



ส่วนที่ 1 | การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ธนูลักษณ์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2518 ด้วยเจตนารมณ์ของ คุณบุญยสิทธิ์ โชควัฒนา ประกอบธุรกิจการผลิตสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 3 ล้านบาท จำนวนพนักงาน 75 คน สถานประกอบการตั้งอยู่ที่บริเวณวัดดอกไม้ ผู้ถือหุ้นทั้งหมด มีสัญชาติไทย ประกอบด้วยบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล

ชื่อ “ธนูลักษณ์” ถูกตั้งขึ้นให้สอดคล้องกับชื่อของ ARROW ที่มีสัญลักษณ์เป็นลูกศร โดยธนูลักษณ์มีสัญลักษณ์สีแดง รูปพระรามแผลงศรขึ้นฟ้า แฝงไปด้วยความหมาย รูปพระรามบ่งบอกถึงความเป็นไทย สีแดงบ่งบอกถึงความโชคดี และธนูลักษณ์ที่แผลงขึ้นฟ้าหมายถึงเทรนด์แฟชั่นที่พุ่งไปข้างหน้า

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ด้วยการบริหารจัดการที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างคุณค่าแก่ลูกค้าอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

1. มุ่งมั่นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเพิ่มคุณค่าและความพึงพอใจแก่ ลูกค้า และผู้ถือหุ้น
2. ส่งเสริมให้บริษัทมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีคุณธรรมและจริยธรรม ในการดำเนินธุรกิจ
3. ก้าวสู่องค์กรดิจิทัล ในการบริหารจัดการ
4. ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

คำนิยาม : SMART

S Synergy	ผนึกกำลังความร่วมมือ
M Moral & Ethics	ดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม
A Active to Quality	ยึดมั่นในคุณภาพ
R Responsibility for Social	รับผิดชอบต่อสังคม
T Think & Go Digital	คิดและก้าวสู่ดิจิทัล

SLOGAN : มุ่งมั่น สร้างสรรค์ สู่ความเป็นเลิศ



1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

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

บริษัทฯ ได้เป็นตัวแทนลิขสิทธิ์แบรนด์ ARROW จากสหรัฐอเมริกา และมอบหมายให้บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ดูแลด้านการขายและการตลาดในประเทศ ริเริ่มให้มีผู้ให้คำแนะนำการเลือกสินค้า (AC: Arrow Consult) เป็นผู้แนะนำในการเลือกเสื้อผ้าให้กับลูกค้า และจัดให้มีห้องลองเสื้อผ้า (Fitting Room) เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจเมื่อสวมใส่ ด้านการตลาดได้คิดสโลแกนสินค้าชิ้นแรกของแอร์โรว์ "แอร์โรว์คือเซ็กซี่ เซ็กซี่คือแอร์โรว์" และเลือกแบรนด์แอมบาสดอร์เป็น คุณพิชัย 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



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

บริษัทฯ ร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติเพื่อขยายธุรกิจผลิตสินค้าเครื่องหนัง เสื้อผ้า และวัตถุดิบต้นน้ำ ก่อสร้างโรงงานในส่วนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒนศรีราชา ต่อมาขยายเพิ่มไปที่สวนอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒนจังหวัดลำพูน 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



ชุดคลุมท้องแฟชั่น



ชุดสตรีแฟชั่น

เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ
(Re-brand จาก "ZAZCH")

เสื้อผ้าสุภาพสตรีชั้นสูงและเครื่องหนัง



ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นใน และกางเกง

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

วิกฤตเศรษฐกิจของประเทศในปี 2540 ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงอย่างมาก ภาคธุรกิจประสบภาวะขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งบริษัทฯ ได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน รวมถึงยอดขายสินค้าในประเทศและส่งออกลดลง คุณบุญยสิทธิ์ โชควัฒนา มองทุกวิกฤตเป็นโอกาส จึงได้จัดงาน "SAHA GROUP EXPORT & TRADE EXHIBITION" ขึ้นเป็นปีแรก โดยมุ่งเน้นขยายลูกค้าต่างประเทศ ด้วยความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับคู่ค้าในต่างประเทศ และคุณภาพสินค้าของบริษัท ทำให้ยอดส่งออกของบริษัททยานสูงขึ้นถึงร้อยละ 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 บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน)
- พ.ศ. 2546 - แปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท
เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2546

ได้รับลิขสิทธิ์แบรนด์

เครื่องแต่งกายแฟชั่นสุภาพ
บุรุษและสุภาพสตรีชั้นสูง

ชุดชั้นในบุรุษ



เครื่องแต่งกายแฟชั่นสุภาพบุรุษ



เครื่องแต่งกายแฟชั่น



เสื้อผ้าเด็กแฟชั่น



ผ้าไหมไทยสายพันธุ์ใหม่



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) โดยบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้า ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558

ได้รับลิขสิทธิ์แบรนด์



เครื่องหนัง



ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



เสื้อผ้าแฟชั่นสุภาพบุรุษ



เสื้อผ้าบุรุษและเครื่องหนัง



ชุดสตรีแฟชั่น



ชุดสตรีแฟชั่น

ทศวรรษที่ 5 การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม (พ.ศ. 2559 - พ.ศ.2568)

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



เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น

- พ.ศ. 2559 - จัดตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ บริษัท เวิลด์ สหแพชั่น จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องแต่งกายภายใต้เครื่องหมายการค้า "Takeo Kikuchi"
- พ.ศ. 2560 - ได้รับลิขสิทธิ์ให้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าคุณภาพดีจากประเทศเยอรมัน Brand "Olymp"
- ขยายฐานการผลิตสินค้าเครื่องหนัง ที่สาขาแม่สอด จังหวัดตาก
- พ.ศ. 2561 - จัดตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ บริษัท สห โคเมเฮียว จำกัด เพิ่มการลงทุนในธุรกิจใหม่
- ขยายฐานการผลิตสินค้าเครื่องหนัง ที่สาขาลำพูน
- พ.ศ. 2562 - ลงทุนในหุ้นสามัญเพิ่มทุน บริษัท สห โคเมเฮียว จำกัด
- ร่วมลงทุนในหุ้นสามัญ เพื่อจัดตั้งบริษัท สห แคปปิตอล ทาวเวอร์ จำกัด เพื่อขยายการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
- รับโอนธุรกิจค้าปลีกภายใต้แบรนด์ Era-won จาก บริษัท เซเลเบรท เวิลด์ จำกัด
- พ.ศ. 2563 - ขยายช่องทางธุรกิจในรูปแบบ B2B B2C กลุ่มธุรกิจ Work wear (ชุดข้าราชการ และ ชุด uniform) ธุรกิจ Healthcare และ Medical Textile

ได้รับลิขสิทธิ์แบรนด์

OLYMP
เสื้อผ้าคุณภาพดีจากประเทศเยอรมัน

era-won
เสื้อผ้าสุภาพบุรุษ

รางวัลทางสังคม

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

- พ.ศ. 2548 - เกียรติบัตร การดำเนินการสร้างเสริมสุขภาพในสถานประกอบการ
- พ.ศ. 2550 - ใบรับรองมาตรฐานการบริหารจัดการเรื่องเอดส์ในสถานประกอบการ ระดับเงิน จาก กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และกรมควบคุมโรคติดต่อ กระทรวงสาธารณสุข
- พ.ศ. 2551 - ใบรับรองมาตรฐานแรงงานไทย มรท. 8001-2546 ระดับสมบูรณ์
- พ.ศ. 2552 - ใบรับรองมาตรฐานการบริหารจัดการด้านเอดส์และโรคในสถานประกอบการ ASO-T Thailand แพลทินัม และ ASO Thailand จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข
- ใบรับรองสถานประกอบการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่
- ประกาศเกียรติคุณและเครื่องหมาย (ธง) ในการดำเนินการโครงการลดสถิติอุบัติเหตุ จาก ศูนย์ความปลอดภัยในการทำงานพื้นที่ 1 และ 4
- พ.ศ. 2555-2560 - ใบรับรองมาตรฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมในสถานประกอบการ
- พ.ศ. 2558 - ประกาศเกียรติคุณ สถานประกอบการปลอดภัย เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี สำนักงานใหญ่ และสาขาลำพูน



- พ.ศ. 2558-2563 - รางวัล “สถานประกอบกิจการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน (ระดับประเทศ)” ติดต่อกันเป็นปีที่ 6

สภาอุตสาหกรรม

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

กระทรวงอุตสาหกรรม

- พ.ศ. 2549 - เกียรติบัตร “โรงงานน่าอยู่ร่วมใจเฉลิมพระเกียรติ” ในการปรับปรุงทัศนโรงงาน ให้น่าอยู่และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องในโอกาสฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี
- พ.ศ. 2555 - ใบรับรองโรงงานสีเขียว (Green Industry) ประเภทอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 1
- พ.ศ. 2556 - โล่เกียรตินิยมในฐานะเป็นสถานประกอบการที่ดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม
- พ.ศ. 2560 - รางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) และ รางวัล Eco Factory เมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศในยุค 4.0
- พ.ศ. 2561 - รางวัล 3Rs Awards ระดับเหรียญทอง โครงการพัฒนาศักยภาพการใช้ประโยชน์กากของเสีย
- พ.ศ. 2562 - โล่รางวัลโครงการส่งเสริมการผลิตที่ลดอัตราการเกิดก๊าซเรือนกระจก
- พ.ศ. 2558-2563 - รางวัลเกียรตินิยม CSR-DIW และ CSR-DIW CONTINUOUS Award 2019 มาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการต่อสังคม ติดต่อกันเป็นปีที่ 6

กระทรวงพลังงาน

- พ.ศ. 2562 - รางวัลโครงการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานในโรงงานอุตสาหกรรม ภาคตะวันออกตอนล่าง

กรุงเทพมหานคร

- พ.ศ. 2547 - ใบประกาศเกียรติคุณ “สถานที่ทำงานสะอาด ปลอดภัย ไร้มลพิษ”
- พ.ศ. 2548 - โล่เกียรติคุณในการสนับสนุนกิจกรรมอันเป็นสาธารณประโยชน์จากผู้สูงอายุเขตนานนาวา
- พ.ศ. 2561 - ใบประกาศเกียรติคุณ ผู้ให้การสนับสนุนและเป็นปณิชนุคคลผู้ทำคุณประโยชน์ในพื้นที่เขตนานนาวา

รางวัลทางสินค้าและผลิตภัณฑ์

- พ.ศ. 2554 - ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย เครื่องหมายตรานกยูงพระราชทานสีเขียว ประเภท Thai Silk Blend สำหรับเนื้อผ้า Cottazilk แบรินด์ DAKS
- พ.ศ. 2556 - ได้รับการรับรองจากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ซึ่งร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (Thailand Textile Institute: THTI) สำหรับผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ต Arrow Style AY630



