

# ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ประชาอาภรณ์ จำกัด(มหาชน) เริ่มธุรกิจด้วยการเป็นผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปตั้งแต่ปี 2523 ต่อมาได้ลงทุนในการผลิตผ้าถัก (Knitted Fabric) โดยการประกอบธุรกิจของบริษัทมีการร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจเสริมสร้างให้ธุรกิจครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ

มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มต่อยอดธุรกิจในการสร้างสรรค์นวัตกรรมธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งเป็นธุรกิจหลัก ดังนี้

## 1. ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป

บริษัทดำเนินธุรกิจหลักในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้ง เสื้อผ้าบุรุษ สตรี เด็ก ชุดว่ายน้ำ ชุดกีฬา ชุดปั่นจักรยาน และชุดชั้นในชาย ภายใต้

- International Brand (เครื่องหมายการค้าสากล) ที่ได้รับสิทธิ์ให้เป็นผู้ผลิต ประกอบด้วย Arrow, Elle, Arena , Felix Buhler, Mizuno และ Lecoq
- Local Brand ประกอบด้วย Streamline และ BSC
- House Brand เครื่องหมายการค้าที่บริษัทผลิตและจำหน่ายเอง ประกอบด้วย Primo Linea , Proud, 360 (Three -Six -O), Swoop และ Oberon
- เครื่องแบบชุด Uniform

2. ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เพื่อความเป็นผู้นำในการเป็นผู้ผลิตเสื้อยืดที่ครบวงจร บริษัทมีสายการผลิตด้านโรงถักผ้ายืดที่กบินทร์บุรี โดยมีเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเสริมสร้างกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง สำหรับบุรุษและสตรี ประกอบด้วย กระเป๋าถือ กระเป๋าสะตางค์ และเข็มขัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ Sarini ” (House Brand) ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของหนังแท้ที่มีคุณภาพทั้งวัตถุดิบและฝีมือการตัดเย็บ และเป็นผู้ผลิตและส่งออกให้กับเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่เป็น International Brand ด้วย

สถานที่ตั้งสำนักงานและโรงงานแต่ละสาขา มีดังนี้

	สถานที่ตั้ง /สาขา	
สำนักงานใหญ่	กรุงเทพมหานคร	ศูนย์กลางบริหารจัดการ
โรงงานสาขาลำพูน	จังหวัดลำพูน	เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าทอ
โรงงานสาขากบินทร์บุรี	จังหวัดปราจีนบุรี	ผลิตผ้ายืดผืน และ เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าถัก

รายได้จากการขาย	ปี 2560	%	ปี 2559	%	ปี 2558	%
<b>ในประเทศ :</b>	<b>752.83</b>	<b>78.43</b>	839.11	78.55	674.99	69.81
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	678.93	70.74	755.77	70.75	614.77	63.58
ผ้าถัก	53.03	5.52	65.48	6.13	60.22	6.23
เครื่องหนัง	20.87	2.17	17.86	1.67	-	-
<b>ต่างประเทศ :</b>	<b>207.00</b>	<b>21.57</b>	229.18	21.45	291.85	30.19
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	179.62	18.71	187.40	17.54	291.85	30.19
ผ้าถัก	10.34	1.08	-	-	-	-
เครื่องหนัง	17.04	1.78	41.78	3.91	-	-
<b>รวม</b>	<b>959.83</b>	<b>100.00</b>	1,068.29	100.00	966.84	100.00

**ผลการดำเนินงาน**

ปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการขายรวม 959.83 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 10.15 จากปีก่อน โดยจำแนกเป็นรายได้จากการขายในประเทศ 752.83 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 10.28 และรายได้จากการขายต่างประเทศ 207 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 9.68 จากปีก่อน

**การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์**

บริษัทได้มีการพัฒนานวัตกรรมด้านวัตถุดิบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดและมีความคุ้มค่า โดยสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภายใต้หลักคิดว่า “ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”

บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อรักษาไว้ซึ่งคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มาตรฐานความปลอดภัยจากสีและสารเคมีที่เป็นอันตราย รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อาทิ

- การรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001:2008
- การรับรองระบบจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001:2004
- การรับรองผลิตภัณฑ์ลดโลกร้อน (Cool Mode)
- การรับรองผลิตภัณฑ์ “ ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5

เพื่อเป็นแนวทางในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนต่อไป และร่วมสนับสนุนกับวิสัยทัศน์ขององค์กร “ เรามุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพด้วยนวัตกรรมเสื้อผ้าในประเทศไทย”

## สิ่งทอที่เป็นฟังก์ชัน (Functional Textile)

### “Cool Mode” สัญลักษณ์ของเสื้อผ้าลดโลกร้อน

บริษัทพัฒนาผ้าและเสื้อผ้า โดยเน้นการออกแบบการใช้เส้นใย การถักทอ และรูปแบบเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับเสื้อผ้าลดโลกร้อนภายใต้สัญลักษณ์ “Cool Mode” ซึ่งมีคุณสมบัติสวมใส่เย็นสบาย ดูดซับเหงื่อได้ดี และรวดเร็ว ระบายความร้อนจากร่างกายสู่ภายนอกได้ดี มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้รับการรับรองคุณภาพและมาตรฐานการทดสอบจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก และสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นรายแรกของประเทศไทย

บริษัทได้พัฒนาวัตถุดิบหลักในด้านผ้าทอ (woven) 5 ประเภท ผ้ากางเกง /สูท และผ้าเช็ด และผ้าถัก (Knitted Fabric) 3 ประเภท เพื่อให้มีความหลากหลาย และเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น โดยมีทั้งชุดทำงาน กางเกง เสื้อเชิ้ต เสื้อยืดโปโล และเสื้อกีฬา ภายใต้สินค้า House Brand และชุด Uniform จึงเป็นการขยายตลาดสู่กลุ่มลูกค้า Niche Market ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหรือองค์กรที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าราคา พร้อมกับการมีส่วนร่วมในการช่วยลดภาวะโลกร้อน ส่งผลให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี

นอกจากนี้ได้พัฒนาเนื้อผ้าใหม่ที่ใช้โครงสร้างผ้า Twill ส่วนผสม Cotton / Polyester /Elastane สำหรับทำเสื้อโปโลสู่ลูกค้าตลาดเวียดนาม เพื่อเพิ่มตัวเลือกในการใช้ผ้า Cool Mode และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าในตลาดต่างประเทศ

### “ผ้า I-Flex” (Version 2) ได้รับการรับรอง “ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 ผลิตภัณฑ์เสื้อ”

บริษัทได้พัฒนานวัตกรรมผ้ายืดภายใต้ชื่อว่า “I-Flex” มีคุณสมบัติยืดหยุ่นตัวได้ 360 องศา (more flexibility) ทำให้ผู้สวมใส่สบายทุกอริยบทสามารถเคลื่อนไหวร่างกายได้คล่องตัว เนื้อผ้ามีความพิเศษดูแลรักษาได้ง่าย (easy care) ไม่ยับ ไม่ต้องรีด หรือรีดง่าย (easy ironing) บริษัทได้มีส่วนร่วมในการช่วยลดภาวะโลกร้อนจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีความหลากหลาย อาทิ ชุดสูท ชุดเดรส กระโปรง และกางเกง ซึ่งนับเป็น Version 1 ของบริษัท

ต่อมาในปี 2560 บริษัทได้พัฒนานวัตกรรมผ้า I-Flex (Version 2) ได้ผ่านการรับรอง “ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 ผลิตภัณฑ์เสื้อ” จากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก เป็นผลิตภัณฑ์เสื้อสูท และกางเกง ภายใต้แบรนด์ “ARROW” ที่สวมใส่สบาย และไม่ต้องรีดร่วมลดภาวะโลกร้อน โดยจะจัดจำหน่ายในปี 2561

### “ARROW” แบรินด์ชั้นนำ จากประเทศสหรัฐอเมริกา

บริษัทฯ ได้พัฒนาและออกแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยกางเกงภายใต้แบรนด์ ARROW ทั้งกางเกงขายาว และกางเกงขาสั้น มีทรงหลากหลายสไตล์ให้เลือกสรร ด้วยนวัตกรรมสิ่งทอ การตัดเย็บและสีสันทันสมัย ดังนี้

ARROW นวัตกรรมล่าสุดของกางเกงผู้ชาย “อิสระ...ทุกการเคลื่อนไหว” เพื่อการสวมใส่กางเกงผู้ชาย ซึ่งเปี่ยมไปด้วยความสบาย สนองการใช้งานตามแบบฉบับที่ผู้ชายทุกคนสามารถเข้าถึงได้ในสัมผัสแรกเมื่อสวมใส่ อีกทั้งยังช่วยสร้างความมั่นใจให้ผู้ชายทุกคน ได้หล่ออย่างไว้กังวล จนกลายเป็นความประทับใจใน ARROW “อิสระ...ทุกการเคลื่อนไหว” ให้ลื่นไหลไปกับทุกอริยบท...อย่างไร้ขีดจำกัด

