

## 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 เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งประกอบด้วย ชุดชั้นในสตรี ชุดชั้นนอกสตรี และชุดเด็ก โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก คือ ชุดชั้นในสตรี

การจัดจำหน่ายภายในประเทศมี บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทฯ 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 และการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง พัฒนาองค์กรให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญ ผสานกับทรัพยากรบุคคลที่มีฝีมืออาชีพ ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

## ค่านิยม (Value)

<b>W</b> ork in Team and Be Professional	ทำงานเป็นทีม กล้าตัดสินใจ ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ
<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	ทำงานและดำเนินชีวิตบนพื้นฐานความรักและความเชื่อมั่นต่อกัน

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ


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

บุกเบิกตลาดชุดชั้นใน สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก พัฒนาจากรากฐานจนก้าวเป็นผู้นำตลาดชุดชั้นในเมืองไทย

- ปี 2513 • ก่อตั้งธุรกิจร่วมทุนระหว่างบริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด และ Wacoal Corporation ประเทศญี่ปุ่น เริ่มการผลิตชุดชั้นในสตรี
- ปี 2514 • เริ่มผลิตสแตนด์หน้าท้อง กางเกงใน บอดี้สูท เพ็ททีโค้ท ชุดนอน
- ปี 2515 • ส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ
- ปี 2516 • เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 4 ล้านบาทเป็น 8 ล้านบาท
- ปี 2517 • เริ่มการผลิตผลิตภัณฑ์ชุดเด็กจำหน่ายในประเทศ
- ปี 2522 • เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 20 ล้านบาท

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

เพิ่มศักยภาพองค์กร ท่ามกลางภาวะการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น

- ปี 2523 • เปลี่ยนสัญลักษณ์ของบริษัทฯ จาก Wacoal มาเป็นรูป  เนื่องในโอกาสครบรอบ 10 ปี แห่งการก่อตั้ง เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2523 โดยมีลักษณะคล้ายดอกไม้บาน อันสื่อถึงความเจริญก้าวหน้าของบริษัทฯ และกำหนดสีประจำบริษัทฯ คือ สีไวน์แดง และสีชมพู
- ปี 2526 • เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ปี 2527 • ริเริ่ม Human Science Research จัดทำ “โครงการ Wacoal Computer Service” บริการวัดสัดส่วนแก่ลูกค้า ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

- ปี 2528 • จัดตั้ง Wacoal Body Clinic บริการสั่งตัดชุดชั้นในพิเศษเฉพาะบุคคลและผู้ที่มีโครงสร้างสรีระพิเศษ
- ปี 2529 • เปลี่ยนแปลงระบบมินิคอมพิวเตอร์มาเป็นระบบเมนเฟรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบงานด้านต่างๆ
- ปี 2530 • ขยายธุรกิจ กำเนิดโฆษณาชุดชั้นในในโทรทัศน์ ลงทุนร่วมกับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบ

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

ก้าวผ่านวิกฤตเศรษฐกิจ พัฒนาสินค้าและความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

- ปี 2533 • โรงงานดีเด่นแห่งปี
  - วิเคราะห์โครงสร้างสรีระด้วยเครื่อง Silhouette Analyzer เครื่อง Moire และ เครื่อง Sketched Outline
- ปี 2534 • จัดตั้ง “ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์” เพื่อวิจัย ทดสอบ และวิเคราะห์คุณภาพของวัสดุสิ่งทอตามมาตรฐาน JIS (Japanese International Standard) พร้อมทั้งค้นคว้าวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบใหม่
- ปี 2535 • เพิ่มบริการตัดเย็บเสื้อผ้าทางการแพทย์เฉพาะบุคคล (Clinical Wear Service) รักษาและบรรเทาผลเป็นอันเกิดจากไฟไหม้ น้ำร้อนลวก
- ปี 2536 • รางวัลผลิตภัณฑ์ยอดเยี่ยม จากเอเชียแปซิฟิกอวอร์ด
- ปี 2537 • แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน มีการเพิ่มทุนอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 120 ล้านบาท
- ปี 2540 • ริเริ่มโครงการ Thailand Best ด้วยการจัดงาน “Sahagroup Export & Trade”
- ปี 2541 • จัดตั้ง Call Center ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์
- ปี 2542 • บริษัทฯ ออกหุ้นกู้ 500 ล้านบาท

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

ทำการตลาดเชิงรุก ปรับภาพลักษณ์ของสินค้า สร้างความแตกต่างด้วยนวัตกรรม

- ปี 2543 • ริเริ่มโครงการ “วาโก้โบว์ชมพู สู้มะเร็งเต้านม”
- ปี 2548 • นำระบบการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า Quality Function Deployment และ Kansei Engineering มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์
- ปี 2549 • พัฒนานวัตกรรมบริการรูปแบบใหม่ “Balancing Bra Service” บริการสั่งตัดชุดชั้นในสำหรับสตรีที่สูญเสียเต้านม

- ปี 2551 • ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของสินค้าเป็นระดับพรีเมียม ด้วยการพัฒนาสินค้า “Diamond Intimacy” นำคริสตัล Swarovski มาประดับบนชุดชั้นใน
- ปี 2552 • ชุดชั้นในรายแรกของไทยที่ได้รับฉลากเขียว
- ได้รับเครื่องหมาย Cool Mode ผลิตภัณฑ์ชุดนอนและชุดชั้นในอกสตรี
  - พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงสูงวัย และ Wacoal Cool ผลิตภัณฑ์สำหรับภูมิภาคเขตร้อน
  - นำระบบ SAP มาใช้เป็นครั้งแรกในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป

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

บูรณาการสิ่งทอครบวงจร ก้าวสู่ผู้นำธุรกิจชุดชั้นในระดับชั้นนำของโลก

- ปี 2553 • จัดแสดงแฟชั่นโชว์ผลงาน Princess Collection ในสมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีนารีรัตนราชกัญญา เนื่องในโอกาสครบรอบ 40 ปีไทยวาโก้ เพื่อนำรายได้สมทบทุนการสร้างศูนย์มะเร็งเต้านม
- ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 50001
- ปี 2555 • สร้างแบรนด์ B'me
- จัดโครงการ “School of Deep Textile” พัฒนาผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอเชิงลึก
  - เริ่มโครงการ “วาโก้บราเคย์” บริจาคบราเก่าเพื่อนำไปเผอย่างถูกวิธี
- ปี 2556 • ร่วมลงทุนจัดตั้ง Pattaya Myanmar Co., Ltd. เพื่อขยายฐานการผลิตไปยังประเทศในภูมิภาคอาเซียน
- พัฒนาระบบการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ
- ปี 2557 • ปรับ Brand Concept ภายใต้นวัตกรรม “Beauty Inside”
- นำแนวคิดการตลาดแบบ Omni Channel มาใช้เชื่อมโยงช่องทางการตลาดต่างๆ
  - ได้รับรางวัล Best Corporate Social Responsibility Award
- ปี 2558 • ได้รับคัดเลือกเป็นบริษัทที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG 100)
- ร่วมลงทุนกับ Wacoal Corp. ประเทศญี่ปุ่น จัดตั้ง Myanmar Wacoal Co., Ltd. เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
  - สร้างการรับรู้และเสริมภาพลักษณ์ Wacoal Sport และผลิตภัณฑ์ CW-X ตามกระแสความนิยมการดูแลสุขภาพ
  - ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 และ ISO 14001
- ปี 2559 • ร่วมลงทุนจัดตั้งบริษัท เอ เทค เท็กซ์ไทล์ จำกัด และบริษัท จี เทค แมททีเรียล จำกัด เพื่อเป็นฐานการผลิตวัตถุดิบสำหรับชุดชั้นในสตรีในอนาคต

- สมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (CAC)
- ได้รับรางวัล Best Content 2016 จาก Lazada
- ปี 2560 • ร่วมลงทุนในบริษัท ภัทยาอุตสาหกรรม จำกัด เพิ่มขึ้นจนเป็นบริษัทร่วม
- ปี 2561 • ไทยวาโก้ได้รับการรับรองความสามารถทางนวัตกรรม และองค์กรนวัตกรรม
- ปี 2562 • ได้รับรางวัล Best Innovative Company Awards ด้านนวัตกรรมโดดเด่นจาก SET Awards
- ปี 2563 • ได้รับการรับรองเป็น ECO FACTORY และรางวัล GREEN INDUSTRY ระดับ 4
- ได้รับคัดเลือกอยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน (THSI)
- ได้รับรางวัล No.1 Brand Thailand 2019-2020 หมวด Woman Underwear ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

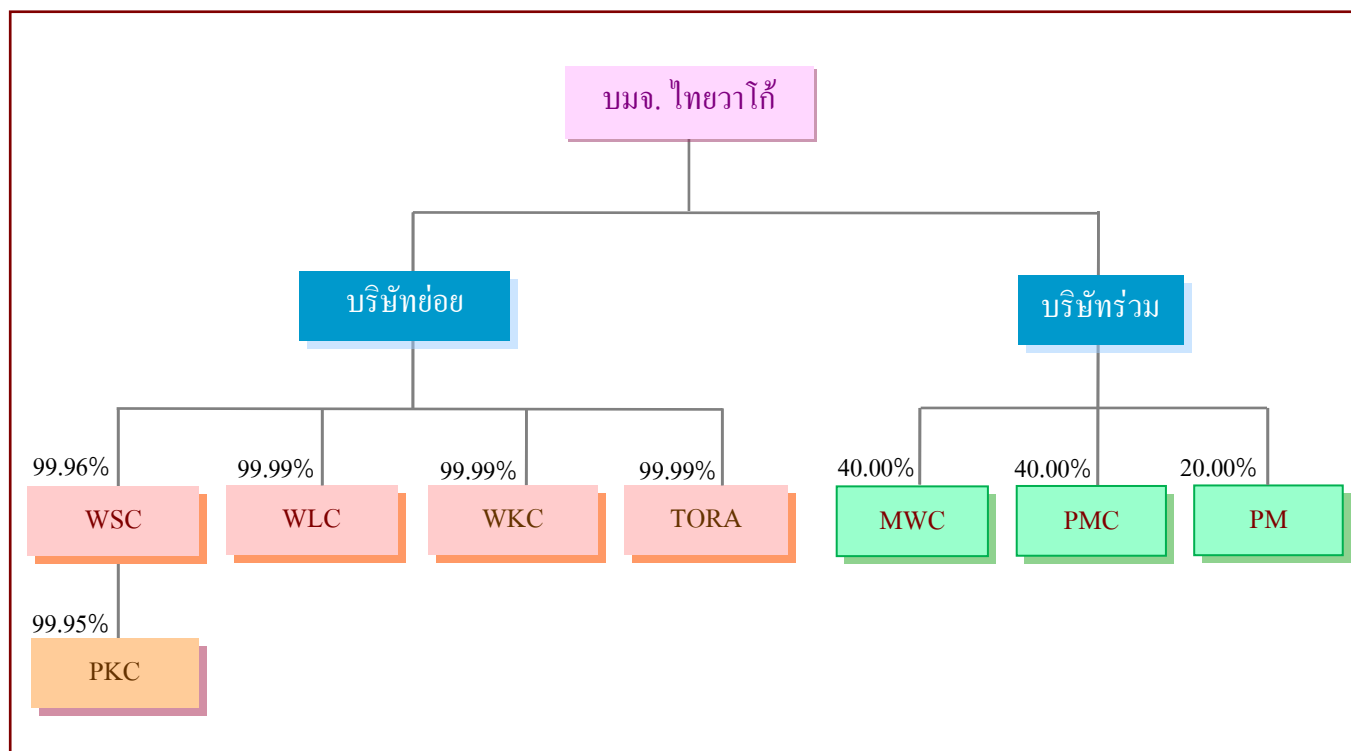
#### 1.3.1 นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

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

**บริษัทย่อย** ทำหน้าที่เป็นหน่วยผลิตสินค้าและขายสินค้าส่วนใหญ่ที่ผลิตได้ให้แก่บริษัทฯ กรณีการส่งออกบริษัทย่อยสามารถผลิตเพื่อส่งออกได้โดยตรง โดยที่บริษัทย่อยไม่ต้องพึ่งพาความช่วยเหลือทางการเงินจากบริษัทฯ บริษัทย่อย 4 แห่งนับเป็นฐานการผลิตที่สำคัญ ซึ่งจัดตั้งในเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เพื่อรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีและต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่า นอกจากนี้บริษัทย่อยอีก 1 แห่ง ทำหน้าที่จัดหาและจัดจำหน่ายสินค้า และประกอบธุรกิจฟอกย้อม

**บริษัทร่วม** เกิดจากการร่วมลงทุนระหว่างบริษัทฯ กับพันธมิตรทางธุรกิจในฐานะธุรกิจที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ โดยอาศัยความรู้ ความชำนาญของพันธมิตรทางธุรกิจ อันเป็นการส่งเสริมประโยชน์ซึ่งกันและกัน

### 1.3.2 โครงสร้างการถือหุ้นและการแบ่งการดำเนินงานในกลุ่มบริษัท



หมายเหตุ : สัดส่วนของสิทธิออกเสียงในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้น

WSC	=	บจก. วาโก้ศรีราชา
PKC	=	บจก. ภัทยาภินทร์บุรี
WLC	=	บจก. วาโก้ลำพูน
WKC	=	บจก. วาโก้ภินทร์บุรี
TORA	=	บจก. โทรา 1010
MWC	=	Myanmar Wacoal Co., Ltd.
PMC	=	บจก. ภัทยาอุตสาหกรรมกิจ
PM	=	Pattaya Myanmar Co., Ltd.

#### การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

บริษัทฯ มีโครงสร้างการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน แต่การถือหุ้นไขว้ดังกล่าวไม่มีลักษณะเป็นการถือหุ้นไขว้ระหว่างกันที่ขัดหรือแย้งกับหลักเกณฑ์ ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ.39/2559 เรื่อง “การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่” ข้อ 14

ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	บริษัทฯ ถือ หุ้นบริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือ หุ้นบริษัทฯ
<b>1. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 50%</b> (ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่น	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่น เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริษัท วาโก้ลำพูน จำกัด 99.99 -</li> <li>2. บริษัท วาโก้บิรินทร์บุรี จำกัด 99.99 -</li> <li>3. บริษัท โทรา 1010 จำกัด 99.99 -</li> <li>4. บริษัท วาโก้ศรีราชา จำกัด (WSC) 99.96 -</li> <li>5. บริษัท ภัทยาภิบาลบิรินทร์บุรี จำกัด (ถือหุ้นโดย WSC = 99.99%) 99.95 -</li> </ol>		
(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% <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wacoal Corporation - 33.61</li> </ol>		
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ เกินกว่า 10% <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Myanmar Wacoal Co., Ltd. 40.00 -</li> <li>2. บริษัท ภัทยาอุตสาหกรรม จำกัด (PMC) 40.00 0.07</li> </ol>		
<b>3. กรณีการถือหุ้นไม่เกินกว่า 25% *</b> (ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ ไม่เกินกว่า 25% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 25%	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นไม่เกินกว่า 25% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทฯ เกินกว่า 25% <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) 0.69 23.06</li> <li>2. บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) 3.82 5.09</li> <li>3. ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 0.01 3.90</li> <li>4. บริษัท ธนูลักษณ์ จำกัด (มหาชน) 0.83 1.39</li> </ol>		

หมายเหตุ : \* แสดงรายการเฉพาะบริษัทที่มีการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน

#### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทฯ ประกอบการผลิตสินค้าชุดชั้นในสตรีภายใต้เครื่องหมายการค้า Wacoal ซึ่งได้รับอนุญาตจาก Wacoal Corporation ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ โดยการจัดจำหน่ายสินค้าชุดชั้นในสตรีผ่านบริษัทในกลุ่ม Wacoal Corporation เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และอาเซียน เป็นหลัก

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



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

ในปี 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 68 และ ร้อยละ 32 ตามลำดับ

### โครงสร้างรายได้จำแนกตามผลิตภัณฑ์

หน่วย : ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์ / บริการ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น ของบริษัทฯ	2563		2562		2561	
			รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
รายได้ในประเทศ ชุดชั้นในสตรี	บมจ. ไทยวาโก้	-	1,711.85	57.91	3,300.30	67.61	2,991.09	64.94
	บจก. วาโก้ศรีราชา	99.96	29.88	1.01	27.39	0.56	37.93	0.82
	บจก. วาโก้ลำพูน	99.99	0.17	0.01	0.65	0.01	6.45	0.14
	บจก. วาโก้บิรินทร์บุรี	99.99	0.22	0.01	0.83	0.02	0.51	0.01
	บจก. ภัทยาภิรินทร์บุรี	99.95	6.34	0.21	12.54	0.26	13.79	0.30
ชุดชั้นนอกสตรี	บมจ. ไทยวาโก้	-	100.11	3.39	112.97	2.32	127.44	2.77
ชุดเด็ก	บมจ. ไทยวาโก้	-	146.94	4.97	154.43	3.16	177.79	3.86
อื่นๆ	บจก. โทรา 1010	99.99	19.36	0.65	22.73	0.47	3.53	0.08
รวม			2,014.87	68.16	3,631.84	74.41	3,358.53	72.92
รายได้ต่างประเทศ ชุดชั้นในสตรี	บมจ. ไทยวาโก้	-	905.33	30.62	1,218.59	24.96	1,213.38	26.34
	ชุดเด็ก	-	36.01	1.22	30.72	0.63	34.14	0.74
รวม			941.34	31.84	1,249.31	25.59	1,247.52	27.08
รายได้รวม								
ชุดชั้นในสตรี			2,653.79	89.77	4,560.30	93.42	4,263.15	92.55
ชุดชั้นนอกสตรี			100.11	3.39	112.97	2.32	127.44	2.77
ชุดเด็ก			182.95	6.19	185.15	3.79	211.93	4.60
อื่นๆ			19.36	0.65	22.73	0.47	3.53	0.08
รวมรายได้จากการขายและบริการ			2,956.21	100.00	4,881.15	100.00	4,606.05	100.00

### 2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

### 2.1.1 ชุดชั้นในสตรี

ชุดชั้นในสตรีเป็นผลิตภัณฑ์หลักซึ่งบริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายมากที่สุด มีมูลค่าการจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 90 ของมูลค่าการจำหน่ายทั้งหมด โดยบริษัทฯ ผลิตสินค้าชุดชั้นในสตรีให้ตัวแทนจำหน่าย ภายใต้เครื่องหมายการค้า ดังนี้

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

- Wacoal Bloom อายุ 8 - 15 ปี ชุดชั้นในที่ออกแบบและพัฒนาให้เหมาะสมกับสรีระเด็กหญิงวัยเริ่มสาว เน้นการสวมใส่สบาย ไม่ระคายเคืองผิว
- Wacoal Young อายุ 16 - 22 ปี สำหรับวัยรุ่น วัยที่ชอบสิ่งแปลกใหม่ แฟชั่น มีความหลากหลายของรูปแบบ เหมาะกับแต่ละกิจกรรมที่ทำ ตาม Lifestyle ของวัยรุ่น และมีความเป็นตัวของตัวเอง
- Wacoal Mood อายุ 18 - 30 ปี สำหรับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นที่ชื่นชอบแฟชั่นนำสมัย และฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสมกับสรีระของผู้หญิง เพื่อสนองตอบต่ออารมณ์ที่หลากหลายของผู้หญิง
- Wacoal Braberry อายุ 25 - 35 ปี สำหรับผู้หญิงยุคใหม่ซึ่งชอบความหรูหรา ทันสมัย แต่แฝงไว้ด้วยความหวาน ทำให้เป็นผู้หญิงที่มีเสน่ห์น่าค้นหายิ่งขึ้น
- Wacoal Missy อายุ 25 ปี ขึ้นไป สำหรับวัยทำงานที่เป็นตัวของตัวเอง โดดเด่น สง่างาม มีเสน่ห์น่าหลงใหล
- Wacoal Glam อายุ 25 ปี ขึ้นไป สำหรับผู้หญิงที่ชอบความงามสง่าหรูหรา พิถีพิถัน และมีรสนิยมที่โดดเด่นอย่างมีสไตล์
- Wacoal Curve Diva อายุ 25 ปี ขึ้นไป สำหรับสาวคัพใหญ่ Cup B ขึ้นไป มีเนื้อนิ่มอ้อม และสาวไซส์ DIVA ที่มีฟังก์ชันเก็บกระชับ แต่ยังคงสวมใส่สบาย
- Wacoal Shape Beautifier สำหรับสาวที่ต้องการเก็บกระชับรูปร่างให้สวยงามได้สัดส่วน (Body Suit, Girdle, Hips, Pants)
- Wacoal Maternity สำหรับคุณแม่ที่เริ่มตั้งครรภ์จนถึงหลังคลอด ช่วยดูแลสรีระที่เปลี่ยนแปลงไป ให้ความสำคัญและใส่ใจการออกแบบ คัดสรรวัตถุดิบที่อ่อนโยนต่อผิว เพื่อลดความระคายเคือง
- Wacoal Motion Wear สำหรับผู้หญิงที่รักการออกกำลังกาย เล่นกีฬาที่ต้องการความทะมัดทะแมง คล่องแคล่ว ว่องไว และรักแฟชั่น

- Wacoal Gold	สำหรับผู้รักสุขภาพและผู้สูงวัยอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยเน้นนวัตกรรมการตัดเย็บให้สวมใส่สบายที่สุด เพื่อสรีระของวัยที่มีการเปลี่ยนแปลง
- Wacoal Beauty Night	สำหรับดูแลเต้านมในยามนอนและยามพักผ่อน
- Wacoal Body Clinic	เป็นบริการสั่งตัดพิเศษสำหรับผู้ที่ต้องการปรับแต่งสรีระ และผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่ใช้ในทางการแพทย์ แบ่งกลุ่มออกเป็นดังนี้
• BODY FIX	
• Balancing Bra	ชุดชั้นใน (ยกทรงและเด้ามนเทียมน) สำหรับผู้สูญเสียเต้านม ช่วยเสริมสร้างสรีระให้มีความสมดุลได้ทุกอิริยาบถ และสามารถสวมใส่ชุดชั้นนอกได้อย่างสวยงาม
• Clinical Wear	บริการตัดเย็บเสื้อผ้าทางการแพทย์เฉพาะบุคคล สำหรับสวมใส่หลังการรักษาด้านแผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก สัมผัสสารเคมี กดกระชับรอยแผลเป็นนูน (Keloid) ให้เนียนเรียบ
• Surgical Wear	เสื้อผ้าทางการแพทย์ใช้แทนผ้าพันแผล สวมใส่หลังทำศัลยกรรม เพื่อกระชับให้ได้รูปทรงสมส่วน อาทิ ผู้ที่เพิ่มหรือลดขนาดทรวงอก คุณไขมันที่เอว หน้าท้อง สะโพก หรือต้นขา
• Healthy Care	ชุดชั้นในสำหรับสวมใส่เพื่อดูแลสุขภาพ และเสริมสร้างบุคลิกภาพ อาทิ ชุดกระชับหน้าท้อง ประคองแผ่นหลัง ลดอาการเมื่อยล้า ช่วยกระชับสรีระให้มีความสมดุล
• BODY FREE	
• Thom & Ther	ชุดชั้นในที่ออกแบบเฉพาะสำหรับเพศทางเลือก ทั้งผู้ชายที่ต้องการเสกสรรปั้นแต่งเรือนร่างให้เป็นผู้หญิง ทั้งที่แปลงเพศแล้วและยังไม่แปลงเพศ และผู้หญิงที่ต้องการแต่งเป็นชาย
• BODY FORM	
• Exclusive Lingerie	บริการรับสั่งตัดชุดชั้นในเฉพาะบุคคล สำหรับผู้มีโครงสร้างสรีระพิเศษ อาทิ ยกทรง สเตย์ บอดี้สูท กางเกงเสริมสะโพก
- Wacoal Nightwear	สินค้าชุดนอนสตรี
- Wacoal Lingerie	เสื้อบั้งทรง สลิป

**2. WIENNA** ชุดชั้นในสตรีสไตล์ยุโรปสำหรับวัยทำงาน โดยมีครบทุกกลุ่มสินค้าตั้งแต่ยกทรงกางเกงใน สบดียีสูท ชุดนอน และรับส่งตัดพิเศษสำหรับผู้ที่มีสรีระกะพไซส์ใหญ่พิเศษ และผู้ผ่าตัดมะเร็งเต้านม

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

**4. Sgarlet** ชุดชั้นในสตรีที่ดูแลด้านสรีระสำหรับสาว Plus Size โดยเฉพาะ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และภาคภูมิใจในรูปร่างของตัวเอง โดยมีฟังก์ชันช่วยปรับและจัดสัดส่วนรูปร่างให้สมส่วนขึ้น เพิ่มเสน่ห์ของความเซ็กซี่ซ่อนอยู่ภายใน เพื่อสะท้อนบุคลิกลักษณะที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาอย่างมั่นใจ ภายใต้อะไหล่ที่สวมใส่

**5. Presea** ชุดชั้นในสตรีสำหรับผู้สูงวัยที่เข้าถึงความต้องการและตอบรับการเปลี่ยนแปลงของสรีระด้วยแนวคิดเพื่อให้สวมใส่สบาย การตัดเย็บแบบซ่อนตะเจ็บให้สัมผัสเนียนเรียบ ไม่ระคายเคืองผิว

**6. CW-X** ชุดเสริมสมรรถนะที่ออกแบบตามหลักสรีระศาสตร์ โดดเด่นด้วยคุณสมบัติในการกระชับกล้ามเนื้อ ช่วยลดแรงกระแทก บรรเทาอาการเมื่อยล้าของกล้ามเนื้อ เพื่อความยืดหยุ่นและตอบสนองการเคลื่อนไหวอย่างสมบูรณ์แบบ

### 2.1.2 ชุดชั้นนอกสตรี

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรี ภายใต้อะไหล่การค้า 5.up, Race' ซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และเครื่องหมายการค้ารับอนุญาต ERAWAN UNIFORMS & WORKWEAR ชุดชั้นนอกสตรีมีมูลค่าการจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 3 ของมูลค่าจำหน่ายทั้งหมด

### 2.1.3 ชุดเด็ก

บริษัทฯ ผลิตชุดเด็กภายใต้อะไหล่การค้า ENFANT, De bon, และ Amusant ซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และภายใต้อะไหล่การค้ารับอนุญาต Little Wacoal, ELLE PETITE และ ELLE POUPON ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กมีมูลค่าการจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 6 ของมูลค่าจำหน่ายทั้งหมด

### 2.1.4 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโอกาสหรือข้อจำกัดการประกอบธุรกิจ

#### สิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน

**บริษัทฯ** ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 1035/2534 ลงวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2534 สำหรับการลงทุนในกิจการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งทอ ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมเป็นระยะเวลา 5 ปี ซึ่งสิทธิในการยกเว้นภาษีเงิน

ได้นี้ได้สิ้นสุดลงเมื่อเดือนมีนาคม 2540 และในปัจจุบันบริษัทฯ ยังคงใช้สิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุนดังกล่าวในการนำเข้าช่วงฝีมือเข้ามาในราชอาณาจักร เพื่อให้คำแนะนำด้านเทคนิคต่างๆ ในการผลิต ตลอดจนควบคุมดูแลคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน

**บริษัทย่อย** ได้รับสิทธิพิเศษในการส่งเสริมการลงทุน จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยสรุปดังนี้

รายการ	ชื่อบริษัท			
	บจก. วาโก้ ศรีราชา	บจก. วาโก้ลำพูน	บจก. วาโก้ กบินทร์บุรี	บจก. ภัทยา กบินทร์บุรี
<b>โครงการที่ 2</b>				
- บัตรส่งเสริมเลขที่	2876(2)/2555	-	-	-
- วันออกบัตร	14 ธ.ค. 2555	-	-	-
- ยกเว้นภาษีเงินได้ 8 ปี	1 ก.ค. 2557 - 30 มิ.ย. 2564*	-	-	-
- ลดหย่อนภาษีเงินได้ 50% ของอัตราปกติ 5 ปี	-	-	-	-
- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร	14 ธ.ค. 2555 - 14 มิ.ย. 2558	-	-	-
<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

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 ตั้งมั่นในนโยบายสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ **“เหนือความพึงพอใจ”** ให้แก่ลูกค้า โดยมุ่งเรียนรู้ความเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตของผู้บริโภคแล้วนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งด้าน วัตถุดิบ การออกแบบ การบริการ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มอย่างต่อเนื่องจนสามารถครองใจลูกค้าหลักได้อย่างมั่นคง คือ ตลาดของสตรีวัยทำงานและผู้ที่ใส่ใจในสรีระที่คาดหวังในเรื่องของความงาม ความสบาย และการมีสุขภาพที่ดี ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ของบริษัทฯ สำหรับลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น บริษัทฯ ได้มีการปรับภาพลักษณ์และพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความหลากหลาย มีสีสันและลวดลายเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์สำหรับกลุ่มวัยรุ่นเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเน้นนโยบายการสร้าง **“คุณค่า”** เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วยพื้นฐานความรู้ความเข้าใจถึงสรีระของสตรีไทยอย่างแท้จริงมายาวนานกว่า 50 ปี ผนวกกับการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ทั้งด้านแฟชั่น วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การพัฒนาคุณภาพสินค้า คุณภาพในการบริการ ควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นพรีเมียมแบรนด์ของชุดชั้นในสตรี รวมถึงการผลิตสินค้าที่ปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบกับการที่บริษัทฯ ได้ต่อยอดการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกันกับบริษัทในกลุ่มสหพัฒน์ และบริษัทคู่ค้าในการพัฒนาวัตถุดิบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ตลอดจนมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีของบริษัทฯ เป็นที่ครองใจของสตรีไทยมายาวนานจวบจนปัจจุบันนี้

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้ออกสินค้า Collection ใหม่ที่สำคัญ ดังนี้

#### Wacoal Bloom : Airy Fill Collection

ชุดชั้นใน Wacoal Bloom มีการออกแบบโดยคำนึงถึง Lifestyle แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ Basic, Fashion และ Sport โดยการนำ **“ฟองน้ำ Airy Fill”** ที่มีคุณสมบัติ ระบายอากาศ น้ำหนักเบา ไม่เหลือง คงรูป เป็นทรงสวย และวัตถุดิบที่มีความเบาสบายยืดหยุ่นได้ดีเหมาะสำหรับทุกกิจกรรมของเด็ก มาเป็นวัตถุดิบในการออกแบบภายใต้ Concept **“Every Time is Blooming Time”**

#### Wacoal Young : Super Bra

บราไร้โครงที่มีนวัตกรรม Auto Adaptive Mold สามารถปรับหน้าอก ให้อกรกระชับสวย ไม่ว่าคัพไหนก็เีอะ ใส่สบาย ด้วยโครงสร้าง Mold 4 ฟังก์ชัน

##### 1. 3D Wireless เต้าโมล 3 มิติ ไม่มีโครงแต่สวยเหมือนมีโครง

2. **Expandable Foam** ขอบบนเต้ายึดหยุ่นไม่กดเต้า
3. **Push Up 3 Steps** ฟองน้ำดันทรงไล่ตามระดับ ทำให้ออกสวยทุกคัพ
4. **Non Stretch** ด้านข้างไม่ยืด ช่วยกระชับอกสวย

### Wacoal Mood : Travel Bra Spacer

บราไร้โครง ผสานนวัตกรรม Latex Sheet กับ Spacer Mold โมลใหม่ผลิตจากเส้นใย Spacer น้ำหนักเบา ระบายอากาศได้ดี ใส่สบาย แห้งไว ไม่อับชื้น และยังคง Concept บราม้วนได้ ใส่สบาย คลายร้อน

### Wacoal Missy : Wacoal Cool

นวัตกรรมบรามีโครง ฟองน้ำ 3D Fiberfill ช่วยระบายอากาศและไม่เหลืองตลอดอายุการใช้งาน เพิ่มความกระชับด้วยผ้าแถบทอ 2 Steps ให้สัมผัสนุ่มลื่น เย็นสบายผิว

นวัตกรรมบราไม่มีโครง ฟองน้ำ cell ใหญ่พิเศษที่มีน้ำหนักเบา แห้งเร็ว ไม่อับชื้น

### Wacoal Shape Beautifier : Body Perfect Body Cool

ผลิตภัณฑ์ชุดกระชับสัดส่วนที่ผลิตจากเส้นใย Body Cool มีลักษณะเป็นรอยหยัก เมื่อถักทอแล้วทำให้เกิดช่องว่างระหว่างเส้นด้าย สามารถซึมซับเหงื่อ และช่วยระบายอากาศได้ดีแห้งไว ทำให้สวมใส่สบาย ลักษณะเนื้อผ้ามีความมันวาวหรูหราคล้ายผ้าไหม เส้นใยละเอียดเนียนเรียบ อีกทั้งช่วยเก็บกระชับหน้าท้องให้เนียนเรียบ เก็บเนื้อข้างลำตัว และช่วยยกกระชับก้นให้กลมสวย ปลายขอบผ้าแถบไว้ตะเข็บ ไม่ม้วน สามารถใส่ได้ทุกๆ วัน ทำให้มั่นใจในทุกโอกาส

### Wacoal Curve Diva : Slipless Diva

"ชีวิตรีน บราไม่เลื่อน" นวัตกรรม Anti Slip Sheet คือ การพิมพ์ซิลิโคนแบบพิเศษ เพื่อเพิ่มการเกาะติดลำตัวทำให้สวมใส่ไม่เลื่อนหลุด และการดีไซน์ลวดลายให้มีช่องว่างขนาดที่ต่างกันเพื่อความกระชับที่ต่างระดับกัน ช่วยสร้างความมั่นใจขณะสวมใส่

### Wacoal Motion Wear :

#### 1. Motion Hybrid

เป็นการผสมผสานการออกแบบให้เข้ากันกับ Active Lifestyle ด้วยนวัตกรรม “X Perfect Mold” ฐานรองรับได้อกรูปตัว X ช่วยโอบประคองเต้าทรง เก็บกระชับรองรับทุกการเคลื่อนไหวขณะออกกำลังกาย และ Line Flow ร่องระบายเหงื่อ ช่วยให้แห้งไว ไม่อับชื้น

#### 2. Smooth Motion

ออกแบบมาเพื่อ Support การเคลื่อนไหวในการออกกำลังกาย ด้วยเทคนิคการทอแบบ "Santoni" ที่ช่วยเพิ่มความเรียบเนียน ลดการเสียดสี แต่ยังคงกระชับได้ดี จึงทำให้การออกกำลังกายมีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

### Wacoal Maternity : Mommi Bra

ยกทรงสำหรับให้นมบุตร ใส่ได้ตั้งแต่เริ่มตั้งครรภ์จนถึงหลังคลอด ด้วยผ้าทอพิเศษ เนื้อนุ่ม Support ด้านข้างเพิ่มความมั่นใจด้วยนวัตกรรม Free Cut ผ้าวางเต้าด้านใน ลดการกดเจ็บเต้าทรง "สวมใส่สบาย สบาย มั่นใจ ไม่อึดอัด" เลือกไซส์ง่ายด้วย Smart Size M / L / XL ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาก่อนคลอดหรือหลังคลอดจบในตัวเดียว

### Wacoal Panty : Oh My Nudes Skin

- **Holey Quick Dry** ความเย็นสบายและเนียนเรียบไร้ขีดจำกัด กางเกงในนวัตกรรมใหม่จาก Wacoal ด้วยการออกแบบที่ผสมผสานเทคโนโลยี Cool Innovation เข้ากับนวัตกรรมเนื้อผ้า Holey Free Cut เนื้อผ้าพิเศษที่มีรูระบายอากาศขนาดเล็ก ระบายอากาศได้ดีตลอดทั้งวัน แห้งเร็ว ให้ความรู้สึกสบาย ไม่อับชื้น พร้อมทั้งไร้ขอบ ไร้ตะเจ็บบั๊วให้สัมผัสถึงความเรียบเนียนตลอดทั้งตัว
- **Free Cut Cotton** กางเกงในเรียบเนียนพิเศษด้วยนวัตกรรมผ้า Free Cut ที่ผสมผสานเส้นใย Cotton ขนาดเล็ก No.100 และ Elastane พร้อมทั้งซับเป๋าด้วยผ้า Anti-bacteria ไม่อับชื้น สวมใส่สบาย นุ่ม เรียบเนียน ทุกการเคลื่อนไหว
- **Bonding Seamless** นวัตกรรมกางเกงในไร้ตะเจ็บบั๊วที่เรียบเนียนยิ่งขึ้นจาก Wacoal กางเกงใน Seamless ไร้ขอบ ไร้ตะเจ็บบั๊ว เนื้อผ้านุ่ม เรียบเนียน ออกแบบทันสมัย ระบายอากาศได้ดี แห้งไว พร้อมทั้งสวมใส่สบาย ใส่ได้ทุกวัน มีทั้งรูปแบบ Half และ Bikini

### Wacoal Lingerie :

#### 1. Seamless Bonding

บราสวมหัว ผิวสัมผัสเนียนนุ่ม ทอพิเศษไร้ตะเจ็บบั๊ว และใช้เทคนิคการ Bonding แทนการตัดเย็บ ทำให้สวมใส่สบาย เนียนเรียบ กระชับมั่นใจ เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่น ระบายอากาศได้ดี ไร้โครง มี Wireless Support รองรับทรงอก ด้านหลังเนียนเรียบไร้ตะขอ เก็บเนื้อส่วนเกินด้านข้าง ฟองน้ำ push รูปทรงหยดน้ำ เพิ่ม volume ให้อกสวย

#### 2. Casual Bra Collection Multi style

Wireless bra สวมใส่สบาย โดยใช้เทคนิคการใช้เส้น cutting ตัดต่อให้มี design พิเศษขึ้น และใช้ลูกไม้ที่มีความสวยงาม ประณีต ตัดต่อกับผ้า two way ที่มีแรงยืดหยุ่นดี มีความงามทำให้สินค้าดูหรูหรา ข้ามขีดจำกัดความเป็นชุดชั้นใน สนุกกับการแต่งตัวใส่ได้หลากหลายโอกาส ด้านในใช้ mold เพิ่ม push up ส่วนด้านข้างและฐานเต้ายังคงฟังก์ชัน Wireless Fix ที่มีชั้น support ทำให้ทรงสวย ออกซิเจน ระบายขึ้น



## Wacoal Nightwear : Wacoal X ISSUE

สินค้าชุดนอน Wacoal Collaboration กับแบรนด์ Issue พลิกโฉมใหม่ เล่าเรื่องราวความเป็นธรรมชาติได้อย่างแปลกใหม่และไม่เหมือนใคร ผ่านภาพเขียนศิลปินชาวฝรั่งเศส Henri Roussie พร้อมทั้งปรับรูปโฉมใหม่ให้ดูแฟชั่นมากยิ่งขึ้น ตามแบบฉบับของ Issue ผสานกับวัตถุดิบที่ Wacoal คัดสรรมาอย่างดี ด้วยเนื้อผ้า Polyester Satin ที่ให้ความมันเงา หุหุระ และการตัดเย็บที่มีคุณภาพ เข้ากับลวดลายได้อย่างประณีต ลงตัว "ชุดนอน Wacoal จึงไม่ใช่เพียงชุดนอนอย่างเดียวอีกต่อไป สามารถใส่ได้เป็น Outer สวยครบจบในชุดเดียว"

**การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย** บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายชุดชั้นในภายในประเทศ และต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 66 และร้อยละ 34 ตามลำดับ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

### - การจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ

1. บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Wacoal” ไปยังบริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทฯ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลักให้กับห้างสรรพสินค้า Modern Trade รวมถึงการเปิดร้านค้าในศูนย์การค้าชั้นนำทั่วประเทศ
2. บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “WIENNA” ใน Vienna Shop เคาท์เตอร์ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และผ่านเว็บไซต์ [www.wiennashop.com](http://www.wiennashop.com)
3. บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “B'me” ไปยัง บริษัท เพนส์ มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก คือ Modern Trade ซึ่งปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด นอกจากนี้ยังได้ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความครอบคลุมและหลากหลายมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น Stand alone Shop เช่น His&Her Shop, B'me Shop ที่ MAYA จ.เชียงใหม่ และ Terminal 21 อโศก, E-Commerce ร้านสะดวกซื้อ 7-ELEVEN และ Catalog Friday
4. บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า Sgarlet และ Presea ผ่านช่องทาง Online ภายใต้เว็บไซต์ [www.sgarletbywacoal.com](http://www.sgarletbywacoal.com), [www.preseabywacoal.com](http://www.preseabywacoal.com) เพื่อจำหน่ายสินค้า Lifestyle ที่มุ่งเน้นในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม .
5. บริษัทฯ ได้เปิดบริการ Wacoal Body Clinic Shop ณ ที่ทำการของบริษัทฯ เพื่อบริการสั่งตัดพิเศษสำหรับผู้ที่ต้องการปรับแต่งสรีระ และผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่ใช้ในทางการแพทย์
6. ช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น เช่น การเปิดร้าน Wacoal Studio ในช่องทาง Modern Trade, E-Commerce, TV Shopping, Catalog และการจำหน่ายผ่าน Factory Outlet ทั้งของกลุ่มสหพัฒน์และคู่ค้าภายนอก

- **การจำหน่ายสินค้าไปต่างประเทศ** บริษัทฯ และบริษัทย่อย เป็นผู้ดำเนินการส่งออกโดยตรงไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อาเซียน โดยมีลูกค้าหลัก คือ Wacoal Corporation และ Wacoal America, Inc.

## 2. ชุดชั้นนอกสตรี

**กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย** บริษัทฯ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นนอกสตรีเพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน 3 กลุ่ม ดังนี้

- **กลุ่มลูกค้าสตรีทั่วประเทศ** สินค้าแบรนด์ 5.up มุ่งเน้นสร้างสินค้ากางเกงเป็นหลักเพื่อตอบสนองลูกค้าสตรีทั่วประเทศ ด้วยการเลือกสรรวัตถุดิบที่มีนวัตกรรมและผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งกระจายสินค้าตามความต้องการของลูกค้าแต่ละพื้นที่

- **กลุ่มลูกค้า Uniform & Workwear** บริษัทฯ มีสินค้าแบรนด์ 'Race' ที่สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจโดยตรง (B2B) โดยรับออกแบบและผลิตชุดเครื่องแบบพนักงานทุกประเภท พร้อมบริการครบวงจรทั้งก่อนและหลังการขาย และแบรนด์ ERAWAN UNIFORMS & WORKWEAR ที่ผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองลูกค้าผู้สวมใส่ Uniform & workwear โดยตรง (B2C) เช่น ชุดพยาบาล เป็นต้น ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าและบริการของบริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา

ในปี 2563 สินค้าชุดชั้นนอกสตรีของบริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

- **สินค้าแบรนด์ 5.up** ได้มุ่งเน้นในเรื่องการพัฒนาวัตถุดิบ แพทเทิร์น และการ Fitting เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าให้มากที่สุดและปรับลดจำนวนร้านค้าลงเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ

- **สินค้าแบรนด์ 'Race'** ได้มุ่งเน้นขยายลูกค้า Uniform ไปยังธุรกิจอื่นๆ เช่น ธนาคาร ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจประกันภัย เป็นต้น และยังได้ขยายธุรกิจสินค้า Uniform เข้าไปในกลุ่ม Workwear โดยปีนี้ได้ผลิตและจำหน่ายชุดพยาบาลด้วยผ่านนวัตกรรมใหม่ภายใต้แบรนด์ ERAWAN UNIFORMS & WORKWEAR

### การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

1. บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ 5.up ผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย คือ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีช่องทางจัดจำหน่ายหลักให้กับห้างสรรพสินค้า และร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศ

2. บริษัทฯ จัดจำหน่ายโดยตรงให้กับลูกค้าองค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดทำชุดเครื่องแบบ (Uniform) สำหรับพนักงานในธุรกิจธนาคาร โรงพยาบาล และธุรกิจขายและบริการต่างๆ

3. บริษัทฯ จัดจำหน่ายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค ได้แก่ ชุมพยาบาล (ผ้า Nursy) โดยการออก Pop Up ในโรงพยาบาลต่างๆ การเปิด Shop ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อมุ่งเน้นในการตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคให้กว้างขวางขึ้น และเริ่มการขายผ่านช่องทาง Online

### 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 อ้อม เครื่องนอน ถุงเท้า ถุงมือ หมวก ผ้ากันน้ำลาย เครื่องเล่นประเภท Soft Toy
- ผลิตภัณฑ์ Non Apparel ประเภทขวดนม อุปกรณ์การรับประทานอาหาร เด็ก Toiletries ผ้าอ้อมสำเร็จรูป 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 2563 สินค้าชุดเด็กของบริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

- ปี 2563 เป็นปีที่เกิดวิกฤตการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ขึ้นในประเทศไทยและทั่วโลก ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กได้ตระหนักถึงเรื่องความปลอดภัยและสุขอนามัย เพื่อรองรับกับวิกฤตการณ์ดังกล่าว ทางแบรนด์ ENFANT, Amusant และ Little Wacoal จึงได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ประเภท Health Care เช่น เจลล้างมือที่มีแอลกอฮอล์ 70% (Hand Sanitizer) สเปรย์แอลกอฮอล์ หน้ากากอนามัย เพื่อจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยภายในประเทศได้จัดจำหน่ายในหลายช่องทาง ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ สถานพยาบาลต่างๆ Department Store, Modern Trade, Traditional Trade และทาง Online

**การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย** บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายชุดเด็กภายในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 80 และ ร้อยละ 20 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### **- การจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ**

1. บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่าน บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เช่นเดียวกับชุดชั้นในสตรี ซึ่งมีช่องทางการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าสำหรับลูกค้าระดับบนและระดับกลาง
2. บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทาง Modern Trade เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่คำนึงถึงราคาของสินค้าเป็นหลัก
3. บริษัทฯ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใน Online เช่น shopee.co.th, www.enfantfactory.com, www.myessshop.com

4. บริษัทฯ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใน Duty Free เช่น King Power

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**

ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กของบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับตลาดในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และจีน เป็นหลัก ด้วยการพัฒนาศักยภาพการขายสินค้าและบริการ โดยเน้นเจาะตลาดการซื้อขายให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักผ่านตัวแทนจัดจำหน่ายในประเทศนั้นๆ โดยปัจจุบันผลิตภัณฑ์ชุดเด็ก ENFANT ได้จำหน่ายไปในต่างประเทศ ได้แก่ ฮองกง ฟิลิปปินส์ เวียดนาม อินเดีย บังกลาเทศ กัมพูชา เมียนมา จีน ศรีลังกา ลาว มอริเชียส และปาเกีสถาน

### **2.2.2 สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม**

อุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปจัดเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำของอุตสาหกรรมสิ่งทอที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้มากผ่านการออกแบบสินค้าและบริการ การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีนวัตกรรม รวมถึงความเชี่ยวชาญของแรงงานฝีมือในการตัดเย็บ โดยในช่วงที่ผ่านมาอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปได้รับผลกระทบจากอัตราค่าแรงงานที่ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ส่งผลให้ผู้ประกอบการบางรายต้องมีการปรับเปลี่ยนนโยบายการดำเนินธุรกิจของตน โดยมุ่งเน้นการลดต้นทุนการผลิตด้วยการหาแหล่งผลิตหรือการขยายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าเพื่อรักษาระดับความสามารถในการแข่งขันให้คงอยู่ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เท่าทันต่อสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ด้วยการยกระดับห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ที่เป็นระบบห่วงโซ่อุปทาน การตลาดและการขาย การพัฒนาสินค้าและบริการ รวมถึงการยกระดับ

ประสิทธิภาพการผลิต ทั้งในด้านการบริหารจัดการสินค้า ทักษะฝีมือแรงงาน เทคโนโลยีการผลิต และการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น รวมทั้งการมุ่งพัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจผ่านการบูรณาการโครงข่ายอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ ทั้งการวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบใหม่ๆ การคิดค้นเทคนิคการผลิตที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนานวัตกรรมที่เพิ่มคุณค่าสินค้าแก่ผู้บริโภค รวมไปถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าและระบบขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้รวดเร็วขึ้นและตรงตามความต้องการ ด้วยการใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจในยุค Digital อันเป็นการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจต่อไปในอนาคต

ภาวะการแข่งขันของตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูป ทั้งตลาดชุดชั้นในสตรี ชุดชั้นนอกสตรี และชุดเด็ก มีดังนี้

### 1. ชุดชั้นในสตรี

ตลาดชุดชั้นในสตรีในประเทศไทยยังคงเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันสูงอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ รูปแบบดีไซน์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมทั้งมีการนำเข้าสินค้าชุดชั้นในสตรีจากต่างประเทศมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคและสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้แก่ลูกค้า ในขณะที่เดียวกันด้วยสถานการณ์โรคโควิด-19 ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลกได้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อยอดขายเพราะผู้บริโภคลดกิจกรรมนอกบ้านลงและอยู่แต่ในบ้าน ดังนั้นการเลือกซื้อสินค้าในช่องทาง Online จึงมีส่วนสำคัญมากกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าและบริการได้หลากหลายและตรงกับความต้องการได้มากขึ้น ส่งผลให้ภูมิทัศน์ทางการค้าปลีกแปรเปลี่ยนไป ผู้ประกอบการจึงต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้เท่าทันสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งบริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงได้ให้ความสำคัญกับการตลาด Online ทั้งในด้าน Social Media Marketing และ Online Marketing ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตขึ้นทุกปี เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดและการขายเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นนโยบาย “การสร้างคุณค่าและความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค” ด้วยการคิดค้น วิจัย พัฒนา และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ออกสู่ตลาดในฐานะผู้นำอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมและความต้องการเชิงลึกของผู้บริโภค เพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ตรงตามความต้องการและได้มาตรฐานระดับสากล มีความปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เพื่อสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค ส่งผลให้บริษัทฯ มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

## 2. ชุดชั้นนอกสตรี

ปี 2563 ตลาดสินค้าชุดชั้นนอกสตรีได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ประกอบกับประชาชนระมัดระวังการใช้จ่าย ทำให้เกิดการแข่งขันสูงมากขึ้นทางด้านราคาสินค้า และเกิดช่องทางการขายใหม่ทาง Online

สินค้าแบรนด์ 5.up ได้รับผลกระทบจากการปิดร้านค้าชั่วคราวทั่วประเทศ ส่งผลให้ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย จึงได้ปรับตัวในการพัฒนาสินค้าราคาพิเศษเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน และสร้างยอดขายทั้งช่องทาง Offline และ Online

สำหรับตลาดชุดเครื่องแบบพนักงาน (Uniform) ที่เป็นองค์กร มีการแข่งขันสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงได้รับความไว้วางใจจากหลากหลายองค์กรให้บริษัทฯ เป็นผู้ผลิต Uniform อย่างต่อเนื่อง สำหรับตลาดสินค้า Workwear ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 เช่นเดียวกัน ส่งผลให้ทีม Pop Up ชุดพยาบาลไม่สามารถจัดหาพื้นที่ขาย เพื่อเสนอขายให้แก่ลูกค้าผู้สวมใส่ชุดพยาบาลโดยตรงได้ บริษัทฯ จึงได้มุ่งพัฒนาช่องทาง Online เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดให้มากขึ้น

## 3. ชุดเด็ก

ตลาดเสื้อผ้าเด็กในช่องทางห้างสรรพสินค้าชั้นนำมีการนำเข้าสินค้าแบรนด์เนมทั้งระดับกลาง-บน เข้ามาจัดจำหน่ายภายในประเทศมากขึ้นส่งผลให้ตลาดมีการแข่งขันรุนแรงขึ้น ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กของบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นไปที่การวิจัยและพัฒนาสินค้า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์และพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านของประโยชน์ใช้สอย และรูปแบบที่ทันสมัย รวมทั้งสร้างสรรค์สินค้าใหม่ๆ ที่ปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยส่งเสริมพัฒนาการและความปลอดภัยแก่เด็ก ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดให้สูงขึ้น ดังเห็นได้จากผลิตภัณฑ์ ENFANT ได้รับการรับรองจาก Oeko-Tex 100 Product Class I (for baby) ซึ่งเป็นฉลากที่รับรองว่าผลิตภัณฑ์ชุดเด็ก ENFANT เป็นเสื้อผ้าเด็กที่ปลอดภัยจากสารพิษที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาเสื้อผ้าเด็กให้มีคุณสมบัติเหมาะแก่การสวมใส่ทั้งในสภาพภูมิอากาศร้อนและหนาว รวมทั้งผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเด็กที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศร้อนชื้นของประเทศไทย ควบคู่ไปกับการสานต่อแนวคิดอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้อาณาเขต ENFANT GREEN Label เช่น ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กที่ผลิตจากเส้นใยฝ้ายผสมปอกระเจา (Cotton Jute) เส้นใย Organic Cotton เส้นใยไผ่ (Bamboo) เป็นต้น

### 2.2.3 จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัทฯ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง

ปัจจุบันตลาดชุดชั้นในสตรีของประเทศไทยเป็นตลาดที่มีศักยภาพและการแข่งขันสูง จึงเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาทำตลาดผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้ง



ช่องทางห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และช่องทาง Online ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) ภายใต้แบรนด์ Wacoal ที่ได้รับอนุญาตจาก Wacoal Corporation ประเทศญี่ปุ่น คือ ผู้นำในตลาดชุดชั้นในสตรีที่ทรงความนิยมในใจผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและยาวนานเกือบ 5 ทศวรรษที่ผ่านมา

#### 2.2.4 สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ

สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ ถือว่าอยู่ในระดับที่สูง เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ เนื่องจากมีความพร้อมและความเชี่ยวชาญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน โดยสามารถพิจารณาได้จากด้านต่างๆ ของบริษัทฯ ดังนี้

##### ● ด้านการตลาด

1) **ด้านผลิตภัณฑ์** ชุดชั้นในสตรีภายใต้แบรนด์ Wacoal มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของสตรีไทยมายาวนานทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดี การเข้าใจถึงสรีระของสตรีไทยอย่างแท้จริง รวมถึงการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าผ่านทางนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับความต้องการที่แตกต่างของผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัย รวมถึงยังให้ความสำคัญกับตลาดเฉพาะกลุ่ม โดย Wacoal เชื่อว่า **“ผู้หญิง...สวยที่สุดจากข้างใน” (Beauty Inside)** ผู้หญิงทุกคนถูกสร้างให้สวยที่สุดในแบบฉบับของตัวเอง วาโก้ย่อยเติมเต็มความมั่นใจจากข้างในให้ผู้หญิงทุกคนและทุกสไตล์ในความเป็นหญิง ไม่ใช่แค่เพียงรูปลักษณ์ภายนอก แต่สวมใส่วาโก้ยก็สามารถก้าวออกมาโชว์ความมั่นใจในความงามจากภายในสู่ภายนอก ในความสวยที่เป็นตัวของตัวเองแบบสวยให้สุดด้วยวาโก้ ใครก็หยุดไม่ได้

วาโก้ได้จัดแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

- **สินค้ากลุ่ม FUNCTION** เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น ด้านสรีระ ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้ ด้านวัตถุดิบ เทคนิคการตัดเย็บ และการ Fitting เป็นต้น
- **สินค้ากลุ่ม FASHION** เป็นสินค้าที่ออกแบบให้เข้ากับ Lifetime และ Lifestyle ของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงสมัยนิยม และความต้องการของตลาดในแต่ละช่วงเวลา
- **สินค้ากลุ่ม SERVICE** เป็นบริการรับสั่งตัดชุดชั้นในพิเศษเฉพาะบุคคล สำหรับผู้ที่ต้องการปรับแต่งสรีระ และต้องการเสื้อผ้าที่ใช้ในทางการแพทย์ เช่น ชุดชั้นในสำหรับผู้ป่วยสตรีที่สูญเสียเต้านม เสื้อผ้าทางการแพทย์ที่ช่วยกระชับแผลเป็นนูน (Keloid) ให้เนียนเรียบ เป็นต้น ซึ่ง

การลงทุนดังกล่าวมิได้มุ่งหวังผลกำไร แต่ถือเป็นการตอบแทนให้กับผู้บริโภคและสังคม

**2) ด้านการบริการ** บริษัทฯ ได้เปิดบริการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อเป็นการให้บริการหลังการขาย โดยผู้บริโภคสามารถขอข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ หรือส่งความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนได้ในหลายช่องทาง ทั้งทางโทรศัพท์ที่หมายเลข 0-2689-8515-6 หรือผ่านเคาน์เตอร์จุดจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ หรือทางอีเมลล์ : [services@wacoal.co.th](mailto:services@wacoal.co.th) หรือผ่านทาง [www.wacoal.co.th](http://www.wacoal.co.th) ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคที่เลือกใช้สินค้าและบริการของ Wacoal อย่างต่อเนื่อง

**3) การมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric)** โดยการทำวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้รอบด้านเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการนำความรู้ที่ได้รับมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการให้สอดคล้องและตอบสนองต่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

**4) ด้านการวิจัยและพัฒนา** บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการศึกษาวิจัยและพัฒนาฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสรีระวิทยาของสตรีไทยอย่างต่อเนื่องยาวนาน เนื่องจากบริษัทฯ มองว่าสิ่งนี้คือหัวใจสำคัญในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสรีระของสตรีไทยอย่างแท้จริง ดังปณิธานที่ Wacoal ยึดถืออย่างจริงจังตลอดมา คือ ความงามแห่งเรือนร่างของผู้หญิงประกอบไปด้วยสองส่วนเสมอ อันได้แก่ ร่างกายและจิตใจ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ทุกอย่างของ Wacoal จึงไม่ได้มุ่งเน้นเพียงความสวยงามของรูปรองเท่านั้น หากยังต้องรู้สึกสบายเมื่อสวมใส่และช่วยให้เกิดสุขภาพที่ดีตามมาอีกด้วย ดังคำกล่าวที่ว่า **“ความงดงามจากภายใน ส่งผลต่อความงดงามภายนอก”**

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด โดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ดังเห็นได้จากการได้รับการรับรองความสามารถทางนวัตกรรมและองค์กรนวัตกรรม (Innovative Organization) ประจำปี 2561 จากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งบริษัทฯ ได้รับรางวัลบริษัทยอดเยี่ยมด้านนวัตกรรม (Best Innovative Company Awards) ประจำปี 2562 ในฐานะบริษัทที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านนวัตกรรมและกลยุทธ์การบริหารจัดการนวัตกรรมในองค์กร จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และรับรางวัล Asian Service Award 2019 จากผลิตภัณฑ์บริการ Wacoal Body Clinic จาก Asian Network for Quality (ANQ)

## ● ด้านการผลิตและการดำเนินงาน

**1) ด้านโครงข่ายอุตสาหกรรม** บริษัทฯ มุ่งสร้างโครงข่ายอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร โดยมีการบริหารจัดการระบบห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ โดยพัฒนาความร่วมมือกับบริษัทในกลุ่มสหพัฒน์ที่เป็นพันธมิตรธุรกิจทั้งในระดับอุตสาหกรรม และโครงสร้างตลาดและ



การขาย เพื่อร่วมกันพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี มีมาตรฐาน ในระดับราคาที่เหมาะสม รวมถึงมีการ  
ร่วมทุนกับผู้ผลิตในการจัดตั้งโรงงานผลิต และการสร้างเครือข่ายในการจัดจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุม

**2) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดย  
สร้างความร่วมมือกับบริษัทผู้จัดจำหน่ายในการออกแบบและพัฒนาระบบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและการขาย  
โดยการเก็บข้อมูลจากร้านค้าโดยตรงแบบ Real Time ทำให้บริษัทฯ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในด้าน  
การวางแผนผลิตสินค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองกับความเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างรวดเร็ว

**3) ด้าน Logistic** บริษัทฯ พัฒนาระบบ Logistic และคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น  
เพื่อให้การจัดส่งสินค้ามีความรวดเร็ว ทันต่อความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการ  
ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงลูกค้าทั่วประเทศ ภายใน 24 ชั่วโมง ตลอด 7 วัน

**4) ด้านการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์** บริษัทฯ มีระบบการควบคุมคุณภาพในทุก  
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อสร้างสินค้าและบริการที่มีความปลอดภัย ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ดังเห็น  
ได้จากกิจกรรมที่บริษัทฯ ปฏิบัติเพื่อรักษาไว้ซึ่งคุณภาพมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่ได้  
มาตรฐานสากล รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ดังเช่น การ  
รักษาไว้ซึ่งการรับรองระบบบริหารจัดการคุณภาพการผลิต ISO 9001:2015 และการรับรองระบบบริหารการ  
จัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015 การรับรองระบบบริหารการจัดการพลังงาน ISO 50001:2011  
การรับรองห้องปฏิบัติการทดสอบตามมาตรฐาน ISO/IEC 17025:2017 การรับรองความสามารถในการ  
ทดสอบมาตรฐาน Wacoal (Wacoal Corp. Accreditation Laboratory) และการรับรองประเมินการปล่อยก๊าซ  
คาร์บอนไดออกไซด์ขององค์กร (Carbon Footprint Organization (CFO))

ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของบริษัทฯ ยังได้ดำเนินกิจกรรมควบคุมป้องกัน ตรวจสอบ ติดตาม  
ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานและการผลิตมาโดยตลอด ซึ่งได้รับการรับรองว่าเป็น Eco product คือ ปลอดภัยจาก  
สีและสารเคมีอันตราย หรือปลอดภัยจากสารพิษเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังเห็นได้จากการรับรองมาตรฐาน  
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.2346:2550) สำหรับผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีด้านความปลอดภัยจากสีและ  
สารเคมีอันตราย การรับรองผลิตภัณฑ์ฉลากเขียวครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน (Green Label) การ  
รับรองผลิตภัณฑ์ลดโลกร้อน (CoolMode) และการรับรองประเมินการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของ  
ผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint Product (CFP))

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้จัดทำและประเมินโรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (Eco Factory) ซึ่งได้รับ  
การรับรองจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย รวมทั้งการขึ้นทะเบียนโรงงานอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ  
4 (Green Industry Level 4) กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

## ● ด้านการเงิน

บริษัทฯ มีการบริหารนโยบายทางการเงินอย่างรอบคอบและระมัดระวัง พร้อมปรับเปลี่ยนนโยบายให้สอดคล้องเหมาะสมกับทุกสถานะเศรษฐกิจ ทำให้บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ดีและฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งมาโดยตลอด

จากสินค้าและบริการที่ได้รับความนิยมและยอมรับในคุณภาพจากผู้บริโภค ประกอบกับนโยบายการตลาดที่ให้ความสำคัญกับลูกค้า การผลิต และการดำเนินงานกับคู่ค้าอย่างใกล้ชิด ด้วยความร่วมมือของผู้ถือหุ้นและความร่วมใจของพนักงาน ประกอบกับสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง ทำให้เชื่อมั่นว่าสภาพและศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ถือว่าอยู่ในระดับสูง

### 2.2.5 แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

อุตสาหกรรมชุดชั้นในสตรีประเทศไทยเป็นตลาดที่มีศักยภาพที่ดีจากคุณภาพฝีมือแรงงานและระบบห่วงโซ่อุปทานที่ครบวงจร ส่งผลให้ประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งผลิตชุดชั้นในสตรีที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก

สำหรับภาพรวมของตลาดชุดชั้นในสตรีถือว่าเป็นตลาดที่ยังคงเติบโตได้ในอนาคต ถึงแม้ว่าสภาพเศรษฐกิจทั่วโลก รวมถึงของประเทศไทยโดยรวมจะอยู่ในภาวะชะลอตัวโดยเฉพาะปี 2563 ที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตามสินค้าชุดชั้นในสตรียังคงเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยม เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้าจำเป็นที่ตอบโจทย์ทั้งในแง่การใช้งาน และแฟชั่นความสวยงามสำหรับผู้หญิง โดยในปัจจุบันพฤติกรรมการซื้อขายชุดชั้นในของกลุ่มผู้หญิงจะเน้นไปที่ความหลากหลายของแบรนด์ คุณภาพ และราคาที่สมเหตุสมผลมากขึ้น รวมทั้งนิยมช้อปปิ้งโลก Online มากขึ้น จึงทำให้มีสินค้าชุดชั้นในสตรี House Brand เกิดขึ้นในตลาดนี้อย่างมาก

สำหรับแนวโน้มในอนาคต รูปแบบการดำเนินธุรกิจจะต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มากขึ้น มีการนำ Big Data มาวิเคราะห์เพื่อช่วยปรับปรุงการพัฒนาสินค้าและบริการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI การใช้กลยุทธ์ Omni-Channel Strategy ในการพัฒนาและเชื่อมโยงช่องทางการขาย การออกแบบรูปแบบธุรกิจและช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ โดยเฉพาะในส่วน Online เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุค Digital และเข้าถึงลูกค้าโดยตรง (Direct to Consumer) พร้อมทั้งบูรณาการห่วงโซ่อุปทานให้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

### 2.3.1 จำนวนโรงงานและที่ตั้งของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	ที่ตั้ง	พนักงาน (คน)	อาคาร (หลัง)	พื้นที่รวม (ตร.ม.)
บมจ. ไทยวาโก้	กรุงเทพฯ	2,921	9	46,135
	อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ	21	1	3,150
บจก. วาโก้ศรีราชา	อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	393	1	8,292
บจก. วาโก้ลำพูน	อ.เมืองลำพูน จ.ลำพูน	226	2	10,152
บจก. วาโก้กบินทร์บุรี	อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี	180	2	6,840
บจก. กัทธยาภิบาลบุรี	อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี	244	2	6,656
บจก. โทรา 1010	กรุงเทพฯ	1	-	12
	อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	26	1	1,500
รวม		4,012	18	82,737

### 2.3.2 กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตรวม

หน่วย : ชิ้น

กำลังการผลิตจำแนกตามผลิตภัณฑ์	2563	2562	2561
<b>กำลังการผลิตเต็มที่</b>			
ชุดชั้นในสตรี	15,000,000	20,000,000	20,000,000
ชุดชั้นนอกสตรี	200,000	200,000	200,000
ชุดเด็ก	1,800,000	1,800,000	2,000,000
รวม	17,000,000	22,000,000	22,200,000
<b>ปริมาณการผลิตจริง</b>			
ชุดชั้นในสตรี	13,046,288	18,974,767	19,429,079
ชุดชั้นนอกสตรี	117,117	124,635	183,936
ชุดเด็ก	1,454,986	1,401,174	1,678,773
รวม	14,618,391	20,500,576	21,291,788
<b>อัตรการใช้กำลังการผลิต</b>	85.99%	93.18%	95.91%
<b>ปริมาณการผลิตปีนี้เทียบกับปีก่อน</b>	71.31%	96.28%	101.18%

### 2.3.3 การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบของบริษัทฯ และบริษัทย่อย สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ 2 ประเภท คือ

วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ผ้าฝ้าย ผ้าแถบ ผ้ายัด ผ้าลูกไม้ ส่วนใหญ่จัดซื้อจากโรงงานทอผ้าและโรงงานถักผ้าลูกไม้โดยตรง เช่น บริษัท เอ เทค เท็กซ์ไทล์ จำกัด บริษัท ไทยทาเคเคส จำกัด บริษัท เฟ้นน์ เอเชีย จำกัด และนำเข้าจากต่างประเทศ

วัตถุดิบรอง ได้แก่ ฟองน้ำปัมป์ขึ้นรูป (MOLD) สายบ่า ชิ้นส่วน กระดุม ค้าย ชิป ตะขอ จัดซื้อจากโรงงานในประเทศ เช่น บริษัท จี เทค แมททีเรียล จำกัด บริษัท ยูแทกซ์ เอฟ.เอ็ม. จำกัด

### 2.3.4 ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ

ในปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีการซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายที่สำคัญจำนวน 3 ราย คือ

1. กลุ่ม Wacoal Corporation ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้ซื้อวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด
2. บริษัท จี เทค แมททีเรียล จำกัด ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 22 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด
3. บริษัท เอ เทค เท็กซ์ไทล์ ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 10 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด

การซื้อวัตถุดิบกับผู้จัดจำหน่ายทั้ง 3 ราย เป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไป ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีการทำสัญญาในการซื้อขายวัตถุดิบกับผู้จัดจำหน่ายดังกล่าว เนื่องจากเงื่อนไขในการสั่งซื้อที่สำคัญจะปรากฏในใบสั่งซื้อแต่ละครั้งแล้ว

### 2.3.5 สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ

ในปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อย ดำเนินการผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่จัดซื้อภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 60 และ ร้อยละ 40 เป็นการนำเข้าผ้าและลูกไม้ส่วนใหญ่จากประเทศญี่ปุ่น ส่องกง จีน อิตาลี เกาหลีใต้ เยอรมนี อินโดนีเซีย

### 2.3.6 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตและวัสดุเหลือใช้

กระบวนการผลิตของบริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับเศษวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิต เช่น เศษผ้า บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้จำหน่ายให้กับผู้รับซื้อเศษวัตถุดิบ

## 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อเป้าหมายการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงองค์กร ดังนี้

1. ดูแลให้บริษัทฯ มีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและเป็นมาตรฐาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำแผนธุรกิจและการบริหารงาน
2. มุ่งบริหารจัดการความเสี่ยงในเชิงป้องกันอย่างรวดเร็ว โปร่งใส มีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ตลอดจนบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคต
3. จัดให้มีการส่งเสริม พัฒนา และสื่อสาร ความรู้ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงแก่พนักงาน และฝ่ายจัดการทุกระดับ มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำมาปฏิบัติใช้ในการดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม
4. จัดกระบวนการประเมินความเสี่ยงที่เหมาะสม อยู่ในระดับที่ยอมรับได้และสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน
5. ส่งเสริมให้การบริหารและประเมินความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร
6. เสริมสร้างและบูรณาการการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

คณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงขององค์กรอย่างเป็นระบบ โดยมีการประเมินและวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่องค์กร ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก และพิจารณาแผนจัดการความเสี่ยง รวมทั้งติดตามผลการจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ตลอดจนมีการรายงานความคืบหน้าให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบเป็นประจำทุกไตรมาส ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ดังนี้

#### 3.1 ความเสี่ยงจากโครงสร้างลูกค้านีมีการพึ่งพาลูกค้าหรือผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่น้อยราย

##### ในประเทศ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าชุดชั้นในสตรี โดยมียอดขายสินค้าไปยังบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (ICC) เกินกว่าร้อยละ 50 ของยอดขายของบริษัทฯ ซึ่ง ICC มีความสัมพันธ์อันดีกับห้างสรรพสินค้า ทำให้บริษัทฯ มีความมั่นใจในความมั่นคงของลูกค้ารายนี้ ประกอบกับการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ถือได้ว่าเป็นรายได้หลักของ ICC

อย่างไรก็ตาม หากลูกค้ารายดังกล่าวได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ การเมือง การแข่งขัน หรือปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลให้บริษัทฯ มียอดขายสินค้าลดลง บริษัทฯ จึงได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ เช่น E-Commerce, TV Shopping เพื่อช่วยสร้างยอดขายให้แก่บริษัทฯ ได้อีกช่องทางหนึ่ง

### ต่างประเทศ

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

### 3.2 ความเสี่ยงจากการใช้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาต

บริษัทฯ ประกอบการผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้ารับอนุญาตจาก Wacoal Corporation เป็นหลักถึงกว่าร้อยละ 80 ของยอดขายทั้งหมด หากบริษัทฯ สูญเสียสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ ในระยะยาว

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

### 3.3 ความเสี่ยงจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

ปัจจุบันพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีต่างๆ เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันมากขึ้น ส่งผลให้การซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้รับความนิยมและมีแนวโน้มอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น เนื่องจากสามารถซื้อขายได้ง่าย สะดวก รวดเร็วและตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงได้กำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญโดยมุ่งสร้างสินค้าที่มีนวัตกรรม ควบคู่ไปกับการสำรวจสรีระสตรีไทยอย่างต่อเนื่อง และการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทาง Online, Omni Channel เพื่อตอบสนองต่อ Lifestyle และความพึงพอใจของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

### 3.4 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ มีการนำเข้าและส่งออกสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ ทำให้มีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทฯ มีการบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยใช้นโยบายป้องกันความเสี่ยงแบบธรรมชาติ (Natural Hedge) โดยนำรายรับในรูปเงินตราต่างประเทศไปชำระค่าสินค้าในสกุลเงินเดียวกัน ควบคู่ไปกับการชำระค่าสินค้าด้วยวิธีหักกลบลบหนี้ (Netting) กับคู่สัญญาในต่างประเทศที่เป็นทั้งเจ้าหนี้และลูกหนี้เดียวกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการใช้เครื่องมือทางการเงินโดยทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า Forward เพื่อลดผลกระทบความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

### 3.5 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศของบริษัทฯ อยู่ภายใต้กฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากมีการฝ่าฝืนอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและชื่อเสียงของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่างๆ รวมถึงกฎหมายใหม่ที่ออกมาบังคับใช้

ในปี 2563 บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงด้านกฎหมาย (Legal Risk) และมีหน่วยงาน Compliance Unit ทำหน้าที่กำกับและติดตามข้อกฎหมายที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจ และการปฏิบัติตามกฎหมาย รวมทั้งเผยแพร่ให้ความรู้และทำความเข้าใจกับบุคลากรในองค์กร

### 3.6 ความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการทุจริตคอร์รัปชันเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศและการดำเนินธุรกิจ ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และโปร่งใสภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Private Sector Collective Action Against Corruption : CAC) พร้อมทั้งกำหนดนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและระเบียบปฏิบัติตามนโยบาย มีคณะทำงานด้านต่อต้านการคอร์รัปชันและจัดให้มีช่องทางแจ้งเบาะแสและมีมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน โดยจัดทำเป็นคู่มือการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนได้รับทราบผ่านช่องทางอินทราเน็ตของบริษัทฯ ตลอดจนมีการประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริตและกำหนดมาตรการควบคุมป้องกันอย่างรัดกุม เพียงพอ



### 3.7 ความเสี่ยงจากโรคระบาด

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก รวมถึงเศรษฐกิจของประเทศไทย ทำให้การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต้องหยุดชะงักลงจากการที่รัฐบาลออกมาตรการ Lockdown ประเทศ และมาตรการรับมือการแพร่ระบาดของโรคอย่างเข้มงวด ทั้งการปิดสถานที่รวมคนหมู่มากเป็นการชั่วคราว เช่น ห้างสรรพสินค้า การรณรงค์ให้ผู้คนลดกิจกรรมนอกบ้านลง เป็นต้น เพื่อลดความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรค สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคสู่การใช้ชีวิตแบบวิถีใหม่ (New normal) โดยมุ่งเน้นความปลอดภัยและสุขอนามัยมากขึ้น รวมทั้งหันมานิยมเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทาง Online ซึ่งทำให้มีผลกระทบกับธุรกิจที่พึ่งพาช่องทางขายแบบ Offline เป็นหลัก ในขณะที่หลายธุรกิจต้องปิดทำการชั่วคราวหากพบพนักงาน คู่ค้า หรือลูกค้าที่พบปะด้วยติดเชื้อโรคระบาดดังกล่าว จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการและการดำเนินธุรกิจ

สำหรับบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากโรคระบาดนี้ จึงได้กำหนดแนวทางและมาตรการรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทฯ สามารถดำเนินต่อไปได้ด้วยดี ตลอดจนดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มทั้งลูกค้า คู่ค้า พนักงาน รวมไปถึงชุมชนในสังคม โดยมีการจัดตั้งศูนย์เพื่อติดตามสถานการณ์ ฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 มีมาตรการคัดกรองบุคคลภายนอกและพนักงานก่อนเข้าภายในบริษัทฯ และรณรงค์ให้พนักงานสวมใส่หน้ากากตลอดเวลา นอกจากนี้ได้จัดพื้นที่การทำงานตามหลักการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) รวมทั้งจัดให้มีการทำงานที่บ้าน (Work from home)

ในด้านการจัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้เพิ่มช่องทางการขายผ่าน Online มากขึ้น เพื่อทดแทนยอดขายผ่านทางช่องทาง Offline ในขณะที่การขายผ่านหน้าร้านค้า บริษัทฯ มีมาตรการป้องกัน COVID-19 เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า เช่น พนักงานขายสวมหน้ากากอนามัยและ Face shield มีสายวัดระยะขายเฉพาะบุคคลที่ใช้แล้วทิ้ง เพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดห้องลงสินค้า มีเครื่องฆ่าเชื้อโรคด้วยแสง UVC สำหรับสินค้าที่ลูกค้ามีการทดลองสวมใส่ เป็นต้น

ในด้านการผลิต บริษัทฯ ได้ประเมินระบบห่วงโซ่อุปทานเพื่อพิจารณาความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของคู่ค้า หรือกำลังการผลิตไม่เพียงพอ วางแผนปรับแผนการผลิตให้สอดคล้องสถานการณ์และปรับการผลิตสินค้าซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาด เช่น หน้ากากอนามัย ตลอดจนวางแผนกับคู่ค้าอย่างใกล้ชิดให้สามารถจัดส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ได้จัดทำบัญชีรายชื่อผู้ขายวัตถุดิบ (Approved vendors list) ตามระบบมาตรฐาน ISO 9001 ทำให้สามารถหาคู่ค้าสำรองได้ในกรณีฉุกเฉิน



## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### 4.1 ลักษณะของทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

#### 4.1.1 ที่ดิน

ที่ตั้งที่ดิน	ขนาดพื้นที่ (หน่วย : ตร.ว.)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
กรุงเทพฯ	10,205.60	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	829.05	ไม่มี
อ. พระประแดง จ. สมุทรปราการ	1,183.50	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	6.58	ไม่มี
อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี	4,472.00	บริษัทฯ และ WSC 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	31,822.60		875.87	

#### 4.1.2 อาคารที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ที่ตั้งอาคาร	ขนาดพื้นที่ (หน่วย : ตร.ม.)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
กรุงเทพฯ	46,146.68	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	47.61	ไม่มี
อ. พระประแดง จ. สมุทรปราการ	3,150.00	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	7.40	ไม่มี
อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี	8,292.00	WSC เป็นเจ้าของ	39.73	ไม่มี
อ. เมืองลำพูน จ. ลำพูน	6,696.00	WLC เป็นเจ้าของ	0.23	ไม่มี
อ. กบินทร์บุรี จ. ปราจีนบุรี	12,826.00	WKC และ PKC เป็นเจ้าของ	0.14	ไม่มี
รวม	77,110.68		95.10	

#### 4.1.3 เครื่องจักร

ที่ตั้งเครื่องจักร	จำนวน เครื่องจักร (หน่วย : คัน)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
กรุงเทพฯ	4,111	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	11.57	ไม่มี
อ. ศรีราชา จ. ชลบุรี	1,586	WSC และ TORA เป็นเจ้าของ	4.12	ไม่มี
อ. เมืองลำพูน จ. ลำพูน	1,669	WLC เป็นเจ้าของ	7.90	ไม่มี
อ. กบินทร์บุรี จ. ปราจีนบุรี	2,170	WKC และ PKC เป็นเจ้าของ	13.46	ไม่มี
<b>รวม</b>	<b>9,536</b>		<b>37.05</b>	

หมายเหตุ : บริษัทฯ มีบริษัทย่อย จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

WSC	=	บจก. วาโก้ศรีราชา
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	ก 269706	จดทะเบียนใน 20 ประเทศ
B'me	ชุดชั้นในสตรี	ก 900585	จดทะเบียนใน 11 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 2563 บริษัทฯ มีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป มูลค่ารวม 334.56 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 5.04 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ นโยบายการลงทุนในอนาคตของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจโอกาสในการทำธุรกิจ และเป็นไปได้เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น

## 4.3 การประเมินราคาทรัพย์สิน

บริษัทฯ ไม่มีการปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจอันเป็นผลให้มีการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน หรือมีการตีราคาทรัพย์สินใหม่ในระหว่างรอบระยะเวลาบัญชี

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

5.1 คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยมากกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

- ไม่มี -

5.2 คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้

- ไม่มี -

5.3 คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย

- ไม่มี -

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

#### 6.1.1 ข้อมูลทั่วไป

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

ประเภทธุรกิจ	: ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107537001455
ทุนจดทะเบียน	: 120 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 120 ล้านหุ้น ชำระเต็มมูลค่าแล้ว
ที่ตั้ง	: 132 ซอยเจริญราษฎร์ 7 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์	: 0-2289-3100-9, 0-2689-8300
โทรสาร	: 0-2291-1788
เว็บไซต์	: <a href="http://www.wacoal.co.th">www.wacoal.co.th</a>

##### ติดต่อหน่วยงานผู้รับผิดชอบ

หน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	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:services@wacoal.co.th">services@wacoal.co.th</a>
ธุรกิจชุดชั้นในสตรี	0-2689-8705	<a href="mailto:kanlaya.loh@wacoal.co.th">kanlaya.loh@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:mkt_outer@wacoal.co.th">mkt_outer@wacoal.co.th</a>
Wacoal Body Clinic (บริการสั่งตัดพิเศษ)	0-2689-8484	<a href="mailto:bodyclinic@wacoal.co.th">bodyclinic@wacoal.co.th</a>
Online Shopping Call Center	0-2296-9979	-
ฝ่ายทรัพยากรบุคคลและธุรการ	0-2289-3100-9 ต่อ 223, 493	<a href="mailto:personnel@wacoal.co.th">personnel@wacoal.co.th</a>
สำนักงานตรวจสอบภายใน	0-2289-3100-9 ต่อ 207, 0-2291-0591	<a href="mailto:audit@wacoal.co.th">audit@wacoal.co.th</a>

**6.1.2 การลงทุนในบริษัทอื่นตั้งแต่ร้อยละ 10**  
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

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	499,997	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 0-3720-5140-2	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	500,000	499,996	99.99
<b>3. บริษัท โทรา 1010 จำกัด</b> 132 ซ.เจริญราษฎร์ 7 บางโคก บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-8705 โทร. 0-2291-1788	จัดหาและจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปและประกอบธุรกิจฟอกย้อม	หุ้นสามัญ	500,000	499,980	99.99
<b>4. บริษัท วาโก้ศรีราชา จำกัด (WSC)</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	199,910	99.96
<b><u>บริษัทย่อยทางอ้อม</u></b> (ถือหุ้นโดย WSC = 99.99%)					
<b>5. บริษัท ภัทยากบิรินทร์บุรี จำกัด</b> 123-123/1 หมู่ที่ 5 ถ.สุวรรณศร ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5051-4 โทรสาร 0-3720-5051-4	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	200,000	199,907	99.95

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. บริษัท ภัทยาอุตสาหกรรม จำกัด  611/28 ตรอกวัดจันทร์ใน บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2291-2390-8 โทรสาร 0-2291-2378	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	3,000,000	1,200,000	40.00
3. 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. 0-3729-0062-3	ทอและพิมพ์แถบตราสิ่งทอ	หุ้นสามัญ	200,000	38,000	19.00
2. บริษัท เอ เทค เท็กซ์ไทล์ จำกัด  241, 243, 245, 247 ซ.เจริญราษฎร์ 7 บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2291-2806-7 โทรสาร 0-2291-2804	ผลิตวัตถุดิบสำหรับชุดชั้นในสตรี	หุ้นสามัญ	10,000,000	1,900,000	19.00
3. บริษัท จี เทค แมททีเรียล จำกัด  241, 243, 245, 247 ซ.เจริญราษฎร์ 7 บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2291-5725-6 โทรสาร 0-2291-5727	ผลิตวัตถุดิบสำหรับชุดชั้นในสตรี	หุ้นสามัญ	3,000,000	570,000	19.00

ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภทของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดยบริษัทฯ	
				จำนวนหุ้น	%
<b>4. บริษัท เอสเอสดีซี (ไทเกอร์เท็กซ์) จำกัด</b> 111 หมู่ที่ 5 ถ.สุวรรณศรี ต.นนทรี อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี โทร. 0-3720-5232 โทรสาร 0-3720-5231	ธุรกิจฟอกย้อม	หุ้นสามัญ	3,240,000	606,557	18.72
<b>5. บริษัท สหเอเชียแปซิฟิค จำกัด</b> 729/4-7 ถ.รัชดาภิเษก บางโพธิ์พวง ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2075-9911 โทรสาร 0-2075-9912	การเช่าและการดำเนินการเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ	20,053,600	3,709,972	18.50
<b>6. International Commercial Coordination (Hong Kong) Limited</b> Room 408, 4 <sup>th</sup> Floor, Hope Sea Industrial Center, No. 26 Lam Hing Street, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong โทร. 001 852 2756 5622 โทรสาร 001 852 2753 8631	ผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค	หุ้นสามัญ	50,000	9,000	18.00
<b>7. บริษัท วิน อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด*</b> 181 ซอยเจริญราษฎร์ 7 บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-8520 โทรสาร 0-2289-3032	ธุรกิจขายตรง	หุ้นสามัญ	300,000	53,700	17.90
<b>8. บริษัท เท็กซ์ไทล์เพรสทิจ จำกัด (มหาชน)</b> 489 ถ.พระราม 3 บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2294-0071 โทรสาร 0-2294-2386	ผลิตและจำหน่ายสิ่งทอ	หุ้นสามัญ	108,000,000	18,398,850	17.04
<b>9. บริษัท เอร่าวันสิ่งทอ จำกัด</b> 49 หมู่ที่ 3 ถ.ปู่เจ้าสมิงพราย ต.สำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ โทร. 0-2183-3898 โทรสาร 0-2183-3916	ปั่นด้าย ทอผ้า และผลิตชิ้นส่วนที่เป็นส่วนประกอบของเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	6,214,634	1,008,703	16.23



ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ประเภทของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	การถือหุ้นโดยบริษัทฯ	
				จำนวนหุ้น	%
<b>10. 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	1,617,800	245,000	15.14
<b>11. บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนลเลทเธอร์แฟชัน จำกัด</b> 129/1 ถ.ช่องนนทรี ช่องนนทรี ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2295-0911 ต่อ 264	ผลิตเครื่องหนัง	หุ้นสามัญ	500,000	60,000	12.00
<b>12. 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>13. บริษัท แชมป์เอช จำกัด</b> 58 ซ.เจริญราษฎร์ 7 แยก 29-1 (ฝั่งขวา) บางโคล่ บางคอแหลม กรุงเทพฯ โทร. 0-2689-8240 โทรสาร 0-2289-2587	ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	400,000	40,000	10.00
<b>14. บริษัท สห แคปปิตอล ทาวเวอร์ จำกัด</b> 530 ซ.สาธุประดิษฐ์ 58 บางโพงพาง ยานนาวา กรุงเทพฯ โทร. 0-2293-0030 โทรสาร 0-2293-0040	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ	20,000,000	2,000,000	10.00

หมายเหตุ : \* บริษัทดังกล่าวได้จดทะเบียนเลิกกิจการ และปัจจุบันอยู่ระหว่างการชำระบัญชี

### 6.1.3 บุคคลอ้างอิง

#### นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

Call Center : 0-2009-9999

#### ผู้สอบบัญชี

บริษัท ดีลอยท์ ทูช โรมัทสு ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

เอไอเอ สาทรร ทาวเวอร์ ชั้น 23 - 27

11/1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร

กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ : 0-2034-0000

โทรสาร : 0-2034-0100

โดย นายมนูญ มนุสุข

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4292 และ/หรือ

นายชูพงษ์ สุรชติกาล

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4325 และ/หรือ

นางสาวกรทอง เหลืองวิไล

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 7210

### 6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -