักยภาพสูง

ด้านการแข่งขันของตลาดชุดชั้นในสตรีภายในประเทศจะทวีความรุนแรงขึ้น จากการทำตลาดของผู้ผลิตชุดชั้นในสตรีภายในประเทศเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด ในขณะเดียวกันยังมีการเข้ามาทำตลาดชุดชั้นในสตรีของแบรนด์ระดับโลก ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านการจัดระบบควบคุมการผลิตที่ดี ต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ทั้งด้านค่าแรง และค่าวัตถุดิบจากการสั่งซื้อเป็นจำนวนมากซึ่งทำให้มีอำนาจต่อรองกับ Supplier รวมทั้งการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว จากการมีเครือข่ายอยู่ทั่วโลกและมีแผนขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ตลาดชุดชั้นในสตรียังมีการแข่งขันในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายขึ้น ทั้งช่องทางดั้งเดิมอย่าง Department Store, Modern Trade และ Convenience Store รวมถึงช่องทางที่เกิดขึ้นใหม่ไม่ว่าจะเป็นช่องทาง E-Commerce, M-Commerce, Social Media ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นในทุกปี เนื่องจากช่องทางเหล่านี้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่าง

รวดเร็วและครบถ้วน อีกทั้งช่องทาง TV Shopping ซึ่งช่วยให้ผู้ผลิตสามารถสื่อสารนวัตกรรมของสินค้าได้อย่างครบถ้วน ก็มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

### 2.3.1 จำนวนโรงงานและที่ตั้งของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	ที่ตั้ง	พนักงาน (คน)	อาคาร (หลัง)	พื้นที่รวม (ตร.ม.)
บมจ. ไทยวาโก้	กรุงเทพฯ	2,540	7	43,306
บจก. เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนต์	อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	950	1	6,060
บจก. วาโก้ลำพูน	อ.เมืองลำพูน จ.ลำพูน	406	2	10,152
บจก. วาโก้กบินทร์บุรี	อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี	306	2	6,840
บจก. ภัทยากบินทร์บุรี	อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี	462	2	6,656
บจก. ไทรา 1010	กรุงเทพฯ	1	-	12
รวม		4,665	14	73,026

### 2.3.2 กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตรวม

หน่วย : ชิ้น

กำลังการผลิตจำแนกตามผลิตภัณฑ์	2557	2556	2555
<b>กำลังการผลิตเต็มที</b>			
ชุดชั้นในสตรี	20,000,000	20,000,000	20,300,000
ชุดชั้นนอกสตรี	100,000	200,000	200,000
ชุดเด็ก	2,500,000	2,800,000	3,500,000
รวม	22,600,000	23,000,000	24,000,000
<b>ปริมาณการผลิตจริง</b>			
ชุดชั้นในสตรี	17,825,861	18,133,988	20,082,236
ชุดชั้นนอกสตรี	82,338	133,406	121,736
ชุดเด็ก	2,241,451	2,434,396	3,490,652
รวม	20,149,650	20,701,790	23,694,624
<b>อัตราการใช้กำลังการผลิต</b>	89.16%	90.01%	98.73%
<b>ปริมาณการผลิตปีนี้เทียบกับปีก่อน</b>	97.33%	87.37%	97.16%

### 2.3.3 การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบของบริษัทฯ และบริษัทย่อย สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ 2 ประเภท คือ

วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ผ้าฝ้าย ผ้าแถบ ผ้ายัด ผ้าลูกไม้ ส่วนใหญ่จัดซื้อจากโรงงานทอผ้าและโรงงานถักผ้าลูกไม้โดยตรง เช่น บริษัท เท็กซ์ไทล์เพรสทิจ จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยทาเคดะเลซ จำกัด บริษัท เฟอร์นิ เอเซีย จำกัด และนำเข้าจากต่างประเทศ

วัตถุดิบรอง ได้แก่ ฟองน้ำปั๊มขึ้นรูป (MOLD) สายบ่า ชิ้นส่วน กระดุม ค้าย ซิป จัดซื้อจากโรงงานในประเทศ เช่น บริษัท ที.ยู.ซี.อีลาสติค จำกัด บริษัท เอร่าวันสิ่งทอ จำกัด บริษัท ยูแทกซ์ เอฟ.เอ็ม. จำกัด

### 2.3.4 ผู้จัดจำหน่ายที่สำคัญ

ในปี 2557 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีการซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายที่สำคัญจำนวน 3 ราย คือ

1. บริษัท เท็กซ์ไทล์เพรสทิจ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยบริษัทฯ มีส่วนในการซื้อวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 20 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด
2. กลุ่ม Wacoal Corporation ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้ซื้อวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 16 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด
3. บริษัท มังกร.1 2 จำกัด ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยบริษัทฯ มีส่วนในการซื้อวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 12 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด

การซื้อวัตถุดิบกับผู้จัดจำหน่ายทั้ง 3 ราย เป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไป ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีการทำสัญญาในการซื้อขายวัตถุดิบกับผู้จัดจำหน่ายดังกล่าว เนื่องจากเงื่อนไขในการสั่งซื้อที่สำคัญจะปรากฏในใบสั่งซื้อแต่ละครั้งแล้ว

### 2.3.5 สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ

ในปี 2557 บริษัทฯ และบริษัทย่อย ดำเนินการผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่จัดซื้อภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 75 และ ร้อยละ 25 เป็นการนำเข้าผ้าและลูกไม้ส่วนใหญ่จากประเทศญี่ปุ่น ฝรั่งเศส ฮองกง จีน ไต้หวัน อิตาลี เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา

### 2.3.6 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตและวัสดุเหลือใช้

กระบวนการผลิตของบริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับเศษวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิต เช่น เศษผ้า บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้จำหน่ายให้กับผู้รับซื้อเศษวัตถุดิบ

## 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อเป้าหมายการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จึงได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงขององค์กรอย่างเป็นระบบ ซึ่งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

1. ให้บริษัทฯ มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีกระบวนการบริหารอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน
2. มุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงในเชิงป้องกัน ด้วยความรวดเร็วโปร่งใส ถูกต้องครบถ้วนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องสม่ำเสมอ
3. ส่งเสริมและพัฒนาให้พนักงานและฝ่ายจัดการทุกระดับ มีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญในการบริหารความเสี่ยง พร้อมทั้งให้มีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร
4. จัดให้มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม และสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน นโยบาย และภารกิจของบริษัทฯ

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีการประเมินและวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อองค์กร ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก และพิจารณาแผนจัดการความเสี่ยง รวมทั้งติดตามผลการจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมีการรายงานความคืบหน้าให้คณะกรรมการบริษัททราบเป็นประจำทุกไตรมาส ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ดังนี้

#### 3.1 ความเสี่ยงจากโครงสร้างลูกค้ามีการพึ่งพาลูกค้าหรือผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่น้อยราย

##### ในประเทศ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าชุดชั้นในสตรี โดยมี บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศ มียอดสั่งซื้อสินค้าเกินกว่าร้อยละ 50 ของยอดขายของบริษัทฯ ซึ่งผู้จัดจำหน่ายรายนี้สามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสัมพันธ์อันดีกับห้างสรรพสินค้า อีกทั้งมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ มีความมั่นใจในความมั่นคงของลูกค้ารายนี้ ประกอบกับการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ถือได้ว่าเป็นรายได้หลักของผู้จัดจำหน่าย

อย่างไรก็ตามหากลูกค้ารายดังกล่าวได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ การเมือง การแข่งขัน หรือปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลให้บริษัทฯ มียอดจำหน่ายสินค้าลดลง บริษัทฯ ได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ เช่น ทาง E-Commerce, TV Shopping ซึ่งช่วยสร้างยอดขายให้แก่บริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี

## ต่างประเทศ

การจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ดำเนินการผ่านบริษัทในกลุ่ม Wacoal Corporation ที่มีอยู่ในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และอาเซียน เป็นหลัก บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการบอกเลิกสัญญาของกลุ่มผู้จัดจำหน่ายดังกล่าว แต่เนื่องจากกลุ่มผู้จัดจำหน่ายรายนี้เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ ที่ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าชุดชั้นในสตรีเช่นกันและมีเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังนานาประเทศ ประกอบกับความสามารถในการผลิตสินค้าของบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ ฉะนั้นการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านกลุ่ม Wacoal Corporation จึงนับเป็นการเสริมสร้างประโยชน์ทางธุรกิจให้กับทั้ง 2 ฝ่าย