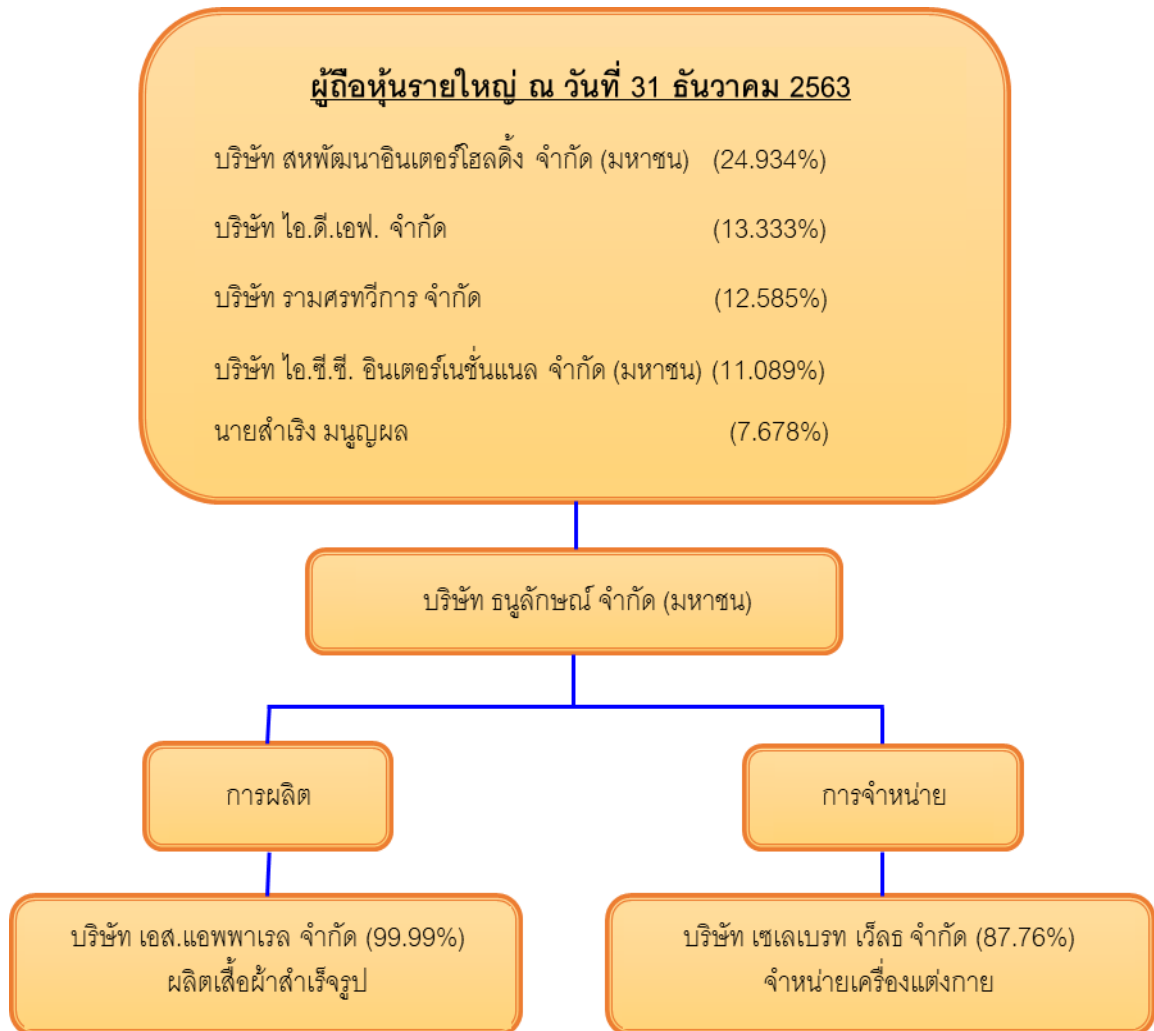
- ได้รับการรับรองมาตรฐานเครื่องหมาย Smart Fabric เนื้อผ้าอัจฉริยะ ประเภทระบายความชื้นและเหงื่อได้ดีและเพิ่มความสบายเวลาสวมใส่ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ คือ เสื้อเชิ้ต (cool innovation) แบรนด์ Guy Laroche จากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
- พ.ศ. 2557 - ได้รับการรับรองฉลาก**ฟุตพริ้นท์สิ่งแวดล้อม (Environmental Footprint)** จากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (Thailand Textile Institute: THTI) สำหรับผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ต Arrow Style AY630
- เป็นผู้ประกอบการรายแรกที่ได้รับการรับรองให้ใช้เครื่องหมาย Smart Fabric เนื้อผ้าอัจฉริยะ ประเภท Anti-Bacteria ซึ่งมีประสิทธิภาพในการต้านเชื้อแบคทีเรีย ที่ทำให้เกิดกลิ่นอับได้มากกว่า 99.9% จากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เนื้อผ้างกล่าวใช้ในการผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสุภาพบุรุษ
- 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 ประเภทผลิตภัณฑ์เสื้อ ของ 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 สำหรับการออกแบบและการผลิตเสื้อผ้าและเครื่องหนัง จาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd. (BVQI)
- พ.ศ. 2561 - ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001:2015 สำหรับกระบวนการออกแบบและการผลิตเสื้อผ้าบุรุษ เสื้อผ้าสตรี เสื้อผ้าเด็ก และเครื่องหนัง จาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd. (BVQI)
- พ.ศ. 2562 - โล่ประกาศเกียรติคุณ บริษัทเกียติคุณ ระดับทองแดง จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สมาคมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และสมาคมบริษัทจัดการลงทุน



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทฯ มีบริษัทย่อย 2 แห่ง คือ

บริษัท เอส. แอฟพาเรล จำกัด

- ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องแต่งกาย และรับจ้างผลิตสินค้า
- สำนักงานและโรงงาน ตั้งอยู่เลขที่ 4/2 หมู่ที่ 8 ถนนบางนา-ตราด กม.18 ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

บริษัท เซเลเบรท เวิร์ธ จำกัด

- ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าเครื่องแต่งกาย
- สำนักงาน ตั้งอยู่เลขที่ 129/1 ถนนช่องนนทรี แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ



1.3.1 นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัทฯ และบริษัทย่อยร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับการจำหน่าย โดยบริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการด้านจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ วางแผนการผลิต และการส่งการผลิต

1.3.2 การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน

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

การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	บริษัทถือหุ้นบริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือหุ้นบริษัท
1. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 50%		
(ก) บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัท เกินกว่า 50% บริษัทฯ ต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่น	-	-
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่น เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัท		
1. บริษัท เอส.แอฟฟาเรล จำกัด	99.99	-
2. บริษัท เซเลเบรท เวลธ์ 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 สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	0.93	24.93
2. บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)	3.44	11.09
(ข) บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นไม่เกินกว่า 25% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัท เกินกว่า 25%	-	-

หมายเหตุ : * แสดงรายการเฉพาะบริษัทที่มีการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

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



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องหนังทั้งในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้าสากลที่บริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ และเครื่องหมายการค้าของบริษัท

สำหรับปี 2563 มีสัดส่วนการขายในประเทศ : ต่างประเทศ คือ 63 : 37

ตลาดในประเทศนั้น บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าโดยตรงสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้า ทางออนไลน์ และผ่านลูกค้ารายใหญ่ คือ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (ICC) ส่วนตลาดต่างประเทศบริษัทฯ จำหน่ายให้กับบริษัทจัดจำหน่าย และ/หรือ บริษัทเจ้าของเครื่องหมายการค้าในประเทศต่างๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป เอเชีย อาเซียน และญี่ปุ่น

2.1 ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

สินค้าสำเร็จรูปของบริษัท แบ่งเป็นหมวดสินค้า ดังนี้

เสื้อผ้าสำเร็จรูป

ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของบริษัท ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทั้งสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี และเด็ก ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ เสื้อเชิ้ต เสื้อยืด กางเกง สูท แจ็คเก็ต ชุดนอน ชุดชั้นใน เนคไท ผ้าเช็ดหน้า ผ้าพันคอ ชุดว่ายน้ำ ชุดออกกำลังกาย และถุงเท้าภายใต้เครื่องหมายการค้า ARROW, EXCELLENCY, GETAWAY, COOL, Guy Laroche, Guy Guy Laroche, DAKS, ELLE HOMME, Takeo Kikuchi, Olymp, HORNBILL, ICON, positif, MIX-SELF, MORGAN และ Era-won สำหรับสุภาพบุรุษ และสุภาพสตรี ส่วนผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กนั้น บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำหรับเด็กแรกเกิด ถึง 8 ขวบ นอกจากนั้น ยังมีผ้าอ้อม เครื่องนอน รองเท้า ถุงเท้า ตุ๊กตา ผลิตภัณฑ์สารซักล้างและของใช้สำหรับเด็กเล็ก ภายใต้เครื่องหมายการค้า absorba, Babble, Cadeau

เครื่องหนัง

เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับสุภาพบุรุษและสตรี ซึ่งประกอบด้วยกระเป๋าตังค์ กระเป๋าถือ และ เข็มขัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า ARROW, EXCELLENCY, GETAWAY, Guy Laroche, Guy Guy Laroche, DAKS, LOUIS FONTAINE และ MORGAN, Smyth & Myne

สินค้าอื่น เช่น สินค้ากลุ่มอุปกรณ์ของใช้ และผลิตภัณฑ์เสริมความงาม



โครงสร้างรายได้

รายได้บริษัทและบริษัทย่อย

แบ่งโดยผู้ดำเนินการ

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น	2563	%	2562	%	2561	%
สินค้าแฟชั่น	บมจ. ธนูลักษณ์	-	1,120.07	100.08	1,508.66	92.38	1,607.09	90.35
สินค้าแฟชั่น	บจ. เอส. แอพพารเอล	99.999	-	-	5.43	0.33	8.83	0.50
สินค้าแฟชั่น	บจ. เซเลบรท เวิร์ธ	87.76	(0.93)	(0.08)	119.09	7.29	162.80	9.15
รวมรายได้จากการขาย			1,119.14	100.00	1,633.19	100.00	1,778.72	100.00

แบ่งโดยแหล่งรายได้

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	รายได้จากการขาย	2563	%	2562	%	2561	%
สินค้าแฟชั่น	ในประเทศ	708.83	63.34	1,139.49	69.77	1,205.57	67.78
สินค้าแฟชั่น	ส่งออก	410.31	36.66	493.70	30.23	573.15	32.22
รวมรายได้จากการขาย		1,119.14	100.00	1,633.19	100.00	1,778.72	100.00

รายได้เฉพาะบริษัท

(หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์	2563	%	2562	%	2561	%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	748.43	66.80	959.55	62.53	1,019.10	60.95
เครื่องหนัง	372.02	33.20	575.11	37.47	652.88	39.05
รวม	1,120.44	100.00	1,534.66	100.00	1,671.98	100.00

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 กลยุทธ์ทางการตลาด

ตลาดในประเทศ

การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่ระบดหนักในช่วงครึ่งปีแรก ทำให้เศรษฐกิจของประเทศได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ มีการปิดตัวของกิจการหลายแห่ง ห้างสรรพสินค้าถูกปิดชั่วคราว ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยเฉพาะคู่ค้าของทางบริษัทที่มีช่องทางขายหลักเป็นห้างสรรพสินค้า ประกอบกับพฤติกรรมลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์โรคระบาด และการล็อกดาวน์ ส่งผลให้การซื้อขายผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้าลดลง ในขณะที่ช่องทางขายออนไลน์เติบโตขึ้น

บริษัทฯ จึงต้องมีการปรับตัวต่อสถานการณ์นี้ โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาช่องทางการขายออนไลน์ สร้างสินค้าที่เหมาะสมกับช่องทางการขายและพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์ ทั้ง License Brand และ House Brand

1. ด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีการพัฒนานวัตกรรมด้านวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาด ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทันต่อกระแสแฟชั่นที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว อาทิ ผ้าเคลือบสารพิเศษที่มีคุณสมบัติช่วยลดการสะสมของเชื้อไวรัส ยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ใส่ใจเรื่องสุขอนามัยมากขึ้น และขยายผลโครงการผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมต่อเนื่อง อาทิเช่น นวัตกรรมเส้นด้าย Upcycling by GC สิ่งทอจากขยะขวดพลาสติก สำหรับการผลิตมีการจัดสรรงบประมาณการลงทุนพัฒนาระบบงานและปรับปรุงขั้นตอนการผลิตตั้งแต่ปัจจัยนำเข้าถึงกระบวนการผลิตขั้นสุดท้ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและควบคุมคุณภาพสินค้าได้ตามมาตรฐานที่กำหนด

ผลิตภัณฑ์ ARROW

เสื้อเชิ้ต Collection "Arrow Shirt Anti-Bacteria"

เป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติยับยั้งกลิ่นไม่พึงประสงค์และยับยั้งเชื้อแบคทีเรีย ที่เป็นต้นเหตุของโรคผิวหนัง ให้ทุกวันทำงานของคุณเป็นวันที่ปลอดเชื้อแบคทีเรีย ได้รับรองผลการทดสอบจาก THTI ว่ามีประสิทธิภาพยับยั้งเชื้อแบคทีเรียก่อนซัก 99.9% และค่าหลังซัก 20 ครั้ง อยู่ที่ 95%

ผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ต Anti-bacteria เป็นการพัฒนาเพื่อให้ลูกค้าได้สวมใส่ผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด เพื่อสุขอนามัยที่ดี

เสื้อเชิ้ต Cool Mode "หล่อไม่ต้องรีด"

เป็นสินค้าที่ได้รับการรับรองจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ว่าเป็นสินค้าประหยัดพลังงาน มีคุณสมบัติเด่น 2 ประการคือ ไม่ต้องรีด และใส่แล้วเย็นสบาย ด้วยเนื้อผ้าที่ระบายอากาศได้ดี จึงทำให้สวมใส่สบายแม้ในขณะทำกิจกรรมกลางแจ้ง บริษัทฯ ยังคงสานต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และส่งต่อความมุ่งมั่นไปถึงลูกค้าเพื่อความยั่งยืนต่อไป

ผลิตภัณฑ์ Absorba

หน้ากากผ้า Absorba Viral Off

นวัตกรรมผ้า Viral Off ลดการสะสมของแบคทีเรียและเชื้อไวรัส H3N2 ได้ 99% และยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย ได้ 99% หลังผ่านการซัก 20 ครั้งประสิทธิภาพยังคงอยู่ อ้างอิงผลการทดสอบจากการเพาะเชื้อในห้องทดลอง สถาบัน BOKEN Quality Evaluation Institute Osaka Function Textile Testing Center ประเทศญี่ปุ่น

** อ้างอิงผลการทดสอบจากการเพาะเชื้อในห้องทดลอง สถาบัน SGS (Thailand) Limited Test

หน้ากากผ้า Absorba Nano Zinc

เป็นสินค้าที่ผลิตจากเส้นใย Perma Fiber ที่มีส่วนผสมของ Nano Zinc Oxide ที่ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันแบคทีเรียได้ถึง 99% จึงช่วยยับยั้งแบคทีเรีย และกลิ่นไม่พึงประสงค์ตลอดอายุการใช้งาน เนื้อผ้านุ่มไม่ระคายเคืองผิว จึงเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์หน้ากากเด็ก



ผลิตภัณฑ์ Ozone

เป็นแบรนด์ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าประเภท Active wear เพื่อให้ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มสุขภาพสตรีที่เริ่มสนใจการออกกำลังกายมากขึ้น

ผลิตภัณฑ์ Era-Won

แบรนด์ Era-Won เน้นการขยายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น คือ กลุ่มคนรุ่นใหม่ อายุ 18-25 ปี ซึ่งเป็นนักศึกษา และวัยเริ่มทำงาน ได้แก่

- สินค้ากลุ่มอาหาร : ทางแบรนด์มีแผนเปิดตัว era-won breakfast อาหารเช้าวิถีชีวิตใหม่ เจาะกลุ่มตลาดคนรุ่นใหม่ที่เร่งรีบ ไม่มีเวลา แต่ยังต้องการอาหารเช้าที่ดีต่อสุขภาพ ซึ่งสินค้าแรกที่เราจะวางจำหน่าย คือ ชุดขนม ประกอบด้วย แยมผลไม้ Homemade และขนมปังกรอบ เน้นเรื่องของคุณภาพ เก็บรักษาง่าย และสามารถรับประทานได้ทันที
- สินค้ากลุ่มอุปกรณ์ของใช้ : ก่อร่างทำยี่ห้อขึ้นชื่อแบคทีเรีย มีคุณสมบัติ ลดกลิ่นและยับยั้งการเติบโตของเชื้อโรคที่ติดมากับรองเท้า
- สินค้ากลุ่ม Beauty : Era-Won เปิดตัว ผลิตภัณฑ์กลุ่ม Beauty สำหรับผู้ชาย เช่น ครีมทาหน้าและเจลใส่ผม ที่มีคุณสมบัติพิเศษ ช่วยยับยั้งเรื่องสิว เป็นครีมสูตรอ่อนโยน ไร้สีไร้กลิ่น

โดยเจาะกลุ่มตลาดวงกว้าง แสวงหาโอกาสจากช่องว่างทางการตลาดในกลุ่มสินค้าที่ยังมีจำนวนคู่แข่งไม่มาก ภายใต้โลโก้ “สินค้าคุณภาพดีในราคาที่ไม่แพง” ใช้ความได้เปรียบจากเครือข่ายคู่ค้าที่มีมาตรฐานการผลิตที่ดีและมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยใช้กลยุทธ์ด้านคุณภาพเกินราคาในการขยายตลาด

2. ด้านการจัดจำหน่าย

ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ คิดค้นและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเข้าสู่ตลาด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายในทุกช่องทางทางขาย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ซึ่งมีอัตราการเติบโตอย่างมากในช่วงสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19)

ห้างสรรพสินค้า

สำหรับสินค้ากลุ่ม License Brand บริษัทฯ และผู้จัดจำหน่ายมุ่งมั่นรักษาภาพลักษณ์ของแต่ละแบรนด์สินค้า ด้วยการให้ความสำคัญกับการตกแต่งหน้าร้าน (Visual Merchandising Display) และการจัดวางสินค้าภายในร้านให้มีความสวยงามโดดเด่นตามเอกลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง และจัดการอบรมเพิ่มพูนความรู้ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และการบริการให้แก่พนักงานขาย ซึ่งลูกค้าจะได้รับความพึงพอใจในคำแนะนำของพนักงานขาย รวมถึงจัดเตรียมสินค้าให้เพียงพอพร้อมขายในทุกหน้าร้าน สำหรับสินค้ากลุ่ม House Brand จะเน้นการขยายจัดจำหน่ายสินค้าในแหล่งคนรุ่นใหม่ เช่น สยามสแควร์วัน และห้างสรรพสินค้าที่ใกล้มหาวิทยาลัย

ช่องทางออนไลน์

บริษัทฯ และผู้จัดจำหน่ายร่วมกันพัฒนาสินค้าเฉพาะ เพื่อจำหน่ายในช่องทาง Market Place ต่าง ๆ เช่น Lazada, Shopee, JD, Thailand Best, Line Business เพื่อเพิ่มโอกาสการขายให้ครอบคลุมลูกค้าทั้งออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงขยายช่องทางการขายในแพลตฟอร์มของบริษัท เช่น Facebook, เว็บไซต์บริษัท เพื่อเข้าถึงลูกค้าในช่วงสถานการณ์ของการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19)



แบรนด์ Era-won มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ วัยรุ่นถึงวัยเริ่มทำงาน จะเน้นการสร้างยอดขายจากช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งมีสัดส่วนการขายประมาณ 70% ขายผ่านแพลตฟอร์มผู้ให้บริการต่างๆ รวมถึงพัฒนาแพลตฟอร์มการขายของตนเอง เพื่อกระจายความเสี่ยงในการพึ่งพาช่องทางการขายของผู้ให้บริการ

Factory Outlet

บริษัท คัดสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมทั้งราคาและคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าในแต่ละพื้นที่ได้อย่างสะดวก ให้ความสำคัญเรื่องการจัดวางสินค้าให้สวยงาม เพื่อจูงใจลูกค้า และให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีกับสินค้า ซื้อสินค้าได้สะดวกขึ้น และจากการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเข้าสู่ตลาด เพื่อมุ่งขยายฐานลูกค้าในทุกช่องทางขาย ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้ช่วยให้กระจายสินค้าครอบคลุมถึงลูกค้าทุกกลุ่ม

3. ด้านการส่งเสริมการขาย

บริษัท ดำเนินการด้านการตลาดเชิงรุก โดยร่วมกับบริษัทในเครือสหพัฒน์ จัดงาน Saha Group Fair เป็นประจำทุกปี โดยเชิญคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศเข้าร่วมชมงานและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ แต่เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้ปีที่ผ่านมาคณะผู้จัดทำจึงต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการกิจกรรมเป็นแบบออนไลน์ โดยมีชื่องานว่า “Saha Group Fair Online” เพื่อปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และเป็นการเพิ่มโอกาสขยายตลาดในช่องทางการขายใหม่

นอกจากนี้บริษัท พัฒนาเว็บไซต์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข่าวสารต่างๆ กับลูกค้า เพื่อสร้างโอกาสและตลาดใหม่ ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นบริษัทจัดจำหน่าย และบริษัทเจ้าของเครื่องหมายการค้าในกลุ่มประเทศต่างๆ เช่น กลุ่มสหภาพยุโรป, ญี่ปุ่น, เอเชีย และอาเซียน

สำหรับกิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัท ใช้แผนการโฆษณาแบบกึ่งขายกึ่งโฆษณาช่องทางออนไลน์ในช่วงเทศกาลโดยร่วมแคมเปญกับแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น เทศกาล 11.11 ของ Lazada และ Shopee เนื่องจากเป็นช่วงที่ทำให้คนเห็นแบรนด์ในวงกว้างและต้นทุนค่าใช้จ่ายไม่สูง รวมไปถึงเน้นเรื่องกลยุทธ์การบอกต่อโดยใช้วิธีส่งสินค้าให้คนมีชื่อเสียงทางโลกออนไลน์ทดลองใช้

ธุรกิจชุดยูนิฟอร์ม

Uniforms & Workwear

จากความมุ่งมั่นในการสร้างความเติบโตของธุรกิจและขยายช่องทางการขายสินค้ายูนิฟอร์มให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายอย่างต่อเนื่อง ทั้งบริษัทในกลุ่มสถาบันการเงิน กลุ่มปิโตรเคมีและพลังงาน กลุ่มสถาบันการศึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ กลุ่มผลิตภัณฑ์โรงพยาบาลและสุขภาพ กลุ่มบริการ กลุ่มโรงแรมและสปา โดยยังคงยึดถือความพึงพอใจในการให้บริการต่อลูกค้าสูงสุด (Customer Satisfaction) ในด้านต่างๆ ดังนี้

Ordering System ครอบคลุมทั้งแบบ Onsite & Online Service เพื่อความสะดวก รวดเร็วและความถูกต้องให้กับลูกค้าที่เข้ารับบริการ โดยระบบที่ได้รับการออกแบบจะประมวลผลจัดเก็บฐานข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องแม่นยำ (Efficiency & Accuracy) เพื่อต่อการรวบรวมและนำข้อมูลไปทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดและต่อยอดได้ต่อไป

Cross-Sell กลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกัน พร้อมนำเสนอสินค้าแบบองค์รวม ทั้งกลุ่มเสื้อผ้า เครื่องหนัง Accessories และสินค้าพรีเมียมอื่นๆ



One Stop Service ให้บริการที่ครบวงจรทั้งประเภทขนาดมาตรฐานสำเร็จ (Pattern Order) และบริการวัดตัวตัด (Made to Order) สำหรับผู้บริหารหรือกลุ่มบุคลากรที่ต้องการเน้นสวมใส่แบบพอดีสรีระ

SAHA Supply Chain นำเสนอและคิดสรรผ่านนวัตกรรม (Functional Textile) สู้ลูกค้า เพื่อช่วยยกระดับชีวิตพนักงานด้วยชุดเครื่องแบบที่มีคุณภาพ ตอบโจทย์การใช้งานในชีวิตประจำวัน เป็น Functional ยูนิฟอร์มที่สร้างคุณค่าให้แก่ผู้สวมใส่และองค์กรมากขึ้น โดยมีคุณสมบัติที่หลากหลายทั้งทางด้านการดูแลรักษา การป้องกันและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Care, Protect & Eco Friendly)

Product Quality คงรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ด้วยระบบ QC Service ที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ

ทั้งนี้ฝ่ายธุรกิจ Uniforms & Workwear Business ยังคงยึดแนวทางการบริหารภายใต้แนวคิด “เน้นสินค้า/บริการที่มุ่งสร้าง CI (Corporate Identity) ให้แก่องค์กรลูกค้า” ผ่านการให้บริการในหลากหลายช่องทางโดยเน้นกระบวนการ Direct to customer ดังนี้

ขยายฐาน-ต่อยอด บริษัทฯ คงดำเนินการขายและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่ม B2B (Business to Business) เพื่อเชื่อมโยงสู่ B2C (Business to Customer)

Booth ร่วมจัดแสดงสินค้าในงาน Saha Group Fair และงาน Exhibitions ต่างๆ เช่น งาน Money Expo'2020

Custom Made Shop ภายใต้ชื่อ ERA-WAN Uniforms & Workwear by Thanulux เปิดทำการที่บริษัท ธนูลักษณ์ จำกัด (มหาชน) ให้บริการวัดตัวตัดสำหรับลูกค้าที่สะดวกเข้ามาใช้บริการหรือลูกค้าที่สนใจตัดชุดสูทออกงาน

คู่มือการขาย-ช่องทางออนไลน์ จัดทำ Catalog และ E-Catalog เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ของบริษัท ทั้งทางด้านนวัตกรรมผ้าต่างๆ การให้บริการตัดเย็บชุดยูนิฟอร์มที่หลากหลาย รวมถึงช่องทางการติดต่อบริษัทแก่ลูกค้าทั้ง 5 กลุ่มอุตสาหกรรม (กลุ่มบริการ, กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต, กลุ่มโรงเรียนนานาชาติ, กลุ่มการแพทย์ และกลุ่มข้าราชการ) เพื่อส่งเสริมสนับสนุนโอกาสทางการขายให้ขยายตัวรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

Healthcare and Medical Textile

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นสร้างการเติบโตและขยายช่องทางการขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์สิ่งทอเพื่อดูแลสุขภาพบุคคลทั่วไปและสำหรับทางการแพทย์ จัดตั้งฝ่ายธุรกิจ Healthcare and Medical Textile โดยได้รับความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับ กลุ่ม SAHA Supply Chain เพื่อนำเสนอนวัตกรรมจากวัสดุเชิงเทคนิคสำหรับสิ่งทอทางการแพทย์ (Technical Textile) ได้แก่ เสื้อผ้าที่มีคุณสมบัติช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรียและไวรัส และของใช้ส่วนตัวต่างๆ ในชีวิตประจำวันที่จะช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ได้แก่

ชุดสำหรับผู้ป่วยติดเชื้อ ออกแบบมาเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการจับยกพลิกตัว ลดการเกิดแผลกดทับ ซึ่งเป็นปัญหาที่พบได้บ่อยของผู้ป่วยติดเชื้อ มีสาเหตุมาจากการที่น้ำหนักตัวลงที่จุดเดียวเป็นเวลานาน เนื้อผ้าที่นำมาใช้มีส่วนผสมของเส้นใยนาโนซิงค์ (Nano Zinc) ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยยับยั้งเชื้อแบคทีเรียไม่ให้สัมผัสผิวหนังผู้ป่วย

ถุงเท้าสำหรับผู้สูงวัยและผู้ป่วยเบาหวาน ออกแบบมาเป็นพิเศษ เพิ่มความหนาของเนื้อผ้าชั้น 3 เท่า ช่วยลดแรงกระแทก ป้องกันการบาดเจ็บ และมียางซิลิโคนกันลื่นใต้ฝ่าเท้า วัสดุที่ใช้เป็นเส้นใยนาโนซิงค์ (Nano Zinc) มีคุณสมบัติช่วยยับยั้งเชื้อแบคทีเรียซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดกลิ่นอับขึ้น



ถุงเท้าสำหรับป้องกันการเกิดเส้นเลือดอุดตันหรือผู้ที่เริ่มมีอาการ มีความยืดหยุ่นสูง เพิ่มความสบาย ช่วยบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อจากการยืน เดิน หรือนั่งเป็นเวลานานๆ

บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจและต่อยอดธุรกิจเพิ่มเติมในส่วนของ Healthcare and Medical Textile ภายใต้แบรนด์ Innoweartion ด้วยประสบการณ์และความชำนาญในฐานะผู้ผลิตสิ่งทอในระดับแนวหน้าของประเทศ จึงสามารถมั่นใจได้ในเรื่องคุณภาพ การบริการ รูปแบบการใช้งาน ตอบโจทย์การใช้ชีวิตประจำวันในยุคปัจจุบัน ที่เน้นเรื่องการดูแลสุขภาพและอนามัยเป็นหลัก รวมถึงเป็นผู้นำในเรื่องของนวัตกรรมที่จะทำให้คุณภาพชีวิตของผู้บริโภคดีขึ้นในทุกๆ วัน ผ่านช่องทางการนำเสนอสินค้าและจัดจำหน่ายเองโดยไม่ผ่านตัวแทนจำหน่าย ดังนี้

1. Booth ร่วมจัดแสดงสินค้าในงานกิจกรรมต่าง ๆ เช่น

- งานสัมมนาวิชาการสมาคมการค้าและบริการสุขภาพผู้สูงอายุไทย สถานที่ โรงแรมเซ็นทรา ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ
- งาน Inter Care Asia 2020 ครั้งที่ 5 งานแสดงสินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ สถานที่ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (BITEC) บางนา

2. Walk in จัดตั้งทีม Direct Sale เพื่อเข้าไปแนะนำบริษัท นำเสนอสินค้าและบริการ รวมถึงนวัตกรรมต่างๆ ให้กับกลุ่มโรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชน คลินิกเฉพาะทางและศูนย์ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

3. ช่องทางออนไลน์ จัดทำ Facebook : Innoweartion และช่องทางการสื่อสารติดต่อโดยตรงผ่านทาง Official Line: @Innoweartion เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่น รวมถึงแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อีกทั้งยังมีการขายผ่านช่องทางแพลตฟอร์มของผู้ให้บริการ คือ Lazada

ชุดข้าราชการ

จากความร่วมมือระหว่างบริษัทในกลุ่ม SAHA Supply Chain เพื่อขยายตลาดกลุ่มยูนิฟอร์มของบริษัทเอกชน และองค์กรต่างๆ ในปี 2563 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้ต่อยอดการผลิตและจัดจำหน่ายกลุ่มสินค้ายูนิฟอร์มสำเร็จรูป สำหรับข้าราชการ พลเรือนและข้าราชการตำรวจ โดยใช้ชื่อแบรนด์และชื่อร้านค้า “ERAWAN Uniforms & Workwear by THANULUX”

จุดเด่นของสินค้า

1. นวัตกรรมผ่านนาโนซิงค์ ซึ่งมีคุณสมบัติในการยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรียได้อย่างคงทนถาวร ตลอดอายุการใช้งานของเส้นใย ช่วยลดปัญหาเรื่องกลิ่นอับชื้นที่จับบนเส้นใยได้ดี ไร้สารพิษและปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน
2. ขนาดเสื้อ กางเกง และกระโปรง ที่มีขนาดให้เลือกสูงสุดถึง 16 ไซส์ ทำให้สวมใส่ “พอดีตัว เหมือนสั่งตัด” ตอบโจทย์ความสะดวกให้กับลูกค้า

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ได้เปิดร้านค้าแห่งแรกที่ ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ ควบคู่กับการขายช่องทางออนไลน์ รวมถึงจัดกิจกรรม POP-UP แนะนำสินค้า ณ สถานที่ราชการต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อสร้างฐานลูกค้าและขยายช่องทางการเข้าถึงแบรนด์ให้กว้างขึ้น



ตลาดต่างประเทศ

1. ด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง ตลอดจนมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของตลาด และลูกค้าที่มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป ตลอดจนมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ในกลุ่มสิ่งทอ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดมากขึ้น

2. ด้านราคา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องของราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ตลอดจนการหาวัตถุดิบที่เหมาะสมกับราคาที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้ามีความสามารถที่จะแข่งขันได้ในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน

3. ด้านส่งเสริมการขาย

ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถส่งทีมงานเดินทางไปพบลูกค้าในต่างประเทศ รวมทั้งการเชิญลูกค้ามาเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าในประเทศได้นั้น ทางบริษัทฯ จึงปรับรูปแบบการสื่อสารกับลูกค้าโดยใช้เทคโนโลยีการประชุม E-meeting เพื่อสื่อสารและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้า และสร้างโอกาสในการขายเป็นประจำทุกเดือน รวมทั้งหาโอกาสที่จะขยายธุรกิจไปยังตลาดใหม่ๆ ทั้งในทวีปเอเชีย, ตะวันออกกลาง และยุโรป โดยอาศัยความร่วมมือกันทางธุรกิจของบริษัทคู่ค้าที่เรามีอยู่ทั้งในและต่างประเทศ

2.2.2 แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในปี 2563 เศรษฐกิจไทยปรับตัวลดลงร้อยละ 6.1 สาเหตุมาจากการที่มูลค่าการส่งออกปรับตัวลดลงร้อยละ 7.5 และการบริโภคภาคเอกชนที่ปรับตัวลดลง ร้อยละ 0.9 ซึ่งสืบเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19)

คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2564 มีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวและจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สืบเนื่องมาจากการปรับตัวดีขึ้นของอุปสงค์ในประเทศและการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก คาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าจะขยายตัวร้อยละ 4.2 อย่างไรก็ตามยังมีข้อจำกัดและความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัว ซึ่งก็คือความไม่แน่นอนของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในหลายประเทศ ซึ่งอาจมีความยืดเยื้อและรุนแรงมากขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ปริมาณการค้าโลก ภาคการท่องเที่ยว และการจ้างงาน

ด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจโลกในปี 2563 คือ โควิด-19 สำหรับประเทศไทยพบว่าภาพรวมการส่งออกสะสมของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย ในครึ่งปีแรกของปี 2563 ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง เฉลี่ยร้อยละ 16.9 เนื่องจากถูกยกเลิกการผลิต รวมถึงไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งส่งผลกระทบต่อ Supply Chain ทั้งระบบของอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยการส่งออกกลุ่มสิ่งทอ (เส้นใย เส้นด้าย ผ้าผืน) ลดลงร้อยละ 18.9 และกลุ่มเครื่องนุ่งห่ม ลดลงร้อยละ 13.3 ส่วนการนำเข้ากลุ่มสิ่งทอ (เส้นใย เส้นด้าย ผ้าผืน) ลดลงร้อยละ 21.9 และกลุ่มเครื่องนุ่งห่ม ลดลงร้อยละ 11.5

สำหรับผลิตภัณฑ์สิ่งทอทางการแพทย์ประเภทหน้ากากอนามัย เป็นสินค้าที่มีศักยภาพทางการตลาดและมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น อาทิเช่น หน้ากากชนิดที่ใช้ในห้องผ่าตัด การส่งออก เพิ่มขึ้นร้อยละ 8,352.6 และการนำเข้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.8 ส่วนหน้ากากอนามัยป้องกันฝุ่นควันหรือสารพิษที่เป็นพิษ การส่งออกเพิ่มขึ้น ร้อยละ 280 และการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.9



แนวโน้มในปี 2564 คาดว่าหลายประเทศต่างเริ่มผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ ส่งผลให้สถานประกอบการ ธุรกิจ และร้านค้าต่างทยอยเริ่มเปิดทำการ โดยการดำเนินธุรกิจหรือการผลิตสินค้าต่างๆ มีการปรับปรุงนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม เข้ามาใช้เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องยุคการเปลี่ยนแปลงแบบ New Normal ซึ่งการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่มจะต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ดังนี้

1. ผลักดันให้เกิด New Supply Chain โดยการสร้างคลัสเตอร์สิ่งทอทางการแพทย์ที่เชื่อมโยงระหว่าง อุตสาหกรรม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม องค์กรด้านการแพทย์ และอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันพัฒนาการผลิต ตั้งแต่ระดับเส้นใย ผ้าผืน ตลอดจนสิ่งทอทางการแพทย์เพื่อให้สามารถผลิตในประเทศได้ตลอด Supply Chain

2. ผลักดันให้เกิด Product Quality & Standard โดยสนับสนุนห้องปฏิบัติการทดสอบ (Testing Lab) สำหรับ ทดสอบสิ่งทอทางการแพทย์และผลิตภัณฑ์สิ่งทอทางการแพทย์ชนิดอื่นๆ ให้ได้มาตรฐาน

ส่วนภาคเอกชน ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อให้เกิดความคล่องตัว และมุ่งเน้นในการผลิตสิ่งทอเทคนิค (Technical textile) ที่เน้นความปลอดภัยและสุขอนามัยส่วนบุคคล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่มไทย

ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม

การฟอกและตกแต่งหนังฟอก ในปี 2563 มีดัชนีผลผลิตลดลงร้อยละ 22.77 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เช่นเดียวกับ ผลิตภัณฑ์กระเป๋ากลุ่มรองเท้า การผลิตชะลอตัว ร้อยละ 15.18 และ 27.56 ตามลำดับ จากความต้องการที่ลดลงทั้งการ ส่งออกและการจำหน่ายในประเทศ เนื่องจากผู้บริโภคมีกระแสวิงการใช้จ่ายมากขึ้น ซึ่งเป็นผลกระทบจากสถานการณ์การ แพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19)

ในปี 2563 มูลค่าส่งออกของประเทศ โดยรวม 1,383.32 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 26.77 เมื่อเปรียบเทียบกับ ปีก่อน เป็นผลจากมูลค่าการส่งออกหนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด เครื่องใช้สำหรับเดินทาง รองเท้าและชิ้นส่วน ลดลงร้อยละ 22.33, 44.34 และ 19.90 ตามลำดับ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยมีตลาด ส่งออกสำคัญ ได้แก่ เวียดนาม, จีน, สหรัฐอเมริกา, เมียนมา และสวิตเซอร์แลนด์ ส่วนการนำเข้า มีมูลค่ารวม 1,544.93 ล้าน เหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 26.84 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เป็นผลจากการนำเข้าหนังดิบและหนังฟอก, กระเป๋า และ รองเท้าลดลง ร้อยละ 30.83, 27.33 และ 21.08 ตามลำดับ จากความต้องการบริโภคสินค้าภายในประเทศที่ลดลง โดยมี ตลาดนำเข้าสำคัญ ได้แก่ เดนมาร์ก อาร์เจนตินา อิตาลี ฝรั่งเศส จีน และเวียดนาม

แนวโน้มอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องนุ่งห่ม ปี 2564 การผลิตผลิตภัณฑ์รองเท้าและเครื่องนุ่งห่ม คาดว่าจะปรับตัวดี ขึ้น ทั้งการผลิตหนังฟอกและตกแต่งหนังฟอกกระเป๋าและรองเท้าจากการจำหน่ายในประเทศและการส่งออกที่เริ่มฟื้นตัว เป็นผลจากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เริ่มจะคลี่คลายไปในทางที่ดี และภาครัฐมีมาตรการกระตุ้นการ ใช้จ่ายและลงทุนภายในประเทศ รวมถึงการกระตุ้นการท่องเที่ยวจากชาวต่างชาติ โดยการเปิดรับนักท่องเที่ยวประเภทพิเศษ Special Tourist Visa (STV) สำหรับการนำเข้า คาดว่าทุกผลิตภัณฑ์จะกลับมาขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยวัตถุดิบหนังดิบและหนัง ฟอกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เป็นไปในทิศทางเดียวกับภาคการผลิต เช่นเดียวกับสินค้ากลุ่มกระเป๋าและรองเท้าที่จะมีมูลค่าการ นำเข้าขยายตัวที่ดีขึ้นโดยมีแรงสนับสนุนจาก



- 1) การปรับตัวดีขึ้นของอุปสงค์ภายในประเทศ
- 2) การฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก
- 3) แรงขับเคลื่อนจากภาครัฐ และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่างๆ
- 4) สถานการณ์การขยายตัวที่ต่ำผิดปกติในปี 2563

อย่างไรก็ตามการขยายตัวจะดำเนินไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ยังคงระบาดต่อเนื่องทั่วโลก และรอความชัดเจนของวัคซีนที่จะเกิดขึ้นเป็นรูปธรรมในช่วงต้นปี 2564

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	31/12/2560	26/12/2560
3. วันที่เริ่มมีรายได้	2/9/2554	4/5/2554	2/8/2561	1/3/2561
4. ประเภทกิจการที่ได้รับการส่งเสริม	การผลิตผลิตภัณฑ์ หนังสือหรือ หนังสือพิมพ์	กิจการผลิต ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ หรือชิ้นส่วน	การผลิตผลิตภัณฑ์ หนังสือหรือ หนังสือพิมพ์	การผลิตผลิตภัณฑ์ หนังสือหรือ 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	60.00 ล้านบาท

บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่างๆ เกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุนอย่างเคร่งครัด

2.3 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 70% และนำเข้าจากต่างประเทศ 30% โดยนำเข้าจากประเทศอิตาลี ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย อเมริกา จีน ฮองกง ญี่ปุ่น และประเทศในแถบเอเชีย เป็นต้น การสั่งซื้อภายในประเทศเป็นการซื้อจากผู้ผลิตรายใหญ่ ซึ่งมีระบบการบริหารและระบบการควบคุมการผลิตที่มีมาตรฐาน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ร่วมลงทุนกับบริษัทผู้ผลิตในเครือ (SAHA Value Chain) เพื่อจัดตั้งโรงงานผลิตและพัฒนาวัตถุดิบในประเทศ สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง อันจะส่งผลให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน กลุ่มบริษัทใน SAHA Value Chain เช่น

บริษัท เอร่าวันสิ่งทอ จำกัด ผลิตเส้นด้ายและทอผ้าผืน

บริษัท เอส. เอส. ดี. ซี. (ไทเกอร์เท็กซ์) จำกัด ฟอกย้อมและตกแต่งผ้าผืน

บริษัท ไทยกุลแซ จำกัด ผลิตผ้ายืด ชุดชั้นใน

บริษัท ไทยสเตฟเล็กซ์ จำกัด ผลิตผ้าทำซับใน

บริษัท ไทยแน็กซิส จำกัด ผลิตป้ายทอตราสินค้า งานผ้าพิมพ์

บริษัท จี.เทค จำกัด ผลิตผ้ายืด ฟองน้ำขึ้นรูป

ระบบการคัดเลือกคู่ค้า บริษัทฯ คัดเลือกคู่ค้าโดยพิจารณาความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า คุณภาพสินค้า ระบบงานที่ได้มาตรฐาน คำนึงถึงความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย คู่ค้าที่ได้รับการคัดเลือกจะได้ขึ้นทะเบียนคู่ค้า (Vendor List) และมีระบบการประเมินผลปีละ 2 ครั้ง เพื่อประเมินทางด้านคุณภาพ การส่งมอบ เป็นการวัดประสิทธิภาพของคู่ค้าแต่ละรายตามระบบ ISO9001

บริษัทฯ มีระบบประเมินความเสี่ยงด้านจัดซื้อ โดยพิจารณาปัจจัยที่จะส่งผลต่อการผลิต การส่งมอบ ราคา สภาวะตลาด ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่อาจเปลี่ยนแปลง มีแผนงานรองรับความเสี่ยง เพื่อป้องกันผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ บริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ รวมทั้งมีการวางแผนการสั่งซื้ออย่างรัดกุมร่วมกับ Supply Chain ทั้งรายใหญ่และรายย่อยอย่างต่อเนื่อง มีการประเมินความเสี่ยงต่อเนื่องตามแผนงาน

บริษัทฯ มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาวัตถุดิบร่วมกับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เช่นการพัฒนานวัตกรรมเนื้อผ้าและหนัง สำหรับวัตถุดิบใหม่หรือทดแทนวัตถุดิบเดิม มีการพัฒนาเทคนิคในการผลิต การควบคุมและทดสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต การหมุนเวียนการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่าเพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อม

การจัดหาสินค้าและบริการ

บริษัทฯ จัดหาสินค้าทั้งจากการผลิตภายในบริษัทและแหล่ง Outsource ภายนอก โดยอยู่ภายใต้การควบคุมคุณภาพของบริษัท ทั้งนี้บริษัทฯ ใช้เทคโนโลยีควบคู่กับการใช้กำลังคนที่มีทักษะฝีมือในการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพรวมถึงการใช้ระบบบริหารคุณภาพ ISO9001



จำนวนโรงงานที่ตั้งของบริษัทและกำลังการผลิต

(หน่วย : ชิ้น)

ดำเนินการโดย	ที่ตั้งโรงงาน	ประเภทกิจการ	กำลังการผลิตรวม (ชิ้น) ต่อปี
บริษัท ธนูลักษณ์ จำกัด (มหาชน)	129/1 ถนนชองนนทรี	เสื้อผ้า	450,000
	แขวงชองนนทรี	เครื่องหนัง	60,000
	เขตยานนาวา กรุงเทพฯ		
	99/3 หมู่ที่ 5 สวนอุตสาหกรรม	เครื่องหนัง	600,000
	ศรีสุทโธพัฒน-ลำพูน ต.ป่าสัก อ.เมืองลำพูน จ.ลำพูน		
	125 หมู่ที่ 5 สวนอุตสาหกรรม	เสื้อผ้า	900,000
	ศรีสุทโธพัฒน-กบินทร์บุรี		
	ถ.สุวรรณศร ต.นนทรี		
	อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี		
	269/15 หมู่ที่ 15 สวนอุตสาหกรรม	เครื่องหนัง	200,000
	ศรีสุทโธพัฒน-แม่สอด		
	ต.แม่กาษา อ.แม่สอด จ.ตาก		
รวม			2,210,000

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตต่อปี จำแนกตามผลิตภัณฑ์

(หน่วย : ชิ้น)

กำลังการผลิตเต็มที่						
เสื้อผ้าสำเร็จรูป		165,000	180,000	1,350,000	2,000,000	2,200,000
เครื่องหนัง	-	-	-	860,000	1,000,000	1,140,000
รวม	-	165,000	180,000	2,210,000	3,000,000	3,340,000
ปริมาณการผลิตจริง						
เสื้อผ้าสำเร็จรูป		132,266	175,069	1,127,730	1,775,700	2,064,339
เครื่องหนัง	-	-	-	590,434	779,747	937,983
รวม	-	132,266	175,069	1,718,164	2,555,447	3,002,322
การใช้กำลังการผลิต(%)	-	80.16	97.26	77.74	85.18	89.89
อัตราการเพิ่มของปริมาณการผลิต (%)	(100.00)	(24.45)	4.32	(32.76)	(14.88)	(1.92)

หมายเหตุ บริษัทอยู่ระหว่างชำระบัญชี

บริษัทฯ ดำเนินการผลิตหน้ากากอนามัยเพิ่มเติม จำนวน 1,533,403 ชิ้น



3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงเพื่อการเติบโตแบบยั่งยืน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยได้ศึกษาและนำกรอบ COSO ERM 2017 มาประยุกต์ใช้กับบริบทของบริษัท และได้กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่มุ่งพัฒนาให้มีการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมทุกกิจกรรมทางธุรกิจ และผลักดันให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร บริษัทฯ ทบทวนและประเมินความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงทั้งปัจจัยภายในและภายนอก พิจารณาโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงและผลกระทบของความเสี่ยงที่มีต่อการดำเนินธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อประเมินความเสี่ยงและระบุความเสี่ยงที่สำคัญของบริษัท และจัดทำแผนปฏิบัติงานรองรับอย่างเป็นรูปธรรมควบคู่กับมาตรการการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ในการป้องกัน กำกับดูแล และควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ สำหรับปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ มีดังนี้

ความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบกับความยั่งยืนของบริษัท

1. ความเสี่ยงด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องหนัง ทั้งในและต่างประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่บริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้าของบริษัท มีช่องทางการจำหน่ายที่ขายเอง และขายผ่านตัวกลาง ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทมีสัดส่วนยอดขายสินค้าผ่านคู่ค้าหลัก ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้า ประมาณร้อยละ 50 ของรายได้ ซึ่งหากคู่ค้ารายดังกล่าวได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ การเมือง การแข่งขันด้านธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล หรือปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น สถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อบริษัทอย่างมาก จึงกำหนดแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว แบ่งเป็น

ตลาดในประเทศ

- 1) ร่วมกับคู่ค้าพัฒนาสินค้าที่มีนวัตกรรม และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางอื่น อาทิ การขายผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึง Market place เน้นการพัฒนาสินค้า รูปแบบ คุณภาพและราคาให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่องทาง
- 2) พัฒนาและผลิตสินค้าที่เป็นเครื่องหมายการค้าของตัวเอง (House Brand) จำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง โดยมีร้านค้าของตนเอง และผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึง Market place
- 3) ให้บริการพิเศษรับออกแบบและผลิตชุด Uniform รวมถึงการทำสินค้าชุดข้าราชการ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าอีกช่องทางหนึ่ง
- 4) พัฒนาและผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) อาทิ เช่น หน้ากากผ้า ชุดอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัย (PPE : Personal Protective Equipment)

ตลาดต่างประเทศ

บริษัทฯ มีนโยบายรักษารฐานลูกค้าเก่า และขยายสัดส่วนการขายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในการเติบโต โดยการพัฒนาสินค้าและเทคนิคการผลิตรูปแบบใหม่ๆ ร่วมกับลูกค้า รวมถึงหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงความต้องการของลูกค้า และหาลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นทั้งในตลาดเดิมและตลาดใหม่



2. ความเสี่ยงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัส COVID-19

จากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่เกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2562 ถึงปี 2563 ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมเป็นวงกว้างและรุนแรง บริษัทฯ ได้รับผลกระทบด้านต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากลูกค้าและคู่ค้า บริษัทฯ ได้ประกาศมาตรการเฝ้าระวัง เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดอย่างเร่งด่วน ป้องกันและลดความเสี่ยงจากสถานการณ์ให้เกิดความปลอดภัยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย โดยมีมาตรการ ดังนี้

1) **การจัดการดูแลพนักงาน** ได้สื่อสารประชาสัมพันธ์ความรู้กับพนักงานในการดูแลตนเองและครอบครัว เพื่อป้องกันการแพร่ระบาด การเพิ่มมาตรการในการดูแลสุขลักษณะในพื้นที่ต่างๆ ให้ปลอดภัยทั้งโรงงานและสำนักงาน การคัดกรองและการดูแลผู้ที่มีอาการน่าสงสัย และการรักษาพยาบาล รวมถึงการปฏิบัติงานที่บ้าน (Work from Home)

2) **การจัดการด้าน Supply Chain** ติดตามข้อมูลการส่งมอบวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์จากคู่ค้าที่ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ติดตามสถานการณ์ทุกระยะเพื่อเตรียมแผนรองรับ โดยฝ่ายขายประสานงานกับลูกค้าเกี่ยวกับคำสั่งซื้อที่ได้รับผลกระทบ การแจ้งวันส่งมอบที่ปรับเปลี่ยนและการเตรียมกำลังการผลิตรองรับ เมื่อคู่ค้าสามารถกลับมาดำเนินการผลิตส่งมอบวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ได้

3) **การจัดการด้านสินค้า** กำหนดมาตรการในการจัดการดูแลสินค้าให้สะอาดและปลอดภัย รวมถึงควบคุมสินค้าให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจ

4) **การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และสินค้าทดแทน** โดย

- ผลักดันแบรนด์สินค้าเข้าสู่การขายในช่องทางขายออนไลน์แทนคำสั่งซื้อต่างประเทศที่ลดลง และการประกาศปิดห้างสรรพสินค้าในประเทศ โดยใช้ความได้เปรียบที่บริษัทฯ มีอยู่ ทั้งอุตสาหกรรมครบวงจร และความชำนาญด้านการผลิตเสื้อผ้าและสินค้าเครื่องหนังเป็นการใช้วิกฤตเพิ่มโอกาสในการขาย

- ปรับแผนธุรกิจออนไลน์ควบคู่การส่งเสริมการขายที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า จากฐานข้อมูลที่บริษัทจัดเก็บและวิเคราะห์พฤติกรรมตามกลุ่มลูกค้า รวมถึงการขายสินค้าตามกระแสนิยม

- ปรับควมรวมธุรกิจเพื่อบริหารจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นการเจาะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน

- เพิ่มกลุ่มสินค้า ขยายธุรกิจไปยังกลุ่มเครื่องแต่งกายป้องกันส่วนบุคคล (Personal Protective Equipment, PPE) และกลุ่มสินค้า Workwear ตามความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถออกแบบ เลือกเนื้อผ้า ตามขนาดที่ลูกค้าต้องการได้ รวมไปถึงกลุ่มเครื่องแบบข้าราชการ ยูนิฟอร์ม เป็นต้น

3. ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปี 2563 มีการหดตัวและต่ำกว่าระดับศักยภาพต่ออีกปี อันมีสาเหตุมาจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้การดำเนินธุรกิจชะงักงันจากห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก ทั้งนี้จากภาวะเศรษฐกิจตามที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจปกติสำหรับการซื้อสินค้าและขายสินค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากบริษัทฯ มีธุรกรรมในสกุลเงินต่างประเทศทั้งสกุลเงินเยน (JPY) ดอลลาร์สหรัฐ (USD) และยูโร (EUR) ซึ่งล้วนเป็นสกุลเงินหลักและมีความผันผวนสูง

บริษัทฯ จัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยง โดยวิเคราะห์และติดตามแนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด และมีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) อีกทั้งกำหนดนโยบายจำกัดความเสี่ยงของเงิน



สกุลต่างประเทศ มีการบริหารรายได้และรายจ่ายที่เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นยอดสุทธิให้สอดคล้องกัน (Natural Hedge) โดยรายงานสรุปต่อผู้บริหารเป็นประจำ และรายงานความเคลื่อนไหวอัตราแลกเปลี่ยน และประมาณการคำสั่งซื้อลูกค้าสกุลเงินตราต่างประเทศต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส

4. ความเสี่ยงเงินลงทุนและบริหารสภาพคล่อง

ในปี 2563 ที่เพิ่งผ่านไป ถือว่าเป็นปีที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและการเงินเป็นอย่างมาก ซึ่งเกิดจากผลกระทบของการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทั่วโลก ส่งผลให้เศรษฐกิจถดถอยในหลายประเทศ จึงมีความจำเป็นต้องมีการดำเนินนโยบายทางการเงิน โดยปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายลงอย่างต่อเนื่อง พร้อมส่งสัญญาณถึงทิศทางดอกเบี้ยที่อาจคงอยู่ในระดับต่ำเป็นเวลานาน ในขณะเดียวกันจะเห็นได้ว่าสินทรัพย์ส่วนหนึ่งของบริษัท คือ เงินสดหรือสินทรัพย์ทางการเงินจากปัจจัยเศรษฐกิจข้างต้น จะเห็นได้ว่าอัตราผลตอบแทนของบริษัทอยู่ในเกณฑ์ที่ลดลงเช่นเดียวกัน อีกปัจจัยที่บริษัทตระหนัก คือ การประเมินสภาพคล่องที่พอดีเพื่อวางแผนการลงทุนได้อย่างเหมาะสม โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (liquidity risk) ของสินทรัพย์ที่จะลงทุนด้วย เพื่อป้องกันปัญหาการขาดสภาพคล่อง ความเสี่ยงที่จะไม่สามารถขายสินทรัพย์ได้ทันทีเมื่อต้องการเงินสด

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงด้านผลตอบแทนและสภาพคล่องของเงินสดและสินทรัพย์ทางการเงินเป็นอย่างดี เพื่อให้การบริหารเงินลงทุนส่วนเกินสภาพคล่องได้จัดสรรกระจายสอดคล้องกับผลตอบแทนและกระแสเงินสด โดยจัดสรรในรูปแบบ เงินฝากธนาคารพาณิชย์ พันธบัตรรัฐบาล กองทุนรวมตลาดเงินและตราสารหนี้ ตราสารหนี้หุ้นกู้เอกชน

ทั้งนี้การบริหารดังกล่าวถูกกำหนดให้อยู่ภายใต้นโยบายการบริหารจัดการสภาพคล่องทางการเงิน และแนวปฏิบัติการบริหารการจัดการเงินลงทุน ซึ่งผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการบริษัทแล้ว โดยมอบให้คณะกรรมการจัดการการลงทุน (Asset-liability Management Committee) ติดตามสถานการณ์การลงทุนอย่างใกล้ชิดและรายงานตรงต่อคณะกรรมการบริหารเป็นประจำ และรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส

5. ความเสี่ยงด้านการรับชำระหนี้

ความเสี่ยงด้านเครดิตของลูกค้า บริษัทฯตระหนักถึงความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อทางการค้า โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติในการพิจารณาสินเชื่อกับลูกค้าแต่ละราย ส่วนงานการเงินจะตรวจสอบฐานะทางการเงินสำหรับลูกค้ารายใหม่ก่อนการปล่อยสินเชื่อการค้า และยังกำหนดให้มีการรายงานอายุของลูกค้าหนี้การค้าต่อผู้บริหารเป็นประจำ เพื่อดำเนินการติดตามหากพบรายการที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยง ตลอดจนแสดงในงบการเงินทุกไตรมาส ซึ่งยอดลูกหนี้การค้าส่วนใหญ่ของบริษัทอยู่ในเกณฑ์ที่ยังไม่ครบกำหนดชำระจึงไม่ส่งผลต่อสภาพคล่องและสถานะทางการเงินของบริษัท

6. ความเสี่ยงด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เป็นไปตามทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กร โดยบริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการสร้างและพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้เพียงพอและมีศักยภาพรองรับกับการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกองค์กร อย่างไรก็ตามในปี 2563 จากสถานการณ์ภัยโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนาที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงและคาดไม่ถึงส่งผลกระทบต่อการทำงานในกระบวนการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้ทันต่อสถานการณ์ บริษัทฯ จึงมีการ



ปรับเปลี่ยนแผนและการให้ความสำคัญต่อการบริหารทรัพยากรบุคคล ดังนี้

1) **การสรรหาบุคลากรเพื่อเสริมศักยภาพทางธุรกิจ** จากวิกฤตโรคระบาดดังกล่าว จึงมีความจำเป็นในการเร่งสรรหาเพื่อสร้างทีมธุรกิจ E-commerce และ Digital Marketing ให้มีความแข็งแกร่ง จึงมีการเสริมทีมงานที่มีประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญสอดคล้องกับทิศทางและโครงสร้างของหน่วยงาน โดยมีช่องทางในการสรรหาที่หลากหลาย เช่น การใช้ Social Media Job Website การแนะนำจากแหล่งผู้มีประสบการณ์เดียวกัน รวมถึงการสรรหาภายในองค์กร การหมุนเวียนงาน เป็นต้น

2) **การสร้างและพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) ในอนาคต** ตามที่ได้มีนโยบายและแผนการดำเนินการเพื่อวางแผนสร้างผู้สืบทอดตำแหน่ง ในปี 2563 มีการสรรหาผู้บริหารที่มีประสบการณ์จากภายนอกเข้ามาสืบทอดตำแหน่งตามความจำเป็นที่ได้มีการประเมินและจัดลำดับความสำคัญ โดยอีกส่วนหนึ่งเป็นการพัฒนาบุคลากรจากภายในขึ้นมาดำรงตำแหน่งมีการวางแผนพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งรายบุคคล มีการวัดและติดตามผลเพื่อประเมินความพร้อมในการสืบทอดตำแหน่ง ทั้งนี้การสรรหาจากภายนอกและการสรรหาพัฒนาบุคลากรจากภายในเพื่อสืบทอดตำแหน่งเป็นกระบวนการที่ต้องติดตามและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

3) **การพัฒนาบุคลากรทุกระดับให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง** การพัฒนาบุคลากรเป็นกระบวนการที่มีการปรับเปลี่ยนจากแผนที่วางไว้เป็นอย่างมาก เนื่องด้วยสถานการณ์ความเสี่ยงดังกล่าวทำให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการฝึกอบรมและพัฒนาแบบฝึกอบรมออนไลน์ (Virtual Training) และใช้วิกฤตเป็นโอกาสในการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีและแอปพลิเคชันในการประชุมหรือสื่อสารภายในองค์กรเพื่อตอบโจทย์ค่านิยม Think & Go Digital (คิดและก้าวสู่ดิจิทัล) สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

4) **การสร้างความผูกพันและการปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กร** ในปี 2563 เป็นปีที่กระทบต่อความรู้สึกความวิตกกังวลของพนักงานเป็นอย่างยิ่ง บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจในแต่ละนโยบายที่ขอความร่วมมือจากพนักงานในการดูแลตนเองให้มีสุขอนามัยที่ถูกต้องเพื่อป้องกันโรคระบาด รวมถึงนโยบายอื่นๆ ที่ต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพื่อให้องค์กรอยู่รอดในสภาวะวิกฤต นอกจากนั้นยังมุ่งเน้นกิจกรรมที่สร้างความผูกพันภายในองค์กร การแจกหน้ากากอนามัย การแจกถุงยังชีพเพื่อลดภาระค่าครองชีพ การขายสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาถูก รวมถึงการเพิ่มความถี่ในการสื่อสารระหว่างบริษัทและพนักงานในช่องทางการสื่อสารภายใน ได้แก่ Group Email Line Group Intranet และ Facebook Thanulux รวมถึงในทุกปีจะมีการสำรวจความผูกพันภายในองค์กร เพื่อนำผลการสำรวจและข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาปรับปรุงเรื่องการสื่อสารและบรรยากาศภายในองค์กรให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งนำมาสู่การเสริมสร้างความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement) เป็นหนึ่งในพันธกิจด้านการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท

7. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ รวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด โดยให้ความสำคัญต่อบทบาทการดำเนินธุรกิจที่ดีควบคู่กับการดูแลสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO 9001-2015 และ ISO 14001-2015 รวมถึงได้รับรางวัล CSR-DIW CONTINUOUS AWARD ประจำปี 2563 และมีหน่วยงานกฎหมายทำหน้าที่กำกับและติดตามข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



กับการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจแก่บุคลากรในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

8. ความเสี่ยงด้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

เนื่องจากบริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จึงให้ความสำคัญกับเรื่องบรรษัทภิบาลที่ดีและกระบวนการควบคุมภายในที่รัดกุม พร้อมกำหนดนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy) ที่ชัดเจนและเคร่งครัดในการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว ทั้งนี้บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition Against Corruption หรือ CAC) และได้การรับรองเป็นสมาชิกภาคีเครือข่ายต่อต้านคอร์รัปชัน รวมถึงมีการจัดทำและสื่อสารจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct) ให้กับผู้ขายและผู้รับจ้างช่วงเพื่อเน้นย้ำถึงจุดยืนของบริษัท

ส่วนการป้องกันและบริหารความเสี่ยงจากการทุจริต บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการในการควบคุมและติดตามกระบวนการทำงานที่สำคัญที่อาจเกิดการทุจริตได้ โดยมีฝ่ายสำนักตรวจสอบภายในเป็นผู้ประเมินความเสี่ยงและสุ่มตรวจสอบความถูกต้องของการปฏิบัติงานให้มีความสุจริต โปร่งใส และป้องกันการปฏิบัติงานที่อาจเกี่ยวข้องกับการทุจริต พร้อมทั้งเปิดช่องทางการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถแจ้งเบาะแสและข้อเสนอนะ หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริต มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาและสอบสวนเรื่องราวร้องทุกข์ตามกระบวนการที่เป็นระบบ โปร่งใส และตรวจสอบได้ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในกระบวนการสอบสวนที่เป็นธรรมผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน

9. ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสินค้าเครื่องหนัง จึงให้ความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า มีการจัดการของเสียที่หลีกเลี่ยงจากกระบวนการผลิต ที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน

บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดการของเสียจากกระบวนการผลิต มีคณะทำงานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015 ศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีในการใช้พลังงานทดแทน พัฒนาเครื่องจักรให้สามารถใช้พลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการคิดค้นพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Product)

ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี

การพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมาก มีการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) การใช้อินเทอร์เน็ตในการเชื่อมต่อโลกแบบไร้พรมแดน ปัญญาประดิษฐ์ต่างๆ เช่น หุ่นยนต์ สิ่งต่างๆ เหล่านี้สร้างความเปลี่ยนแปลงมากมาย ทั้งความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย ในการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทำให้เกิดเปลี่ยนแปลงคำกล่าวเดิมที่ว่า “ปลาใหญ่ กินปลาเล็ก” เป็น “ปลาเร็ว กินปลาช้า” ดังนั้นเพื่อความอยู่รอด ธุรกิจต้องมีการปรับตัวอย่างมาก โดยนำเทคโนโลยีและสื่อในรูปแบบดิจิทัลเข้ามาใช้เป็นตัวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน นำ Big Data มาใช้วิเคราะห์ทั้งการผลิต การจัดจำหน่าย กระบวนการทางการตลาด และ การวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภค



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะของทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทฯ ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ 31 ธันวาคม 2563

1. ที่ดินที่ใช้ดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท

ที่ตั้งที่ดินมีกรรมสิทธิ์	พื้นที่รวม	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)
กรุงเทพฯ จำนวน 11 แปลง	20 ไร่ 1 งาน 17.00 ตร.ว.	101.82
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
รวม	77 ไร่ - งาน 55.60 ตร.ว.	157.36

2. อาคารที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท

ที่ตั้งอาคาร	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)
อาคารสำนักงาน กรุงเทพฯ	18.25
อาคารสำนักงาน จ. ลำพูน	-
โรงงาน กรุงเทพฯ	-
โรงงาน จ. ปราจีนบุรี	7.87
โรงงาน จ. ลำพูน	24.84
โรงงาน จ. ตาก	29.61
อาคารหอพัก กรุงเทพฯ 1 แห่ง	-
อาคารหอพัก จ. ชลบุรี 1 แห่ง	-
อาคารหอพัก จ. ปราจีนบุรี 1 แห่ง	2.57
อาคารหอพัก จ.ลำพูน 1 แห่ง	3.22
อาคารหอพัก จ.เพชรบุรี 1 แห่ง	6.50
อาคารหอพัก ประเทศจีน 1 แห่ง	1.47
อาคารหอพัก จ.ตาก 1 แห่ง	2.90
อาคารหอพัก จ.นครราชสีมา 1 แห่ง	9.77
รวม	107.00

3. เครื่องจักร

เครื่องจักร	จำนวน (เครื่อง)	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)
อายุการใช้งาน ไม่เกิน 5 ปี	315	25.77
อายุการใช้งาน เกิน 5 ปี	2,329	-
รวม	2,644	25.77



4. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของบริษัท

ที่ตั้ง	พื้นที่รวม	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : ล้านบาท)
ที่ดิน อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี จำนวน 5 แปลง	7 ไร่ 56 ตร.ว.	31.90
ที่ดิน อ.เขาชะเมา จ.ระยอง จำนวน 1 แปลง	17 ไร่ 1 งาน 87 ตร.ว.	5.48
ที่ดิน อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำนวน 2 แปลง	6 ไร่ 2 งาน 55 ตร.ว.	44.76
ที่ดิน อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี จำนวน 1 แปลง	1 ไร่ 2 งาน - ตร.ว.	4.99
อาคารป้อมยาม จ.ชลบุรี		0.02
อาคารโรงงาน จ.ชลบุรี		18.57
อาคารโรงงาน จ.ระยอง		10.25
อาคารโรงงาน จ.สมุทรปราการ		47.51
อาคารหอพัก จ.ชลบุรี 2 แห่ง		-
อาคารหอพัก จ.ระยอง 1 แห่ง		0.41
อาคารหอพัก จ.เพชรบุรี 1 แห่ง		-
อาคารหอพัก จ.เชียงใหม่ 1 แห่ง		1.53
รวม	32 ไร่ 2 งาน 98 ตร.ว.	165.42

หมายเหตุ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ยังไม่มีทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

5. ภาระผูกพันหรือการนำทรัพย์สินไปเป็นหลักประกัน

บริษัทฯ เป็นเจ้าของทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ เช่น ที่ดิน อาคารโรงงาน และเครื่องจักร โดยทรัพย์สินดังกล่าวไม่มีภาระผูกพันหรือนำไปเป็นหลักประกันใดๆ ทั้งสิ้น

6. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ที่บริษัทฯ ใช้ในการประกอบธุรกิจ

เครื่องหมายการค้า

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



เครื่องหมายการค้า	อายุสัญญา	ระยะเวลาสัญญา
DAKS	10 ปี	ปี 2561 - 2571
Olymp	6 ปี	ปี 2559 - 2565

เครื่องหมายการค้า	อายุสัญญาระหว่างเจ้าของ เครื่องหมายการค้ากับผู้ได้รับสิทธิ	อายุสัญญาระหว่าง ผู้ให้สิทธิ กับ TNL	ระยะเวลาสัญญา ผู้ให้สิทธิ กับ TNL
Guy Laroche, Guy Guy Laroche	10 ปี	2 ปี	ปี 2564 - 2565
Absorba	5 ปี	5 ปี	ปี 2564 - 2568
ELLE HOMME	5 ปี	5 ปี	ปี 2560 - 2564

ความเป็นไปได้ของการต่ออายุสัญญา

จากเงื่อนไขของสัญญาที่บริษัทฯ ต้องปฏิบัติในเรื่องของการรักษาชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า ตลอดจนการรักษามาตรฐาน และคุณภาพของสินค้าเสมือนหนึ่งเจ้าของเครื่องหมายการค้า และ/หรือ ผู้ให้สิทธิเครื่องหมายการค้าทำเองนั้น บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขอย่างเคร่งครัด ซึ่งในแต่ละปีเจ้าของเครื่องหมายการค้า และ/หรือ ผู้ให้สิทธิเครื่องหมายการค้า จะเดินทางมาสำรวจสภาพตลาด การจำหน่ายและการผลิตจนเป็นที่พอใจเสมอ และจากสายสัมพันธ์อันยาวนานในการทำธุรกิจร่วมกันกับเจ้าของเครื่องหมายการค้า และ/หรือ ผู้ให้สิทธิเครื่องหมายการค้า จนประสบผลสำเร็จ ทำให้เครื่องหมายการค้าเหล่านั้นเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในตลาด การต่ออายุสัญญาจึงเป็นไปได้เป็นอย่างดี

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้อง และเอื้อประโยชน์ต่อบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนการทำธุรกิจหลักของบริษัทฯ

4.3 ราคาประเมินทรัพย์สิน หากมีการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ หรือมีการตีราคาทรัพย์สินใหม่

- ไม่มี -



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ ของ บริษัทฯ หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ 31 ธันวาคม 2563

- 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 ถนนชองนนทบุรี แขวงชองนนทบุรี 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 นายสาธิต เกียรติกังวาล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 9760 และ/หรือ
นายอนุสรณ์ เกียรติกังวาล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 2109 และ/หรือ
นางขวัญใจ เกียรติกังวาล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5875 และ/หรือ
นายประสิทธิ์พร เกษามา ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 9910



6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

การลงทุนของ บริษัท ธนูลักษณ์ จำกัด (มหาชน) ในบริษัทอื่น

หุ้นในบริษัทอื่น ที่บริษัทถือไว้ตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วมีดังต่อไปนี้

ชื่อบริษัท/ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	ประเภท หุ้น	จำนวนหุ้น ที่ออก จำหน่าย	จำนวน หุ้นที่ถือ	% สัดส่วน การถือหุ้น	จำนวนเงิน (บาท)
บริษัทจำหน่าย						
1. บริษัท เซลเบรท 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 สห โคเมเซีย จำกัด 989 อาคารสยามพิพรรณหาวเวอร์ ชั้นที่ 28 ห้องเลขที่ T28A1 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2251-3527 ถึง 8 โทรสาร 0-2251-3529	สินค้ามือสอง	หุ้นสามัญ	1,350,000	135,000	10.00	13,500,000.00
3. บริษัท มิวากิ มาเลเซีย จำกัด 37 บี ซารัน เอสเอส22/23 คามันซาร่า จายา 47400 เปตาริง จายา ซาลังงอ ดารู เอชาน ประเทศมาเลเซีย โทรศัพท์ (03) 719-4381 โทรสาร (03) 719-5399	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	1,000,000	190,000	19.00	2,481,039.21
4. บริษัท มิวากิ ฟิลิปปินส์ จำกัด ชั้น 25 ยูเซงโก ทาวเวอร์ อารชีบีซี พลาซ่า เลขที่ 6819 อยารวแอนด์เซน ถนนกิล พูยท์ เมืองมาคาติ ประเทศฟิลิปปินส์ 1200 โทรศัพท์ (632) 753-4791-2 โทรสาร (632) 753-4794	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	400,000	76,000	19.00	3,317,590.00
5. บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล คอมเมอร์เชียล โคออดิเนชั่น (ฮ่องกง) จำกัด ห้อง 408 ชั้น 4 อาคารไฮปรี 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 เวลด์ สหพันธ์ จำกัด 129/1 ถนนชองนนทรี แขวงชองนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2294-2250 โทรสาร 0-2294-2251	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	50,000	9,500	19.00	9,500,000.00
7. บริษัท ไวซ์ วินเนอร์ จำกัด 555/128-129 ถนนราชพฤกษ์ ต.มหาวิทยาลัย อ.บางกรวย นนทบุรี โทรศัพท์ 0-2101-6698 โทรสาร 0-2101-6698	เสื้อผ้าและ อุปกรณ์กีฬา	หุ้นสามัญ	100,000	18,000	18.00	1,800,000.00
8. 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
9. บริษัท ปากน้ำโพพัฒนา จำกัด 310/47-50 ถนนสวรรควิถิ 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
10. 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
11. บริษัท โคราพัฒน์ จำกัด 3/44-47 ตรอกเสาชิง ถนนมยุขมณี ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โทรศัพท์ (044) 253-772 โทรสาร (044) 261-556-9	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	10,000	1,250	12.50	1,527,575.00
12. 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)
13. บริษัท อินเตอร์เซิร์ท จำกัด 229-231 ถนนธรรมบุญวิถี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โทรศัพท์ (074) 243-850, 245-019 โทรสาร (074) 356-339	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	10,000	1,250	12.50	4,285,612.50
14. บริษัท อีสท์เทิร์น ไอ. ซี. ซี. จำกัด 90/5-6, 8 หมู่ 4 ถนนพืชร ตำบลบางทราย อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โทรศัพท์ (038) 285-194 โทรสาร (038) 285-194	เครื่องแต่งกาย	หุ้นสามัญ	10,000	1,250	12.50	2,938,062.50
15. 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
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	20,583,208.27
2. บริษัท โทเทิลเวย์อิมเมจ จำกัด 129/1 ถนนชองนนทรี แขวงชองนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2295-4171-9 โทรสาร 0-2294-5101	เครื่องหนัง	หุ้นสามัญ	200,000	38,000	19.00	7,132,316.93
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 อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร โทรศัพท์ (037) 205-145-7 โทรสาร (037) 205-229	ลาเบล	หุ้นสามัญ	200,000	38,000	19.00	4,700,000.00



ชื่อบริษัท/ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	ประเภท หุ้น	จำนวนหุ้น ที่ออก จำหน่าย	จำนวน หุ้นที่ถือ	% สัดส่วน การถือหุ้น	จำนวนเงิน (บาท)
5. บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เลทเธอร์แพชั่น 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 เอราวันสิ่งทอ จำกัด 49 หมู่ที่ 3 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย แขวงลำโพงใต้ เขตพระประแดง สมุทรปราการ โทรศัพท์ 0-2183-3898-9 โทรสาร 0-2183-3916	ผลิตเส้นด้ายและ ทอผ้าประเภทผ้ายาย	หุ้นสามัญ	6,214,634	922,468	14.84	117,726,177.91
7. 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
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
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	3,240,000	614,460	18.96	68,634,718.97