



ส่วนที่ 1 | การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ธนลักษณ์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2518 ด้วยเจตนารมณ์ของคุณบุญยสิทธิ์ โชควัฒนา โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 3 ล้านบาท จำนวนพนักงาน 75 คน สถานประกอบการตั้งอยู่ที่บริเวณวัดดอกไม้ ประกอบธุรกิจการผลิตสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยผู้ถือหุ้นทั้งหมดเป็นคนไทย ประกอบด้วย บุคคลธรรมดา และนิติบุคคล ซึ่งได้แก่ บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) บริษัท ไอ.ดี.เอฟ. จำกัด

ชื่อ “ธนลักษณ์” ถูกตั้งขึ้นให้สอดคล้องกับชื่อของ ARROW ที่มีสัญลักษณ์เป็นลูกศร โดยธนลักษณ์มีสัญลักษณ์สีแดง รูปพระรามแผลงศรขึ้นฟ้า แฉงไปด้วยความหมายรูปพระรามบ่งบอกถึงความเป็นไทย สีแดงบ่งบอกถึงความโชคดี และธนที่แผลงขึ้นฟ้าหมายถึงเทรนด์แฟชั่นที่พุ่งไปข้างหน้า

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและนวัตกรรม เพื่อเป็นที่ 1 ในใจลูกค้า

พันธกิจ

มุ่งมั่นสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยสินค้าคุณภาพที่เป็นเลิศ จากนวัตกรรมและบริการเหนือความคาดหมาย

มุ่งมั่นในการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผู้ถือหุ้น ด้วยผลประกอบการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ

สร้างความพึงพอใจให้กับพนักงานด้วยการให้โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง พร้อมผลตอบแทนที่ดี

ส่งเสริมให้บริษัทฯ มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีคุณธรรมและจริยธรรมในการดำเนินงาน

ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนให้เกิดขึ้นในบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมอันเป็นสาธารณประโยชน์

ค่านิยม = SMART

S Synergy	สร้างพลังร่วมกัน
M Moral & Ethics	ดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม
A Adherence to Quality	ยึดมั่นในคุณภาพ
R Responsibility for Social	รับผิดชอบต่อสังคม
T Think Creative & Innovation	สร้างสรรค์นวัตกรรม

SLOGAN : มุ่งมั่น สร้างสรรค์ สู่ความเป็นเลิศ



1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ทศวรรษที่ 1 วางรากฐานธุรกิจ (พ.ศ.2518 – พ.ศ.2528)

บริษัทฯ ได้เป็นตัวแทนลิขสิทธิ์แบรนด์ ARROW จากสหรัฐอเมริกา และมอบหมายให้ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ดูแลด้านการขายและการตลาดในประเทศ ริเริ่มให้มีผู้ให้คำแนะนำการเลือกสินค้า (AC: Arrow Consult) เป็นผู้แนะนำในการเลือกเสื้อผ้าให้กับลูกค้า และจัดให้มีห้องลองเสื้อผ้า (Fitting Room) ให้ลูกค้ามั่นใจเมื่อสวมใส่แล้วด้านการตลาดได้คิดสโลแกนสินค้าขึ้นแรกของแอร์โรว์ "แอร์โรว์คือชีวิต ชีวิตคือแอร์โรว์" และเลือกแบรนด์แอมบาสเตอร์เป็นคุณพิชัย วาสนาส่ง พร้อมด้วยสโลแกน "แอร์โรว์ เอกลักษณ์ของเอกบุรุษ"

เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น

- พ.ศ. 2518 - จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ทุนจดทะเบียน 3 ล้านบาท
เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2518
- พ.ศ. 2526 - เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัท เป็น 6 ล้านบาท
- พ.ศ. 2527 - เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัท เป็น 12 ล้านบาท

ได้รับลิขสิทธิ์แบรนด์



เครื่องแต่งกายสำหรับผู้ชาย



เครื่องหนัง



เครื่องแต่งกายแฟชั่นสุภาพบุรุษ



เครื่องแต่งกายแฟชั่นสำหรับเด็ก

ทศวรรษที่ 2 ร่วมทุนต่อยอดธุรกิจ (พ.ศ. 2529 - พ.ศ.2538)

บริษัทฯ ร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติเพื่อขยายธุรกิจผลิตสินค้าเครื่องหนังเสื้อผ้า และวัตถุดิบต้นน้ำ ก่อสร้างโรงงานในสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ศรีราชา และขยายเพิ่มไปที่สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์จังหวัดลำพูน และกบินทร์บุรี และได้รับการส่งเสริมลงทุน BOI

เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น

- พ.ศ. 2530 - เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัท เป็น 24 ล้านบาท และ 30 ล้านบาท เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2530
- พ.ศ. 2531 - เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัท เป็น 45 ล้านบาท
และแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้เป็นหุ้นละ 10 บาท
- พ.ศ. 2532 - เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัท เป็น 60 ล้านบาท
- พ.ศ. 2537 - แปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด



ได้รับลิขสิทธิ์แบรนด์



ทศวรรษที่ 3 บททดสอบความแข็งแกร่งขององค์กร (พ.ศ. 2539 - พ.ศ.2548)

วิกฤตเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2540 ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงอย่างมาก ภาคธุรกิจประสบภาวะขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งบริษัทฯ ได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน รวมถึงยอดขายสินค้าในประเทศและส่งออกลดลง คุณบุญยสิทธิ์ โชค-วัฒนา มองทุกวิกฤตเป็นโอกาส จึงได้จัดงาน “SAHA GROUP EXPORT & TRADE EXHIBITION” ขึ้นเป็นปีแรก โดยมุ่งเน้นขยายลูกค้าต่างประเทศ ด้วยความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับคู่ค้าในต่างประเทศ และคุณภาพสินค้าของบริษัท ทำให้ยอดขายของบริษัททะยานสูงขึ้นถึงร้อยละ 50 ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถผ่านวิกฤตเศรษฐกิจมาได้อย่างมั่นคง

เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น

- พ.ศ. 2539 - เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัท เป็น 120 ล้านบาท
- พ.ศ. 2542 - ออกหุ้นกู้ จำนวน 300 ล้านบาท
- พ.ศ. 2545 - ได้รับโอนเครื่องหมายการค้า LOUIS FONTAINE จาก บมจ. ไทยวาโก้
- พ.ศ. 2546 - แปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท
เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2546

ได้รับลิขสิทธิ์แบรนด์



ทศวรรษที่ 4 นวัตกรรมที่ไม่สิ้นสุด (พ.ศ. 2549 - พ.ศ.2558)

เข้าสู่ยุคดิจิทัลที่มีการแข่งขันทางธุรกิจมากยิ่งขึ้น มีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆ และนวัตกรรมจัดเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญ บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นและส่งเสริมงานด้านวิจัยและพัฒนานวัตกรรม โดยร่วมกับอุตสาหกรรมต้นน้ำในเครือพัฒนาวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมาแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

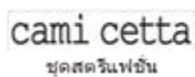
เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น

- พ.ศ. 2549 - มีการ Re-brand “ZAZCH” เป็น “HORNBILL”
- พ.ศ. 2550 - ได้รับรางวัลนวัตกรรมยอดเยี่ยมประเภท Product ชื่อนวัตกรรม ‘Cottazilk’
- พ.ศ. 2555 - เปิดอาคารโรงงานหลังที่ 2 ที่สาขาลำพูน
- ขยายธุรกิจบริการซักอบรีด สาขาบางพลี



- พ.ศ. 2558 - บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นผู้รับสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้า ARROW (Licensee) บริษัทฯ จะเป็นผู้ผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้า ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558

ได้รับลิขสิทธิ์แบรนด์



ทศวรรษที่ 5 การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม (Value-Based Economic) (พ.ศ. 2559 - พ.ศ.2568)

ประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุค 4.0 ซึ่งเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ บริษัทฯ ร่วมมือกับพันธมิตรอุตสาหกรรมต้นน้ำในการพัฒนาวัตถุดิบ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยจัดประกวด Thanulux Innovation Award ตั้งแต่ปี 2550 โดยผลงานที่ได้รับคัดเลือกจะส่งเข้าประกวดในงานนวัตกรรมเครื่องสหพัฒน์ (Chairman Award) และผลักดันให้มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและสิทธิบัตร

เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น

- พ.ศ. 2559 - จัดตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ บริษัท เวิลด์ สหแฟชั่น จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องแต่งกายภายใต้เครื่องหมายการค้า "Takeo Kikuchi"
- พ.ศ. 2560 - ได้รับลิขสิทธิ์ให้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตคุณภาพดีจากประเทศเยอรมัน Brand "Olymp"
- ขยายฐานการผลิตสินค้าเครื่องหนัง ที่สาขาแม่สอด จังหวัดตาก
- พ.ศ. 2561 - จัดตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ บริษัท สหโคเมเสียว จำกัด สำหรับเพิ่มโอกาสลงทุนในธุรกิจใหม่
- ขยายฐานการผลิตสินค้าเครื่องหนัง ที่สาขาลำพูน

ได้รับลิขสิทธิ์แบรนด์



รางวัลทางสังคม

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

- พ.ศ. 2548 - เกียรติบัตร การดำเนินการสร้างเสริมสุขภาพในสถานประกอบการ
- พ.ศ. 2550 - ใบรับรองมาตรฐานการบริหารจัดการเรื่องเอดส์ ในสถานประกอบการ ระดับเงิน จาก กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และกรมควบคุมโรคติดต่อ กระทรวงสาธารณสุข
- พ.ศ. 2551 - ใบรับรองมาตรฐานแรงงานไทย มรท. 8001-2546 ระดับสมบูรณ์
- พ.ศ. 2552 - ใบรับรองมาตรฐานการบริหารจัดการด้านเอดส์ และวัณโรคในสถานประกอบการ ASO-T Thailand แพลทินัม และ ASO Thailand จากกรมสวัสดิการ และคุ้มครองแรงงานและกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข



- ใบรับรองสถานประกอบการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่
- ประกาศเกียรติคุณและเครื่องหมาย (ธง) ในการดำเนินการโครงการลดสถิติอุบัติเหตุ จากศูนย์ความปลอดภัยในการทำงานพื้นที่ 1 และ 4
- พ.ศ. 2555-2560 - ใบรับรองมาตรฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสฟติดในสถานประกอบการ
- พ.ศ. 2556-2561 - รางวัล “สถานประกอบกิจการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน (ระดับประเทศ)”
- พ.ศ. 2558 - ประกาศเกียรติคุณ สถานประกอบการปลอดภัย เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

สภาอุตสาหกรรม

- พ.ศ.2558 - ประกาศเกียรติคุณ จาก พระเจ้าวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชาทินัดดามาตุ ในฐานะเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการจัดกิจกรรมรับบริจาคโลหิต ต่อเนื่อง 3 ปี

กระทรวงอุตสาหกรรม

- พ.ศ. 2549 - เกียรติบัตร “โรงงานน่าอยู่ร่วมใจเฉลิมพระเกียรติ” ในการปรับปรุงทัศนียภาพโรงงาน ให้น่าอยู่และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องในโอกาสฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี
- พ.ศ. 2555 - ใบรับรองโรงงานสีเขียว (Green Industry) ประเภทอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 1
- พ.ศ. 2556 - โล่เกียรตินิยมในฐานะเป็นสถานประกอบการที่ดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม
- พ.ศ. 2558-2561 - รางวัลเกียรติยศ CSR-DIW และ CSR-DIW Continuous Award มาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการค้าสังคม
- พ.ศ. 2560 - รางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) และ รางวัล Eco Factory เมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศในยุค 4.0
- พ.ศ. 2561 - รางวัล 3Rs Awards ระดับเหรียญทอง โครงการพัฒนาศักยภาพการใช้ประโยชน์จากของเสีย

กรุงเทพมหานคร

- พ.ศ. 2547 - ใบประกาศเกียรติคุณ “สถานที่ทำงานสะอาด ปลอดภัย ไร้มลพิษ”
- พ.ศ. 2548 - โล่เกียรติคุณในการสนับสนุนกิจกรรมอันเป็นสาธารณประโยชน์จากผู้สูงอายุเขตยานนาวา
- พ.ศ. 2561 - ใบประกาศเกียรติคุณ ผู้ให้การสนับสนุน และเป็นปณิชนุคคลผู้ทำคุณประโยชน์ในพื้นที่เขตยานนาวา

รางวัลทางสินค้าและผลิตภัณฑ์

- พ.ศ. 2554 - ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย เครื่องหมายตรานกยูงพระราชทานสีเขียว ประเภท Thai Silk Blend สำหรับเนื้อผ้า Cottazilk Brand DAKS



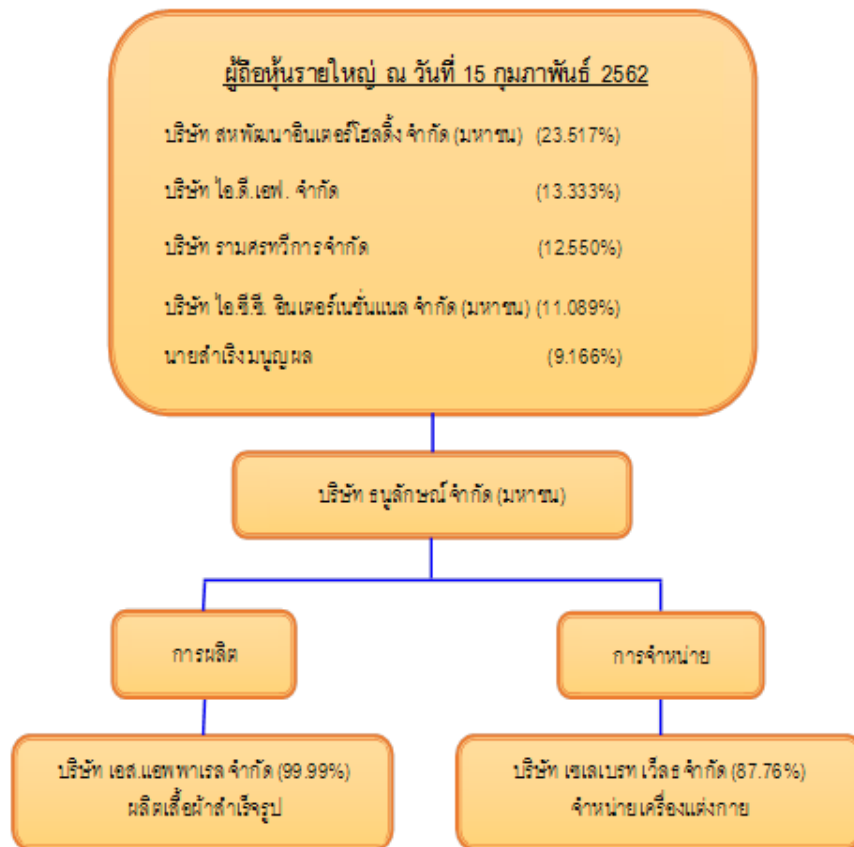
- พ.ศ. 2556
- ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ซึ่งร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (Thailand Textile Institute: THTI) สำหรับผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ต Arrow Style AY630
 - ได้รับการรับรองมาตรฐานเครื่องหมาย Smart Fabric เนื้อผ้าอัจฉริยะ ประเภทรบายความชื้นและเหงื่อได้ดีและเพิ่มความสบายเวลาสวมใส่โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับคือ เสื้อเชิ้ต (cool innovation) Brand Guy Laroche จากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
- พ.ศ. 2557
- ได้รับการรับรองฉลากฟุตพริ้นท์สิ่งแวดล้อม (Environmental Footprint) จากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (Thailand Textile Institute: THTI) สำหรับผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ต Arrow Style AY630
 - เป็นผู้ประกอบการรายแรกที่ได้รับการรับรองให้ใช้เครื่องหมาย Smart Fabric เนื้อผ้าอัจฉริยะ ประเภท Anti-Bacteria ซึ่งมีประสิทธิภาพในการต้านเชื้อแบคทีเรีย ที่ทำให้เกิดกลิ่นอับได้มากกว่า 99.9% จากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เนื้อผ้างดงกล่าวใช้ในการผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสุภาพบุรุษ
- พ.ศ. 2558
- ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ตรานกยูงพระราชทาน สีนํ้าเงิน สำหรับเนื้อผ้า 100% silk
- พ.ศ. 2559
- ได้รับการรับรองมาตรฐาน CoolMode สำหรับผ้า 100% Cotton Knitted TRI003 จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
- พ.ศ. 2560
- ได้รับการรับรองฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 สำหรับผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ต Shirt No.5 ในโครงการฉลากประหยัดไฟฟ้า เบอร์ 5 ประเภทผลิตภัณฑ์เสื้อของ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

มาตรฐานทางด้านการจัดการ

- พ.ศ. 2545
- ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO9001:2000 สำหรับการออกแบบการผลิตเสื้อผ้าและเครื่องหนัง จาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd. (BVQI)
- พ.ศ. 2553
- ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO9001 : 2008 สำหรับการออกแบบการผลิตเสื้อผ้าและเครื่องหนังจาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd. (BVQI)
- พ.ศ. 2558
- ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001:2004 สำหรับกระบวนการออกแบบและการผลิตเสื้อผ้าบุรุษ เสื้อผ้าสตรี เสื้อผ้าเด็ก และเครื่องหนัง จาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd. (BVQI)
- พ.ศ. 2560
- ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO9001:2015 สำหรับการออกแบบ การผลิตเสื้อผ้าและเครื่องหนัง จาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd. (BVQI)
- พ.ศ. 2561
- ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001:2015 สำหรับกระบวนการออกแบบและการผลิตเสื้อผ้าบุรุษ เสื้อผ้าสตรี เสื้อผ้าเด็ก และเครื่องหนัง จาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd. (BVQI)



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทฯ มีบริษัทย่อย 2 แห่ง คือ

บริษัท เอส. แอฟฟาเรล จำกัด

- ประกอบธุรกิจด้านการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ภายใต้เครื่องหมายการค้าของลูกค้าต่างประเทศ เพื่อส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น
- สำนักงานและโรงงาน ตั้งอยู่เลขที่ 4/2 หมู่ที่ 8 ถนนบางนา-ตราด กม.18 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

บริษัท เซเลเบรท เวิลด์ จำกัด

- ประกอบธุรกิจ จำหน่ายสินค้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตโดย บริษัท ธนูลักษณ์ จำกัด (มหาชน) อาทิ เสื้อผ้าสุภาพบุรุษ Erawon เครื่องหนัง lollipops เสื้อผ้าเด็ก CADEAU
- สำนักงาน ตั้งอยู่เลขที่ 129/1 ถนนช่องนนทรี แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ

1.3.1 นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัทฯ และบริษัทย่อยร่วมกันพัฒนาสินค้า ส่วนการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ วางแผนการผลิต และการส่งการผลิตดำเนินการโดยบริษัทฯ

1.3.2 การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน

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



การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2562

ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	บริษัทถือหุ้น บริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือหุ้น บริษัท
1. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 50%		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัท เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่น	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่น เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัท		
1. บริษัท เอส.แอฟฟอเรล จำกัด	99.998	-
2. บริษัท เซลเบรท เวิร์ด จำกัด	87.76	-
(ค) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นเกินกว่า 50% ในบริษัทอื่น ตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไป บริษัทอื่นเหล่านั้นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน บริษัทย่อยทั้ง 2 แห่งตามข้อ (ข) ไม่ได้ถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน	-	-
2. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50 %		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 10%	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นเกินกว่า 25% แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัท เกินกว่า 10%	-	-
3. กรณีการถือหุ้นไม่เกินกว่า 25%*		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทไม่เกินกว่า 25% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 25%		
* 1. บริษัท สหพัฒนานินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	0.94	23.517
2. บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)	3.44	11.089
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นไม่เกินกว่า 25% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัท เกินกว่า 25%	-	-