ARROW ได้นำเสนอความแตกต่างซึ่งไม่เหมือนใครของกางเกงผู้ชาย ใน 3 รูปแบบ ซึ่งแตกต่างกันภายใต้แบรนด์ ARROW

1. **RELAX MOVE** กางเกงใส่เที่ยว สวมใส่สบาย หลากหลายด้วยสีสันทันให้เลือก

2. **EASY MOVE** กางเกงใส่ทำงาน สามารถปรับเอวได้ ให้เข้ากับสรีระของผู้สวมใส่แต่ละคน แต่ละขนาด แต่ละช่วงเวลา สวมใส่สบายทุกโอกาสกับกางเกงเอวสบาย Easy Move ที่อ่อนขอบเอวอย่างยืดหยุ่นใน ทำให้รู้สึกสบายในทุกอิริยาบถ แม้รับประทานอาหารมื้อหนักมากก็เอาอยู่ ภายใต้สโลแกนว่า “แค่ใส่กางเกง เอวสบาย มือหนักแต่ไหนก็ไม่กลัว”

3. **MAX MOVE** สุดยอดของกางเกง สวมใส่สบายที่สุด จากการพัฒนานวัตกรรมเนื้อผ้าและการตัดเย็บ ด้วยนวัตกรรมผ้ายืดหยุ่น (ผ้ายืด I-Flex) จากเส้นด้ายที่ใช้การผสมผสานเส้นใยหลายชนิด เพื่อให้ได้ผ้าที่มีคุณสมบัติพิเศษของผ้ายืด โดยเส้นใยที่ ARROW ได้คิดสรรมาใช้นี้ ประกอบด้วย เส้นใยชนิดพิเศษที่มีความยืดหยุ่น ยับยาก รีดง่าย และคืนตัวได้ดีเยี่ยม รักษารูปทรง ผสมกับเส้นใยที่มีคุณสมบัติให้ความนุ่ม ดูดความชื้น และระบายอากาศได้ดี โดยเส้นใยชนิดพิเศษที่มาจากเทคโนโลยีการปั่นเส้นด้ายพิเศษ เพื่อป้องกันการเกิดขนบนผ้าให้น้อยลง และให้ผิวสัมผัสผ้ามีความคงทนต่อการใช้งาน จากนั้นจึงนำมาผ่านกระบวนการออกแบบรูปทรง เพื่อการใช้งานที่เหมาะสมในแต่ละประเภท พร้อมการตัดเย็บในทุกขั้นตอนอย่างพิถีพิถัน ง่ายต่อการดูแลรักษา และมาพร้อมกับความแตกต่างซึ่งไม่เหมือนใครให้คุณผู้ชายได้สวมใส่กางเกงซึ่งใส่สบายที่สุด

## ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

### ตลาดต่างประเทศ

ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มด้านการส่งออกปรับลดลงจากปี 2560 โดยเฉพาะกลุ่มเครื่องแต่งกายที่ผู้ผลิตบางส่วนได้ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งคำสั่งซื้อของประเทศคู่ค้าหลักลดลงจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศ ประกอบกับเวียดนามลดการนำเข้าผ้าผืนและด้าย เนื่องจากเงินและได้หวั่นมีการลงทุนในอุตสาหกรรมกลางน้ำในเวียดนาม

ในปี 2560 บริษัทมีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ สหรัฐอเมริกา ยุโรป เวียดนาม ญี่ปุ่น เกาหลี และกลุ่ม AEC ภาพรวมมียอดการส่งออกลดลงจากปี 2559 แต่ยอดส่งออกไปยังสหรัฐ และกลุ่มประเทศ AEC เพิ่มขึ้น จากการที่ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในศักยภาพและมั่นใจในคุณภาพของสินค้า รวมถึงการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและทันสมัย แม้ว่าจะยังมีการแข่งขันด้านราคาจากกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอย่างจีน เวียดนาม อินโดนีเซีย กัมพูชา และบังคลาเทศ ที่มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า

บริษัทได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยมีทีมงานพร้อมกับตัวแทน (Agency) เดินทางไปพบลูกค้าโดยตรงในประเทศ เกาหลี เวียดนาม และญี่ปุ่น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และทำการตลาดเชิงรุกโดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์แบบครบวงจร และนวัตกรรมใหม่ๆ ตั้งแต่ การออกแบบลายผ้า การผลิตผ้า การสร้างแพทเทิร์น จนตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อเสนอเป็นตัวอย่างให้กับลูกค้า (Original Design Manufacturer : ODM) เป็นกลยุทธ์เสริมสร้างศักยภาพเชิงการแข่งขัน

### ช่องทางการจำหน่ายตลาดต่างประเทศ

1. จัดจำหน่ายผ่าน Trading Firm
2. จำหน่ายตรงกับลูกค้าทั้งในสหรัฐอเมริกา ยุโรป เอเชีย และกลุ่มอาเซียน

สำหรับปี 2560 บริษัทยังคงมุ่งขยายตลาดสู่ประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป เวียดนาม เกาหลี ญี่ปุ่น และกลุ่ม AEC อย่างต่อเนื่อง ภายใต้ Code of Conduct ของลูกค้าและมาตรฐานสากล WRAP รวมถึง Code of Conduct

“PVH” ของสินค้า International Brand โดยคาดว่าจะมีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้น จากกลุ่มสินค้า Outer wear, Sport wear และ Swim wear

## ตลาดในประเทศ

การแข่งขันของตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศยังคงมีการแข่งขันอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด จากการทำตลาดของผู้ผลิตภายในประเทศเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด ในขณะที่เดียวกันยังมีการเข้ามาทำตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปของแบรนด์ระดับโลก ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านการจัดระบบควบคุมการผลิตที่ดี ต้นทุนการผลิตที่ต่ำทั้งด้านค่าแรงและค่าวัตถุดิบจากการสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้มีอำนาจต่อรองกับ Supplier รวมทั้งการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว จากการมีเครือข่ายอยู่ทั่วโลกและมีแผนการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง

ส่วนการขายในประเทศกลุ่มเสื้อผ้าสำเร็จรูปยังใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในส่วนส่งเสริมยอดขายที่มีการกระตุ้นตลาดของแบรนด์เสื้อผ้าต่าง ๆ ด้วยการลดราคาตามห้างสรรพสินค้าและย่านการค้าต่าง ๆ รวมถึงการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจาก จีน เวียดนาม กัมพูชา บังกลาเทศ เกาหลี และอิตาลีเพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าแบบแฟชั่นที่มีทุกระดับราคา และในปัจจุบันยังมีการนำเข้าสินค้าแบรนด์เนมใหม่ ๆ จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายเป็นจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดสูง

บริษัทฯ ร่วมทำการตลาดเชิงรุก กับ บมจ.ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งเป็นลูกค้าหลักและเป็นตัวแทนจัดจำหน่าย

- จัดทำข้อมูลสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด
- ร่วมจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการจัดการส่งเสริมการขายได้คำนึงถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์และสร้างคุณค่าต่อสังคม
- ร่วมกันคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค “ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยกับผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ”

ปัจจุบันการแข่งขันด้านเครื่องหมายการค้ายังเป็นปัจจัยสำคัญเช่นเคย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังนิยมในสินค้าแบรนด์เนม แต่บริษัทมั่นใจว่าสินค้าของบริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมและยอมรับในคุณภาพมาตรฐานสากล

## ชุด Uniform

จากการที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญตั้งแต่การออกแบบ การคัดสรรวัตถุดิบ การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การส่งมอบสินค้า รวมถึงการมีบริการที่ดีทั้งก่อนและหลังการขาย คำนึงถึงหลักการแข่งขันทั้งด้านคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ส่งผลให้บริษัทได้เป็นผู้ผลิตชุด Uniform ให้แก่องค์กรที่มีชื่อเสียงทั้งสถาบันการเงิน ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน และสถาบันการศึกษาหลายแห่ง

## การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศ

1. บริษัทแต่งตั้งตัวแทนจัดจำหน่าย คือ บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท โดยมีช่องทางจัดจำหน่ายหลักให้กับห้างสรรพสินค้า ดิสคานต์สโตร์ และ Modern Trade
2. จัดจำหน่ายผ่านระบบ E-Commerce
3. จัดจำหน่ายผ่าน Factory Outlet
4. จำหน่ายตรงให้กับลูกค้าผู้บริโภคในการจัดทำชุดเครื่องแบบ(Uniform) สำนักงาน(Office) และโรงงาน (Work Wear) ให้กับ องค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ

## การบริหารจัดการด้านการตลาด

เพื่อสร้างทางเลือกรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าและผู้บริโภค บริษัทได้ใช้กลยุทธ์ในการนำเสนอสินค้า ดังนี้

1. การสร้าง Fashion Trend ล่วงหน้าจัดทำเป็น Story Board คอนเซ็ปต์ กลุ่มสีต่าง ๆ และ Mix & Match สินค้าครบทุกหมวดหมู่ พร้อมจัดทำ PRE- Collection ให้ลูกค้าได้เห็นสินค้าจริง เพื่อช่วยต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อแบบ One Stop Service ส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและตอบรับการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น และการทำ Visual Merchandise นี้สามารถวางแผนการตลาดเป็นการล่วงหน้าร่วมกัน

2. ร่วมบริหารจัดการต้นทุนสินค้ากรณีที่ลูกค้ามีการสั่งซื้อในปริมาณมาก เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าสามารถแข่งขันทางการตลาดกับคู่แข่งได้ และสามารถเพิ่มยอดขายได้ทั้งสองฝ่าย

3. เพิ่มพันธมิตรช่องทางการจัดจำหน่ายกับ LAZADA / LOOKSI / SHOPEE และ THAILAND BEST ในส่วนสินค้า House Brand และ O Shopping ในส่วนสินค้า Brand Name เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มี Life Style ทันสมัยสั่งซื้อสินค้าได้บนสมาร์ตโฟน

จากการที่ตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปยังมีการแข่งขันในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายขึ้น ทั้งช่องทางเดิมอย่าง Department Store Modern Trade และ Convenience Store รวมถึงช่องทางที่เกิดขึ้นใหม่อย่างช่องทาง E-Commerce และ Modern Trade ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตขึ้นในทุกปี เนื่องจากช่องทางเหล่านี้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและครบถ้วน อีกทั้งช่องทาง TV Shopping ที่ทำให้ผู้ผลิตสามารถสื่อสารนวัตกรรมของสินค้าได้อย่างครบถ้วน มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งบริษัทได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้บริษัทได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การทำงานโดยนำเสนอสินค้าที่หลากหลายและนวัตกรรมที่ลูกค้าและผู้บริโภคต้องการ พร้อมทั้งเร่งหาลูกค้าใหม่เพื่อเพิ่มยอดขาย รวมถึงการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายโดยรวม ทั้งการลดต้นทุนวัตถุดิบ การผลิต ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และต้นทุนทางการเงิน เพื่อให้มีต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่สามารถแข่งขันได้ทั้งในและต่างประเทศ

## การจัดการผลิตภัณฑ์

บริษัทจัดหาและสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศเป็นหลัก เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในคุณภาพและได้ร่วมพัฒนากับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการค้าในประเทศ ส่วนด้านผ้าถัก (Knitted Fabric) ใช้ผลผลิตจากโรงถักผ้ายัดของบริษัท ซึ่งนับเป็นความได้เปรียบจากการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเสื้อยัดที่ครบวงจรตั้งแต่การออกแบบ การถักผ้า และกระบวนการผลิตเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป และได้พัฒนาทั้งกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสากลในการใช้สารเคมีที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งบริษัทได้รับความร่วมมือจากคู่ค้าเป็นอย่างดีในการควบคุมสารเคมีให้ได้มาตรฐานของ REACH และภายใต้การมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐาน ISO14001 ด้านการสั่งซื้อวัตถุดิบเส้นด้ายถักภายในประเทศ บริษัทจะคำนึงถึงแหล่งวัตถุดิบต้นน้ำซึ่งส่วนใหญ่มาจากออสเตรเลียและอเมริกาซึ่งเป็นวัตถุดิบต้นน้ำที่มีการยอมรับในระดับสากล

วัตถุดิบที่ผลิตผ้าถักและเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่จะเป็นเส้นใยธรรมชาติ ที่ผ่านกระบวนการคัดเลือก Supplier ที่ได้รับการรับรองผ่านมาตรฐาน Oeko-Tex Standard 100 เป็นการระมัดระวังการเลือกใช้สารเคมีในการ

ฟอกย้อม หลีกเลี่ยงการใช้สารฟอर्मัลดีไฮด์ และสารก่อมะเร็ง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค นอกจากนี้วัตถุดิบสำหรับบรรจุหีบห่อสามารถนำมารีไซเคิลได้เป็นส่วนใหญ่

### **สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ**

ในปี 2560 บริษัทมีการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบเสริมสำหรับผลิตสินค้า จากคู่ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นอัตราร้อยละ 85 จากภายในประเทศและอัตราร้อยละ 15 จากการนำเข้าจากต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทมีคู่ค้า (Supplier) ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากกว่า 311 ราย โดยมีการประเมินคู่ค้าตามระบบ ISO 9001 ในการจัดประเภทคู่ค้าเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ระดับมาตรฐานสากล

นอกจากนี้บริษัทยังจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่นทั้งในและต่างประเทศมาทดแทน โดยมีคุณภาพเท่าเทียมกัน เพื่อพัฒนาสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001 และเป็นไปตามนโยบายการทำธุรกิจที่ยั่งยืน