### 3.2 ความเสี่ยงจากการใช้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาต

บริษัทฯ ประกอบการผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาตจาก Wacoal Corporation เป็นหลัก ถึงกว่าร้อยละ 80 ของยอดขายทั้งหมด หากบริษัทฯ สูญเสียสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ ในระยะยาว

อย่างไรก็ตามจากการที่ Wacoal Corporation ถือหุ้นของบริษัทฯ ร้อยละ 33.61 ของหุ้นที่ออกและชำระแล้ว การมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน รวมทั้งความสามารถในการครองส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทฯ ประกอบกับการที่บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ดี ดังนั้นแนวโน้มการบอกเลิกสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าหรือโอกาสที่จะไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาดังกล่าวจึงไม่น่าจะเกิดขึ้น ซึ่งเห็นได้จากการที่บริษัทฯ ได้รับการขยายระยะเวลาสัญญาจากเดิมคราวละ 5 ปี เป็น 10 ปี

### 3.3 ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

สินค้าชุดชั้นในสตรีมีการแข่งขันสูง โดยใช้กลยุทธ์ทั้งทางด้านราคา รูปแบบ และการส่งเสริมการขาย เพื่อช่วงชิงและขยายฐานกลุ่มลูกค้า การเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่กำลังจะเกิดขึ้นอย่างเต็มรูปแบบภายในปี 2558 ส่งผลให้มีการเปิดเสรีการค้าสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมือ สินค้าในประเทศแถบอาเซียนทั้งหมดสามารถเข้ามาในประเทศไทยได้อย่างเสรี ด้วยความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ทำให้การแข่งขันด้านราคาทวีความรุนแรงขึ้น

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ในฐานะผู้ผลิตที่มีประสบการณ์มานาน และมีเป้าหมายมุ่งมั่นสู่ความเป็นผู้เชี่ยวชาญการค้าธุรกิจชุดชั้นในสตรีครบวงจรระดับชั้นนำของโลก จึงได้มีการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวแล้ว อาทิเช่น การคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมทางด้านวัตถุดิบและสินค้าอย่างต่อเนื่อง การยกระดับคุณภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า การร่วมลงทุนเพื่อสร้างโครงข่ายอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร การพัฒนาและเสริมสร้างทักษะ ความรู้ ความสามารถของบุคลากรในองค์กร รวมทั้งประโยชน์จากภานิชนำเข้าวัตถุดิบ ผ้า ลูกไม้ จากประเทศในแถบอาเซียนในราคาต้นทุนที่ต่ำลง

### 3.4 ความเสี่ยงจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

ปัจจุบันผู้บริโภคลดความสำคัญของ Brand Loyalty ลง และหันมาให้ความสำคัญกับ Product Value มากขึ้น บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอันดับแรก โดยมุ่งสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ควบคู่ไปกับการศึกษาวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค อยู่สม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและให้เข้ากับ Lifestyle ของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ฉะนั้นสินค้าของบริษัทฯ จึงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

### 3.5 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ มีการนำเข้าวัตถุดิบและส่งออกสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ จึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตามเนื่องจากบริษัทฯ มีทั้งรายจ่ายและรายรับที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ทำให้บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนได้ระดับหนึ่ง โดยจัดโครงสร้างการชำระเงินให้มีสัดส่วนสมดุลกับรายได้ (Natural Hedge) นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา และติดตามข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ค่าเงินอย่างใกล้ชิดเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

### 3.6 ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

บริษัทฯ ได้จัดทำแผนป้องกันและลดความเสี่ยงจากภัยน้ำท่วม อัคคีภัย และแผ่นดินไหว ด้านอัคคีภัยมีแผนการฝึกอบรมและรณรงค์ป้องกัน ฝึกซ้อมการระงับและอพยพหนีไฟ ติดตั้งระบบแจ้งและระบบดับเพลิงอัตโนมัติ ตรวจสอบและปรับปรุงอุปกรณ์ป้องกันให้อยู่ในสภาพใช้งาน รวมทั้งจัดทำแผนการโยกย้ายพนักงานและสถานที่ปฏิบัติงานชั่วคราวเมื่อเกิดเหตุอัคคีภัย เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทฯ ยังมีการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นโดยการทำประกันวินาศภัยทรัพย์สินของบริษัทฯ เพื่อลดและกระจายความเสี่ยง สำหรับด้านอุทกภัยมีการแต่งตั้งคณะทำงานดำเนินมาตรการป้องกัน ดูแล และแก้ไขสถานการณ์น้ำท่วม จัดทำแผนก่อนเกิดเหตุ ขณะเกิดเหตุ และหลังเกิดเหตุ การติดตามข่าวสารของทางราชการ การปฏิรูปพื้นที่ฟุตสถานที่ เพื่อให้การปฏิบัติงานสามารถดำเนินไปได้โดยเร็ว

### 3.7 ความเสี่ยงด้านอื่น

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ต้องมีการเตรียมพร้อมในการกำหนดกลยุทธ์ และแผนรองรับเมื่อปัจจัยต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่อการประกอบกิจการของบริษัทฯ



#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ลักษณะของทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

###### 4.1.1 ที่ดิน

ที่ตั้งที่ดิน	ขนาดพื้นที่ (หน่วย : ตร.ม.)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
กรุงเทพฯ	46,127.20	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	738.22	ไม่มี
อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี	17,888.00	บริษัทฯ และ SR.W. เป็นเจ้าของ	3.10	ไม่มี
อ. เมืองลำพูน จ. ลำพูน	25,618.00	WLC เป็นเจ้าของ	13.83	ไม่มี
อ. กบินทร์บุรี จ. ปราจีนบุรี	38,228.00	WKC และ PKC เป็นเจ้าของ	23.32	ไม่มี
รวม	127,861.20		778.47	

###### 4.1.2 อาคารที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ที่ตั้งอาคาร	ขนาดพื้นที่ (หน่วย : ตร.ม.)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
กรุงเทพฯ	43,318.20	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	42.75	ไม่มี
อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี	8,292.00	บริษัทฯ และ SR.W. เป็นเจ้าของ	19.49	ไม่มี
อ. เมืองลำพูน จ. ลำพูน	6,696.00	WLC เป็นเจ้าของ	6.33	ไม่มี
อ. กบินทร์บุรี จ. ปราจีนบุรี	12,856.00	WKC และ PKC เป็นเจ้าของ	6.37	ไม่มี
รวม	71,162.20		74.94	



#### 4.1.3 เครื่องจักร

ที่ตั้งเครื่องจักร	จำนวน เครื่องจักร (หน่วย : คัน)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
กรุงเทพฯ	4,377	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	33.33	ไม่มี
อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี	1,697	SR.W. เป็นเจ้าของ	24.23	ไม่มี
อ. เมืองลำพูน จ. ลำพูน	1,551	WLC เป็นเจ้าของ	34.42	ไม่มี
อ. กบินทร์บุรี จ. ปราจีนบุรี	2,609	WKC และ PKC เป็นเจ้าของ	54.64	ไม่มี
รวม	10,234		146.62	

หมายเหตุ : บริษัทฯ มีบริษัทย่อย จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

SR.W.	=	บจก. เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนต์
WLC	=	บจก. วาโก้ลำพูน
WKC	=	บจก. วาโก้กบินทร์บุรี
PKC	=	บจก. ภัทยากบินทร์บุรี
TORA	=	บจก. โทรา 1010

#### 4.1.4 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ คือ เครื่องหมายการค้า โดยมีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

- เครื่องหมายการค้าที่ได้รับอนุญาตให้ใช้

บริษัทฯ ประกอบการผลิตสินค้าชุดชั้นในสตรี Wacoal ซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าที่ได้รับอนุญาตจาก Wacoal Corporation ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ โดยมีเงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา ดังนี้ คือ บริษัทฯ ต้องจ่ายค่าสิทธิในอัตราร้อยละ 2 ของยอดขายสุทธิของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว และสัญญามีระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 - 31 ธันวาคม 2566

- เครื่องหมายการค้าจดทะเบียนของบริษัทฯ

บริษัทฯ เป็นเจ้าของและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ และได้นำเครื่องหมายการค้าดังกล่าวไปจดทะเบียนในต่างประเทศ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า/บริการ	เลขทะเบียน	หมายเหตุ
WIENNA	ชุดชั้นในสตรี	ค 269706	จดทะเบียนใน 24 ประเทศ
ENFANT	เสื้อผ้าเด็ก	ค 45799	จดทะเบียนใน 30 ประเทศ
	ของใช้เด็ก	ค 171190	

**WIENNA** เป็นเครื่องหมายการค้าของชุดชั้นในสตรีสำหรับวัยทำงานที่เน้นการสวมใส่ที่เหมาะสมกับรูปร่างของผู้สวมใส่

**ENFANT** เป็นเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ชุดเด็กที่มีการตัดเย็บด้วยฝีมือประณีต ใช้วัสดุที่ทำมาจากธรรมชาติ อ่อนโยนต่อผิวเด็ก โดยบริษัทฯ ได้มีการพัฒนานวัตกรรมวัสดุพิเศษ เทคนิคการตัดเย็บอย่างต่อเนื่อง ดังสโลแกนของสินค้า ENFANT “บริสุทธิ์ สัมผัสจากธรรมชาติ สู่ทารกน้อย”

#### 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป มูลค่ารวม 137.12 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 2.21 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ นโยบายการลงทุนในอนาคตของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับสถานะเศรษฐกิจโอกาสในการทำธุรกิจ และเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น

#### 4.3 การประเมินราคาทรัพย์สิน

บริษัทฯ ไม่มีการปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจอันเป็นผลให้มีการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน หรือมีการตีราคาทรัพย์สินใหม่ในระหว่างรอบระยะเวลาบัญชี

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

### 5.1 คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยมากกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

- ไม่มี -

### 5.2 คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้

- ไม่มี -

### 5.3 คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย

ในปี 2557 บริษัทฯ มีข้อพิพาททางกฎหมายที่บริษัทฯ เป็นคู่ความหรือคู่กรณี ซึ่งเป็นคดีหรือข้อพิพาทที่ยังไม่สิ้นสุด และเป็นคดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ จำนวน 1 คดี โดยสรุปได้ดังนี้

#### **คดีเรียกทรัพย์มรดกคืน เพิกถอนนิติกรรมจดทะเบียนโอนที่ดิน**

สืบเนื่องจากบริษัทฯ ได้จดทะเบียนซื้อที่ดินตามโฉนดเลขที่ 12 (4100), 6977 และ 6978 ตำบลบางโคล่ อำเภอบางคอแหลม จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื้อที่รวมประมาณ 1,045.40 ตารางวา ในราคา 233,564,000 บาท จากนางสาวอัญญา คัมธมานนท์ (ผู้จัดการมรดกของ นายสุวิทย์ คัมธมานนท์) และนายสุมิตร คัมธมานนท์ เมื่อเดือนเมษายน 2557

ต่อมาเมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2557 นายวิวัฒน์ คัมธมานนท์ ได้ยื่นฟ้อง นางสาวอัญญา คัมธมานนท์ เป็นจำเลยที่ 1 นายธิตี คัมธมานนท์ เป็นจำเลยที่ 2 ในฐานะผู้ขาย และบริษัทฯ เป็นจำเลยที่ 3 ในฐานะผู้ซื้อที่ดินที่ศาลแพ่ง เป็นคดีหมายเลขดำที่ 2678/2557 ฐานความผิดเรียกทรัพย์มรดกคืน เพิกถอนนิติกรรมจดทะเบียนโอนที่ดิน

ทั้งนี้บริษัทฯ ให้การต่อสู้คดีว่าบริษัทฯ ได้ซื้อที่ดินมาโดยสุจริตและเสียค่าตอบแทน คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลชั้นต้น

#### **การประเมินความเสียหาย**

การประเมินความเสียหายในกรณีที่ศาลมีคำพิพากษาให้เพิกถอนการทำนิติกรรมดังกล่าว ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น คือ การเพิกถอนนิติกรรมซื้อขาย บริษัทฯ จะต้องส่งมอบที่ดินคืน และมีค่าใช้จ่ายในการติดตามค่าที่ดินที่ได้ชำระให้กับผู้ขายคืน

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

#### 6.1.1 ข้อมูลทั่วไป

##### บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) (WACOAL)

ประเภทธุรกิจ	: ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107537001455
ทุนจดทะเบียน	: 120 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 120 ล้านหุ้น ชำระเต็มมูลค่าแล้ว
ที่ตั้ง	: 930/1 ซอยประตู 1 ถนนสาธุประดิษฐ์ แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์	: 0-2289-3100-9
โทรสาร	: 0-2291-1788
เว็บไซต์	: <a href="http://www.wacoal.co.th">www.wacoal.co.th</a>

##### ติดต่อหน่วยงานผู้รับผิดชอบ

หน่วยงาน	โทรศัพท์	E-mail Address
เลขานุการบริษัท	0-2689-8324	<a href="mailto:secretariat@wacoal.co.th">secretariat@wacoal.co.th</a>
นักลงทุนสัมพันธ์	0-2289-3100-9 ต่อ 331	<a href="mailto:invest@wacoal.co.th">invest@wacoal.co.th</a>
ลูกค้าสัมพันธ์	0-2689-8515-6	<a href="mailto:service@wacoal.co.th">service@wacoal.co.th</a>
ธุรกิจชุดชั้นในสตรี	0-2689-8705	<a href="mailto:sompong@wacoal.co.th">sompong@wacoal.co.th</a>
ธุรกิจชุดเด็ก	0-2291-8373	<a href="mailto:pojadech@wacoal.co.th">pojadech@wacoal.co.th</a>
ธุรกิจชุดชั้นนอกสตรี	0-2289-3100-9 ต่อ 399	<a href="mailto:susana.mar@wacoal.co.th">susana.mar@wacoal.co.th</a>
Wacoal Body Clinic (บริการสั่งตัดพิเศษ)	0-2689-8484	<a href="mailto:bodyclinic@wacoal.co.th">bodyclinic@wacoal.co.th</a>
ฝ่ายทรัพยากรบุคคลและธุรการ	0-2289-3100-9 ต่อ 201, 202, 223	<a href="mailto:personnel@wacoal.co.th">personnel@wacoal.co.th</a>
สำนักงานตรวจสอบภายใน	0-2289-3100-9 ต่อ 207, 422	<a href="mailto:audit@wacoal.co.th">audit@wacoal.co.th</a>

**6.1.2 การลงทุนในบริษัทอื่นตั้งแต่ร้อยละ 10**  
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภทของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดยบริษัทฯ	
				จำนวนหุ้น	%
<b><u>บริษัทย่อยทางตรง</u></b>					
<b>1. บริษัท วาโก้ลำพูน จำกัด</b> 99,99/4 หมู่ที่ 5 ถ.เลียงเมือง ต.ป่าสัก อ.เมืองลำพูน จ.ลำพูน โทร. 0-5353-7652-3 โทรสาร 0-5358-4082	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	500,000	499,993	99.99
<b>2. บริษัท วาโก้บิรินทร์บุรี จำกัด</b> 121-121/1 หมู่ที่ 5 ถ.สุวรรณศร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5140-2 โทรสาร 0-3720-5144	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	500,000	499,993	99.99
<b>3. บริษัท โทรา 1010 จำกัด</b> 930/1 ซ.ประคู 1 ถ.สาธุประดิษฐ์ บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-8705 โทรสาร 0-2689-8706	จัดหาและจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	100,000	99,970	99.97
<b>4. บริษัท เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนต์ จำกัด</b> 173/2 หมู่ที่ 5 ถ.สุขาภิบาล 8 ต.บึง อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี โทร. 0-3848-0666 โทรสาร 0-3848-0606	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	200,000	199,870	99.94
<b><u>บริษัทย่อยทางอ้อม</u></b> (ถือหุ้นโดย 4.= 99.99%)					
<b>5. บริษัท ภัทยาภิรินทร์บุรี จำกัด</b> 123-123/1 หมู่ที่ 5 ถ.สุวรรณศร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5051-3 โทรสาร 0-3720-5051-3	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	200,000	199,860	99.93

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภทของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดยบริษัทฯ	
				จำนวนหุ้น	%
<b>บริษัทร่วม</b>  <b>1. Pattaya Myanmar Co., Ltd.</b>  16 Panchatun U Shwe Owe Road,  Hlaing Tharyar Industrial Zone 2,  Hlaing Tharyar Township, Yangon,  Myanmar	ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	8,000	1,600	20.00
<b>บริษัทอื่นๆ</b>  <b>1. บริษัท เอสเอสดีซี (ไทเกอร์เท็กซ์) จำกัด</b>  111 หมู่ที่ 5 ถ.สุวรรณศร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5038 โทรสาร 0-3720-5038	ธุรกิจฟอกย้อม	หุ้นสามัญ	32,400,000	6,065,570	18.72
<b>2. บริษัท เท็กซ์ไทล์เพรสทิจ จำกัด (มหาชน)</b>  704/1-9 ถ.พระราม 3 บางโพงพาง ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2294-0071 โทรสาร 0-2294-2386	ผลิตและจำหน่ายสิ่งทอ	หุ้นสามัญ	108,000,000	19,598,850	18.15
<b>3. บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล คอมเมอร์เชียล โคออร์ดิเนชั่น (ฮ่องกง) จำกัด</b>  ห้อง 408 ชั้น 4 อาคารไฮโปซีอินดัสเตรียล เลขที่ 26 ถ.ลามฮิง เกาลูนเบย์ เกาลูน ฮ่องกง โทร. 001 852 2756 5622 โทรสาร 001 852 2753 8631	ผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค	หุ้นสามัญ	20,000	3,600	18.00
<b>4. บริษัท วิน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด</b>  4236/218-222 ซ.ประคู 1 ถ.สาธุประดิษฐ์ บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-8520 โทรสาร 0-2689-8836	ธุรกิจขายตรง	หุ้นสามัญ	300,000	53,700	17.90

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภทของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดยบริษัทฯ	
				จำนวนหุ้น	%
<b>5. บริษัท บางกอกโตเกียว ซ็อคส์ จำกัด</b> 673 หมู่ที่ 11 ถ.สุขาภิบาล 8 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี โทร. 0-3848-0355-7 โทรสาร 0-3848-0358	ผลิตถุงเท้า	หุ้นสามัญ	1,432,200	245,000	17.11
<b>6. บริษัท ไทยเน็กซ์ จำกัด</b> 222 หมู่ที่ 5 ถ.สุวรรณสร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5145-7 โทรสาร 0-3720-5229	ทอและพิมพ์แถบตราสิ่งทอ	หุ้นสามัญ	200,000	32,910	16.46
<b>7. บริษัท เราวัลสิ่งทอ จำกัด</b> 49 หมู่ที่ 3 ถ.ปู่เจ้าสมิงพราย ต.สำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ โทร. 0-2183-3898-9 โทรสาร 0-2183-3916	ปั่นด้าย ทอผ้าและผลิตชิ้นส่วนที่เป็นส่วนประกอบของเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	6,214,634	1,008,703	16.23
<b>8. บริษัท ภัทยาอุตสาหกรรม จำกัด</b> 611/28 ตรอกวัดจันทร์ใน บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2291-2390-8 โทรสาร 0-2291-2378	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	3,000,000	440,000	14.67
<b>9. บริษัท เอส.ที.จี.ซี. จำกัด</b> 930/1 ซ.ประตู 1 ถ.สาธุประดิษฐ์ บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-8541 โทรสาร 0-2291-1788	วิจัยธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	หุ้นสามัญ	25,000	3,250	13.00
<b>10. บริษัท อินเทอร์เน็ตขนส่งแลทเธอร์แฟชั่น จำกัด</b> 129/1 ถ.ช่องนนทรี ช่องนนทรี ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2295-0911 โทรสาร 0-2294-5101	ผลิตเครื่องหนัง	หุ้นสามัญ	500,000	60,000	12.00

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภทของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดยบริษัทฯ	
				จำนวนหุ้น	%
<b>11. บริษัท มอร์แกน เดอ ทัว (ประเทศไทย) จำกัด</b> 129/1 ถ.ช่องนนทรี ช่องนนทรี ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2295-1730 โทรสาร 0-2295-1757	ตัวแทนจำหน่ายสินค้าและเครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	400,000	48,000	12.00
<b>12. บริษัท ที.ยู.ซี. อีลาสติก จำกัด</b> 704/1-5 ถ.พระราม 3 บางโพงพาง ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2294-0071 โทรสาร 0-2294-0151	ผลิตและจำหน่ายผ้ายืดและทอแถบยางยืด	หุ้นสามัญ	1,600,000	172,000	10.75
<b>13. บริษัท แชมป์เอช จำกัด</b> 58 ซ.เจริญราษฎร์ 7 บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-8240 โทรสาร 0-2291-2537	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	400,000	40,000	10.00

### 6.1.3 บุคคลอ้างอิง

#### นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ : 0-2229-2800

Call Center : 0-2229-2888

โทรสาร : 0-2359-1259



## ผู้สอบบัญชี

บริษัท ดีลอยท์ ทูช โธมัทส ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

อาคารรจนาการ ชั้น 25 - 26, 28

3 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร

กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ : 0-2676-5700

โทรสาร : 0-2676-5757

โดย ดร.สุกมิตร	เดชะมนตรีกุล	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน	3356	และ/หรือ
นายนิติ	จิงนิจันรันดร์	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน	3809	และ/หรือ
นายมนูญ	มนุสสุบ	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน	4292	

## 6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -