

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ คือ เครื่องสำอางทุกประเภท อาทิเช่น แป้ง ครีม ลิป โดยบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ด้วยเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีมาตรฐาน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพระดับโลก ซึ่งจากไปรับรองมาตรฐานคุณภาพเหล่านี้สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น อาทิเช่น

- หนังสือรับรองมาตรฐานการผลิต “GMP” จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) กระทรวงสาธารณสุข
- ไปรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 จากสถาบัน RWTUV ประเทศเยอรมัน
- ไปรับรองระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 จากสถาบัน RWTUV ประเทศเยอรมัน
- ไปรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 17025 เครื่องสำอางประเภทโลชั่น จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
- ไปรับรองด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001 : 1999 จากสถาบัน RWTUV ประเทศเยอรมัน

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน**(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ****● กลยุทธ์การแข่งขัน**

ปัจจุบันการแข่งขันตลาดเครื่องสำอางทั้งในและต่างประเทศมีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เน้นเครื่องสำอางที่ผลิตจากธรรมชาติ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องไม่มีส่วนผสมที่เป็นสารสังเคราะห์ คุณภาพสูง รวมถึงราคาและบริการที่ลูกค้าพอใจ บริษัทฯ จึงเน้นกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ดังนี้

..... รับรองความถูกต้อง

1. ด้านผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก โดยมีแผนวิจัยและพัฒนาสินค้าเพื่อทำหน้าที่ค้นหาและวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อเสนอแก่ลูกค้า รวมถึงการพัฒนาคุณภาพสินค้าที่มีอยู่ให้ดีขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อสร้างความพึงพอใจในความหลากหลายของผลิตภัณฑ์บริษัทฯ ผลิตสินค้าด้วยเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและเทคโนโลยีการผลิตสินค้าที่ดี และมีระบบการตรวจสอบคุณภาพสินค้าทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้สินค้าที่มีมาตรฐานและคุณภาพสูง ทำให้ได้รับความมั่นใจจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งบริษัทยังได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพระดับโลก

2. ด้านราคา การตั้งราคาจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ของสินค้า ต้นทุนการผลิต และต้นทุนการตลาดเป็นพื้นฐาน เน้นที่ความเหมาะสมของคุณภาพกับราคาที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

3. สร้างสัมพันธ์ โดยสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จำหน่ายสินค้า (Supplier) โดยมีการสั่งซื้อสินค้าในปริมาณมากและต่อเนื่อง รวมถึงมีการจ่ายชำระเงินตรงตามกำหนดเวลาเสมอ ทำให้ได้รับความเชื่อถือจาก Supplier จึงมีอำนาจในการต่อรองราคาสินค้า ส่งผลให้บริษัทฯ มีต้นทุนที่สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นได้

4. การบริการ บริษัทฯ มีแผนลูกค้าสัมพันธ์เพื่อไปพบปะและสอบถามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่แท้จริงและแก้ไขอย่างถูกต้อง บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างความพึงพอใจกับลูกค้า โดยการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพถูกต้อง ตรงตามเวลาที่กำหนด

- **ลักษณะลูกค้า**

บริษัทฯ มีลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าภายในประเทศ ซึ่งมีทั้งแบรนด์ต่างประเทศและในประเทศ ลูกค้าหลักของบริษัทฯ เป็นลูกค้าที่มีชื่อเสียงข้ามชาติหรือเป็นผู้นำด้านการตลาดของประเทศ และเป็นลูกค้าที่มีประสิทธิภาพที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ มานานนับสิบปี ในขณะที่บริษัทฯ ก็มีการขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ลูกค้าเหล่านี้มีประสิทธิภาพสูงฐานะการเงินดี

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการระดับกลางขึ้นไป ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่สุด โดยเน้นคุณภาพสินค้าให้มีราคาดึงดูดความสนใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้

..... รับรองความถูกต้อง

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

บริษัทฯ มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ ลักษณะการขายจะเป็นแบบ Contract manufacturing ลูกค้านำของบริษัทฯ มีทั้งประเภทที่สั่งซื้อสินค้าไปจำหน่ายแบบขายตรง (Direct Sales) และตามห้างสรรพสินค้า (Counter Sales) สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศต่อการส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ เท่ากับ 62 : 38 ประเทศที่บริษัทฯ ส่งผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่าย คือ อังกฤษ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย มาเลเซีย ฮองกง และฟิลิปปินส์

อีกทั้งบริษัทฯ มีเป้าหมายในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยการเข้าร่วมในงานแสดงสินค้าในประเทศ เช่น งานแสดงสินค้าของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ เช่น ฮองกง ญี่ปุ่น เป็นต้น เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการหาลูกค้ารายใหม่

- (จ) **สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม**

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมจะเป็นการแข่งขันในเรื่องคุณภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความหลากหลาย ราคาและการบริการที่ลูกค้าพอใจ การตลาดที่บริษัทฯ แข่งขันอยู่จึงมีลักษณะแบบมีคุณภาพสูง คู่แข่งที่อยู่ในตลาดเดียวกันกับบริษัทฯ ที่บริษัทฯ ถือว่าเป็นคู่แข่งมีอยู่ 2 รายโดยที่มีขนาดของบริษัทที่ใกล้เคียงกัน

S&J เป็นโรงงานผลิตเครื่องสำอางชั้นนำที่มีผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการบริหารและจัดการ ในขณะที่พนักงานก็ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการผลิตสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ มีแผนวิจัยและพัฒนาสินค้าเพื่อทำหน้าที่ค้นคว้าและวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อนำออกสู่ตลาด อีกทั้งยังพัฒนาคุณภาพสินค้าที่มีอยู่แล้วต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อที่จะสร้างความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าเครื่องสำอางให้มากขึ้น โดยได้รับการสนับสนุนความรู้เกี่ยวกับการผลิตและการวิจัยจากบริษัทในอเมริกาที่มีเครือข่ายเทคโนโลยีทั่วโลก มีการบริหารจัดการในเรื่องการตอบสนองต่อลูกค้าให้รวดเร็วขึ้น (Quick Response) บริษัทฯ มีโรงงานที่สร้างภายในบริเวณที่เป็นที่ดินของตนเองที่สวนอุตสาหกรรมสหพัฒน์ อำเภอศรีราชา บริษัทฯ มีฐานะการเงินที่มั่นคงและมีผลประกอบการที่ดีมาตั้งแต่ต้น

..... รับรองความถูกต้อง

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มีโรงงานตั้งอยู่ที่ 600/4 หมู่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20280 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตปีละ 84 ล้านชิ้น โดยทำงานประมาณ 1 กะ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต จะขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทของบริษัทฯ โดยจะมีแหล่งที่มาทั้งจากในและต่างประเทศ ในการสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศ บริษัทฯ จะสั่งซื้อจากผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าโดยตรง ส่วนวัตถุดิบที่สั่งซื้อจากต่างประเทศนั้น ทางบริษัทฯ จะพิจารณาจากในประเทศก่อนว่ามีวัตถุดิบหรือไม่ บริษัทฯ จัดหาแหล่งวัตถุดิบจากทั่วโลก โดยผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย หรือติดต่อโดยตรงกับผู้ผลิต หรือผ่านบริษัทฯ ที่ได้ทำสัญญาช่วยเหลือด้านเทคนิค และมีเครือข่ายทั่วโลก ปัจจุบันตลาดวัตถุดิบมีผู้จำหน่ายหลากหลายและมีการแข่งขันสูง จึงทำให้ผลกระทบจากการสูญเสียแหล่งซื้อวัตถุดิบต่อบริษัทฯ มีต่ำมาก เนื่องจากสามารถหาวัตถุดิบทดแทนได้โดยง่าย ผู้ผลิตวัตถุดิบต่างมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีแหล่งวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ ไม่มีการใช้วัตถุดิบชนิดใด จากผู้จัดจำหน่ายที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา การคัดเลือกและสั่งซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์คำนึงถึงคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ปี 2550 มีจำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบมากกว่า 390 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ เท่ากับ 80 : 20

กระบวนการผลิต บริษัทฯ ได้รับความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคจาก บริษัทผู้มีความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคจากประเทศสหรัฐอเมริกา และไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเห็นได้จากนโยบายสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งเน้นการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด ปลูกจิตสำนึกให้พนักงานทุกคนตระหนักและป้องกันปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรในกระบวนการผลิตอย่างประหยัด และมีประสิทธิภาพสูงสุด

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

บริษัท ท็อปเทร็นด์ แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์หลักเป็นบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง ยา ตามความต้องการลูกค้า

..... รับรองความถูกต้อง

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

● กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัท ฯ มุ่งมั่นต่อการพัฒนาระบบการจัดการภายในอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างกิจกรรมที่สนับสนุนต่อการจัดการ ทั้งในรูปแบบการจัดตั้งองค์กร การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนของแต่ละกิจกรรม และกระบวนการติดตามเพื่อประเมินผลของกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการเติมเต็มความรู้ทั้งด้านทักษะการทำงานและการสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานในการทำงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ ทั้งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์การส่งมอบ และราคาที่เหมาะสม ในการเป็นคู่ค้ากับบริษัทฯ อีกทั้งบริษัทฯ ยังคงสภาระบบการบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 เป็นมาตรฐานการทำงานต่อไป

● ลักษณะลูกค้า

บริษัทฯ มีลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่ลูกค้าหลักเป็นลูกค้าในประเทศซึ่งเป็นลูกค้าที่มีความมั่นคง, เป็นผู้นำในตลาดและมีสัมพันธ์เชิง “เป็นคู่ค้าทางธุรกิจ” กับบริษัทฯ มาเป็นเวลานาน

ลูกค้าต่างประเทศมีการขยายตลาดในประเทศเพื่อนบ้านเพิ่ม เช่น ในประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ จนเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในด้านความเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะงานหลอดตลาดนี้มีการขยายตัวขึ้นทุกปี และบริษัทฯ มีแผนจะขยายตลาดไปภูมิภาคอื่น ๆ เช่น ออสเตรเลีย และประเทศในโซนยุโรป

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าหลักยังคงเป็นลูกค้ากลุ่มเครื่องสำอาง ซึ่งเป้าหมายบริษัทฯ มุ่งจะขยายไปสู่ธุรกิจกลุ่มอื่น ๆ เช่นกลุ่มเวชสำอาง,อาหารและยา,ผลิตภัณฑ์เส้นผม และอื่นๆเพื่อขยายตลาดให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคง

● การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ มีการจัดจำหน่ายผ่านผู้ผลิต เช่นเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์บำรุงผม ซึ่งผ่านไปยังผู้บริโภคในช่องทางต่างๆ เช่นขายตรง,ขายผ่านเคาน์เตอร์ และขายใน Super Market, ใน discount store และจะขยายไปสู่ธุรกิจจัดหาสินค้าตามความต้องการของลูกค้า

..... รับรองความถูกต้อง

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรมยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า การส่งมอบ ราคา การให้บริการ และการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ผู้นำตลาดหลักๆ ในธุรกิจประเภทนี้มีประมาณ 7 ราย เมื่อเทียบกับผู้นำตลาด บริษัท ฯ จัดอยู่ในระดับกลางที่มีฐานะการเงินที่มั่นคง ผลประกอบการที่ดี มีทีมบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูง มีความพร้อมในการแข่งขัน

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สภาวะการแข่งขันส่วนใหญ่แข่งขันด้านราคา ซึ่งบริษัทฯ ได้ใช้การแข่งขันด้านบริการที่ดี และการส่งสินค้าที่ครบถ้วน ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้าในเวลาที่ได้นัดหมายกับลูกค้า เพื่อเพิ่มสัดส่วนการขายในตลาด เนื่องจากลักษณะของธุรกิจจะเริ่มมีลักษณะ High mix Low volume มากขึ้น และความต้องการของลูกค้าไม่ใช่ราคาเพียงอย่างเดียว

บริษัทฯ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านเครื่องจักรที่ทันสมัย เพิ่มความได้เปรียบของเทคโนโลยี และใช้เทคโนโลยีขยายไปในธุรกิจอื่น ๆ มากขึ้น

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี -

บริษัท อี เอฟ จำกัด**1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน**(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ****● กลยุทธ์การแข่งขัน**

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งกลุ่มสินค้า PERSONAL CARE และ เคมีภัณฑ์ ทำความสะอาดให้แก่ลูกค้าทั้งกลุ่ม WHOLESALER บริษัท CLEANING และ END USER กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการสุขภาพ และสปา เน้นกลยุทธ์การแข่งขันด้านคุณภาพและราคาที่ดีกว่าคู่แข่ง และส่งเสริมการตลาดโดยการจัดสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้จริง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าก่อนการซื้อ

..... รับรองความถูกต้อง

- **ลักษณะลูกค้า**

เป็น WHOLESALER ในกลุ่มธุรกิจบริการและอุตสาหกรรมและสถานประกอบการเป็นส่วนใหญ่

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มธุรกิจบริการ อุตสาหกรรม ร้านค้าปลีกและส่ง และ TRADER ทั้งในและต่างประเทศ

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

บริษัทฯ เน้นการจัดจำหน่ายผ่าน WHOLESALER เป็นหลัก บริษัทรับจ้างทำความสะอาดเป็นหลัก และจัดจำหน่ายตรงในกลุ่ม END USER อุตสาหกรรมและบริการ ได้มากขึ้นจากการเพิ่มเขตการขายในกรุงเทพและปริมณฑล และยังสามารถเพิ่มช่องทางการขายให้แก่ TRADER ต่างประเทศได้อีกด้วย

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

มีการแข่งขันสูงกับผู้ผลิตรายใหญ่และรายย่อยในประเทศ แต่บริษัทยังมีขีดความสามารถในการขยายตลาดได้อีก จากจุดเด่นด้านคุณภาพและบริการ

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 600/4 หมู่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20280 ได้มอบหมาย/ว่าจ้างให้บริษัทฯ ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตในระดับสากล ทั้งในเครือและนอกเครือเป็นผู้พัฒนาและผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมาย บริษัทฯ จึงมีขีดความสามารถในการจัดหาให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอต่อการขยายตัวของตลาดในอนาคต

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

บริษัท ไวลด์ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

..... รับรองความถูกต้อง

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

• กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทฯ เป็นผู้บุกเบิกผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวและกิจกรรมกลางแจ้ง โดยเน้นกลยุทธ์การแข่งขันไปที่ การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการขายโดยมุ่งไปยังกลุ่มลูกค้าในตลาดแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก รวมทั้งใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าให้สูงกว่าคู่แข่ง เพื่อเน้นถึงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า นอกจากนี้ยังคงรักษาฐานลูกค้าเดิมที่มีอยู่เพื่อเน้นการบริหารลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยนำเครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ มาช่วย อาทิเช่น การลด แลก แจก แถม การสะสมยอดขาย เป็นต้น รวมถึงนำกิจกรรมทางการตลาดไปใช้กับร้านค้ามากขึ้น ในไตรมาสแรกของปี 2551 บริษัทฯ มีแผนที่จะออกสินค้าใหม่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันยูงที่ใช้สารจากธรรมชาติ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ป้องกันแดดจากการศึกษาเราเชื่อว่า SPF 40 เพียงพอต่อการป้องกันแดดแล้ว จึงยังไม่มีแผนการออกสินค้าใหม่แต่อย่างใด

• ลักษณะลูกค้า

ลูกค้าของบริษัทฯ เป็นลูกค้าภายในประเทศทั้งคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ปัจจุบันได้มีการจำหน่ายในประเทศกัมพูชาแล้ว และมีเป้าหมายที่จะส่งออกไปยังต่างประเทศในแถบอินโดจีน

• กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ และนักกิจกรรมกลางแจ้ง

• การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ มุ่งเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่จะอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและนักกิจกรรมกลางแจ้งผ่านช่องทาง Modern Trade, Super Market, Minimart, Drug Store ศูนย์กีฬาและร้านขายอุปกรณ์ กิจกรรมกลางแจ้ง เป็นต้น

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ตลาดผลิตภัณฑ์กันแดด และกันยูง มีภาวะการแข่งขันสูง โดยมีเจ้าตลาดที่เป็นเบอร์หนึ่งของตลาดที่ครองตลาดอยู่ ประกอบกับมีจำนวนคู่แข่งรายใหม่ ๆ และรายเดิมทั้งบริษัทจากต่างประเทศและในประเทศเอง ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ประกอบกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ต้องอาศัยการท่องเที่ยวเป็นหลัก จึงทำ

..... รับรองความถูกต้อง

ให้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมนี้ แต่ถึงอย่างไรตลาดผลิตภัณฑ์กันแดดก็มีอัตราการเจริญเติบโตที่ดี โดยในปัจจุบันมูลค่าตลาดรวมของตลาดอยู่ที่ 570 ล้านบาท (ปี 2550) โดยตอนนี้วาสลินมีส่วนแบ่ง 13%, เคเอ 7%, ซีแคร์ 5%, สมูทอิ มีเชอร์ 5%, การ์นี่เย่ 4%, บานานาโบท 3% จากตลาดรวมผลิตภัณฑ์กันแดดรวม โดยเบอร์ 1 อย่าง แบรินด์นี้เวียของค่ายไบเออร์ สตีร์ฟ ทำตลาดมานานและครองตำแหน่งแชมป์ ด้วยส่วนแบ่งกว่า 36% จากตลาดรวมผลิตภัณฑ์กันแดด 570 ล้านบาท โดยการทำการตลาดในสินค้ากลุ่มกันแดดของค่ายไบเออร์ฯ ส่วนใหญ่จะเน้นที่การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ การทำโปรโมชั่นรูปแบบอื่นๆ หรือการออกนวัตกรรมใหม่ ที่ล่าสุดเปิดตัวสินค้ากลุ่มกันแดดที่ปราศจากความเหนียวเหนอะหนะออกมาตอบสนองผู้บริโภคเมื่อปีที่ผ่านมา จากการทำการตลาดในกลุ่มกันแดดอย่างจริงจังมานานของค่ายนี้ ทำให้ผู้บริโภคจึงให้ความเชื่อถือในเรื่องประสิทธิภาพโดยไม่ต้องมีการจัดกิจกรรมหรือแคมเปญอะไร ออกมากระตุ้นมากนัก เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนจัดของประเทศไทย และไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตนอกบ้านมากขึ้น รวมทั้งการออกนวัตกรรมใหม่ของแบรนด์ต่าง ๆ ที่ปรับสูตรให้โลชั่นกันแดด ไม่มีความเหนียวเหนอะหนะเหมือนเมื่อก่อน ทำให้การใช้โลชั่นกันแดดได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้แบรนด์ไวลด์ไลฟ์ที่ต้องการส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้นคงต้องทุ่มเม็ดเงินในการทำแผนการตลาดมากขึ้น นอกจากนี้ตลาดกันแดดก็มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์กันแดด มีมูลค่าตลาดประมาณ 180 ล้านบาท ปัจจุบัน ออฟ! มีส่วนแบ่ง 4% ขณะที่ผู้นำตลาดคือ ซอฟเฟล มีส่วนแบ่ง 40% อันดับ 2 คือ กย.15 มีส่วนแบ่ง 25%

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 115 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ (ซอย 10) แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 และสำนักงานสาขา ตั้งอยู่ที่ 600/4 หมู่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20280 โดยได้มอบหมายว่าจ้างให้บริษัทในเครือที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 2 รายเป็นผู้ดำเนินการผลิต ทำการจัดหาวัตถุดิบและพัฒนาสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับทิศทางการตลาด รวมทั้ง บริษัทเหล่านี้เป็นผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต ISO 9001 และ GMP ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบในเรื่องการจัดหาผลิตภัณฑ์และคุณภาพทางสินค้า

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง

บริษัท ยามาฮ่า (ประเทศไทย) จำกัด

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตน้ำยาข้อมผสม น้ำยาตัดผมและครีมเปลี่ยนสีผม

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

● กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะทำการผลิตสินค้าคุณภาพที่ดี ในราคาที่เหมาะสมกับสถานะของตลาด โดยบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้าที่ดี (GMP) จากองค์การอาหารและยา (อ.ย.) กระทรวงสาธารณสุข

● ลักษณะลูกค้า

ทางบริษัทฯ ได้แบ่งลักษณะลูกค้าออกเป็น 2 ลักษณะ ออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ซึ่งเป็นลูกค้าในลักษณะของกลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มแม่บ้านซึ่งใช้บริการตามสถานเสริมความงามทั่วไป
2. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งแบ่งได้ 2 กลุ่ม ได้แก่
 - 2.1 กลุ่มลูกค้าชาวเอเชีย หรือกลุ่มคนที่มีลักษณะเส้นผมดำเป็นพื้นฐาน และเป็นกลุ่มคนที่ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อปกปิดผมขาวให้ได้สีธรรมชาติเป็นหลัก
 - 2.2 กลุ่มลูกค้าชาวยุโรป ซึ่งมีลักษณะเส้นผมต่างจากชาวเอเชีย และเป็นกลุ่มที่ใช้ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผมลักษณะแฟชั่นเป็นหลัก

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้น ทางบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการรักษากลุ่มลูกค้าเดิมที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อยู่เป็นประจำ เพื่อให้ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องและตลอดไป นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ได้มุ่งเน้นที่คุณภาพของสินค้าให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานที่ดี และราคาที่เหมาะสม เพื่อที่จะพยายามที่จะเพิ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ในตลาดให้เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม โดยเฉพาะในตลาดส่งออก ซึ่งที่ผ่านมาสามารถส่งออกเพิ่มขึ้นในตลาดทางออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

● การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ ทำการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยผ่านทางบริษัทตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยที่บริษัทตัวแทนจำหน่ายจะอาศัยวิธีการจำหน่ายโดยการขายปลีก ขาย

..... รับรองความถูกต้อง

ส่ง ผ่านทางสถานเสริมความงามโดยตรง และวางจำหน่ายตามห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และอื่น ๆ โดยสัดส่วนในการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศจะเท่ากับ 19 : 81 ของมูลค่าการจำหน่ายรวม

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาพของการแข่งขันของตลาดในสินค้าผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันนี้มีค่อนข้างสูง ทั้งจากผู้ผลิตจากภายในประเทศด้วยกัน และจากผู้ที่น่าเข้ามาจากต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จำเป็นที่จะต้องพยายามทำการผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพที่ดีและมีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องในราคาต้นทุนที่ต่ำ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับตลาด และจะต้องพยายามรักษากลุ่มของลูกค้าประจำ และในขณะเดียวกันก็ต้องพยายามเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในผลิตภัณฑ์สินค้าของบริษัทฯ ให้มากกว่าเดิมอยู่เสมอ โดยในการนี้บริษัทฯ และบริษัทตัวแทนจำหน่ายได้ร่วมกันเพื่อที่จะพยายามออกสินค้านวัตกรรมใหม่ ๆ และปรับปรุงสูตรใหม่เพื่อดึงดูดความสนใจ และเพื่อกระตุ้นความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์จากลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ในตลาดอยู่เสมอ ๆ อีกด้วย อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ก็ต้องพยายามรักษามาตรฐานไว้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของการผลิตและการส่งมอบสินค้าให้ทันกับความต้องการของลูกค้า

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบในการผลิต บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นที่จะแสวงหาแหล่งของวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานจากผู้ผลิตวัตถุดิบทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะสนับสนุนให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ตามเป้าหมาย นอกจากการคัดสรรผู้ผลิตที่สามารถสนับสนุนวัตถุดิบที่มีคุณภาพให้กับบริษัทแล้ว บริษัทฯ ยังเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตวัตถุดิบ มีผลทำให้บริษัทได้รับการสนับสนุนที่ดีจากผู้ผลิตวัตถุดิบ ทั้งด้านราคา คุณภาพการจัดส่งที่ทันเวลาสำหรับการผลิต และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อีกทั้งบริษัทฯ ได้มีการดำเนินนโยบายในการค้นหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานจากผู้ผลิตหรือตัวแทนผู้ผลิตภายในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งจะทำให้บริษัทมีการจัดการวัตถุดิบที่ทันต่อเวลา ลดความเสียหายอันอาจเกิดจากการขนส่ง และลดค่าขนส่งในการนำเข้าวัตถุดิบได้ดียิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริโภคยังคงได้รับสินค้าที่มีคุณภาพดีมีมาตรฐาน ในราคาที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

สำหรับกระบวนการกำจัดของเสีย และกากอุตสาหกรรมนั้น ในส่วนของการบำบัดน้ำเสีย บริษัทฯ ได้ใช้บริการของบ่อบำบัดน้ำเสียรวมของโครงการฯ และในส่วนของกากอุตสาหกรรม (ถ้า

..... รับรองความถูกต้อง

มี) บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนขออนุญาตในการขนย้ายและการกำจัดกากอุตสาหกรรม ต่อกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับในเรื่องของการกำจัดกากอุตสาหกรรม โดยบริษัทฯ ได้จัดส่งกากอุตสาหกรรมดังกล่าวเพื่อทำการกำจัดไปยังบริษัทที่รับจัดการทำลายกากอุตสาหกรรม ซึ่งได้รับการรับรองจากภาครัฐให้เป็นผู้ดำเนินการรับไปจัดการทำลาย ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับของกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยเรื่องการจัดกากอุตสาหกรรม และเพื่อป้องกันอันตรายจากกากอุตสาหกรรมและรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี -

บริษัท ออปอเรชั่นนอล เอ็นเนอร์ยี กรุ๊ป จำกัด

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการเกี่ยวกับผลิต และบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าในโครงการผู้ผลิตกระแสไฟฟ้าเอกชน และโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมทั้งให้บริการเช่าเครื่องจักรผลิตกระแสไฟฟ้า

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

● กลยุทธ์การแข่งขัน

ผู้บริหารและพนักงานระดับปฏิบัติการ โดยบริษัท ฯ ประกอบการภายใต้การรับรองคุณภาพ ISO 9001:2000 จาก BSI Certification Services (Thailand) Ltd. ข้อกำหนดของผู้รับรองและได้รับการตรวจรับรองคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 จาก BSI Certification Services (Thailand) Ltd.เช่นเดียวกัน

● ลักษณะลูกค้า

ลูกค้าของบริษัทฯ ในส่วนการผลิตและบำรุงรักษา ได้แก่ เจ้าของ ผู้ลงทุนและได้รับการส่งเสริมให้เป็นผู้ผลิตกระแสไฟฟ้าเอกชน ส่วนใหญ่เป็นบริษัทในประเทศไทยที่มีการร่วมทุนกับต่างชาติ ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและมีสัญญาผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าให้กับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และผู้ใช้ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องโดยตรง ในบริเวณใกล้เคียงกับโรงไฟฟ้า

..... รับรองความถูกต้อง

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

บริษัทฯ แสวงหาลูกค้าจากกลุ่มผู้ผลิตไฟฟ้าภาคเอกชน โครงการอสังหาริมทรัพย์ที่มีชื่อเสียงได้รับความเชื่อถือจากตลาดที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว และโรงงานอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับพลังงานซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่จะขยายความสามารถในการผลิตของตนให้ทันต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

บริษัทฯ เสนอการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย และบริษัทฯ ยังมุ่งรักษาคุณภาพและผลงานของการบริการให้แก่ลูกค้าในปัจจุบันอย่างต่อเนื่องตลอดไป พร้อมกับพยายามขยายฐานลูกค้าไปยังโครงการที่กำลังก่อสร้าง และโครงการที่กำลังได้รับการส่งเสริมใหม่เช่นการผลิตไฟฟ้าจากผลิตภัณฑ์การเกษตร พร้อมทั้งมุ่งขยายกิจการไปสู่การจำหน่ายวัสดุที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโรงงาน และอุตสาหกรรมบริการที่กำลังเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาพการแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการเดินเครื่องและบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าอยู่ในภาวะการแข่งขันสูงมีผู้ประกอบการจากทั้งในประเทศและผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ แต่เนื่องจากภาวะกำลังผลิตไฟฟ้าสำรองอยู่ในภาวะทรงตัว และภาวะความต้องการใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มสูงขึ้นตามสภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจ บริษัทฯ จึงเชื่อว่าจะเป็นโอกาสให้สามารถขยายงานเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าได้

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มุ่งรักษาคุณภาพและผลงานของการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีการประเมินผลงานของผู้จำหน่ายสินค้า หรือผู้ให้บริการต่อบริษัทฯ และแสวงหาผู้จำหน่ายสินค้าหรือผู้ให้บริการที่มีคุณภาพใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง

บริษัท ชาลด์อง (ประเทศไทย) จำกัด**1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ปรับอากาศ และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน**(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ****● กลยุทธ์การแข่งขัน**

เนื่องจากตลาดสินค้าประเภททำความสะอาดและปรับอากาศเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันเป็นตลาดใหญ่ที่มีการแข่งขันสูงมาก จึงเน้นการแข่งขันด้านราคาและคุณภาพ โดยศึกษาวิจัยผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะและรูปลักษณ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคตลอดเวลา และโดยเฉพาะมีการควบคุมการผลิตอย่างมีคุณภาพสม่ำเสมอ

● ลักษณะลูกค้า

ลูกค้าของบริษัทฯ เป็นลูกค้าภายในประเทศ โดยลูกค้าหลักเป็นลูกค้าที่มีฐานะการเงินมั่นคง และอยู่ในตลาดมานาน ปัจจุบันบริษัทฯ มีการส่งออกสินค้ายังประเทศในเอเชีย

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนมากเป็นลูกค้าผู้จัดจำหน่ายระดับกลาง และบางส่วนบริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายให้ลูกค้าโดยตรง

● การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ธุรกิจส่วนมากของบริษัทฯ เป็นผู้รับจ้างผลิตให้กับบริษัทผู้ประกอบการ และบางส่วนบริษัทฯ จัดจำหน่ายทั้งขายตรง และขายผ่านห้างสรรพสินค้า รวมถึงตลาดส่งออก

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ตลาดของผลิตภัณฑ์ปรับอากาศ และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเป็นตลาดใหญ่และมีผู้ผลิตขนาดเล็กใหญ่มากมาย ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ผู้บริโภคใส่ใจในราคามากกว่ายี่ห้อ บริษัทฯ ได้ศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่องโดยผ่านการควบคุมคุณภาพและมาตรฐาน (GMP) จากกระทรวงสาธารณสุขเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าจึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของลูกค้าและผู้บริโภค

..... รับรองความถูกต้อง



3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ จัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์จากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยคำนึงถึงคุณภาพและราคาที่เหมาะสม

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง