

4. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ คือ เครื่องสำอางทุกประเภท อาทิเช่น แป้ง ครีม ลิป โดยบริษัท มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ด้วยเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีมาตรฐาน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพระดับโลก ซึ่งจากใบรับรองมาตรฐานคุณภาพเหล่านี้สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น อาทิเช่น

- หนังสือรับรองมาตรฐานการผลิต “GMP” จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) กระทรวงสาธารณสุข
- ใบรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2008 จากสถาบัน RWTUV ประเทศเยอรมัน
- ใบรับรองระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 จากสถาบัน RWTUV ประเทศเยอรมัน
- ใบรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 17025 เครื่องสำอางประเภทโลชั่น จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
- ใบรับรองด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001 : 2007 จากสถาบัน RWTUV ประเทศเยอรมัน

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

● กลยุทธ์การแข่งขัน

ตลาดเครื่องสำอางทั้งในและต่างประเทศในปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เน้นเครื่องสำอางที่มีสารสกัดที่มีคุณประโยชน์จากธรรมชาติ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องไม่มีส่วนผสมที่เป็นสารสังเคราะห์ คุณภาพสูง รวมถึงราคาและบริการที่ลูกค้าพอใจ บริษัทฯ จึงเน้นกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ดังนี้

..... รับรองความถูกต้อง

1. ด้านผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และส่วนผสมหรือสูตรที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยมีแผนวิจัยและพัฒนาสินค้าเพื่อทำหน้าที่ค้นคว้าและวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อเสนอแก่ลูกค้า อีกทั้งมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าให้มีความสวยงาม ทันสมัย สะดวกต่อการใช้งาน รวมถึงการพัฒนาคุณภาพสินค้าที่มีอยู่ให้ดีขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อสร้างความพึงพอใจในความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ 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

..... รับรองความถูกต้อง

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการระดับกลางขึ้นไป ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่สุด โดยเน้นคุณภาพสินค้าให้มีราคาดีดึงดูดความสนใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

บริษัทฯ มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ ลักษณะการขายจะเป็นแบบ Contract manufacturing ลูกค้าของบริษัทฯ มีทั้งประเภทที่สั่งซื้อสินค้าไปจำหน่ายแบบขายตรง (Direct Sales) และตามห้างสรรพสินค้า (Counter Sales) สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศต่อการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ เท่ากับ 66 : 34 ประเทศที่บริษัทฯ ส่งผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่าย คือ อังกฤษ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย มาเลเซีย ฮองกง อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

อีกทั้งบริษัทฯ มีเป้าหมายในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยการเข้าร่วมในงานแสดงสินค้าในประเทศ เช่น งานแสดงสินค้าของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ เช่น ฮองกง อเมริกา เป็นต้น เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการหาลูกค้ารายใหม่

(ข) 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 อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20280 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตปีละ 95 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 2552 มีจำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบมากกว่า 500 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ เท่ากับ 80 : 20

กระบวนการผลิต บริษัทฯ ได้รับความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคจาก บริษัทผู้มีความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคจากประเทศสหรัฐอเมริกา และไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเห็นได้จากนโยบายสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งเน้นการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด ปฏิบัติงานทุกคนตระหนักและป้องกันปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรในกระบวนการผลิตอย่างประหยัด และมีประสิทธิภาพสูงสุด

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง

บริษัท ท็อปเทิร์นดี แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด**1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้กับเครื่องสำอาง ยา เช่น หลอด , ขวด , กระจก , ตลับแป้ง , แท่งลิปสติก, รวมถึงมีการจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทฯ ไม่ได้เป็นผู้ผลิต อาทิ ฝาปั๊ม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร

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

บริษัทฯ มุ่งมั่นจะพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้มีความรวดเร็วและคล่องตัวในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการสร้างกิจกรรมที่สนับสนุนต่อการจัดการ ทั้งในรูปแบบการจัดตั้งองค์กร การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนของแต่ละกิจกรรม และกระบวนการติดตามเพื่อประเมินผลของกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการเติมเต็มความรู้ทั้งด้านทักษะการทำงานและการสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานในการทำงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ ทั้งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ การส่งมอบ และราคาที่เหมาะสม ในการเป็นคู่ค้ากับบริษัทฯ อีกทั้งบริษัทฯ ยังคงสภาพระบบการบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 เป็นมาตรฐานการทำงานต่อไป

● ลักษณะลูกค้า

บริษัทฯ มีลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่ลูกค้าหลักเป็นลูกค้าในประเทศที่มีการทำการค้าขายกันมาเป็นเวลานานและเป็นลูกค้าที่มีความมั่นคง, เป็นผู้นำในตลาดและมีสัมพันธ์เชิง “เป็นคู่ค้าทางธุรกิจ” กับบริษัทฯ มาเป็นเวลานาน

กลุ่มลูกค้าต่างประเทศโดยส่วนใหญ่จะขยายไปยังประเทศในกลุ่ม AFTA เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ จนเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในด้านความเป็นผู้นำด้านผลิตบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะงานหลอดตลาดนี้มีการขยายตัวขึ้นทุกปี และบริษัทมีแผนจะขยายตลาดไปภูมิภาคอื่น ๆ เช่น ออสเตรเลีย และประเทศในโซนยุโรป

..... รับรองความถูกต้อง

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

ลูกค้าหลักยังคงเป็นลูกค้ากลุ่มเครื่องสำอาง ซึ่งเป้าหมายบริษัทมุ่งจะขยายไปสู่ธุรกิจกลุ่มอื่น ๆ เช่นกลุ่มเวชสำอาง, อาหารและยา, ผลิตภัณฑ์เส้นผม และอื่น ๆ เพื่อขยายตลาดให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคง

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

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

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรมยังคงเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ราคาที่เหมาะสม การส่งมอบที่ครบถ้วน การติดต่อประสานงานและการบริการที่ถูกต้องรวดเร็ว รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการของตลาด ผู้นำตลาดหลักๆ ในธุรกิจประเภทนี้มีประมาณ 7 ราย เมื่อเทียบกับผู้นำตลาด บริษัท ฯ จัดอยู่ในระดับกลางที่มีฐานะการเงินที่มั่นคง ผลประกอบการที่ดี มีทีมบริหารการจัดการที่มีประสิทธิภาพสูง มีความพร้อมในการแข่งขัน

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ จะมุ่งเน้น ไปยังสินค้าที่ได้คุณภาพตามความต้องการของลูกค้า ราคาที่ยุติธรรม การบริการที่ดี การส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน ตามเวลาที่กำหนด มีการออกแบบและมีการผลิตแม่พิมพ์

บริษัทฯ มีการนำเครื่องจักรที่ทันสมัย มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานรวดเร็ว ซึ่งการบริการเหล่านี้จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ของบริษัท ทำให้มีการสั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงแนะนำไปยังบริษัทฯ คู่ค้าหรือบริษัทฯ ในเครือข่ายต่อไป ทำให้เราสามารถขยายช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง

บริษัท ไรต์ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

● กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทฯ เป็นผู้บุกเบิกผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวและกิจกรรมกลางแจ้ง โดยเน้นกลยุทธ์การแข่งขันไปที่ การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการขายโดยมุ่งไปยังกลุ่มลูกค้าในตลาดแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก รวมทั้งใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าให้สูงกว่าคู่แข่ง เพื่อเน้นถึงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า นอกจากนี้ยังคงรักษารฐานลูกค้าเดิมที่มีอยู่เพื่อเน้นการบริหารลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยนำเครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ มาช่วย อาทิเช่น การลด แลก แจก แถม การสะสมยอดขาย เป็นต้น รวมถึงนำกิจกรรมทางการตลาดไปใช้กับร้านค้ามากขึ้น ในไตรมาสสุดท้ายของปี 2552 บริษัทฯ มีแผนที่จะออกสินค้าใหม่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันยูงในส่วนผสมของ DEET 55 โดยมีการปรับปรุงลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างไปจากเดิม และเน้นถึงเป็นผลิตภัณฑ์กันยูงในระดับพรีเมียมมากขึ้น ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ป้องกันแดดจากการศึกษาเราเชื่อว่า SPF 40 เพียงพอต่อการป้องกันแสงแดดแล้ว จึงยังไม่มีแผนการออกสินค้าใหม่แต่อย่างใด

● ลักษณะลูกค้า

ลูกค้าของบริษัทฯ เป็นลูกค้าภายในประเทศทั้งคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ปัจจุบันได้มีการจำหน่ายในประเทศกัมพูชาแล้ว และมีเป้าหมายที่จะส่งออกไปยังต่างประเทศในแถบอินโดจีน

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ และนักกิจกรรมกลางแจ้ง

..... รับรองความถูกต้อง

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

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

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ตลาดผลิตภัณฑ์กันแดด และกันยูง มีภาวะการแข่งขันสูง โดยมีเจ้าตลาดที่เป็นเบอร์หนึ่งของตลาดที่ครองตลาดอยู่ ประกอบกับมีจำนวนคู่แข่งรายใหม่ ๆ และรายเดิมทั้งบริษัทจากต่างประเทศและในประเทศเอง ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ประกอบกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ต้องอาศัยการท่องเที่ยวเป็นหลัก จึงทำให้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมนี้โดยตรง ดังนั้นแต่ละบริษัทจึงมุ่งทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างคึกคักในช่วง Hi season (ตุลาคม-พฤษภาคม) เป็นหลัก เพื่อหวังดึงยอดขายให้มากที่สุด ถึงแม้ในช่วงปี 2552 จะมีปัจจัยหลายด้านส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการเมือง เศรษฐกิจ ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวชะงักไปบ้างในช่วงต้นปี แต่ปลายปีก็มีสัญญาณที่ดีทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศดีขึ้น จึงทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์กันแดด และกันยูง กลับมาคึกคักอีกครั้งหนึ่ง

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง

บริษัท อี เอฟ จำกัด**1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค

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

บริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งกลุ่มสินค้า PERSONAL CARE และ เคมีภัณฑ์ ทำความสะอาด รวมถึงอุปกรณ์ และ ของใช้ในการผลิตสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม ให้แก่ลูกค้าทั้งกลุ่ม WHOLESALE บริษัท CLEANING และ END USER กลุ่มโรงงาน อุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ เน้นกลยุทธ์การแข่งขันด้านคุณภาพและราคาที่ดีกว่าคู่แข่ง รวมถึง การบริการที่ให้ความสะดวกต่อลูกค้าแบบ one stop service และส่งเสริมการตลาดโดยการ จัด สินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้จริง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าก่อนการซื้อ

● ลักษณะลูกค้า

เป็น WHOLESALE ในกลุ่มธุรกิจบริการและอุตสาหกรรมและสถานประกอบการเป็น ส่วนใหญ่

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มธุรกิจบริการ อุตสาหกรรม ร้านค้าปลีกและส่ง และ TRADER ทั้งในและต่างประเทศ

● การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ เน้นการจัดจำหน่ายผ่าน WHOLESALE เป็นหลัก บริษัทรับจ้างทำความสะอาด เป็นหลัก และจัดจำหน่ายตรงในกลุ่ม END USER อุตสาหกรรมและบริการ ได้มากขึ้นจากการเพิ่ม เขตการขายในกรุงเทพและปริมณฑล

..... รับรองความถูกต้อง

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

มีการแข่งขันสูงกับผู้ผลิตรายใหญ่และรายย่อยในประเทศ แต่บริษัทยังมีขีดความสามารถในการขยายตลาดได้อีก จากจุดเด่นด้านคุณภาพและบริการ

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล - ยูเค จำกัด**1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

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

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึง คุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการทำตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังประเทศอังกฤษด้วย

● ลักษณะลูกค้า

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีลูกค้าในต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ลูกค้าหลักของบริษัทฯ เป็นบริษัทแม่และบริษัทในเครือของบริษัทแม่ ซึ่งเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงข้ามชาติหรือเป็นผู้นำด้านการผลิตเครื่องสำอางของประเทศไทย

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าหลักยังคงเป็นลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งเป้าหมายบริษัทมุ่งจะขยายไปสู่ธุรกิจกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มเวชสำอาง, อาหารและยา, และอื่นๆ เพื่อขยายตลาดให้เจริญเติบโตมากขึ้น

● การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ เสนอการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริหารระดับสูงของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเน้นคุณภาพและราคาของสินค้า และความเร็วในการตอบสนองความต้องการ

..... รับรองความถูกต้อง

(ค) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรมยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า การส่งมอบ ราคา การให้บริการ ทั้งนี้ ประเทศอังกฤษยังคงเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลความงามและสุขภาพ ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อจัดหาและตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในประเทศอังกฤษ และประเทศใกล้เคียง ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

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

..... รับรองความถูกต้อง

- **ลักษณะลูกค้า**

ลูกค้าของบริษัทฯ ในส่วนการผลิตและบำรุงรักษา ได้แก่ เจ้าของ ผู้ลงทุนและได้รับการส่งเสริมให้เป็นผู้ผลิตกระแสไฟฟ้าเอกชน ส่วนใหญ่เป็นบริษัทในประเทศไทยที่มีการร่วมทุนกับต่างชาติ ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและมีสัญญาผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าให้กับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และผู้ใช้ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องโดยตรง ในบริเวณใกล้เคียงกับโรงไฟฟ้า

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

บริษัทฯ แสวงหาลูกค้าจากกลุ่มผู้ผลิตไฟฟ้าภาคเอกชน โครงการอสังหาริมทรัพย์ที่มีชื่อเสียงได้รับความเชื่อถือจากตลาดที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว และโรงงานอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับพลังงานซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่จะขยายความสามารถในการผลิตของตนให้ทันต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

บริษัทฯ เสนอการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย และบริษัทฯ ยังมุ่งรักษาคุณภาพและผลงานของการบริการให้แก่ลูกค้าในปัจจุบันอย่างต่อเนื่องตลอดไป พร้อมกับพยายามขยายฐานลูกค้าไปยังโครงการที่กำลังก่อสร้าง และโครงการที่กำลังได้รับการส่งเสริมใหม่เช่นการผลิตไฟฟ้าจากผลิตภัณฑ์การเกษตร พร้อมทั้งมุ่งขยายกิจการไปสู่การจำหน่ายวัสดุที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโรงงาน และอุตสาหกรรมบริการที่กำลังเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาพการแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการเดินเครื่องและบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าอยู่ในภาวะการแข่งขันสูงมีผู้ประกอบการจากทั้งในประเทศและผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ แต่เนื่องจากภาวะกำลังผลิตไฟฟ้าสำรองอยู่ในภาวะทรงตัว และภาวะความต้องการใช้ไฟฟ้ามียุทธศาสตร์แนวโน้มสูงขึ้นตามสภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจ บริษัทฯ จึงเชื่อว่าจะเป็นโอกาสให้สามารถขยายงานเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าได้

..... รับรองความถูกต้อง

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มุ่งรักษาคุณภาพและผลงานของการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีการประเมินผลงานของผู้จำหน่ายสินค้า หรือผู้ให้บริการต่อบริษัทฯ และแสวงหาผู้จำหน่ายสินค้าหรือผู้ให้บริการที่มีคุณภาพใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

บริษัท ยามาฮ่าที (ประเทศไทย) จำกัด

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตน้ำยาข้อมผสม น้ำยาตัดผมและครีมเปลี่ยนสีผม

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

● กลยุทธ์การแข่งขัน

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

● ลักษณะลูกค้า

ทางบริษัทฯ ได้แบ่งลักษณะลูกค้าออกเป็น 2 ลักษณะ ออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ซึ่งเป็นลูกค้าในลักษณะของกลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มแม่บ้านซึ่งใช้บริการตามสถานเสริมความงามทั่วไป นอกจากนี้ทางบริษัทยังได้เพิ่มสินค้าแฟชั่นสำหรับกลุ่มวัยรุ่นอีกด้วย

..... รับรองความถูกต้อง

2. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งแบ่งได้ 2 กลุ่ม ได้แก่
 - กลุ่มลูกค้าชาวเอเชีย หรือกลุ่มคนที่มีลักษณะเส้นผมดำเป็นพื้นฐาน และเป็นกลุ่มคนที่ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อปกปิดผมขาวให้ได้สีธรรมชาติเป็นหลัก
 - กลุ่มลูกค้าชาวยุโรป ซึ่งมีลักษณะเส้นผมต่างจากชาวเอเชีย และเป็นกลุ่มที่ใช้ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผมลักษณะแฟชั่นเป็นหลัก

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

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

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

บริษัทฯ ทำการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยผ่านทางบริษัทตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยที่บริษัทตัวแทนจำหน่ายจะอาศัยวิธีการจำหน่ายโดยการขายปลีก ขายส่ง ผ่านทางสถานเสริมความงามโดยตรง และวางจำหน่ายตามห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และอื่น ๆ โดยสัดส่วนในการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศจะเท่ากับ 20 : 80 ของมูลค่าการจำหน่ายรวม

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาพของการแข่งขันของตลาดในสินค้าผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันนี้มีค่อนข้างสูง ทั้งจากผู้ผลิตจากภายในประเทศด้วยกัน และจากผู้ที่น่าเข้ามาจากต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จำเป็นที่จะต้องพยายามทำการผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพที่ดีและมีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องในราคาต้นทุนที่ต่ำ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับตลาด และจะต้องพยายามรักษากลุ่มของลูกค้าประจำ และในขณะเดียวกันก็จะต้องพยายามเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในผลิตภัณฑ์สินค้าของบริษัทฯ ให้มากกว่าเดิมอยู่เสมอ โดยในการนี้บริษัทฯ และบริษัทตัวแทนจำหน่ายยังคงร่วมกันพยายามออก

..... รับรองความถูกต้อง

สินค้ารูปแบบใหม่ ๆ และปรับปรุงสูตรใหม่เพื่อดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์จากลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ในตลาดอยู่เสมอ ๆ อีกด้วย อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ก็ต้องพยายามรักษามาตรฐานไว้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของการผลิตและการส่งมอบสินค้าให้ทันกับความต้องการของลูกค้าที่มีเพิ่มมากขึ้นจากปีที่ผ่านมา

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทได้มีการจัดหาวัตถุดิบในส่วนของเคมีภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าจากผู้ผลิตที่มีมาตรฐานทั้งในด้านคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตจากผู้ผลิตภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ตามมาตรฐานสากล นอกจากการคัดสรรผู้ผลิตที่มีคุณภาพแล้ว บริษัทยังเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตวัตถุดิบทำให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้บริษัทได้รับวัตถุดิบที่เหมาะสมกับประเภทของสินค้าและกระบวนการผลิต ส่งผลให้ประสิทธิภาพการผลิตของบริษัทสูงขึ้น และทำให้บริษัทสามารถลดการสูญเสียในขั้นตอนการผลิต ซึ่งส่งผลบริษัทสามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันราคาในตลาดได้ นอกจากนี้การพัฒนาร่วมกันกับผู้ผลิตวัตถุดิบยังสนับสนุนต่อการบริหารจัดการส่งที่ทันเวลาสำหรับการผลิต ส่งผลให้บริษัทสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทยังคงดำเนินนโยบายในการค้นหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆที่มีคุณภาพตามมาตรฐานจากผู้ผลิตหรือตัวแทนผู้ผลิตภายในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ทำให้บริษัทมีการจัดการวัตถุดิบที่ทันต่อการใช้วัตถุดิบ ลดความเสียหายอันอาจเกิดจากการขนส่ง และลดค่าขนส่งในการนำเข้าวัตถุดิบได้ดียิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริโภคยังคงได้รับสินค้าที่มีคุณภาพดีมีมาตรฐาน ในราคาที่ผู้บริโภคพึงพอใจ

สำหรับกระบวนการกำจัดของเสีย และกากอุตสาหกรรมนั้น ในส่วนของการบำบัดน้ำเสีย บริษัทได้ใช้บริการของบ่อบำบัดน้ำเสยรวมของโครงการฯ และในส่วนของกากอุตสาหกรรม บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนขออนุญาตในการกำจัดและการขนย้ายกากอุตสาหกรรม ต่อกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม โดยบริษัทฯ ได้จัดส่งกากอุตสาหกรรมดังกล่าวเพื่อทำการกำจัดไปยังบริษัทที่รับจัดการทำลายกากอุตสาหกรรม ซึ่งได้รับการรับรองจากภาครัฐให้เป็นผู้ดำเนินการรับไปจัดการทำลาย ทั้งนี้เพื่อป้องกันอันตรายจากกากอุตสาหกรรมและรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม และเพื่อให้เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับของกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยเรื่องการกำจัดกากอุตสาหกรรม

..... รับรองความถูกต้อง



4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

..... รับรองความถูกต้อง