หมายเหตุ : * แสดงรายการเฉพาะบริษัทที่มีการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทฯ มีการทำธุรกรรมกับกลุ่มสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มในเครือ บริษัท สหพัฒนานินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ผู้ถือหุ้นใหญ่ ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ตลอดจนบริษัทจัดจำหน่าย ซึ่งช่วยสนับสนุนการทำธุรกิจของบริษัทอย่างครบวงจร ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบจนถึงการจัดจำหน่ายสินค้า



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องหนังทั้งในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้าสากลที่บริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ และเครื่องหมายการค้าของบริษัท

สำหรับปี 2561 มีสัดส่วนการขายในประเทศ : ต่างประเทศ คือ 68 : 32 ตลาดในประเทศนั้น บริษัทฯ มีลูกค้ารายใหญ่ คือ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (ICC) เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าเข้าห้างสรรพสินค้า ส่วนตลาดต่างประเทศบริษัทฯ จำหน่ายให้กับบริษัทจัดจำหน่าย และ/หรือ บริษัทเจ้าของเครื่องหมายการค้าในประเทศต่างๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป เอเชีย อาเซียน และญี่ปุ่น

2.1 ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

จำแนกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

เสื้อผ้าสำเร็จรูป

ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของบริษัทครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทั้งสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี และเด็ก ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ เสื้อเชิ้ต เสื้อยืด กางเกง สูท แจ็คเก็ต ชุดนอน ชุดชั้นใน เนคไท ผ้าเช็ดหน้า ผ้าพันคอ ชุดว่ายน้ำ ชุดออกกำลังกาย ชุดคลุมท้องและถุงเท้าภายใต้เครื่องหมายการค้า ARROW, EXCELLENCY, GETAWAY, COOL, Guy Laroche, Guy Guy Laroche, DAKS, ELLE HOMME, Takeo Kikuchi, Olymp, bsc ex, HORNBILL, ICON, positif, MIX-SELF, la femme, MORGAN และ BARONESS สำหรับสุภาพบุรุษ และสุภาพสตรี ส่วนผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กนั้น บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำหรับเด็กแรกเกิด ถึง 8 ขวบ นอกจากนั้น ยังมีผ้าอ้อม เครื่องนอน รองเท้า ถุงเท้า ตุ๊กตา และของใช้สำหรับเด็กเล็ก ภายใต้เครื่องหมายการค้า absorba และ CADEAU

เครื่องหนัง

เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับสุภาพบุรุษและสตรี ซึ่งประกอบด้วยกระเป๋าตังค์ กระเป๋าถือ และ เข็มขัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า ARROW, EXCELLENCY, GETAWAY, Guy Laroche, Guy Guy Laroche, JEAN-LOUIS SCHERRER, DAKS, LOUIS FONTAINE, bsc, MORGAN และ lollipops

นอกจากผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวข้างต้น บริษัทฯ ยังผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของลูกค้าต่างประเทศเพื่อการส่งออก และเป็นผู้ผลิตชุดยูนิฟอร์ม ชุดไตรจีวร “ธรรมรัตน์” ชุดปฏิบัติธรรม “ธรรมศร” ด้วย



โครงสร้างรายได้

รายได้บริษัทและบริษัทย่อย

แบ่งโดยผู้ดำเนินการ

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น	2561	%	2560	%	2559	%
สินค้าแฟชั่น	บมจ. ธนุลักษณะ	-	1,607.09	90.35	1,699.93	91.46	1,782.24	88.72
สินค้าแฟชั่น	บจ. เอส. แอพพาเรล	99.999	8.83	0.50	7.88	0.42	44.95	2.24
สินค้าแฟชั่น	บจ. เซเลบรท เวิร์ธ	87.76	162.80	9.15	150.87	8.12	161.10	8.02
สินค้าแฟชั่น	บจ. ที แชมเบอร์	ขายเงินลงทุน	-	-	-	-	20.49	1.02
รวมรายได้จากการขาย			1,778.72	100.00	1,858.68	100.00	2,008.76	100.00

แบ่งโดยแหล่งรายได้

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	รายได้จากการขาย	2561	%	2560	%	2559	%
สินค้าแฟชั่น	ในประเทศ	1,205.57	67.78	1,295.71	72.85	1,338.59	66.64
สินค้าแฟชั่น	ส่งออก	573.15	32.22	562.97	31.65	670.17	33.36
รวมรายได้จากการขาย		1,778.72	100.00	1,858.68	104.50	2,008.76	100.00

(หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์	2561	%	2560	%	2559	%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	1,019.10	60.95	1,062.20	60.15	1,093.74	59.44
เครื่องหนัง	652.88	39.05	703.80	39.85	746.18	40.56
รวม	1,671.98	100.00	1,766.00	100.00	1,839.92	100.00

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 การตลาด

ตลาดในประเทศ

กลยุทธ์ทางการตลาด

เนื่องด้วยสภาพตลาดปัจจุบันในกลุ่มธุรกิจแฟชั่นมีการแข่งขันที่สูง ทั้งด้านราคาและกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการเติบโตและขยายส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากกว่าคู่แข่ง สิ่งหนึ่งที่สำคัญไม่น้อยกว่า คือ การมีวิสัยทัศน์ในการปรับตัวด้านธุรกิจเพื่อตอบสนองตลาดและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นบริษัทฯ มุ่งเน้นกลยุทธ์หลัก คือ การพัฒนาสินค้าโดยสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อยกระดับธุรกิจให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างแท้จริง และเติบโตอย่างยั่งยืน



บริษัทฯ มีนโยบายการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์ให้กับลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ได้มีการพัฒนานวัตกรรมด้านวัตถุดิบ เพื่อส่งต่อสู่ผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดี โดยคัดสรรผ่านแบรนด์ชั้นนำต่างๆ มากมาย ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ ARROW

เสื้อประหยัดไฟเบอร์ 5 “ ประหยัดไฟ ใส่สบาย ไม่ต้องรีด ”

ด้วยนวัตกรรมการพัฒนาเนื้อผ้า รูปแบบ และเทคนิคการตัดเย็บ ทำให้ได้เสื้อเชิ้ตที่ผู้สวมใส่รู้สึกเย็นสบาย ระบายอากาศได้ดี สำหรับเสื้อเชิ้ตที่ผ่านการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานการทดสอบคุณสมบัติผ้า Cool Mode จากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (Thailand Textile Institute : THTI) และผ่านการรับรองมาตรฐานฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 จากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

Arrow Fresh

การพัฒนารูปแบบและเนื้อผ้าของเสื้อเชิ้ตโดยต่อยอดจากปี 2560 เสื้อเชิ้ตที่มีคุณสมบัติช่วยยับยั้งเชื้อแบคทีเรียซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดกลิ่นอับชื้น ตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้าไปจนตลอดอายุการใช้งาน ด้วยนวัตกรรมการนำเส้นใยนาโนซิงค์ (Nano Zinc) มาผลิตเป็นผืนผ้า ทำให้ได้เสื้อเชิ้ตที่สวมใส่แล้วรู้สึกสะอาด หายกลิ่นอับและยังป้องกันอันตรายจากรังสี UV เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

Arrow X-Dimension “Smart inside: Smart design”

จากการจัดทำ Focus Group ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านของผลิตภัณฑ์ ทาง Arrow จึงได้พัฒนารูปแบบและดีไซน์ ของเนื้อผ้า เพิ่มลูกเล่นที่ กระดุม ปก สบเสื้อและแขนเสื้อ ให้เสื้อเชิ้ตดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น Arrow X-Dimension คือ เสื้อตัวเดียวที่สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส ตอบสนองต่อลูกค้ากลุ่มใหม่ และเพิ่มความน่าสนใจของเสื้อเชิ้ตให้กับลูกค้ากลุ่มเดิม

ผลิตภัณฑ์ Cool by BSC

Cool Metropolis Knitto Shirt

นวัตกรรมเสื้อเชิ้ตจากผ้าถัก (Knit) ที่มีความโดดเด่นด้านความสบายในการสวมใส่ เนื้อผ้ามีความนุ่ม ระบายอากาศได้ดี และมีความยืดหยุ่นมากกว่าเสื้อเชิ้ตทั่วไป ช่วยให้ผู้สวมใส่รู้สึกสบาย คล่องตัว เคลื่อนไหวได้อย่างอิสระ เหมาะกับ Life Style ของคนรุ่นใหม่

ผลิตภัณฑ์ GETAWAY

แบรนด์ Getaway ได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รุ่นพิเศษ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านรูปแบบสินค้า เนื้อผ้าและราคา เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ในช่องทาง Modern Trade

ผลิตภัณฑ์ GUY LAROCHE

นวัตกรรม Nano zinc

หมดกังวลเรื่องกลิ่นอับชื้น แม้จะสวมใส่ซ้ำ ตอบสนองการใช้ชีวิตยุคใหม่ การเดินทางที่เร่งรีบ หรือกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งนวัตกรรมดังกล่าวตอบโจทย์เรื่องของการประหยัดเวลา เสริมบุคลิกให้กับผู้สวมใส่ด้วยรูปแบบของ



สินค้าที่ทันสมัย การตัดเย็บประณีต ด้วยรูปทรงที่พอดีตัว โดยนำ Nano Zinc ใส่ลงไป在线ด้ายตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต และเมื่อนำมาซักทอเป็นผืนผ้าจะได้คุณสมบัติยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของกลิ่นอับขึ้น คุณสมบัติคงทนถาวรตลอดอายุการใช้งานโดยไม่หลุดออกไปในขณะซักทำความสะอาดเสื้อผ้า สวมใส่แล้วรู้สึกสะอาด แห้งสบาย และระบายอากาศได้ดีแม้มีเหงื่อออกมาก

AROMA PYJAMAS จาก GUY LAROCHE

ผ้าฝ้ายเนื้อเนียนนุ่ม ให้ความสบาย ระบายอากาศได้ดี แพทเทิร์นและการตัดเย็บที่ดีเยี่ยม ผสานกับลวดลายที่ออกแบบมาอย่างมีสไตล์ รวมทั้งมีกลิ่นหอมละมุนจากผ้าที่ตกแต่งด้วยแคปซูลน้ำหอมคุณภาพดีเยี่ยม (เมื่อสองด้วยกลิ้งกำลังขยายสูงจะพบ “ไมโครแคปซูล” ที่ได้บรรจุน้ำหอมไว้อยู่บนผืนผ้า) ที่จะช่วยกระจายความหอมแม้ผ่านการซักไปถึง 10 ครั้ง โดยไม่จำเป็นต้องใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มหรือสารเพิ่มความหอม

TWO FACE DOBBY PYJAMAS จาก GUY LAROCHE

นวัตกรรมใหม่ล่าสุดของชุดนอน จาก Guy Laroche Innerwear ด้วยการประยุกต์เทคนิคการออกแบบลายผ้าแบบ Dobby ที่สามารถทำให้เกิดลวดลายที่สวยงามทั้ง 2 หน้าผ้า และรูปแบบการตัดเย็บแบบพิเศษและเทคนิคในการผลิต ทำให้สามารถสวมใส่ชุดนอนได้ทั้ง 2 ด้าน สัมผัสได้ถึงความเนียนของเนื้อผ้าฝ้าย

ผลิตภัณฑ์ ABSORBA

COLLAGEN และ NATURAL SOFT & SHINE

มุ่งสร้างสรรค์พัฒนานวัตกรรม เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง ด้วยความใส่ใจต่อสุขภาพ ความปลอดภัยของลูกน้อย และต่อสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ Absorba ได้มีการพัฒนานวัตกรรม Collagen และ Natural Soft & Shine อย่างต่อเนื่อง ให้เนื้อผ้ามีผิวสัมผัสที่นุ่มมากขึ้น ปกป้องความชุ่มชื้นของผิวพรรณได้อย่างดี ลดปัญหาผิวแห้งจากสภาวะอากาศร้อนจากแสงแดด สภาวะอากาศเย็นจากห้องปรับอากาศ และคงอยู่แม้ผ่านการซักหลายครั้ง เพื่อปกป้องผิวพรรณของลูกน้อยให้มีความชุ่มชื้น นุ่มนวลอยู่เสมอ โดยการคัดสรรเส้นด้ายที่มีคุณภาพ นำมาซักทอเป็นผืน ผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการขจัดขนเส้นด้าย โดยไม่ใช้สารเคมี ไม่มีสารเคมีตกค้าง มีความเงางามอย่างเป็นธรรมชาติแม้ผ่านการซักมาหลายครั้ง ทำให้ลูกน้อยสวมใส่สบายไม่ระคายเคืองต่อผิวที่บอบบาง

2. ด้านราคา บริษัท มีนโยบายการตั้งราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Reasonable price) ตลอดจนพิจารณาขยายฐานสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ทั้งสินค้าในระดับราคาสูง (Premium) สำหรับ International Brand ระดับราคากลาง-ล่าง (Medium-Low) สำหรับ House Brand เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องด้านคุณภาพอย่างเหมาะสม

3. ด้านการจัดจำหน่าย

เนื่องด้วยบริษัท มีการจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายเพื่อสร้างขีดความสามารถศักยภาพในการขยายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพถึงมือผู้บริโภค โดยช่องทางจัดจำหน่าย ดังนี้

3.1 ห้างสรรพสินค้า หรือ Modern Trade

บริษัท และผู้จัดจำหน่ายยังคงร่วมมือกันในการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้า โดยการตกแต่งหน้าร้าน (Visual Merchandising Display) นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม สื่อสารแนวคิดของผลิตภัณฑ์ไปสู่ลูกค้าได้ชัดเจน



3.2 ทางออนไลน์

ส่งเสริมพื้นที่ขายของออนไลน์ เช่น Clip Video Ads , Facebook Page , Line , IG หรือแม้กระทั่ง Facebook Event ทำให้ลูกค้าสามารถได้เข้าถึงผลิตภัณฑ์ อัปเดตข่าวสารผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงเพิ่มช่องทางการเลือกซื้อ และสามารถรับบริการที่เหมาะสม

3.3 Factory Outlet และ Community Mall

คัดสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมทั้งราคาและคุณภาพ ลูกค้าสามารถเลือกซื้อในแต่ละพื้นที่ได้อย่างสะดวก

3.4 การนำเสนอขายตรงในกลุ่มสินค้ายูนิฟอร์ม

บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าอย่างหลากหลายด้วยประสบการณ์ที่ยาวนาน ด้วยบริการครบวงจร สามารถออกแบบดีไซน์ที่ทันสมัย การนำเสนอและคัดสรรผ่านนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งสวมใส่สบาย ดูแลรักษาง่าย ซึ่งยกระดับชีวิตพนักงานด้วยชุดเครื่องแบบที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละองค์กร อีกทั้งส่งเสริมให้ภาพลักษณ์เกิดความโดดเด่น ผ่านการให้บริการ ดังนี้

ประเภท Pattern order บริการให้แก่กลุ่มบริษัทเอกชน กลุ่มสถาบันการเงิน กลุ่มปิโตรเคมีและพลังงาน กลุ่มสถาบันการศึกษา กลุ่มยานยนต์ กลุ่มผลิตภัณฑ์โรงพยาบาลและสุขภาพ กลุ่มโรงแรมและสปา ด้วยการตัดเย็บที่ได้ตามมาตรฐานสวยงามอย่างมืออาชีพต่อเนื่อง

ประเภท Made to order บริษัทฯ มีความภาคภูมิใจในการริเริ่มและพัฒนาธุรกิจใหม่ในการให้บริการสำหรับกรวดตัวตัดแบบ Tailor made ชุดเครื่องแบบชุดราชการตำรวจ โดยได้รับการตอบรับและชื่นชมจากลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานคุณภาพ สวยงาม และประณีต ส่งผลให้ผู้สวมใส่มีความสง่างาม รวมถึงการส่งมอบที่ตรงต่อเวลาตามกำหนด ซึ่งธุรกิจใหม่นี้ เป็นการประสานความร่วมมือด้าน Supply chain ของบริษัทในเครือสหพัฒน์อย่างแท้จริง ที่สามารถเชื่อมโยงด้านนวัตกรรมผ่านนาโน ซิงค์ (สีกาเกี สนว.01) ซึ่งเป็นผ้าที่ทอ โดย บริษัทในเครือสหพัฒน์ มาสู่การตัดเย็บชุดเครื่องแบบที่ได้มาตรฐาน (โดย บริษัทฯ) สู่มือผู้บริโภค End user โดยตรง (กลุ่มลูกค้าข้าราชการตำรวจ)

3.5 การจัดจำหน่ายโดยไม่ผ่านตัวแทน

นอกจากแบรนด์สินค้าชั้นนำข้างต้นที่ได้กล่าวมาแล้ว ปี 2561 บริษัทฯ ได้คัดสรรแบรนด์เสื้อผ้าชั้นนำมาสู่ตลาดผู้บริโภคอีกแบรนด์หนึ่งด้วยคือ OLYMP (โอลิมป์)

OLYMP (โอลิมป์) แบรนด์เสื้อผ้าสำหรับสุภาพบุรุษที่มียอดขายรวมเป็นอันดับ 1 ในยุโรปจากประเทศเยอรมนี นับได้ว่าเป็นแบรนด์ใหม่ล่าสุดและแบรนด์แรกที่บริษัทเริ่มสั่งนำเข้าแล้วดำเนินการจัดจำหน่ายเอง โดยจัดตั้งฝ่ายขายเพื่อดำเนินการค้าขายผ่านช่องทางการขายทางห้างสรรพสินค้า ปัจจุบันมีจุดจำหน่าย 10 แห่งในกรุงเทพฯ กับกลุ่มห้างสรรพสินค้า CENTRAL และ THE MALL พร้อมทั้งทำการจำหน่ายในช่องทาง ONLINE ควบคู่กันไป โดยเริ่มทำการขายผ่านทาง SOCIAL NETWORK อาทิ FACEBOOK และ ONLINE MARKET PLACE ที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย อาทิ LAZADA, SHOPEE และ JD CENTRAL เป็นต้น



4. ด้านการส่งเสริมการขาย

นับว่าเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ได้ส่งเสริมและตระหนักเกี่ยวกับความสำคัญของ Digital Marketing โดยผนวกกลยุทธ์ของ Digital Marketing ให้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท เนื่องจากช่องทางการขายสินค้า ผู้บริโภคเข้าถึงแหล่งข้อมูลมากขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงหลายด้านในช่วงปีที่ผ่านมา รวมถึงการแข่งขันในตลาดมีความเข้มข้นและซับซ้อนขึ้นอย่างเห็นได้ชัดโดยเฉพาะทาง Social Media ที่แบรนด์สินค้าต่างๆ นำมาใช้เป็นหลักในการทำการตลาดในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เน้นกลไกการเข้าถึงกลุ่มตลาดที่ง่ายขึ้น ดังนั้นบริษัทฯ ใช้หลายช่องทางการขายและโฆษณาสินค้าเป็นรูปแบบ Multichannel Management ซึ่งรวมถึงการใช้ Website, Online, Ads, Viral Video เพื่อส่งเสริมยอดขายและทันต่อสถานการณ์ดิจิทัลที่เปลี่ยนไป

ตลาดต่างประเทศ

กลยุทธ์ทางการตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์

เน้นการทำสินค้าที่มีคุณภาพสูง และพัฒนาสินค้า ร่วมกับลูกค้า ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยนำเสนอและพัฒนาวัตถุดิบ รวมทั้งออกแบบสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทันต่อกระแสแฟชั่นที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

2. ด้านราคา

บริษัทฯ คำนึงถึงลูกค้าเป็นสำคัญ โดยกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และสามารถแข่งขันได้ในตลาดระดับเดียวกัน

3. ด้านการส่งเสริมการขาย

บริษัทฯ ดำเนินการด้วยการตลาดเชิงรุก โดยร่วมกับบริษัทในเครือสหพัฒน์ จัดงาน Saha Group Fair เป็นประจำทุกปี โดยเชิญคู่ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้าร่วมชมงาน ในปีที่ผ่านมามีคู่ค้าจากในประเทศและต่างประเทศ เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเข้าร่วมงานแสดงสินค้ากับ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เช่น งาน BIFF & BILF (Bangkok International Fashion Fair & Bangkok International Leather Fair) และยังเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เป็นระยะๆ เพื่อหาโอกาสการขยายและสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงศักยภาพสินค้าของบริษัทได้อย่างชัดเจนและใกล้ชิด โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นบริษัทจัดจำหน่าย และ/หรือ บริษัทเจ้าของเครื่องหมายการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป (อียู) ญี่ปุ่น เอเชีย และอาเซียน

2.2.2 แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในปี 2561 เศรษฐกิจไทยเติบโตในอัตราร้อยละ 4.1 ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายที่ประเมินไว้ร้อยละ 4.5 สาเหตุเกิดจากเศรษฐกิจโลกทรงตัวต่อเนื่องจากปีก่อน เป็นไปตามอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจหลักอย่างสหรัฐอเมริกา ยุโรป จีน และญี่ปุ่น การปรับลดลงของราคาน้ำมันและดัชนีภาคการผลิตโลก ขณะที่เศรษฐกิจจีนก็ได้รับแรงกดดันจากสงครามทางการค้า และในประเทศไทยเริ่มมีสัญญาณจากภาคการส่งออกที่ลดลงจนติดลบในไตรมาส 3 ซึ่งเป็นครั้งแรกในรอบ 18 เดือน

คาดการณ์ว่า เศรษฐกิจไทยปี 2562 จะเติบโตร้อยละ 3.5 - 4.0 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และการลงทุนภาคเอกชน คาดว่าจะขยายตัวในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง การขยายตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลกที่



สามารถสนับสนุนภาคการส่งออกได้อย่างต่อเนื่องแม้จะชะลอตัวลงตามประเทศเศรษฐกิจหลัก ซึ่งคาดว่าจะเริ่มส่งผลด้านบวกต่อเศรษฐกิจไทยที่ชัดเจนมากขึ้นตามลำดับ ธุรกิจบริการจะได้รับผลดีจากการกลับมาสู่ระดับปกติของนักท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับ 3 ของนักท่องเที่ยวจีน รองจากฮ่องกง และมาเก๊า ดังนั้นสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวจะเติบโตขึ้นร้อยละ 6.6

ในด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม การผลิตเส้นใยสิ่งทอจะขยายตัวต่อเนื่องจากปี 2561 โดยเฉพาะเส้นใยสังเคราะห์และเส้นใยสังเคราะห์คุณสมบัติพิเศษ อย่างไรก็ตาม การผลิตผ้าผืนอาจชะลอตัว จากการนำเข้าผ้าผืนตกแต่งสำเร็จราคาถูกของจีนมาใช้ทดแทนวัตถุดิบในประเทศ ด้านการส่งออก คาดว่า จะขยายตัวได้โดยเฉพาะเส้นใยสังเคราะห์และผ้าผืนจากเส้นใยสังเคราะห์ คุณสมบัติพิเศษ อย่างไรก็ตาม ยังต้องจับตาการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ต้องแข่งขันกับคู่ค้าสำคัญอย่างเวียดนาม ซึ่งผู้ประกอบการไทยต้องอาศัยจุดแข็งด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทาน และการออกแบบแทนการแข่งขันด้านต้นทุน

ผลิตภัณฑ์หนัง การผลิตรองเท้าและเครื่องหนัง ปี 2562 คาดว่า การฟอกและตกแต่งหนังฟอกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งชาวต่างชาติมีความนิยมในผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย และผลิตภัณฑ์หนัง Exotic เช่น หนังงู หนังปลากระเบน และหนังจระเข้ ส่วนการผลิตผลิตภัณฑ์กลุ่มรองเท้า มีแนวโน้มชะลอตัวจากผู้ประกอบการที่มีแบรนด์ของตัวเองได้เปลี่ยนวิธีการผลิต โดยการจ้างประเทศเพื่อนบ้านผลิตแทนการผลิตเอง เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยที่กระตุ้นการผลิต เช่น มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวทั้งในตลาดจีนและตลาดหลักอื่นๆ นโยบายกระตุ้นการใช้จ่ายของรัฐบาล และบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมนี้ได้

ศักยภาพในการแข่งขัน

บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่า บริษัทยังคงมีศักยภาพในการแข่งขัน โดยพิจารณาจากปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. บริษัทฯ มีผู้จัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งมีความแข็งแกร่งด้านการขาย การตลาด และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับห้างสรรพสินค้า
2. บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ที่เป็น Leader Brand ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ เช่น ARROW, Guy Laroche, DAKS, Takeo Kikuchi, Olymp, ELLE HOMME และ absorba เป็นต้น
3. บริษัทฯ มีพันธมิตรทางการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่จะสนับสนุนการทำธุรกิจหลักของบริษัทฯ ในด้านต่างๆ ทั้งวัตถุดิบ เทคนิคและเทคโนโลยีการผลิต ข้อมูลข่าวสาร และแนวโน้มแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงไป
4. บริษัทฯ มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบและสินค้า ที่จะพัฒนารูปแบบของสินค้าและวัตถุดิบให้ทันสมัยและมีคุณภาพสูง ตามความต้องการของตลาดอยู่เสมอ
5. บริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001 ระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 ซึ่งสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในเรื่องความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า และการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง
6. บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดของมาตรฐานแรงงานไทย ส่งผลให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงานที่ดี

สิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน

บริษัทฯ ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 โดยได้รับสิทธิพิเศษบางรายการซึ่งรายละเอียดปรากฏตามตารางข้างล่างนี้



1. บัตรส่งเสริมเลขที่	1628(2)/2554	1627(2)/2554	60-0122-0-00-1-0	60-1470-1-03-1-0
2. วันที่ตามบัตรส่งเสริม	31/5/2554	31/5/2554	16/2/2558	3/7/2560
3. วันที่เริ่มมีรายได้	2/9/2554	4/5/2554	2/8/2561	1/3/2561
4. ประเภทกิจการที่ได้รับการส่งเสริม	การผลิตผลิตภัณฑ์ หนังสือตัวหรือ หนังสือพิมพ์	กิจการผลิต ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ หรือชิ้นส่วน	การผลิตผลิตภัณฑ์ หนังสือตัวหรือ หนังสือพิมพ์	การผลิตผลิตภัณฑ์ หนังสือตัวหรือ หนังสือพิมพ์
5. สิทธิและประโยชน์สำคัญที่ได้รับการส่งเสริม				
5.1. ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมนับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ	8 ปี (หมดอายุ 30/10/60)	8 ปี (หมดอายุ 30/11/61)	8 ปี	8 ปี
5.2. ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับส่งเสริมซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลตามข้อ 5.1 ไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้	8 ปี (หมดอายุ 30/10/60)	8 ปี (หมดอายุ 30/11/61)	8 ปี	8 ปี
5.3. ได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้รับจากการลงทุนในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติ นับจากวันที่พ้นกำหนดระยะเวลายกเว้นภาษีเงินได้	5 ปี	5 ปี	5 ปี	5 ปี
5.4. ได้รับลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า น้ำประปา ขนส่ง) เป็น 2 เท่าของค่าใช้จ่ายประจำปี	10 ปี	10 ปี	10 ปี	10 ปี
5.5. ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไม่เกิน (ปรับเปลี่ยนตามจำนวนเงินลงทุนโดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน)	76.27 ล้านบาท	46.13 ล้านบาท	51.99 ล้านบาท	60 ล้านบาท

บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่างๆ เกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุนอย่างเคร่งครัด

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ จัดหาผลิตภัณฑ์จากการผลิตภายในบริษัทเองเกือบทั้งหมด จะมีเพียงส่วนน้อยที่จัดหาจากภายนอกซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมคุณภาพของบริษัท ทั้งนี้บริษัทฯ ใช้เทคโนโลยีควบคู่กับการใช้กำลังคนที่มีทักษะฝีมือในการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพรวมถึงการใช้ระบบบริหารคุณภาพ ISO9001



จำนวนโรงงานที่ตั้งของบริษัทและกำลังการผลิต

ดำเนินการโดย	ที่ตั้งโรงงาน	ประเภทกิจการ	กำลังการผลิตรวม (ชิ้น) ต่อปี
บริษัท ธนูลักษณ์ จำกัด (มหาชน)	129/1 ถนนชองนนทรี	เสื้อผ้า	730,000
	แขวงชองนนทรี	เครื่องหนัง	220,000
	เขตยานนาวา กรุงเทพฯ		
	99/3 หมู่ที่ 5 สวนอุตสาหกรรม		720,000
	ศรีสทนต์-ลำพูน ต.ป่าสัก		
	อ.เมืองลำพูน จ.ลำพูน		
	125 หมู่ที่ 5 สวนอุตสาหกรรม	เสื้อผ้า	1,470,000
	ศรีสทนต์-กบินทร์บุรี		
	ถ.สุวรรณศร ต.นนทรี		
	อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี		
	269/15 หมู่ที่ 15 สวนอุตสาหกรรม	เครื่องหนัง	200,000
	ศรีสทนต์-แม่สอด		
	ต.แม่กาษา อ.แม่สอด		
	จ.ตาก		
บริษัท เอส.แอฟฟาเรล จำกัด (บริษัทย่อย)	4/2 หมู่ที่ 8 ถนนบางนา-ตราด	เสื้อผ้า	180,000
	กม. 18 ต.บางโหลง อ.บางพลี		
	จ.สมุทรปราการ		
รวม			3,520,000

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตต่อปี : จำแนกตามผลิตภัณฑ์

(หน่วย : ชิ้น)

	บริษัทย่อย			บริษัทฯ		
	2561	2560	2559	2561	2560	2559
กำลังการผลิตเต็มที่						
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	180,000	210,000	300,000	2,200,000	2,023,200	2,539,200
เครื่องหนัง	-	-	-	1,140,000	1,176,000	1,392,000
รวม	180,000	210,000	300,000	3,340,000	3,199,200	3,931,200
ปริมาณการผลิตจริง						
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	175,069	167,814	286,094	2,064,339	1,969,609	2,064,265
เครื่องหนัง	-	-	-	937,983	1,091,437	1,129,463
รวม	175,069	167,814	286,094	3,002,322	3,061,046	3,193,728
การใช้กำลังการผลิต(%)	97.26	79.91	95.36	89.89	95.68	81.24
อัตราการเพิ่มของปริมาณการผลิต (%)	4.32	(41.34)	(15.40)	(1.92)	(4.15)	(4.97)



การจัดหาวัตถุดิบและสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักในการผลิตของบริษัท คือ ผ้าทอสำเร็จรูป ผ้าถักสำเร็จรูป และหนังที่ฟอกย้อมสำเร็จรูปแล้ว ส่วนวัตถุดิบรอง ได้แก่ ด้ายเย็บ กระดุม ซิป วัตถุดิบชิ้นส่วนที่ใช้ประกอบเสื้อสำเร็จรูป ชิ้นส่วนโลหะจำพวก หัวเข็มขัด ห่วง โลโก้ ชิ้นส่วนที่ใช้ประกอบผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง และวัตถุดิบที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เช่น ถุง ป้ายกระดาษ กล่อง เป็นต้น การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบเหล่านี้ เป็นการสั่งซื้อจากแหล่งภายในประเทศ 65% และนำเข้าจากต่างประเทศ 35% โดยนำเข้าจากประเทศ ประเทศอิตาลี ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย อเมริกา จีน ฮองกง ญี่ปุ่น และเกาหลี เป็นต้น การจัดซื้อภายในประเทศเป็นการซื้อจากผู้ผลิตรายใหญ่ ซึ่งมีระบบการบริหารงานและระบบการควบคุมการผลิตที่มีมาตรฐาน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ร่วมลงทุนกับบริษัทผู้ผลิตต้นน้ำในกลุ่มสหพันธ์ เพื่อจัดตั้งโรงงานผลิตและพัฒนาวัตถุดิบในเมืองไทย เช่น บจ.เอราวัณสิ่งทอ ผลิตเส้นด้ายและทอผ้าฝ้าย บจ.เอส.เอส.ดี.ซี. (ไทเกอร์เท็กซ์) ฟอกย้อมและฟีนิชซิงผ้าฝ้าย บจ.ไทยกุลแซ่ ผลิตผ้ายัด บมจ.เท็กซ์ไทล์เพรสทีจ ผลิตผ้ายัด ยางยัด บจ.ไทยสเคฟเล็คซ์ ผลิตผ้าทำซับใน บจ.ไทยเน็กซ์ ผลิตป้ายทอตราสินค้า และ บจ.ฟูจิซ ผลิตเส้นด้ายเย็บ ที่มีคุณภาพมาตรฐานญี่ปุ่น เป็นต้น เพื่อการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีระบบการควบคุมและประเมินผล Supplier และ Sub-contractor ตามระบบ ISO9001 เพื่อควบคุมให้การผลิตและการใช้แรงงานเป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมทั้งการเลือกคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมาย คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เคารพต่อหลักมนุษยชน ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และร่วมต่อต้านการคอร์รัปชัน

สำหรับความเสี่ยงเรื่องการเปลี่ยนแปลงด้านราคาของวัตถุดิบ โดยเฉพาะราคาฝ้ายในตลาดโลกนั้น ในปี 2561 ราคามีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย แต่ด้วยศักยภาพบริษัทผู้ผลิตต้นน้ำในกลุ่มสหพันธ์ ทำให้สามารถควบคุมราคาผ้าและวัตถุดิบให้อยู่ในระดับปกติไว้ได้ และทางบริษัทฯ ยังได้มีการวางแผนระบบการสั่งซื้ออย่างรัดกุม และโปร่งใส จึงมีผลกระทบต่อต้นทุนน้อย ขณะเดียวกันบริษัทได้มีการวิจัยและพัฒนาผ้าและวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง เช่น การพัฒนานวัตกรรมการน้อมผ้าใหม่ การพัฒนาวัตถุดิบใหม่เพื่อทดแทนวัตถุดิบเดิม การพัฒนาเทคนิคในการผลิต การควบคุมและทดสอบคุณภาพวัตถุดิบด้วยมาตรฐานสากลก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต ทำให้งานจัดซื้อจัดหาสามารถบริหารจัดการต้นทุนและควบคุมสต็อกวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ



3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ พิจารณาความเสี่ยงในการดำเนินงานเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเร่งด่วน ในทุกกระบวนการดำเนินงาน จึงมีการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมทุกกิจกรรม และกระบวนการอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิผล เพื่อลดผลกระทบและโอกาสที่จะเกิดขึ้นของเหตุการณ์ที่จะทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการควบคุม ถ่วงโอน หลีกเลี่ยง และการยอมรับความเสี่ยง ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จำแนกประเภทการจัดการความเสี่ยงที่เป็นประเด็นสำคัญไว้ ดังนี้

1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ในประเทศ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องหนัง มียอดขายส่งซื้อสินค้าจากลูกค้าหลักและเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้า หากลูกค้ารายดังกล่าวได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ การเมือง การแข่งขัน หรือปัจจัยอื่นๆ ส่งผลให้บริษัทฯ มียอดขายส่งซื้อสินค้าลดลง จึงมีแผนปฏิบัติการ (Action plan) ดังนี้

1) ร่วมกับลูกค้าเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางอื่น อาทิ TV Shopping และ การขายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเน้นการพัฒนาสินค้า รูปแบบ คุณภาพและราคาให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่องทาง

2) ผลิตสินค้าที่เป็นเครื่องหมายการค้าของตัวเอง (House Brand) ขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง โดยมีร้านค้าของตนเอง และจำหน่ายผ่าน Factory Outlet รวมถึงการให้บริการพิเศษรับออกแบบและผลิตชุด Uniform เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าอีกช่องทางหนึ่ง

ต่างประเทศ

บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพึ่งพาการขายสินค้าให้กับลูกค้ารายใหญ่ในต่างประเทศ แม้ว่าลูกค้าจะมีความสัมพันธ์ที่ดีทางการค้ามายาวนาน ซึ่งหากลูกค้ารายใหญ่เหล่านี้ประสบปัญหาผลกระทบจากภาวะทางเศรษฐกิจในประเทศของตนเอง อาจส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทได้ บริษัทฯ จึงมีนโยบายดำเนินการเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้ารายอื่นที่มีศักยภาพในการเติบโต โดยการพัฒนาสินค้าร่วมกับลูกค้า และหาลูกค้าใหม่ทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่

2. ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสารที่แปลกใหม่และรวดเร็ว รวมถึงธุรกิจและบริการที่เข้ามามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคตามกระแสนิยม ส่งผลให้เกิดสภาวะการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น จึงมีแผนปฏิบัติการ (Action plan) ดังนี้

1) ร่วมกับลูกค้าจัดทำแบบสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค และจัด Focus group โดยเชิญกลุ่มผู้บริโภคเข้ามาร่วมสนทนากลุ่มย่อย เพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภค ระดับความชื่นชอบ รวมถึงความต้องการต่างๆ ทั้งก่อนการผลิตสินค้าและหลังการจำหน่ายสินค้า เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในทุกช่วงวัย ทุกไลฟ์สไตล์ ทั้งด้านฟังก์ชันและแฟชั่น เน้นพื้นฐานสินค้าที่ดีมีคุณภาพ

2) ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้บริโภค จึงมุ่งสร้างนวัตกรรมของสินค้า ควบคู่ไปกับการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาและผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค



3. ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัท ส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ และนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ จากต่างประเทศ อาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจึงได้กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน ดังนี้

1) การซื้อ ขายสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศหลายสกุลเพื่อกระจายความเสี่ยง ในกรณีที่บริษัท มีการซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ และการขายสินค้าไปต่างประเทศในสกุลเงินเดียวกัน ให้ใช้การบริหารความสมดุลระหว่างเงินรับเข้าและจ่ายออกเป็นยอดสุทธิ ซึ่งเป็นการป้องกันความเสี่ยงตามธรรมชาติ (Natural hedge)

2) จากนั้นอาศัยเครื่องมือทางการเงินในตลาดล่วงหน้า เพื่อป้องกันความเสี่ยง โดยจัดทำสัญญาซื้อหรือขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward contract) ตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา ติดตามแนวโน้มค่าเงินอย่างใกล้ชิด เพื่อทราบทิศทางและบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว

4. ด้านการนำเงินลงทุนในตลาดเงิน

บริษัท มีการนำเงินไปลงทุนในตลาดเงิน ได้แก่ พันธบัตรรัฐบาล พันธบัตรรัฐวิสาหกิจ เงินฝากธนาคารพาณิชย์หรือธนาคารเฉพาะกิจ หุ้นกู้เอกชนและตราสารแห่งหนี้ รวมถึงหน่วยลงทุนกองทุนรวม เพื่อให้การบริหารจัดการเงินลงทุนของบริษัท มีระดับความเสี่ยงและผลตอบแทนเป็นไปตามเป้าหมาย (Target Risk-return Profile) โดยจัดให้มีคณะกรรมการจัดการลงทุน (Asset-liability Management Committee) เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์การลงทุน และทำหน้าที่บริหารเงินลงทุนรวมถึงดูแลสภาพคล่องของบริษัท ตามเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5. ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลและการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต

จากสถานการณ์และสภาพแวดล้อมการแข่งขันทางธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง บริษัท จึงให้ความสำคัญในด้านการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้รองรับต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยบริษัท มีการปรับองค์กรให้สอดคล้องกับเป้าหมายทิศทางกลยุทธ์องค์กร มีการรวมศูนย์ฝ่ายธุรกิจเสื้อผ้า และฝ่ายธุรกิจเครื่องหนัง ทำให้เกิดความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพในด้านการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งมีการวางแผนหน่วยงานใหม่ให้มีความชัดเจนตาม กลยุทธ์ผลักดันช่องทางใหม่ๆ ในการลงทุนการสรรหาบุคลากรที่มีประสบการณ์ทางด้านการขาย และด้านธุรกิจดิจิทัลเข้าร่วมงาน มีนโยบายการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจหลักสูตร Digital Marketing และ Big Data เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน รวมถึงการวางแผนการพัฒนาบุคลากรผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) เพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญเพื่อก้าวเข้าสู่ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงต่อไป ด้วยเหตุนี้บริษัท ได้จัดทำแผนการบริหารความเสี่ยงด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล สรุปได้ดังต่อไปนี้

- 1) ประสิทธิภาพการสรรหาบุคลากรที่มีศักยภาพเข้าร่วมงานเพื่อรองรับทิศทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร
- 2) เพิ่มศักยภาพผู้บริหาร กำหนดผู้สืบทอดตำแหน่ง สร้างและพัฒนา Successor
- 3) ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ และสิ่งที่จำเป็นในการปฏิบัติงานและทันต่อการเปลี่ยนแปลงยุคดิจิทัล พร้อมทั้งมีทัศนคติที่ดีสอดคล้องกับค่านิยมองค์กร



6. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ รวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างเคร่งครัด โดยให้ความสำคัญต่อกับนโยบายการดำเนินธุรกิจที่ดีควบคู่กับการดูแลสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ มีหน่วยงานกฎหมาย ทำหน้าที่กำกับและติดตามข้อกำหนดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจแก่บุคลากรในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

7. ความเสี่ยงด้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

เนื่องจากบริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จึงให้ความสำคัญกับเรื่องบรรษัทภิบาลที่ดีและกระบวนการควบคุมภายในที่รัดกุม พร้อมกำหนดนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy) ที่ชัดเจนและเคร่งครัดในการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว ทั้งนี้บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition Against Corruption หรือ CAC) และได้การรับรองเป็นบริษัทที่มีการกำหนดนโยบายแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการทุจริตครบถ้วนตามเกณฑ์ที่ CAC กำหนด รวมถึงมีการจัดทำและสื่อสารจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct) ให้กับผู้ขายและผู้รับจ้างช่วงเพื่อเน้นย้ำถึงจุดยืนของบริษัท

ส่วนการป้องกันและบริหารความเสี่ยงจากการทุจริต บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการในการควบคุมและติดตามกระบวนการทำงานที่สำคัญที่อาจเกิดการทุจริตได้ โดยมีทีมงานฝ่ายตรวจสอบภายในเป็นผู้ประเมินความเสี่ยงและสุ่มตรวจความถูกต้องของการปฏิบัติงานให้มีความสุจริต โปร่งใส และป้องกันการปฏิบัติงานที่อาจเกี่ยวข้องกับการทุจริต พร้อมทั้งเปิดช่องทางการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถแจ้งข้อเสนอนะ หรือเบาะแส หรือร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริต

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาและสอบสวนเรื่องราวร้องทุกข์ตามกระบวนการที่เป็นระบบ โปร่งใส และตรวจสอบได้เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในกระบวนการสอบสวนที่เป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะของทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทฯ ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ 31 ธันวาคม 2561

1. ที่ดินที่ใช้ดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ที่ตั้งที่ดินมีกรรมสิทธิ์	พื้นที่รวม	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)	
		บริษัทฯ	บจ. เอส แอปพาเรล
กรุงเทพฯ จำนวน 11 แปลง	20 ไร่ 1 งาน 17.00 ตร.ว.	101.82	-
อ.ศรีราชา จ. ชลบุรี จำนวน 2 แปลง	32.00 ตร.ว.	0.96	-
จ. เพชรบุรี จำนวน 1 แปลง	1 ไร่ 2 งาน	4.99	-
อ. กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี จำนวน 6 แปลง	28 ไร่ 3 งาน 53.00 ตร.ว.	23.70	-
อ. เมืองลำพูน จ.ลำพูน จำนวน 7 แปลง	27 ไร่ 3 งาน 85.60 ตร.ว.	31.84	-
อ. บางพลี จ. สมุทรปราการ จำนวน 1 แปลง	3 ไร่ 1 งาน 76.00 ตร.ว.	22.76	-
อ. บางพลี จ. สมุทรปราการ จำนวน 1 แปลง	3 ไร่ 79.00 ตร.ว.	-	17.59
รวม	85 ไร่ 1 งาน 42.60 ตร.ว.	186.07	17.59

2. อาคารที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ที่ตั้งอาคาร	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)	
	บริษัทฯ	บจ. เอส แอปพาเรล
อาคารสำนักงาน กรุงเทพฯ	19.46	-
อาคารสำนักงาน จ. ลำพูน	-	-
อาคารสำนักงาน จ. สมุทรปราการ	-	1.88
โรงงาน กรุงเทพฯ	-	-
โรงงาน จ. ปราจีนบุรี	8.73	-
โรงงาน จ. ลำพูน	26.96	-
โรงงาน จ. สมุทรปราการ	15.03	3.17
อาคารหอพัก กรุงเทพฯ 1 แห่ง	-	-
อาคารหอพัก จ. ชลบุรี 3 แห่ง	0.06	-
อาคารหอพัก จ. ปราจีนบุรี 1 แห่ง	3.87	-
อาคารหอพัก จ.ลำพูน 1 แห่ง	3.9	-
อาคารหอพัก จ.เพชรบุรี 2 แห่ง	6.88	-
อาคารหอพัก จ. เชียงใหม่ 1 แห่ง	1.91	-
อาคารหอพัก ประเทศจีน 1 แห่ง	2.09	-
อาคารหอพัก จ.ตาก 1 แห่ง	3.03	-
อาคารหอพัก จ.นครราชสีมา 1 แห่ง	10.10	-
รวม	102.02	5.05



3. เครื่องจักร

เครื่องจักร	จำนวน (เครื่อง)		มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)	
	บริษัทฯ	บจ. เอสแอลพาวเวอร์	บริษัทฯ	บจ. เอสแอลพาวเวอร์
อายุการใช้งาน ไม่เกิน 5 ปี	316	6	38.94	0.02
อายุการใช้งาน เกิน 5 ปี	2,432	280	-	0.07
รวม	2,748	286	38.94	0.09

4. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของบริษัทฯ

(หน่วย : ล้านบาท)

ที่ตั้ง	พื้นที่รวม			มูลค่าตามบัญชี
ที่ดิน อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี จำนวน 3 แปลง	7 ไร่	24 ตร.ว.		30.94
ที่ดิน อ.เขาชะเมา จ.ระยอง	17 ไร่	1 งาน 87 ตร.ว.		5.48
อาคารป้อมยาม จ.ชลบุรี	-			0.04
อาคารโรงงาน จ.ระยอง	-			11.90
อาคารหอพัก จ.ระยอง	-			0.47
อาคารโรงงาน จ.ชลบุรี	-			8.12
รวม	24 ไร่	2 งาน 11 ตร.ว.		56.95

5. ภาระผูกพันหรือการนำทรัพย์สินไปเป็นหลักประกัน

บริษัทฯ และบริษัทย่อย เป็นเจ้าของทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ เช่น ที่ดิน อาคารโรงงาน และเครื่องจักร โดยทรัพย์สินดังกล่าวไม่มีภาระผูกพันหรือนำไปเป็นหลักประกันใดๆ ทั้งสิ้น

6. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ 31 ธันวาคม 2561

เครื่องหมายการค้า

บริษัทฯ ได้ทำสัญญากับผู้มีสิทธิในเครื่องหมายการค้า ทั้งที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ หรือผู้ที่ได้รับสิทธิในเครื่องหมายการค้า นั้น เกี่ยวกับการใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้า และเครื่องหนัง ซึ่งเป็นสัญญาต่างตอบแทนที่ต่างฝ่ายต่างต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุในสัญญา ค่าสิทธิที่ต้องจ่าย 3.5 - 7.5% ของยอดจำหน่ายที่กำหนดตามสัญญา



เครื่องหมายการค้า	อายุสัญญา
DAKS	10 ปี
JEAN-LOUIS SCHERRER	5 ปี
bsc	3 ปี
lollipops	10 ปี
olymp	6 ปี

เครื่องหมายการค้า	อายุสัญญาระหว่างเจ้าของ เครื่องหมายการค้ากับผู้ได้รับสิทธิ	อายุสัญญาระหว่าง ผู้ให้สิทธิ กับ TNL
Guy Laroche, Guy Guy Laroche	10 ปี	2 ปี
absorba	5 ปี	3 ปี
ELLE HOMME	5 ปี	5 ปี

ความเป็นไปได้ของการต่ออายุสัญญา

จากเงื่อนไขของสัญญาที่บริษัทฯ ต้องปฏิบัติในเรื่องของการรักษาชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า ตลอดจนการรักษามาตรฐาน และคุณภาพของสินค้าเสมือนหนึ่งเจ้าของเครื่องหมายการค้า และ/หรือ ผู้ให้สิทธิเครื่องหมายการค้าทำเองนั้น บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขอย่างเคร่งครัด ซึ่งในแต่ละปีเจ้าของเครื่องหมายการค้าและ/หรือผู้ให้สิทธิเครื่องหมายการค้า จะเดินทางมาสำรวจสภาพตลาด การจำหน่ายและการผลิตจนเป็นที่พอใจเสมอ และจากสายสัมพันธ์อันยาวนานในการทำธุรกิจ ร่วมกันกับเจ้าของเครื่องหมายการค้า และ/หรือ ผู้ให้สิทธิเครื่องหมายการค้า จนประสบผลสำเร็จ ทำให้เครื่องหมายการค้า เหล่านั้นเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในตลาด การต่ออายุสัญญาจึงเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้อง และเอื้อประโยชน์ต่อบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนการทำธุรกิจหลักของบริษัท

4.3 ราคาประเมินทรัพย์สิน หากมีการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ หรือมีการตีราคาทรัพย์สินใหม่

- ไม่มี -



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ ของ บริษัทฯ หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ 31 ธันวาคม 2561

- ไม่มี -

คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของ บริษัทฯ หรือบริษัทย่อย อย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินเป็นตัวเลขได้

- ไม่มี -

คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของ บริษัทฯ หรือบริษัทย่อย

- ไม่มี -



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัท ธนูลักษณ์ จำกัด (มหาชน) ทะเบียนเลขที่ 0107537001358

ทุนจดทะเบียน : 120 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 120 ล้านหุ้น เรียกชำระเต็มจำนวนแล้ว

ประกอบธุรกิจ : อุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องหนัง

สำนักงานใหญ่ : 129/1 ถนนชองนนท์ แขวงชองนนท์ เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

Home Page : www.thanulux.com

โทรศัพท์ : 0-2295-0911-9, 0-2295-4171-80

โทรสาร : 0-2294-5101, 0-2294-5918, 0-2294-0794

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ : 0-2295-0911-9, 0-2295-4171-80

E-mail : เลขานุการบริษัทและนักลงทุนสัมพันธ์ supachoke@thanulux.com

สำนักตรวจสอบภายใน audit@thanulux.com

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ crcenter@thanulux.com

บุคคลอ้างอิงอื่น

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : 0-2009-9000

โทรสาร : 0-2009-9991

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ : 0-2009-9999

Website : <http://www.set.or.th/tsd>

E-mail : SETContactCenter@set.or.th

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

บริษัท เอเอสอี แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด

47 ซอย 53 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ : 0-2294-8504, 0-2294-8587

โทรสาร : 0-2294-2345

โดย นายอนุสรณ์ เกียรติกังวาล์ไกล

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 2109 และ/หรือ

นางขวัญใจ เกียรติกังวาล์ไกล

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5875 และ/หรือ

นางสาวนงราม เลหาอวรีดิติก

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4334



6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

การลงทุนของ บริษัท ธนุลักษณะณ์ จำกัด (มหาชน) ในบริษัทอื่น

หุ้นในบริษัทอื่น ที่บริษัทถือไว้ตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วมีดังต่อไปนี้

ชื่อบริษัท/ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	ประเภท หุ้น	จำนวนหุ้น ที่ออก จำหน่าย	จำนวน หุ้นที่ถือ	% สัดส่วน การถือหุ้น	จำนวนเงิน (บาท)
บริษัทจำหน่าย						
1. บริษัท เซเลเบรท เวิร์ด จำกัด 129/1 ถนนช่องนนทรี แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2294-9505 โทรสาร 0-2294-9506	สินค้าแฟชั่น นำเข้า	หุ้นสามัญ	850,000	746,000	87.76	69,235,995.20
2. บริษัท มิวากิ มาเลเซีย จำกัด 37 บี ซารัน เอสเอส22/23 คามันซาร่า จายา 47400 เปตาริง จายา ซาลังงอร์ ดารู เอชาน ประเทศมาเลเซีย โทรศัพท์ (03) 719-4381 โทรสาร (03) 719-5399	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	1,000,000	190,000	19.00	2,481,039.21
3. บริษัท มิวากิ ฟิลิปปินส์ จำกัด ชั้น 25 ยูเซงโก ทาวเวอร์ อารชีบิซี พลาซ่า เลขที่ 6819 อยารวแอนด์เซน ถนนกิล พูยัท เมืองมาคาตี ประเทศฟิลิปปินส์ 1200 โทรศัพท์ (632) 753-4791-2 โทรสาร (632) 753-4794	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	20,800,000	3,952,000	19.00	3,317,590.00
4. บริษัท เวิร์ด สหแฟชั่น จำกัด 129/1 ถนนช่องนนทรี แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2294-2250 โทรสาร 0-2294-2251	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	50,000	9,500	19.00	9,500,000.00
5. บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล คอมเมอร์เชียล โคออดิเนชั่น (ฮ่องกง) จำกัด ห้อง 408 ชั้น 4 อาคารไฮปซี อินด์สเตรียล เลขที่ 26 ถนนลามอิง เกาลูนเบย์ เกาลูน ฮ่องกง โทรศัพท์ (852) 2756-5622 โทรสาร (852) 2753-8631	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	50,000	7,200	14.40	3,822,438.85



ชื่อบริษัท/ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	ประเภท หุ้น	จำนวนหุ้น ที่ออก จำหน่าย	จำนวน หุ้นที่ถือ	% สัดส่วน การถือหุ้น	จำนวนเงิน (บาท)
6. บริษัท ไวซ์ วินเนอร์ จำกัด 129/1 ถนนชองนนทรี แขวงชองนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2295-4171-9 โทรสาร 0-2294-5101	เสื้อผ้าและ อุปกรณ์กีฬา	หุ้นสามัญ	100,000	18,000	18.00	1,800,000.00
7. บริษัท มอร์แกน เดอ ทัว (ประเทศไทย) จำกัด 129/1 ถนนชองนนทรี แขวงชองนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2295-1737, 0-2295-1730 โทรสาร 0-2294-1757	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	400,000	64,000	16.00	6,400,597.59
8. บริษัท ปากน้ำโพพัฒนา จำกัด 310/47-50 ถนนสวรรควิถึ ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โทรศัพท์ (056) 222-354, 223-683 โทรสาร (056) 223-683	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	10,000	1,400	14.00	1,037,442.00
9. บริษัท อินทนิลเชียงใหม่ จำกัด 162/2 ถนนช้างคลาน ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โทรศัพท์ (053) 274-514-15, 282-598-9 โทรสาร (053) 282-358	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	5,000	625	12.50	2,781,362.50
10. บริษัท ไคราพัฒนา จำกัด 3/44-47 ตรอกเสาอง ถนนมุขมนตรี ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โทรศัพท์ (044) 253-772 โทรสาร (044) 261-556-9	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	10,000	1,250	12.50	1,527,575.00
11. บริษัท ชันแอนด์แซนด์ จำกัด 74/220-224 ถนนพูนผล อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โทรศัพท์ (076) 213-137, 223-984-5 โทรสาร (076) 213-137	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	10,000	1,250	12.50	1,498,637.50



ชื่อบริษัท/ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	ประเภท หุ้น	จำนวนหุ้น ที่ออก จำหน่าย	จำนวน หุ้นที่ถือ	% สัดส่วน การถือหุ้น	จำนวนเงิน (บาท)
12. บริษัท อินเตอร์เซ้าท์ จำกัด 229-231 ถนนธรรมานุญิตี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โทรศัพท์ (074) 243-850, 245-019 โทรสาร (074) 356-339	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	10,000	1,250	12.50	4,285,612.50
13. บริษัท อีสท์เทิร์น ไอ. ซี. ซี. จำกัด 90/5-6, 8 หมู่ 4 ถนนพิพิธ ตำบลบางทราย อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โทรศัพท์ (038) 285-194 โทรสาร (038) 285-194	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	10,000	1,250	12.50	2,938,062.50
14. บริษัท มหาราชพฤษณ์ จำกัด 470/7 ถนนพระองค์ดำ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก โทรศัพท์ (055) 212-288-90 โทรสาร (055) 212-288	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	10,000	1,200	12.00	415,584.00
บริษัทบริการ						
1. บริษัท เอสเอสดีซี (ไทเกอร์เท็กซ์) จำกัด 111 หมู่ที่ 5 ตำบลนนทรี อำเภอekinบุรี จังหวัดปราจีนบุรี โทรศัพท์ (037) 281-930, 281-932 โทรสาร (037) 281-937	ฟอกย้อมผ้า และเส้นด้าย	หุ้นสามัญ	32,400,000	6,144,600	18.96	68,634,718.97
บริษัทผลิต						
1. บริษัท เอส. แอพพาเรล จำกัด 4/2 หมู่ 8 ถนนบางนา-ตราด กม. 18 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ 0-2337-1657-8 โทรสาร 0-2337-1659	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	180,000	179,998	99.998	30,483,098.27
2. บริษัท ไทเทิลเวย์อิมเมจ จำกัด 129/1 ถนนขอนแก่นนทรี แขวงขอนแก่นนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2295-4171-9 โทรสาร 0-2294-5101	เครื่องหนัง	หุ้นสามัญ	200,000	38,000	19.00	7,132,316.93



ชื่อบริษัท/ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	ประเภท หุ้น	จำนวนหุ้น ที่ออก จำหน่าย	จำนวน หุ้นที่ถือ	% สัดส่วน การถือหุ้น	จำนวนเงิน (บาท)
3. บริษัท ไทยมอนสเตอร์ จำกัด 129/1 ถนนชองนนทรี แขวงชองนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2295-4171-9 โทรสาร 0-2294-5101	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	50,000	9,500	19.00	5,548,942.47
4. บริษัท ไทยเน็กซ์ จำกัด 222 หมู่ที่ 5 ถนนสุวรรณศร ตำบลนนทรี อำเภออินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี โทรศัพท์ (037) 205-145-7 โทรสาร (037) 205-229	ลาเบล	หุ้นสามัญ	200,000	38,000	19.00	4,700,000.00
5. บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เลทเธอร์แฟชั่น จำกัด 129/1 ถนนชองนนทรี แขวงชองนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2295-4171-9 โทรสาร 0-2294-5101	เครื่องหนัง	หุ้นสามัญ	500,000	90,000	18.00	8,810,100.00
6. บริษัท แชมป์เอช จำกัด 3885/2 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2291-2533-4 โทรสาร 0-2291-2537	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	400,000	60,000	15.00	6,000,000.00
7. บริษัท เอราวัณสิ่งทอ จำกัด 49 หมู่ที่ 3 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย แขวงลำโรงใต้ เขตพระประแดง สมุทรปราการ โทรศัพท์ 0-2183-3898-9 โทรสาร 0-2183-3916	ผลิตเส้นด้ายและ ทอผ้าประเภทผ้าย	หุ้นสามัญ	6,214,634	922,468	14.84	117,726,177.91
8. บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน) 666 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2685-6500 โทรสาร 0-2294-5159	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	หุ้นสามัญ	96,000,000	13,484,000	14.05	52,683,587.15
9. บริษัท ไทยทาคายา จำกัด 129/1 ถนนชองนนทรี แขวงชองนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2295-4171-9 โทรสาร 0-2294-5101	ยีนส์	หุ้นสามัญ	300,000	33,000	11.00	3,300,000.00