

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)

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

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาคำสำคัญ

ไทยวาโก้ครบรอบก่อตั้ง 45 ปี ในวันที่ 1 ตุลาคม 2558 ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการศึกษา วิจัยพัฒนาด้านสรีระวิทยา วัสดุคุณภาพ การออกแบบ ตัดเย็บอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ สวมใส่สบาย เหมาะสมกับโครงสร้างสรีระเพื่อสร้างความงาม และความมั่นใจให้กับผู้หญิงทุกช่วงวัย

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

- ปี 2513 • เริ่มการผลิตชุดชั้นในสตรี
- ปี 2514 • ขยายการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสตั๊ดหน้าท้อง กางเกงใน บอดี้สูท เพ็ททิโกล์ 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” จนกลายมาเป็นคำที่ใช้แพร่หลายในวงการชุดชั้นในมาถึงปัจจุบัน 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.การ์เมนท์ จำกัด ณ สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ศรีราชา จ.ชลบุรี
- จัดทำ “โครงการ Wacoal Computer Service” บริการวัดสัดส่วนแก่ลูกค้า ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย เพื่อให้ทราบขนาดรูปร่าง Cup, Size และเลือกชุดชั้นในให้เหมาะสมกับสรีระ
- 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) เพื่อช่วยให้แผลแห้งเร็ว พร้อมทั้งรักษาและบรรเทาแผลเป็นอันเกิดจากไฟไหม้ 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
- ปี 2558 • ขยายฐานการผลิตชุดชั้นในสตรี โดยร่วมลงทุนกับ Wacoal Corp. ประเทศญี่ปุ่น จัดตั้ง Myanmar Wacoal Co., Ltd. เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ขยายสาขา Wacoal Body Clinic Shop ไปยังภูมิภาคต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าและประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงบริการตัดผลิตภัณฑ์พิเศษ
- สร้างการรับรู้และเสริมภาพลักษณ์ Wacoal Sport และ ผลิตภัณฑ์ CW-X ในกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพและรักการออกกำลังกายให้แพร่หลายมากขึ้น

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

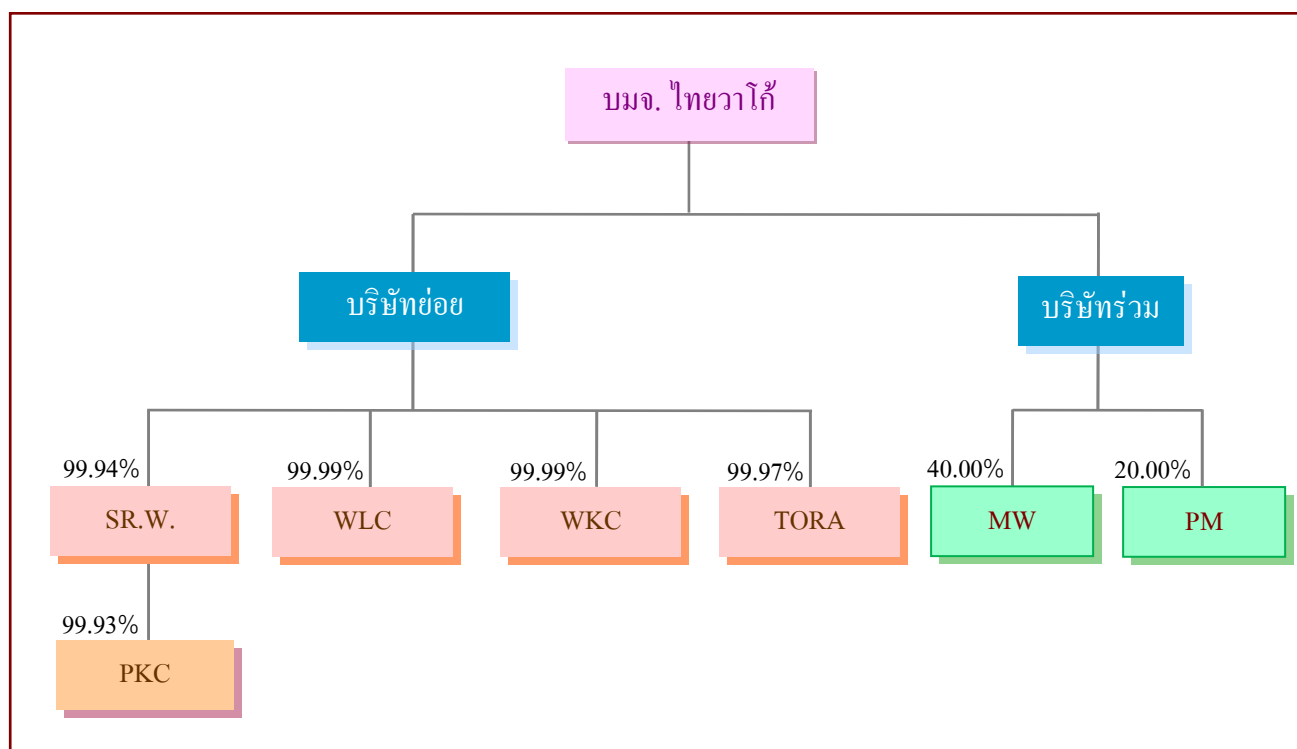
1.3.1 นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

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. ภัทยากบินทร์บุรี

WLC	=	บจก. วาโกล้ำปูน
WKC	=	บจก. วาโก้บิรินทร์บุรี
TORA	=	บจก. โทรา 1010
MW	=	Myanmar Wacoal Co., Ltd.
PM	=	Pattaya Myanmar Co., Ltd.

การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

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

ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	บริษัทฯ ถือหุ้นบริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือหุ้นบริษัทฯ
1. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 50%		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่น	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่น เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ		
1. บริษัท วาโกล้ำปูน 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	-	-
2. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50 %		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ เกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 10%		
1. Wacoal Corporation	-	33.61
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ เกินกว่า 10%		
1. Myanmar Wacoal Co., Ltd.	40.00	-

ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	บริษัทฯ ถือ หุ้นบริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือ หุ้นบริษัทฯ
3. กรณีการถือหุ้นไม่เกินกว่า 25% *		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ ไม่เกินกว่า 25% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 25%	-	-
(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	5.09
3. บริษัท ธนูลักษณ์ จำกัด (มหาชน)	0.83	1.39
4. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	0.01	3.90
5. บริษัท วิน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	17.90	0.79
6. 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 2558 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 73 และ ร้อยละ 27 ตามลำดับ

โครงสร้างรายได้จำแนกตามผลิตภัณฑ์

หน่วย : ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์ / บริการ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น ของบริษัทฯ	2558		2557		2556	
			รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
รายได้ในประเทศ ชุดชั้นในสตรี	บมจ. ไทยวาโก้	-	2,549.01	64.18	2,083.27	57.85	2,162.55	59.58
	บจก. เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนต์	99.94	47.83	1.20	58.14	1.61	52.83	1.46
	บจก. วาโก้ลำพูน	99.99	0.95	0.02	0.20	0.01	0.40	0.01
	บจก. วาโก้บิรินทร์บุรี	99.99	0.42	0.01	0.06	0.00	0.34	0.01
	บจก. ภัทยาภิรินทร์บุรี	99.93	5.35	0.13	7.37	0.20	10.08	0.28
	บจก. โทรา 1010	99.97	0.12	0.00	0.10	0.00	0.16	0.00
	รวม		2,892.58	72.82	2,444.28	67.87	2,540.66	70.00
ชุดชั้นนอกสตรี	บมจ. ไทยวาโก้	-	76.08	1.92	70.84	1.97	85.44	2.35
	รวม		76.08	1.92	70.84	1.97	85.44	2.35
	ชุดเด็ก	-	212.82	5.36	224.30	6.23	228.86	6.31
รายได้ต่างประเทศ	บมจ. ไทยวาโก้	-	1,047.47	26.37	1,123.83	31.21	1,033.11	28.46
	บจก. โทรา 1010	99.97	17.18	0.43	25.38	0.70	47.77	1.32
	รวม		1,079.92	27.18	1,157.05	32.13	1,088.85	30.00
รวม	รายได้รวม							
	ชุดชั้นในสตรี		3,668.33	92.34	3,298.35	91.59	3,307.24	91.12
	ชุดชั้นนอกสตรี		76.08	1.92	70.84	1.97	85.44	2.35
	ชุดเด็ก		228.09	5.74	232.14	6.44	236.83	6.53
รวมรายได้จากการขายและบริการ			3,972.50	100.00	3,601.33	100.00	3,629.51	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	สำหรับผู้หญิงที่รักการออกกำลังกายและเล่นกีฬาที่ต้องการความทะมัดทะเมาะ 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 กางเกงเสริมสะโพก 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** ชุดชั้นในสตรีที่มีขนาดและรูปทรงเหมาะสมกับทรงอกของผู้หญิงที่เปลี่ยนไปในแต่ละช่วง วัย ซึ่งช่วยให้ผู้สวมใส่แลดูอ่อนเยาว์ และรู้สึกประทับใจ จัดจำหน่ายใน Modern Trade, Stand alone เช่น His&Her Shop, E-Commerce และร้านสะดวกซื้อ

4. **CW-X** ชุดเสริมสมรรถนะที่ออกแบบตามหลักสรีรศาสตร์ และกายพลศาสตร์ที่ตอบสนองการ เคลื่อนไหวอย่างสมบูรณ์แบบ พร้อมทั้งการสวมใส่ที่กระชับสบาย

2.1.2 ชุดชั้นนอกสตรี

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรี ภายใต้เครื่องหมายการค้า 5.up, in 9, และ Race' ซึ่งล้วนแต่เป็นเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และภายใต้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาต WACOAL BLOUSE ชุดชั้นนอกสตรีมีมูลค่าการจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 2 ของมูลค่าจำหน่ายทั้งหมด

2.1.3 ชุดเด็ก

บริษัทฯ ผลิตชุดเด็กภายใต้เครื่องหมายการค้า ENFANT, Trombone และ De bon ซึ่งเป็น เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และภายใต้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาต Little Wacoal, ELLE PETITE, ELLE POUPON, bsc และ ST. ANDREWS ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กมีมูลค่าการจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 6 ของ มูลค่าจำหน่ายทั้งหมด

2.1.4 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโอกาสหรือข้อจำกัดการประกอบธุรกิจ

สิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน

บริษัทฯ ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 1035/2534 ลงวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2534 สำหรับการ ลงทุนในกิจการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งทอ ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับ กำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมเป็นระยะเวลา 5 ปี ซึ่งสิทธิในการยกเว้นภาษีเงิน ได้นี้ได้สิ้นสุดลงเมื่อเดือนมีนาคม 2540 และในปัจจุบันบริษัทฯ ยังคงใช้สิทธิประโยชน์จากการส่งเสริม การลงทุนดังกล่าวในการนำเข้าช่างฝีมือเข้ามาในราชอาณาจักร เพื่อให้คำแนะนำด้านเทคนิคต่างๆ ในการ ผลิต ตลอดจนควบคุมดูแลคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน

บริษัทย่อย ได้รับสิทธิพิเศษในการส่งเสริมการลงทุน จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการ ลงทุน โดยสรุปดังนี้

รายการ	ชื่อบริษัท			
	บจก. เอสอาร์. ดับบลิว.การ์เมนท์	บจก. วาโก้ลำพูน	บจก. วาโก้ กบินทร์บุรี	บจก. ภัทยา กบินทร์บุรี
โครงการที่ 2				
- 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. 2564*	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
โครงการที่ 3				
- 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

หมายเหตุ : * ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ 7 ปี เนื่องจากอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนในเขต 2

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 จนสามารถครองใจลูกค้าหลักได้

อย่างมั่นคง คือ ตลาดของสตรีวัยทำงานและผู้ที่ใส่ใจในสรีระที่คาดหวังในเรื่องของความงาม สะดวกสบาย และการมีสุขภาพที่ดี ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ของบริษัทฯ อย่างสูงสุด สำหรับลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น บริษัทฯ ได้มีการปรับภาพลักษณ์และพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความหลากหลาย มีสีสันและลวดลายเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งร่วมกับตัวแทนจัดจำหน่ายในการจัดกิจกรรมสำหรับวัยรุ่นเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเน้นนโยบายการสร้าง “คุณค่า” เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วยพื้นฐานความรู้ความเข้าใจถึงสรีระของสตรีไทยอย่างแท้จริงมายาวนานกว่า 40 ปี ผนวกกับการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ทั้งทางด้านแฟชั่น วัสดุ ดิบ กระบวนการผลิต การพัฒนาคุณภาพสินค้า คุณภาพในการบริการ ควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นพรีเมียมแบรนด์ของชุดชั้นในสตรี รวมถึงการผลิตสินค้าที่ปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบกับการที่บริษัทฯ ได้ต่อยอดการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกันกับบริษัทในกลุ่มสหพัฒน์ และบริษัทลูกค้าในการพัฒนาวัสดุ ดิบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย และร่วมมือด้านกิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีของบริษัทฯ เป็นที่ครองใจของสตรีไทยมายาวนาน

ในปี 2558 บริษัทฯ ได้ออกสินค้า Campaign ใหม่ที่สำคัญ ดังนี้

Wacoal COOL 2015

นวัตกรรมแห่งความเย็นสบาย ด้วย Mold ฟองน้ำเจาะรู และ 3D-Fiber Fill เป็น Mold นวัตกรรมใหม่ที่มีน้ำหนักเบา ระบายอากาศได้ดี ไม่เหลือง ไม่ย่น ไม่ยับ ทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกสบาย ไม่อับชื้น อีกทั้งเป็นการต่อยอดความสำเร็จของ Campaign ด้วยการนำเทรนด์แฟชั่นเข้ามาผสมผสานภายใต้แนวคิด “Fashion Innovation” เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า โดยการออก Collection ต่างๆ ดังนี้

- Animal Print การนำลวดลายพิมพ์ของสัตว์ มาแปลงโฉมให้ผู้หญิงกลับมามีชีวิตชีวา
- Color Block การจับคู่สีที่ตัดกันมาใส่คู่กันให้เกิดสีที่มีความโดดเด่น สดใส และมีเอกลักษณ์
- Bio Graphic การสร้างสรรค์ผลงานด้วยลายเส้นต่างๆ ในสไตล์โมเดิร์นกราฟิกให้ความรู้สึกที่แตกต่าง

Super Soft Bra

Bra แบบไร้โครงลวด ไร้ตะขอ ผลิตจากเส้นใยไมโครไฟเบอร์ที่มีความละเอียดสูง เนียนนุ่มเป็นพิเศษ มีความยืดหยุ่นและระบายอากาศได้ดี สวมใส่สบายโอบกระชับ ออกสวยได้รูปเหมือนมีโครงลวดสายบ่ากว้าง ลดความตึงของบ่าและไม่กดเจ็บ ไร้ตะขอทำให้หลังดูสวยเนียนเรียบ Mold ฟองน้ำด้านในฉาบผ้าแบบพิเศษ มีรูช่วยให้ดูดซึมความชื้นและเหงื่อ ทำให้แห้งเร็ว

Seamless Bra

Bra ทอแบบไร้ตะเจ็บ ผลิตจากเส้นใยไมโครไฟเบอร์ที่มีความละเอียด เนียนนุ่มเป็นพิเศษ ระบายอากาศได้ดี สวมใส่สบาย กระชับ มีความยืดหยุ่นดี สามารถใส่ได้ตั้งแต่คัพ A - F มี Wireless Support รองรับทรงอกได้อย่างลงตัว ไร้ตะขอด้านหลังเนียนเรียบ เก็บเนื้อส่วนเกินด้านข้าง ด้านในมีช่องใส่ Pad

(ฟองน้ำ) ช่วยยกกระชับทรงอก เพิ่มเสน่ห์ร่องอกด้วย Pad (ฟองน้ำ) ที่เป็นรูปทรงกลม เจาะรู มีน้ำหนักเบา ระบายอากาศได้ดี หมุนได้ 360 องศา ดูแลรักษาง่าย และแห้งเร็ว

feel free Bra

Bra มิติใหม่ ด้วยนวัตกรรมการผลิตเนื้อผ้าพิเศษ พร้อมดีไซน์รอบคอ แขน และขอบล่างแบบ Free Cut ริมผ้าไม่ม้วน ไม่รุ่ม สวมใส่สบาย เนียนเรียบไร้ริ้วรอย และเทคนิคพิเศษการ Bonding แทนการเย็บ จึงลดการเสียดสีบริเวณใต้ออก รอบคอและแขน Pad (ฟองน้ำ) เป็นรูปทรงกลม มีน้ำหนักเบา หมุนได้ 360 องศา ดูแลรักษาง่าย แห้งเร็ว และพกพาสะดวก

FIRST bra x Hello Kitty

บริษัทฯ ได้ซื้อลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูน Hello Kitty ซึ่งเป็นตัวการ์ตูนชื่อดังระดับโลกที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง เพื่อนำมาออกแบบและผลิตสินค้าชุดชั้นในสำหรับเด็ก เพื่อสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าให้เกิดความน่ารัก น่าสวมใส่ โดยมีการนำตัวการ์ตูนมาออกแบบให้เข้ากับสินค้าแต่ละแบบ

Glam De Fleur

Collection ใหม่ในกลุ่มสินค้า Wacoal Glam โดยมีแรงบันดาลใจจากสีสันของดอกไม้ มหัศจรรย์ความงามของป่าไม้ นางไม้ และเทพในจินตนาการ ผสมกับรูปร่างเข้าวนของหญิงสาวกรีกโบราณ ซึ่งให้ความรู้สึกอิสระและสดชื่นเหมือนล่องลอยอยู่ในความฝัน โดยถ่ายทอดแนวความคิดทั้งหมดผ่านการออกแบบที่เยี่ยมยอด ผสานกับลูกไม้ที่ละเอียดอ่อน และโครงสร้างการตัดเย็บที่ซับซ้อน เพิ่มความหลากหลายด้วยโทนสีที่ร้อนแรงและอ่อนหวาน เพื่อสร้างสมดุลและเสน่ห์อันเรียบหรูให้กับเรือนร่าง

Shape Beautifier

นวัตกรรมใหม่ชุดกระชับสัดส่วนที่ปรับสรีระ โดยช่วยกระชับส่วนเกินพื้นที่ที่สวมใส่ เพิ่มความมั่นใจด้วยเทคนิคพิเศษของเนื้อผ้าที่เนียนเรียบและมีความยืดหยุ่นสูง ทำให้ผู้สวมใส่มีรูปร่างที่กระชับ เข้ารูป ได้สัดส่วนทันทีเมื่อสวมใส่

bamboo

กางเกงในใช้เนื้อผ้าทำมาจากเชื้อไม้ที่มีคุณสมบัติในการยับยั้งแบคทีเรีย ระบายอากาศได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังช่วยลดอุณหภูมิได้ 2 - 3 องศาเซลเซียส ทำให้ใส่แล้วรู้สึกเย็นสบาย ช่วยป้องกันรังสี UV และไม่ระคายเคืองต่อผิวหนังสัมผัส เนื่องจากเส้นใยไม้มีลักษณะกลมมน

U-FIT SHORT

กางเกงในนวัตกรรมใหม่จาก Wacoal พิเศษด้วยโครงสร้าง 3-D และเทคนิคตัดต่อรูปตัว U ทำให้การโอบอุ้มกระชับ BOTTOM สมบูรณ์แบบจากขอบขาจนถึงขอบเอว หมดปัญหาเรื่องการเหนียวรั้งและการยับเคลื่อนขณะสวมใส่ ด้วยขอบขาแบบกระชับเนียนเรียบตลอดเวลา

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายชุดชั้นในสตรีภายในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 71 และร้อยละ 29 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 30 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 โดยในปี 2558 บริษัทฯ ได้เปิดขยายศูนย์บริการสั่งตัดชุดชั้นในและเสื้อผ้าทางการแพทย์ประจำภูมิภาค ดังนี้

- Wacoal Body Clinic Shop ที่ศูนย์การค้า MAYA อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- Wacoal Body Clinic Shop ที่ศูนย์การค้า UD TOWN อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

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

- การจำหน่ายสินค้าไปต่างประเทศ บริษัทฯ และบริษัทย่อย เป็นผู้ดำเนินการส่งออกโดยตรงไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา 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 2558 สินค้าชุดชั้นนอกสตรีของบริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

- สินค้าแบรนด์ WACOAL BLOUSE ได้ทำการ Re-branding ใหม่เพื่อปรับปรุงพัฒนาสินค้าให้สามารถตอบสนองลูกค้ากลุ่มเดิมและเพิ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ให้มากขึ้น
- สินค้าชุดเครื่องแบบพนักงาน (Uniform) ได้พัฒนาวัตถุดิบใหม่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน CoolMode จาก องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เพื่อใช้ผลิตเป็น Uniform ที่ช่วยลดโลกร้อน

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 2558 สินค้าชุดเด็กของบริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

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

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายชุดเด็กภายในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 93 และ ร้อยละ 7 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- การจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ

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

นอกจากช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแล้ว บริษัทฯ ยังได้มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Customer Relationship) โดยผ่านทางช่องทาง Social Network ได้แก่ “Enfant Kidclub”,

“Enfant Momclub” และเว็บไซต์ www.enfant.co.th เพื่อเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

- การจำหน่ายสินค้าไปต่างประเทศ

ในปี 2558 ผลผลิตผ้าชุดเด็กของบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับตลาดในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และจีน เป็นหลัก ด้วยการพัฒนาศักยภาพการขายสินค้าและบริการ โดยเน้นเจาะตลาดการซื้อ-ขายให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักผ่านตัวแทนจัดจำหน่ายในประเทศนั้นๆ โดยปัจจุบันผลผลิตชุดเด็ก ENFANT ได้จำหน่ายไปในต่างประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ เวียดนาม อินเดีย บังกลาเทศ ไต้หวัน นอร์เวย์ เกาหลี เมียนมาร์ จีน และศรีลังกา

2.2.2 สัดส่วนการจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการจำหน่าย	มูลค่า (ล้านบาท)	%
ภายในประเทศ	2,892.58	72.82
ต่างประเทศ	1,079.92	27.18
รายได้จากการขาย	3,972.50	100.00

2.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

จัดจำหน่ายผ่าน	มูลค่า (ล้านบาท)	%	ช่องทางจำหน่าย
บริษัทจัดจำหน่าย	2,346.19	59.06	ห้างสรรพสินค้า Modern Trade
ลูกค้าในและต่างประเทศรายอื่น	1,626.31	40.94	ขายตรง และส่งออกไปยัง สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อาเซียน
รายได้จากการขาย	3,972.50	100.00	

ลูกค้ารายใหญ่ที่บริษัทฯ 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 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการออกแบบ คุณภาพวัตถุดิบ และคุณภาพแรงงาน โดยที่

ผ่านมาตรฐานเสื้อผ้าสำเร็จรูปอาศัยความได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงาน แต่ผลกระทบจากการปรับค่าแรงงานขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศที่ทำให้ต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้น และการถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) จึงเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการบางรายปรับตัวโดยขยายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ในขณะที่เดียวกันเพื่อรักษาความอยู่รอดให้คงแข่งขันได้ในอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขัน ด้วยการยกระดับประสิทธิภาพในการผลิตที่เป็นผลจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี อันประกอบด้วย การบริหารจัดการ ประสิทธิภาพคุณภาพของแรงงาน เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งการมุ่งพัฒนาสู่การผลิตที่ให้บริการอย่างครบวงจร (Full Service Manufacturing) โดยพัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจให้ร่วมดำเนินนโยบายบูรณาการโครงข่ายอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เช่น การวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบใหม่ๆ การคิดค้นเทคนิคการผลิตที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนานวัตกรรมที่เพิ่มคุณค่าสินค้าแก่ผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งจะสามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนต่อไป

ภาวะการแข่งขันของตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูป ทั้งตลาดชุดชั้นในสตรี ชุดชั้นนอกสตรี และชุดเด็ก มีดังนี้

1. ชุดชั้นในสตรี

ตลาดชุดชั้นในสตรีอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันกันสูง แต่ในขณะเดียวกันเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงมาก เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตชุดชั้นในสตรีขนาดใหญ่ของโลก เพราะมีโครงข่ายอุตสาหกรรมที่ครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ส่งผลให้สามารถพัฒนาวัตถุดิบและนวัตกรรมการตัดเย็บได้อย่างหลากหลาย แต่ด้วยต้นทุนค่าแรงที่ปรับตัวสูงขึ้น ผู้ผลิตชุดชั้นในจึงมีความท้าทายในเรื่องของต้นทุนการผลิตที่ต้องบริหารจัดการ รวมทั้งการรวมตัวเป็นสมาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้สินค้าราคาถูกจากประเทศเพื่อนบ้านสามารถเข้ามาทำตลาดภายในประเทศได้มากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายและมีสินค้าทดแทนในราคาที่ต่ำกว่า ซึ่งจะกระทบกับตลาดชุดชั้นในในระดับล่างอย่างมาก เนื่องจากตลาดดังกล่าวมุ่งเน้นที่การแข่งขันด้านราคาเป็นหลัก ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสำหรับตลาดระดับกลางถึงบนจะยังคงแข่งขันกันด้วยดีไซน์รูปแบบ นวัตกรรมสินค้าและบริการเป็นหลัก ซึ่งเป็นการแข่งขันกับผู้ผลิตรายเดิมในประเทศ

สำหรับในปี 2558 ภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมชุดชั้นในสตรียังคงมีความรุนแรง อันเป็นผลมาจากการทำตลาดอย่างหนักของผู้ประกอบการรายต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของราคาสินค้า เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยยังไม่ฟื้นตัวมากเท่าที่ควร ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลต่อการจับจ่ายซื้อสินค้าของผู้บริโภค อีกทั้งยังมีคู่แข่งรายใหม่และสินค้านำเข้าราคาถูกจากประเทศจีนเข้ามาแข่งขันมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์โดยใช้กลยุทธ์การจัดการ ดังนี้

1. ปรับระบบบริหารจัดการในภาพรวมให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีระบบการกระจายสินค้าอัตโนมัติและการดูแลสินค้าคงคลังเข้ามาช่วย ส่งผลให้ความสามารถในการผลิต การควบคุมสินค้าคงคลัง และการกระจายสินค้าเกิดความรวดเร็ว แม่นยำและทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

2. การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ให้หลากหลายและครอบคลุม เพื่อเพิ่มความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้ดียิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นไปที่ช่องทาง E-COMMERCE, TV SHOPPING และร้านค้าย่อยต่างๆ ในส่วนภูมิภาค

3. การทำตลาดและสร้างภาพลักษณ์แบรนด์วาโก้อย่างต่อเนื่องเพื่อคงไว้ซึ่งความเป็นผู้นำตลาดชุดชั้นในสตรี โดยการเน้นการสื่อสารและการจัดกิจกรรมไปยังผู้บริโภคโดยตรง เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นในด้านการบริการลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ การนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆสู่ตลาดในฐานะผู้นำอย่างต่อเนื่อง การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับสากล มีความปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและมั่นใจ ส่งผลให้บริษัทฯ มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน

2. ชุดชั้นนอกสตรี

ในปี 2558 ภาพเศรษฐกิจโดยรวมยังชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคอยู่ในระดับต่ำ จึงเกิดการแข่งขันสูงทั้งในเรื่องรูปแบบสินค้า ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้สามารถรองรับการแข่งขันได้ โดยมุ่งเน้นการบริหารงานด้านต้นทุน และการบริหารสินค้าคงคลัง เพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิตสินค้าและการจัดจำหน่ายซึ่งมีคุณภาพด้วยต้นทุนที่เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

สำหรับผลิตภัณฑ์ชุดชั้นนอกสตรีของบริษัทฯ ได้มุ่งเน้นพัฒนาสินค้าแบรนด์ WACOAL BLOUSE โดยการปรับปรุงภาพลักษณ์ของแบรนด์ พร้อมทั้งบริหารต้นทุนสินค้า และราคาให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเดิมและขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ได้มากขึ้น ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการทำตลาดชุดเครื่องแบบพนักงาน (Uniform) ในช่องทางการจัดจำหน่ายตรงให้กับลูกค้าองค์กร โดยอาศัยจุดแข็งในด้านประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้ามายาวนานกว่า 40 ปีของบริษัทฯ ในการขยายเพิ่มฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก

3. ชุดเด็ก

ตลาดเสื้อผ้าเด็กในช่องทางห้างสรรพสินค้าชั้นนำมีการนำเข้าสินค้าแบรนด์เนมทั้งระดับกลาง-บน เข้ามาจัดจำหน่ายภายในประเทศมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดมีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กของบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นไปที่การวิจัยและพัฒนาสินค้า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมา

วิเคราะห์และพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านของประโยชน์ใช้สอย และรูปแบบที่ทันสมัย รวมทั้งสร้างสรรค์สินค้าใหม่ๆ ที่ปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยส่งเสริมพัฒนาการและความปลอดภัยแก่เด็ก ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดให้สูงขึ้น

2.2.5 จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัทฯ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง

ตลาดชุดชั้นในสตรีของประเทศไทยเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง มีผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายในประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีอยู่ประมาณ 40 แบรินด์ โดยมีผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 ราย ประกอบด้วย บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) ภายใต้อัฒนาแบรนด์ Wacoal ที่ได้รับอนุญาตจาก Wacoal Corporation ประเทศญี่ปุ่น โดยบริษัทฯ เป็นผู้นำตลาดที่ครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดประมาณร้อยละ 60 ของมูลค่าชุดชั้นในที่จำหน่ายภายในประเทศ รองลงมาคือ Sabina และ Triumph ซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดในสัดส่วนรองลงมา

นอกจากคู่แข่งรายใหญ่ในประเทศแล้ว ยังมีบริษัทผลิตชุดชั้นในขนาดเล็กอีกเป็นจำนวนมาก รวมถึงผู้นำเข้าชุดชั้นในชั้นนำจากต่างประเทศ เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส เป็นต้น ที่แข่งขันในตลาดระดับบน และชุดชั้นในราคาถูกจากประเทศจีนและเวียดนามที่แข่งขันในตลาดระดับกลางลงล่าง ทำให้เกิดการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดอย่างมากในทุกระดับราคา

นอกจากนี้ในปัจจุบันผู้ผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ต่างๆ ยังหันมาผลิตชุดชั้นในเพิ่มขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมชุดชั้นในเกิดการแข่งขันเพิ่มขึ้นในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ เทคนิคการตัดเย็บ การออกแบบและสีสันท

2.2.6 สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมชุดชั้นในสตรี เนื่องจากมีความพร้อมและความสามารถในการแข่งขันในด้านต่างๆ ดังนี้

● ด้านการตลาด

1) **ด้านผลิตภัณฑ์** ชุดชั้นในสตรีภายใต้แบรนด์ Wacoal มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของสตรีในระดับสากล และเป็นที่ยอมรับของสตรีไทยมากกว่า 45 ปี ทั้งในด้านคุณภาพที่ดีและการเข้าใจถึงสรีระของสตรีไทย ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับความต้องการที่แตกต่างในทุกช่วงวัย โดย Wacoal เชื่อว่าผู้หญิงทุกคนถูกสร้างให้สวย ไม่ใช่เพียงรูปลักษณ์ภายนอก แต่ **ผู้หญิง....สวยที่สุดจากข้างใน (Beauty Inside)** ซึ่งสามารถจัดแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

- **สินค้ากลุ่ม FUNCTION** เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น ด้านสรีระ ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้ หรือเทคนิคการตัดเย็บ เป็นต้น

- **สินค้ากลุ่ม FASHION** เป็นสินค้าที่ออกแบบให้เข้ากับ Lifetime และ Lifestyle ของผู้บริโภคโดยคำนึงถึงสมัยนิยม และความต้องการของตลาดในแต่ละช่วงเวลา
- **สินค้ากลุ่ม SERVICE** เป็นบริการรับสั่งตัดชุดชั้นในพิเศษเฉพาะบุคคล สำหรับผู้ที่ต้องการปรับแต่งสรีระ และเสื้อผ้าที่ใช้ในทางการแพทย์ เช่น ชุดชั้นในสำหรับผู้ป่วยสตรีที่สูญเสียเต้านม เสื้อผ้าทางการแพทย์ที่ช่วยกระชับแผลเป็นนูน (Keloid) ให้เนียนเรียบ เป็นต้น ซึ่งการลงทุนส่วนนี้มีได้มุ่งหวังผลกำไร แต่ถือเป็นการตอบแทนแก่ผู้บริโภคและสังคม

2) ด้านการบริการ ด้วยนโยบายการเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค บริษัทฯ ได้เปิดบริการลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการให้บริการหลังการขาย โดยผู้บริโภคสามารถขอข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าหรือส่งความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนได้ในหลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ที่หมายเลข 0-2689-8515-6 หรือผ่านเคาน์เตอร์จุดจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ หรือทางอีเมล : services@wacoal.co.th หรือผ่านทาง www.wacoal.co.th ภายใต้อีเมลหัวข้อ “ติดต่อเรา”

3) การมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Center) โดยการทำวิจัยเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาสินค้า บริการ และการจัดกิจกรรมการตลาดให้สอดคล้องและตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

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

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด โดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสีและลวดลายที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2558 ทางบริษัทฯ ได้ร่วมพัฒนาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ ดังนี้

BODY SEAMLESS

เนียนเรียบไร้รอยต่อ

นวัตกรรมการถักผ้าพิเศษให้มีแพทเทิร์นในตัว ไร้รอยตะเข็บ (Body seamless) ทำให้สัมผัสเนียนเรียบ ไร้รอยต่อ และใช้เส้นใยในลอนที่มีความละเอียดระดับไมโครไฟเบอร์ โดยเส้นใยมีขนาดเล็กกว่าเส้นผมถึง 100 เท่า จึงให้ผิวสัมผัสเนียนนุ่มเป็นพิเศษ อีกทั้งผสมเส้นใยยืด (Spandex) ช่วยให้กระชับ ยืดหยุ่นและคืนรูปทรงได้ดี แห้งเร็ว ซึ่งสามารถสัมผัสความเนียนนุ่ม ไร้รอยตะเข็บได้ในผลิตภัณฑ์ Wacoal Seamless Bra

FREE CUT FABRIC

บางเบาไร้ขอบ ไม่ลู่ ไม่รั้น ไม่ม้วน

นวัตกรรมผ้าในลอนบางเบาไร้ขอบ ด้วยเทคนิคการละลายเส้นใยลึกลงโครงสร้างผ้าให้ไม่ลู่ ไม่รั้น ไม่ม้วน ช่วยลดขั้นตอนการตัดเย็บสินค้า ลดการตัดต่อแนวตะเข็บ (Free Cut) เพื่อลดการระคายเคืองจากการกดทับของรอยตะเข็บ อีกทั้งผสมเส้นใยยืด (Spandex) ช่วยให้กระชับ ยืดหยุ่น เนียนเรียบ บางเบา อิสระทุกการเคลื่อนไหว ซึ่งสามารถสัมผัสความเนียนเรียบได้ในผลิตภัณฑ์ Wacoal feel free Bra

SUPER SOFT FABRIC

ที่สุดของความละเอียดอ่อนนุ่ม

ผ้าที่ทำจากเส้นใยในลอนซูปเปอร์ไมโครไฟเบอร์ที่มีขนาดเล็กกว่าเส้นผม 150 เท่า ผสมกับเส้นใยยืด (Spandex) ที่ให้ความยืดหยุ่น สปริงตัวและคืนรูปได้ดี จึงเป็นผ้าที่สวมใส่สบาย มีผิวสัมผัสอ่อนนุ่มเป็นพิเศษ แห้งเร็ว ซึ่งสามารถสัมผัสความละเอียดเนียนนุ่มได้ในผลิตภัณฑ์ยกทรงไร้โครง Super Soft Bra

GAUZE FABRIC (Double Cotton Gauze)

ผ้าฝ้ายบริสุทธิ์บางเบาคุณภาพสูง ซึ่งได้รับความนิยมในประเทศญี่ปุ่นมาอย่างยาวนาน โดยพันเกลียวเส้นด้ายอย่างหลวมๆ แล้วนำมาทอเป็นผ้าเนื้อโปร่งบางเบาซ้อนกัน 2 ชั้น จึงได้ผ้าที่ให้คุณสมบัติพิเศษสามารถดูดซับความชื้นและระบายอากาศได้ดี สวมใส่เย็นสบายและแห้งเร็ว “Easy feel Easy comfort” ซึ่งสามารถสัมผัสความนุ่ม เบาสบายได้ในผลิตภัณฑ์ชุดนอน

SENSITIVE® SHEER II

นวัตกรรมเนื้อผ้าทวิเวย์ (Two way) ที่เนียนเรียบบางเบา ยืดหยุ่นได้ทุกทิศทางด้วยเส้นใยในลอน ไมโครไฟเบอร์ขนาดเล็กกว่าเส้นผม 100 เท่า ผสมกับคุณสมบัติความยืดหยุ่น ความกระชับของเส้นใย Lycra® Extra Fine ช่วยเพิ่มผิวสัมผัสด้านในของผ้า ให้ความรู้สึกนุ่มเหมือนผิวของลูกพิช ทำให้ผ้ามีสัมผัสเนียน นุ่ม ลื่น มีน้ำหนักเบา ยืดหยุ่นสปริงตัวได้ดี รวมทั้งช่วยดูดซับความชื้น และระบายอากาศได้ดี แห้งเร็ว สามารถปล่อยขอบให้เป็นอิสระโดยไม่รั้น ไม่ลู่ ไม่ม้วน (Free Cut) ซึ่งสามารถสัมผัสความเนียนเรียบและความกระชับได้ในผลิตภัณฑ์ Wacoal body base

LYCRA® BEAUTY FABRIC

The Science of Shaping™

นวัตกรรมผ้าเพื่อความกระชับสัดส่วนและควบคุมสรีระโดยไม่อึดอัด อีสระทุกการเคลื่อนไหว ด้วยเส้นใย LYCRA® BEAUTY มากถึง 46% โครงสร้างผ้าทอเวทริกอต ยืดหยุ่นสปริงตัวได้ทุกทิศทาง สวมใส่สบายและคงรูปทรงตลอดอายุการใช้งาน ซึ่งสามารถสัมผัสความกระชับสบายได้ในผลิตภัณฑ์กระชับสัดส่วน Wacoal Shape Beautifier (I-Firm)

JUTE CELL® VISCOSE FIBER

นวัตกรรมเส้นใยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้จากการแปรรูปเส้นใยธรรมชาติจากต้นปอกระเจา (Jute Cell®) ทำให้เส้นใยนุ่มเหมือนฝ้าย เงาเหมือนไหม คล้ายกับเส้นใยเรยอน ผสมเส้นใยฝ้ายบริสุทธิ์ จึงปลอดภัยจากสารพิษ ไม่ระคายเคือง และให้ผิวสัมผัสที่ละเอียด มั่นคง รวมทั้งช่วยดูดซับความชื้น ระบายอากาศได้ดี สวมใส่เย็นสบาย อ่อนนุ่ม ตลอดอายุการใช้งาน ซึ่งสามารถสัมผัสได้ในผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเด็ก ENFANT® Cotton Plus

COOL MODE FABRIC

นวัตกรรมผ้าที่มีคุณสมบัติพิเศษในการซับความชื้นและระบายความร้อนได้ดี ทำให้สวมใส่สบาย ไม่ร้อน สามารถสวมใส่ในอาคารหรือห้องที่มีอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ ≥ 25 องศาเซลเซียส ได้โดยไม่รู้สึกอึดอัด ซึ่งผ่านการรับรองมาตรฐาน CoolMode จากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) โดยทางบริษัทฯ ได้รับการรับรองเนื้อผ้า 3 โครงสร้าง ดังนี้

- 1) 100% POLYESTER PLAIN (TWC 02)
- 2) 100% POLYESTER TWILL (TWC 03)
- 3) 100% POLYESTER DOBBY STRIPE (TWC 04)

เนื้อผ้าทั้งหมดเป็นเนื้อผ้าที่สวมใส่สบาย ช่วยลดการใช้เครื่องปรับอากาศ หรือลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ทำให้ช่วยลดโลกร้อนในทางอ้อม ซึ่งสามารถสัมผัสความสบายได้ในผลิตภัณฑ์ยูนิฟอร์มลดโลกร้อน ภายใต้แบรนด์ Race

● ด้านการผลิตและการดำเนินงาน

1) ด้านโครงข่ายอุตสาหกรรม บริษัทฯ มุ่งสร้างโครงข่ายอุตสาหกรรม (Supply Chain) อย่างครบวงจร โดยมีการบริหารห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยร่วมกับกลุ่มบริษัทในเครือสหพัฒน์ที่เป็นพันธมิตรธุรกิจ เพื่อร่วมกันพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีในระดับราคาที่เหมาะสม รวมถึงการสร้างเครือข่ายในการจัดจำหน่าย นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการขยายฐานการผลิตไปยังประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ เพื่อขยายโอกาสทางการตลาด รองรับตลาดชุดชั้นในสตรีในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

2) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงร่วมมือกับบริษัทผู้จัดทำหน้าในการออกแบบและพัฒนาระบบ Quick Response Marketing System (QRMS) ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและการขาย โดยการเก็บข้อมูลจากร้านค้าโดยตรงแบบ Real Time ทำให้บริษัทฯ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนผลิตสินค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของตลาด

3) ด้าน Logistic บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาระบบ Logistic และคลังสินค้า เพื่อเป็นพื้นฐานในการจัดส่งสินค้าของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยมีบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงลูกค้าทั่วประเทศ ภายใน 24 ชั่วโมง ตลอด 7 วัน

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)

● ด้านการเงิน

บริษัทฯ มีการบริหารนโยบายทางการเงินอย่างรอบคอบและระมัดระวัง พร้อมปรับเปลี่ยนนโยบายให้สอดคล้องเหมาะสมกับทุกสถานะเศรษฐกิจ ทำให้บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ดีและฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งมาโดยตลอด

จากสินค้าและบริการที่ได้รับความนิยมและยอมรับในคุณภาพจากผู้บริโภค ประกอบกับนโยบายการตลาดที่ให้ความสำคัญกับลูกค้า การผลิต และการดำเนินงานที่มีการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับ Supplier และผู้จัดทำหน้า ด้วยความร่วมมือของผู้ถือหุ้นและความร่วมมือของพนักงาน ประกอบกับสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง ทำให้เชื่อมั่นว่าสภาพและศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ถือว่าอยู่ในระดับสูง

2.2.7 แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

ภาวะอุตสาหกรรมชุดชั้นในสตรียังคงมีศักยภาพที่ดี เนื่องจากอุตสาหกรรมชุดชั้นในสตรีของประเทศไทยมีจุดแข็ง คือ การมีแรงงานฝีมือที่มีคุณภาพ กระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทานที่ครบวงจร แม้ว่าในปีที่ผ่านมามูลค่าการส่งออกชุดชั้นในสตรีและอุปสงค์ภายในประเทศจะยังมีความผันผวน แต่บริษัทฯ ยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกิดจากการปรับเปลี่ยนการจัดการระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) และการบริหารระบบโลจิสติกส์ ประกอบกับบริษัทฯ มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการขยายช่องทางการขาย เช่น E-Commerce, TV Shopping ซึ่งกำลังได้รับความนิยม และมีอัตราการเติบโตสูง เนื่องจากสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ง่าย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

ภาพรวมในปี 2559 แนวโน้มของอุตสาหกรรมชุดชั้นในสตรียังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยการเติบโตจะมีปัจจัยหลักจากอุปสงค์ภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว ประกอบกับนโยบายการส่งเสริมการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน และการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ รวมไปถึงการส่งออกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) นับเป็นปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนการเติบโตของบริษัทฯ เนื่องจากตลาดอาเซียนมีขนาดใหญ่ มีการส่งเสริมการค้าขายสินค้าและบริการ การลงทุนระหว่างประเทศสมาชิก การเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี ซึ่งล้วนส่งเสริมเศรษฐกิจของภูมิภาค รวมทั้งการสนับสนุนการเปิดเสรีสินค้าประเภทสิ่งทอ จึงเป็นการเปิดโอกาสทางการค้าที่สามารถกระตุ้นให้ยอดขายและการดำเนินงานของบริษัทฯ สามารถเติบโตและพัฒนาได้ต่อไป

สำหรับในอนาคตประเทศไทยพร้อมเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมชุดชั้นในสตรีในระดับนานาชาติ ที่ครบวงจรตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ และความพร้อมของ Supply Chain System : From Concepts to Customers โดยบริษัทฯ ได้ลงทุนร่วมกับ Wacoal Corp. ประเทศญี่ปุ่น เพื่อยกระดับห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมชุดชั้นในอย่างครบวงจร โดยการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตวัตถุดิบหลักของชุดชั้นใน ด้วยการลงทุนในเครื่องจักร เทคโนโลยี และองค์ความรู้สมัยใหม่ รวมถึงฐานการผลิตชุดชั้นในที่ทันสมัย เพื่อนำพาประเทศไทยให้บรรลุผลแห่งความเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมชุดชั้นในสตรีในอนาคต

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.3.1 จำนวนโรงงานและที่ตั้งของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	ที่ตั้ง	พนักงาน (คน)	อาคาร (หลัง)	พื้นที่รวม (ตร.ม.)
บมจ. ไทยวาโก้	กรุงเทพฯ	2,642	7	43,306
บจก. เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนต์	อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	886	1	6,060
บจก. วาโก้ลำพูน	อ.เมืองลำพูน จ.ลำพูน	420	2	10,152
บจก. วาโก้กบินทร์บุรี	อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี	315	2	6,840
บจก. ภัทยาภิบาลกบินทร์บุรี	อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี	449	2	6,656
บจก. โทรา 1010	กรุงเทพฯ	1	-	12
รวม		4,713	14	73,026

2.3.2 กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตรวม

หน่วย : ชิ้น

กำลังการผลิตจำแนกตามผลิตภัณฑ์	2558	2557	2556
กำลังการผลิตเต็มที่			
ชุดชั้นในสตรี	20,000,000	20,000,000	20,000,000
ชุดชั้นนอกสตรี	100,000	100,000	200,000
ชุดเด็ก	2,200,000	2,500,000	2,800,000
รวม	22,300,000	22,600,000	23,000,000
ปริมาณการผลิตจริง			
ชุดชั้นในสตรี	18,119,177	17,825,861	18,133,988
ชุดชั้นนอกสตรี	100,109	82,338	133,406
ชุดเด็ก	1,857,480	2,241,451	2,434,396
รวม	20,076,766	20,149,650	20,701,790
อัตราการใช้กำลังการผลิต	90.03%	89.16%	90.01%
ปริมาณการผลิตปีนี้เทียบกับปีก่อน	99.64%	97.33%	87.37%

2.3.3 การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบของบริษัทฯ และบริษัทย่อย สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ 2 ประเภท คือ

วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ผ้าผืน ผ้าแถบ ผ้ายัด ผ้าลูกไม้ ส่วนใหญ่จัดซื้อจากโรงงานทอผ้าและโรงงานถักผ้าลูกไม้โดยตรง เช่น บริษัท เท็กซ์ไทล์เพรสทิจ จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยทาเคตะเลซ จำกัด บริษัท เฟอร์นิเอเซีย จำกัด และนำเข้าจากต่างประเทศ

วัตถุดิบรอง ได้แก่ ฟองน้ำปั๊มขึ้นรูป (MOLD) สายบ่า ชิ้นส่วน กระดุม ค้าย ชิป ตะขอ จัดซื้อจากโรงงานในประเทศ เช่น บริษัท เอราวันสิ่งทอ จำกัด บริษัท ยูแทกซ์ เอฟ.เอ็ม. จำกัด

2.3.4 ผู้จัดจำหน่ายที่สำคัญ

ในปี 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีการซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายที่สำคัญจำนวน 3 ราย คือ

1. บริษัท เท็กซ์ไทล์เพรสทิจ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 28 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด
2. บริษัท เอราวันสิ่งทอ จำกัด ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 20 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด
3. กลุ่ม Wacoal Corporation ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้ซื้อวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 17 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด

การซื้อวัตถุดิบกับผู้จัดจำหน่ายทั้ง 3 ราย เป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไป ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีการทำสัญญาในการซื้อขายวัตถุดิบกับผู้จัดจำหน่ายดังกล่าว เนื่องจากเงื่อนไขในการสั่งซื้อที่สำคัญจะปรากฏในใบสั่งซื้อแต่ละครั้งแล้ว

2.3.5 สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ

ในปี 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อย ดำเนินการผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่จัดซื้อภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 70 และ ร้อยละ 30 เป็นการนำเข้าผ้าและลูกไม้ส่วนใหญ่จากประเทศญี่ปุ่น 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) 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 สำหรับด้านอุทกภัยมีการแต่งตั้งคณะทำงานดำเนินการมาตรการป้องกัน ดูแล และแก้ไขสถานการณ์น้ำท่วม จัดทำแผนก่อนเกิดเหตุ ขณะเกิดเหตุ และหลังเกิดเหตุ การติดตามข่าวสารของทางราชการ การปฏิรูปพื้นที่ฟุตสถานที่ เพื่อให้การปฏิบัติงานสามารถดำเนินไปได้โดยเร็ว

3.7 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศของบริษัทฯ อยู่ภายใต้กฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากมีการฝ่าฝืนอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานและชื่อเสียงของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่างๆ รวมถึงกฎหมายใหม่ที่จะออกมาบังคับใช้

ในปี 2558 บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงด้านกฎหมาย (Legal Risk) และมีหน่วยงาน Compliance Unit ทำหน้าที่กำกับและติดตามข้อกฎหมายที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และการปฏิบัติตามกฎหมาย รวมทั้งเผยแพร่ให้ความรู้และทำความเข้าใจกับบุคลากรในองค์กร

3.8 ความเสี่ยงด้านอื่น

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ต้องมีการเตรียมพร้อมในการกำหนดกลยุทธ์ และแผนรองรับเมื่อปัจจัยต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบกับการประกอบกิจการของบริษัทฯ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะของทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1.1 ที่ดิน

ที่ตั้งที่ดิน	ขนาดพื้นที่ (หน่วย : ตร.ว.)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
กรุงเทพฯ	11,531.80	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	738.22	ไม่มี
อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี	4,472.00	บริษัทฯ และ SR.W. เป็นเจ้าของ	3.10	ไม่มี
อ. เมืองลำพูน จ. ลำพูน	6,404.50	WLC เป็นเจ้าของ	13.83	ไม่มี
อ. กบินทร์บุรี จ. ปราจีนบุรี	9,557.00	WKC และ PKC เป็นเจ้าของ	23.32	ไม่มี
รวม	31,965.30		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	17.89	ไม่มี
อ. เมืองลำพูน จ. ลำพูน	6,696.00	WLC เป็นเจ้าของ	4.56	ไม่มี
อ. กบินทร์บุรี จ. ปราจีนบุรี	13,304.00	WKC และ PKC เป็นเจ้าของ	4.27	ไม่มี
รวม	71,610.20		69.47	

4.1.3 เครื่องจักร

ที่ตั้งเครื่องจักร	จำนวน เครื่องจักร (หน่วย : คัน)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
กรุงเทพฯ	4,258	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	49.84	ไม่มี
อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี	1,685	SR.W. เป็นเจ้าของ	19.93	ไม่มี
อ. เมืองลำพูน จ. ลำพูน	1,434	WLC เป็นเจ้าของ	28.09	ไม่มี
อ. กบินทร์บุรี จ. ปราจีนบุรี	2,600	WKC และ PKC เป็นเจ้าของ	56.90	ไม่มี
รวม	9,977		154.76	

หมายเหตุ : บริษัทฯ มีบริษัทย่อย จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

SR.W.	=	บจก. เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนต์
WLC	=	บจก. วาโก้ลำพูน
WKC	=	บจก. วาโก้กบินทร์บุรี
PKC	=	บจก. กัทยากบินทร์บุรี
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	ก 269706	จดทะเบียนใน 25 ประเทศ
B'me	ชุดชั้นในสตรี	ก 900585	จดทะเบียนใน 8 ประเทศ
ENFANT	เสื้อผ้าเด็ก	ก 45799	จดทะเบียนใน 34 ประเทศ
	ของใช้เด็ก	ก 171190	
De bon	เสื้อผ้าเด็ก	ก 51009	จดทะเบียนใน 12 ประเทศ

WIENNA เป็นเครื่องหมายการค้าของชุดชั้นในสตรีสำหรับวัยทำงานที่เน้นการสวมใส่ที่เหมาะสมกับรูปร่างของผู้สวมใส่

B'me เป็นเครื่องหมายการค้าของชุดชั้นในสตรีสำหรับผู้หญิงแต่ละช่วงวัยซึ่งมีสรีระที่เปลี่ยนไป ด้วยรูปแบบที่เหมาะสมช่วยให้ผู้สวมใส่แลดูอ่อนเยาว์ และรู้สึกประทับใจอย่างไม่เหมือนเคย “เป็นคุณในแบบที่คุณเป็น”

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

De bon เป็นเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ชุดเด็ก ใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ ไม่ก่อการระคายเคือง อ่อนโยนต่อผิวสัมผัสและดีต่อสุขภาพของลูกน้อย

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป มูลค่ารวม 190.08 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 3.02 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ นโยบายการลงทุนในอนาคตของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับสถานะเศรษฐกิจโอกาสในการทำธุรกิจ และเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น

4.3 การประเมินราคาทรัพย์สิน

บริษัทฯ ไม่มีการปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจอันเป็นผลให้มีการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน หรือมีการตีราคาทรัพย์สินใหม่ในระหว่างรอบระยะเวลาบัญชี

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

5.1 คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยมากกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

- ไม่มี -

5.2 คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้

- ไม่มี -

5.3 คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย

ในปี 2558 บริษัทฯ มีข้อพิพาททางกฎหมายที่บริษัทฯ เป็นคู่ความหรือคู่กรณี ซึ่งเป็นคดีหรือข้อพิพาทที่ยังไม่สิ้นสุด และเป็นคดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ จำนวน 1 คดี โดยสรุปได้ดังนี้

คดีเรียกทรัพย์มรดกคืน เพิกถอนนิติกรรมการจดทะเบียนโอนที่ดิน

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 เพิกถอนนิติกรรมการจดทะเบียนโอนที่ดิน

ศาลชั้นต้นได้มีคำพิพากษายกฟ้องเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2558 โจทก์ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาของศาลชั้นต้นเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2558 และบริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) (จำเลยที่ 3) ได้ยื่นคำแก้อุทธรณ์เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2558 คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์ ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าศาลอุทธรณ์จะใช้เวลาการพิจารณาประมาณ 8 - 12 เดือน นับจากวันที่ศาลอุทธรณ์ได้รับสำนวนคดีทั้งหมดจากศาลชั้นต้น

การประเมินความเสี่ยง

การประเมินความเสี่ยงในกรณีที่ศาลมีคำพิพากษาให้เพิกถอนการทำนิติกรรมดังกล่าว 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, 0-2689-8300
โทรสาร	: 0-2291-1788
เว็บไซต์	: www.wacoal.co.th

ติดต่อหน่วยงานผู้รับผิดชอบ

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

6.1.2 การลงทุนในบริษัทอื่นตั้งแต่ร้อยละ 10
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภทของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดยบริษัทฯ	
				จำนวนหุ้น	%
<u>บริษัทย่อยทางตรง</u>					
1. บริษัท วาโก้ลำพูน จำกัด 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
2. บริษัท วาโก้บิรินทร์บุรี จำกัด 121-121/1 หมู่ที่ 5 ถ.สุวรรณศรี ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5140-4 โทรสาร 0-3720-5144	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	500,000	499,993	99.99
3. บริษัท โทรา 1010 จำกัด 930/1 ซ.ประตู 1 ถ.สาธุประดิษฐ์ บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-8705 โทรสาร 0-2689-8706	จัดหาและจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	100,000	99,970	99.97
4. บริษัท เอสอาร์.ดับบลิว.การ์เมนท์ จำกัด (SR.W.) 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
<u>บริษัทย่อยทางอ้อม</u> (ถือหุ้น โดย SR.W. = 99.99%)					
5. บริษัท ภัทยาภิรินทร์บุรี จำกัด 123-123/1 หมู่ที่ 5 ถ.สุวรรณศรี 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	%
บริษัทร่วม					
1. Myanmar Wacoal Co., Ltd. Lot no. B2, Thilawa SEZ Zone A, Yangon, Myanmar	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	40,000	16,000	40.00
2. Pattaya Myanmar Co., Ltd. 16 Panchatun U Shwe Owe Road, Hlaing Tharyar Industrial Zone 2, Hlaing Tharyar Township, Yangon, Myanmar	ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	8,000	1,600	20.00
บริษัทอื่นๆ					
1. บริษัท ไทยเน็กซ์ จำกัด 222 หมู่ที่ 5 ถ.สุวรรณสร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5145-7 โทรสาร 0-3720-5229	ทอและพิมพ์แถบตราสิ่งทอ	หุ้นสามัญ	200,000	38,000	19.00
2. บริษัท เอสเอสดีซี (ไทเกอร์เท็กซ์) จำกัด 111 หมู่ที่ 5 ถ.สุวรรณสร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5038 โทรสาร 0-3720-5038	ธุรกิจฟอกย้อม	หุ้นสามัญ	32,400,000	6,065,570	18.72
3. บริษัท สหเอเชียแปซิฟิก จำกัด 729/4-7 ถ.รัชดาภิเษก บางโพธิ์พวง ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-9885 โทรสาร 0-2689-9886	การเช่าและการดำเนินการเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ	37,567,000	6,950,000	18.50
4. บริษัท เท็กซ์ไทล์เพรสทิจ จำกัด (มหาชน) 704/1-9 ถ.พระราม 3 บางโพธิ์พวง ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2294-0071 โทรสาร 0-2294-2386	ผลิตและจำหน่ายสิ่งทอ	หุ้นสามัญ	108,000,000	19,598,850	18.15

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภทของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดยบริษัทฯ	
				จำนวนหุ้น	%
5. บริษัท อินเทอร์เน็ตชั้นนำ คอมเมอร์เชียล โคออร์ดิเนชั่น (ฮ่องกง) จำกัด ห้อง 408 ชั้น 4 อาคารโชนชีอินดัสเตรียล เลขที่ 26 ถ.ลามฮิง เกาลูนเบย์ เกาลูน ฮ่องกง โทร. 001 852 2756 5622 โทรสาร 001 852 2753 8631	ผู้จัดจำหน่าย สินค้าอุปโภค	หุ้นสามัญ	20,000	3,600	18.00
6. บริษัท วิน อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด 4236/218-222 ซ.ประตู 1 ถ.สาธิตประดิษฐ์ บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-8520 โทรสาร 0-2689-8836	ธุรกิจขายตรง	หุ้นสามัญ	300,000	53,700	17.90
7. บริษัท บางกอกโตเกียว ซ็อคส์ จำกัด 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
8. บริษัท เอร่าวันถึงทอ จำกัด 49 หมู่ที่ 3 ถ.ปู่เจ้าสมิงพราย ต.สำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ โทร. 0-2183-3898-9 โทรสาร 0-2183-3916	ปั่นด้าย ทอผ้า และผลิตชิ้นส่วน ที่เป็นส่วน ประกอบของ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	6,214,634	1,008,703	16.23
9. บริษัท ภัทยาอุตสาหกรรม จำกัด 611/28 ตรอกวัดจันทร์ใน บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2291-2390-8 โทรสาร 0-2291-2378	ผลิตเสื้อผ้า สำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	3,000,000	440,000	14.67

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภทของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดยบริษัทฯ	
				จำนวนหุ้น	%
10. บริษัท เอส.ที.จี.ซี. จำกัด 930/1 ซ.ประตู 1 ถ.สาธุประดิษฐ์ บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-8541 โทรสาร 0-2291-1788	วิจัยธุรกิจสิ่งทอ และ เครื่องนุ่งห่ม	หุ้นสามัญ	25,000	3,250	13.00
11. บริษัท อินเทอร์เน็ตชั่นแนลเลทเธอร์เฟชั่น จำกัด 129/1 ถ.ช่องนนทรี ช่องนนทรี ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2295-0911 โทรสาร 0-2294-5101	ผลิตเครื่องหนัง	หุ้นสามัญ	500,000	60,000	12.00
12. บริษัท มอร์แกน เดอ ทัว (ประเทศไทย) จำกัด 129/1 ถ.ช่องนนทรี ช่องนนทรี ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2295-1730 โทรสาร 0-2295-1757	ตัวแทนจำหน่าย สินค้าและเครื่อง แต่งกาย	หุ้นสามัญ	400,000	48,000	12.00
13. บริษัท ที.ยู.ซี. อีลาสติก จำกัด 704/1-5 ถ.พระราม 3 บางโพงพาง ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2294-0071 โทรสาร 0-2294-0151	ผลิตและ จำหน่ายผ้ายืด และท่อแถบ ยางยืด	หุ้นสามัญ	1,600,000	172,000	10.75
14. บริษัท แชมป์เอช จำกัด 58 ซ.เจริญราษฎร์ 7 บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-8240 โทรสาร 0-2291-2537	ผลิตเสื้อผ้า สำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	400,000	40,000	10.00

6.1.3 บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ : 0-2009-9000

Call Center : 0-2009-9999

โทรสาร : 0-2009-9991

ผู้สอบบัญชี

บริษัท ดีลอยท์ ทูช โธมัส ไซยส สอบบัญชี จำกัด

อาคารรจนาการ ชั้น 25 - 26, 28

3 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร

กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ : 0-2676-5700

โทรสาร : 0-2676-5757

โดย ดร.ศุภมิตร	เดชะมนตรีกุล	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน	3356	และ/หรือ
นายนิติ	จิงนิจันรันดร์	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน	3809	และ/หรือ
นายมนูญ	มนุสข	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน	4292	

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -