

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

(หน่วย 1 : 1 ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์/บริการ		ดำเนินการ โดย	% การถือหุ้น ของบริษัท	ปี 2557		ปี 2556		ปี 2555	
				รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
เครื่องสำอาง	- ในประเทศ	S&J	-	2,431.5	51.4	2,417.3	54.1	2,580.9	60.2
	- ต่างประเทศ			2,193.8	46.3	1,924.8	43.1	1,593.5	37.2
เงินปันผล				76.9	1.6	76.8	1.7	61.1	1.4
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม				32.2	0.7	47.8	1.1	50.6	1.2
รวม				4,734.4	100.0	4,466.7	100.0	4,286.1	100.0
บรรจุภัณฑ์พลาสติก	- ในประเทศ	TTM	50.00	950.1	89.1	945.5	90.0	977.7	90.0
	- ต่างประเทศ			116.2	10.9	99.4	10.0	109.1	10.0
รวม				1,066.3	100.0	1,044.9	100.0	1,086.8	100.0
อุปโภคและบริโภค	- ในประเทศ	WL	99.99	14.6	100.0	19.0	100.0	21.9	100.0
	- ต่างประเทศ			-	-	-	-	-	-
รวม				14.6	100.0	19.0	100.0	21.9	100.0
อุปโภคและบริโภค	- ในประเทศ	EF	99.99	26.1	100.0	24.2	100.0	16.2	100.0
	- ต่างประเทศ			-	-	-	-	-	-
รวม				26.1	100.0	24.2	100.0	16.2	100.0
บริการทางการตลาด	- ในประเทศ	S&J-UK	100.00	-	-	-	-	-	-
จำหน่ายวัสดุดิบและบรรจุภัณฑ์	- ต่างประเทศ			223.3	100.0	197.6	100.0	172.1	100.0
รวม				223.3	100.0	197.6	100.0	172.1	100.0
บริการทางการตลาด	- ในประเทศ	S&J-China	100.00	-	-	-	-	-	-
จำหน่ายวัสดุดิบและบรรจุภัณฑ์	- ต่างประเทศ			0.6	100.0	0.5	100.0	5.0	100.0
รวม				0.6	100.0	0.5	100.0	5.0	100.0
บริการทางการตลาด	- ในประเทศ	S&J-HK	100.00	-	-	-	-	-	-
จำหน่ายวัสดุดิบและบรรจุภัณฑ์	- ต่างประเทศ			21.9	100.0	17.5	100.0	16.7	100.0
รวม				21.9	100.0	17.5	100.0	16.7	100.0
บริการเกี่ยวกับการ	- ในประเทศ	OEG	30.00	486.0	100.0	398.4	100.0	438.4	100.0
เดินเครื่องโรงไฟฟ้า	- ต่างประเทศ			-	-	-	-	-	-
รวม				486.0	100.0	398.4	100.0	438.4	100.0
ผลิตภัณฑ์เส้นผม	- ในประเทศ	YHT	30.00	1,054.3	95.0	386.0	26.0	509.9	31.5
	- ต่างประเทศ			55.8	5.0	1,101.0	74.0	1,111.3	68.5
รวม				1,110.1	100.0	1,487.0	100.0	1,621.2	100.0
ผลิตและจัดจำหน่าย	- ในประเทศ	OSI	33.19	473.6	99.5	473.3	99.4	473.3	99.6
เวชภัณฑ์เพื่อรักษาโรค	- ต่างประเทศ			2.6	0.5	2.8	0.6	2.1	0.4
รวม				476.2	100.0	476.1	100.0	475.4	100.0

..... รับรองความถูกต้อง

2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละกลุ่มธุรกิจ

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ คือ เครื่องสำอางทุกประเภท อาทิเช่น แป้ง ครีม ลิป โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ด้วยเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย และมีมาตรฐาน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพระดับโลก ซึ่งจากใบรับรองมาตรฐานคุณภาพเหล่านี้สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น อาทิเช่น

- หนังสือรับรองมาตรฐานการผลิต "GMP" จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) กระทรวงสาธารณสุข
- ใบรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2008 จาก TUV ASIA PACIFIC LIMITED – Hong Kong
- ใบรับรองระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 จาก TUV ASIA PACIFIC LIMITED – Hong Kong
- ใบรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO17025 เครื่องสำอาง ประเภทโลชั่นจาก กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
- ใบรับรองด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001 : 2007 จาก TUV ASIA PACIFIC LIMITED – Hong Kong
- ใบรับรอง CSR-DIW (Corporate Social Responsibility - Department of Industrial Work) หรือเทียบเท่า ISO 26000
- ใบรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 22716 : 2007 จาก TUV ASIA PACIFIC LIMITED – Hong Kong

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

• กลยุทธ์การแข่งขัน

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางมีการแข่งขันสูง และเป็นธุรกิจแบบไร้พรมแดน หลังจากเครื่องสำอางเป็นอุตสาหกรรมที่ภาครัฐ เปิดให้มีการแข่งขันเสรีได้ "คู่แข่ง" เป็นอีกปัจจัยที่ต้องตระหนัก โดยเฉพาะจีน-อินเดีย ที่เจาะตลาดเดียวกับไทย ทั้งสองประเทศมีวัตถุดิบสมุนไพรเหมือนกัน แต่ไทยจะได้เปรียบเพราะยังไม่พบปัญหาโลหะหนักปนเปื้อน แต่ไทยก็เสียเปรียบด้านต้นทุนสูงกว่าคู่แข่ง โดยเฉพาะต้นทุนแรงงานไทยไม่สามารถสู้ได้เลย

เครื่องสำอางเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น ไม่เฉพาะกลุ่มสตรีเท่านั้น ในปัจจุบันจะพบว่าตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีความหลากหลายทั้งในเรื่องของราคาและคุณภาพที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน นำไปสู่ภาวะการแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีมูลค่ามหาศาลเพิ่มสูงขึ้นทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดนอกประเทศและทวีความรุนแรงมากขึ้น

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เน้นเครื่องสำอางที่มีสารสกัดที่มีคุณประโยชน์จากธรรมชาติ 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

5. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ใช้วัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือแม้กระทั่งบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Refill) ลดการใช้พลังงานให้น้อยลง แต่ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานให้มากขึ้น

• ลักษณะลูกค้า

บริษัทฯ มีลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าภายในประเทศ ซึ่งมีทั้งแบรนด์ต่างประเทศและในประเทศ ลูกค้าหลักของบริษัทฯ เป็นลูกค้าที่มีชื่อเสียงข้ามชาติหรือเป็นผู้นำด้านการตลาดของประเทศ และเป็นลูกค้าที่มีประสิทธิภาพที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ มานานนับสิบปี ในขณะที่บริษัทฯ ก็มีการขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ลูกค้าเหล่านี้มีประสิทธิภาพสูงฐานะการเงินดี

• กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการระดับกลางขึ้นไป ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่สุด โดยเน้นคุณภาพสินค้าให้มีความดึงดูดความสนใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้

• การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ ลักษณะการขายจะเป็นแบบ Contract manufacturing ลูกค้าของบริษัทฯ มีทั้งประเภทที่สั่งซื้อสินค้าไปจำหน่ายแบบขายตรง (Direct Sales) และตามห้างสรรพสินค้า (Counter Sales) สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศต่อการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ เท่ากับ 53 : 47 ประเทศที่บริษัทฯ ส่งผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่าย คือ อังกฤษ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย มาเลเซีย ฮองกง อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

อีกทั้งบริษัทฯ มีเป้าหมายในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยการเข้าร่วมในงานแสดงสินค้าในประเทศ เช่น งานแสดงสินค้าของธุรกิจเครื่องสำอางค์ และงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ เป็นต้น เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการหาลูกค้ารายใหม่

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมจะเป็นการแข่งขันในเรื่องคุณภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และความหลากหลาย ราคาและการบริการที่ลูกค้าพอใจ การตลาดที่บริษัทฯ แข่งขันอยู่จึงมีลักษณะแบบมีคุณภาพสูง คู่แข่งที่อยู่ในตลาดเดียวกันกับบริษัทฯ ที่บริษัทฯ ถือว่าเป็นคู่แข่งมีอยู่ 2 รายโดยที่มีขนาดของบริษัทที่ใกล้เคียงกัน

S&J เป็นโรงงานผลิตเครื่องสำอางชั้นนำที่มีผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการบริหารและจัดการ ในขณะที่พนักงานก็ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการผลิตสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ มีแผนวิจัยและพัฒนาสินค้า เพื่อทำหน้าที่ค้นคว้าและวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อนำออกสู่ตลาด อีกทั้งยังพัฒนาคุณภาพสินค้าที่มีอยู่แล้วต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อที่จะสร้างความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าเครื่องสำอางให้มากขึ้น โดยได้รับการสนับสนุนความรู้เกี่ยวกับการผลิตและการวิจัยจากบริษัทในอเมริกาที่มีเครือข่ายเทคโนโลยีทั่วโลก มีการบริหารจัดการในเรื่องการตอบสนองต่อลูกค้าให้รวดเร็วขึ้น (Quick Response) บริษัทฯ มีโรงงานที่สร้างภายในบริเวณที่เป็นที่ดินของตนเองที่สวนอุตสาหกรรมสหพัฒน์ อำเภอศรีราชา และโรงงานที่สวนอุตสาหกรรมบึงทอง เพื่อรองรับการการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าที่ให้ความเชื่อมั่นในการเลือกผลิตสินค้ากับ S&J บริษัทฯ มีฐานะการเงินที่มั่นคงและมีผลประกอบการที่ดีมาตั้งแต่ต้น ทำให้บริษัทฯ ได้รับความน่าเชื่อถือจากลูกค้าด้วยดีเสมอมา

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

การแข่งขันตลาดเครื่องสำอางทั้งในและต่างประเทศยังคงมีภาวะแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงโดยให้ความสนใจต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น การผลิตสินค้าที่โดนใจ คุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันของตลาดเครื่องสำอาง บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจ และความสัมพันธ์กับลูกค้าในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มีโรงงาน 2 แห่ง ดังนี้

- โรงงานแห่งแรก ตั้งอยู่ที่ 600/4 หมู่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 กำลังการผลิตปีละ 175 ล้านชิ้น โดยทำงานประมาณ 1 กะ
- โรงงานแห่งที่สอง ตั้งอยู่ที่ 789/159 หมู่ที่ 1 ถนนสายหนองค้อ – แหลมฉบัง ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 กำลังการผลิตปีละ 40 ล้านชิ้น โดยทำงานประมาณ 1 กะ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทของบริษัทฯ โดยจะแหล่งที่มาทั้งจากในและต่างประเทศ ในการสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศ บริษัทฯ จะสั่งซื้อจากผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าโดยตรง ส่วนวัตถุดิบที่สั่งซื้อจากต่างประเทศนั้น ทางบริษัทฯ จะพิจารณาจากในประเทศก่อนว่ามีวัตถุดิบหรือไม่ บริษัทฯ จัดหาแหล่งวัตถุดิบจากทั่วโลก โดยผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยหรือติดต่อโดยตรงกับผู้ผลิต หรือผ่านบริษัทฯ ที่ได้ทำสัญญาช่วยเหลือด้านเทคนิคและมีเครือข่ายทั่วโลก ปัจจุบันตลาดวัตถุดิบมีผู้จำหน่ายหลากหลายและมีการแข่งขันสูง จึงทำให้ผลกระทบจากการสูญเสียแหล่งซื้อวัตถุดิบต่อบริษัทมีต่ำมาก เนื่องจากสามารถหาวัตถุดิบทดแทนได้โดยง่าย ผู้ผลิตวัตถุดิบต่างมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีแหล่งวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น

บริษัทฯ ไม่มีการใช้วัตถุดิบชนิดใด จากผู้จัดจำหน่ายที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา การคัดเลือกและสั่งซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์คำนึงถึงคุณภาพและราคา

..... รับรองความถูกต้อง

เหมาะสม ปี 2557 มีจำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบมากกว่า 500 ราย โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ เท่ากับ 75 : 25

กระบวนการผลิต บริษัทฯ ได้รับความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคจาก บริษัทผู้มีความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคจากประเทศสหรัฐอเมริกา และไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเห็นได้จากนโยบายสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งเน้นการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด

ปลูกจิตสำนึกให้พนักงานทุกคนตระหนักและป้องกันปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรในกระบวนการผลิตอย่างประหยัด และมีประสิทธิภาพสูงสุด

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

บริษัท ท็อปเทรนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

• กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นในการรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้าเพื่อ สร้างความเชื่อมั่นและพึงพอใจสูงสุดในสินค้าของบริษัท และสินค้าส่วนใหญ่จะผลิตขึ้นตามคำสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละรายซึ่งมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน จึงต้องมีการวางแผนการผลิตและระบบการจัดส่งที่ดีเพื่อให้สามารถจัดส่งสินค้าได้ครบถ้วนและได้คุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการทันเวลานัดหมาย อีกทั้งบริษัทยังให้ความสำคัญและควบคุมขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอนอย่างใกล้ชิดและมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ลดอัตราการสูญเสียระหว่างผลิต ซึ่งส่งผลให้สามารถลดต้นทุนการผลิต รวมทั้งได้สินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯยังมุ่งเน้นเรื่องการรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้าและการให้บริการทางด้านเทคนิคเพื่อให้ลูกค้า และลูกค้าปลายทางของลูกค้า มีความเข้าใจผลิตภัณฑ์

• ลักษณะลูกค้า

บริษัทฯ มีลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่ลูกค้าหลักเป็นลูกค้าในประเทศที่มีการทำการค้าขายกันมาเป็นเวลานานและเป็นลูกค้าที่มีความมั่นคง, เป็นผู้นำในตลาดและมีสัมพันธ์เชิง "เป็นคู่ค้าทางธุรกิจ" กับบริษัทฯ มาเป็นเวลานาน

กลุ่มลูกค้าต่างประเทศโดยส่วนใหญ่จะขยายไปยังประเทศในกลุ่ม AFTA เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ จนเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในด้านความเป็นผู้นำด้านผลิตบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะงานหลอดตลาดนี้มีการขยายตัวขึ้นทุกปี และบริษัทมีแผนจะขยายตลาดไปภูมิภาคอื่น ๆ เช่น ออสเตรเลีย และประเทศในโซนยุโรป

• กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าหลักยังคงเป็นลูกค้ากลุ่มเครื่องสำอาง ซึ่งเป้าหมายบริษัทมุ่งจะขยายไปสู่ธุรกิจกลุ่มอื่น ๆ เช่นกลุ่มเวชสำอาง, อาหารและยา, ผลิตภัณฑ์เส้นผม และอื่น ๆ เพื่อขยายตลาดให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคง

..... รับรองความถูกต้อง

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

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

- (ข) **สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม**

ในอุตสาหกรรมต้องแข่งขันกันสูงทั้งในด้านคุณภาพของสินค้า ราคาจำหน่ายและรูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก การส่งมอบที่ครบถ้วน การติดต่อประสานงานและการบริการที่ถูกต้องรวดเร็ว ผู้นำตลาดหลักๆในธุรกิจประเภทนี้มีประมาณ 7 ราย เมื่อเทียบกับผู้นำตลาด บริษัท ฯ จัดอยู่ในระดับกลางที่มีฐานะการเงินที่มั่นคง ผลประกอบการที่ดี มีทีมบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูง มีความพร้อมในการแข่งขัน

- (ค) **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การขยายตัวในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกภายในประเทศยังคงมีเพิ่มขึ้น การแข่งขันทางด้านราคาและความรวดเร็วยังเป็นความต้องการของตลาด บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจ และความสัมพันธ์กับลูกค้าในการขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศ

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ฯ จะเป็นผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดคุณภาพให้กับบริษัทฯ ในราคาที่แข่งขันได้ในตลาด รวมทั้งบริษัทฯ ยังทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ และการบริการ บริษัทฯตระหนักดีในเรื่องนี้ จึงได้มุ่งเน้นให้การบริการลูกค้า ทั้งก่อนการขายและหลังการขาย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่บริษัทฯ ส่งมอบมีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี -

บริษัท ไวลด์ไลฟ์ส์ (ประเทศไทย) จำกัด

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

- **กลยุทธ์การแข่งขัน**

บริษัทฯ เป็นผู้บุกเบิกผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว และกิจกรรมกลางแจ้ง โดยเน้นกลยุทธ์การแข่งขันไปที่ การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการขายโดยมุ่งไปยังกลุ่มลูกค้าในตลาดแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก รวมทั้งใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าให้สูงกว่าคู่แข่ง เพื่อเน้นถึงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า นอกจากนี้ยังคงรักษาฐานลูกค้าเดิมที่มีอยู่เพื่อเน้นการบริหารลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยนำเครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ มาช่วย อาทิเช่น การลดแลก แจก แถม การสะสมยอดขาย เป็นต้น รวมถึงการสร้างแบรนด์ให้มากยิ่งขึ้น โดยมีการตกแต่งร้านค้าเป้าหมายด้วยอุปกรณ์ส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา ชั้นโชว์ เป็นต้น เพื่อสร้างความจดจำในตราสินค้าให้มากยิ่งขึ้น

..... รับรองความถูกต้อง

- **ลักษณะลูกค้า**

ลูกค้าของบริษัทฯ เป็นลูกค้าภายในประเทศทั้งคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ปัจจุบันได้มีการจำหน่ายในประเทศกัมพูชาแล้ว และมีเป้าหมายที่จะส่งออกไปยังต่างประเทศในแถบอินโดจีน

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ และนักกิจกรรมกลางแจ้ง

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

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

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ตลาดผลิตภัณฑ์กันแดด และกันยูง มีภาวะการแข่งขันสูง โดยมีเจ้าตลาดที่เป็นเบอร์หนึ่งของตลาดที่ครองตลาดอยู่ ประกอบกับมีจำนวนคู่แข่งรายใหม่ ๆ และรายเดิมทั้งบริษัทจากต่างประเทศและในประเทศเอง ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ประกอบกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ต้องอาศัยการท่องเที่ยวเป็นหลัก จึงทำให้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมนี้โดยตรง ดังนั้นแต่ละบริษัทจึงมุ่งทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างดุเดือดในช่วง Hi season (ตุลาคม-พฤษภาคม) เป็นหลัก เพื่อหวังดึงยอดขายให้มากที่สุด และในช่วงปี 2557 ยังคงมีปัจจัยหลายด้านส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นการเมือง เศรษฐกิจ จึงทำให้ช่วง Hi season มาช้ากว่ากำหนด แต่อย่างไรก็ตามการแข่งขันก็ยังดุเดือดเช่นเดิม

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

ผลิตภัณฑ์ Personal – Care สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวและกิจกรรมกลางแจ้ง ยังคงมีแนวโน้มเติบโตไปตามสภาวะการเติบโตทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่ได้รับการส่งเสริมอย่างมากในประเทศไทย ประกอบกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคภายในประเทศมีแนวโน้มที่จะใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงหน้าร้อนของประเทศไทย คือมาจากช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม เป็นหลักประมาณ 25% ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวจะมีการเติบโตสูงสุดด้วย 55% เมื่อเทียบกับการขายโดยเฉลี่ยทั้งปี

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 115 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ (ซอย 10) แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 และสำนักงานสาขา ตั้งอยู่ที่ 600/4 หมู่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 โดยได้มอบหมาย/ว่าจ้างให้บริษัทในเครือที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 2 รายเป็นผู้ดำเนินการผลิต ทำการจัดหาวัตถุดิบและพัฒนาสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับทิศทางการตลาด รวมทั้ง บริษัทเหล่านี้เป็นผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต ISO 9001 และ GMP ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบในเรื่องการจัดหาผลิตภัณฑ์และคุณภาพทางสินค้า

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

บริษัท อี เอฟ จำกัด**1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค และของใช้สิ้นเปลืองในกระบวนการผลิตสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม และเป็นเจ้าของตราเครื่องหมาย ได้แก่ EXFAC และเป็นตัวแทนจำหน่ายเคมีภัณฑ์ทำความสะอาด BIO EX และยังมีสินค้าซื้อขายไป กลุ่ม PERSONAL CARE และกลุ่มสินค้าสิ้นเปลืองสำหรับสำนักงานและโรงงานอุตสาหกรรมจากบริษัท TRADER อื่น ๆ

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

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งกลุ่มสินค้า PERSONAL CARE และเคมีภัณฑ์ ทำความสะอาด รวมถึงอุปกรณ์ และ ของใช้ในการผลิตสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม ให้แก่ลูกค้าทั้งกลุ่ม WHOLESALER บริษัท CLEANING และ END USER กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ เน้นกลยุทธ์การแข่งขันด้านคุณภาพและราคา บริการและจัดส่งที่รวดเร็วอย่างเป็นระบบ เข้าใจความต้องการของลูกค้าเพื่อลดการจัดเก็บ นอกจากนี้ยังมีการจัดสินค้าให้ทดลองใช้ก่อนการตัดสินใจซื้อ กระบวนการผลิตที่คำนึงถึงการรักษาสິงแวดล้อม

• ลักษณะลูกค้า

โรงงานอุตสาหกรรม สถานประกอบการ และตัวแทนขายเป็นหลัก

• กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในภาคตะวันออก โรงพยาบาล สถานศึกษา ธุรกิจบริการ และ Trader

• การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

จัดจำหน่ายโดยตรงในกลุ่มอุตสาหกรรม และสถานบริการ ด้วยพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพ และผ่านตัวแทนขายในบางพื้นที่ที่ห่างไกล เพื่อขยายเขตการขายให้มากขึ้น

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

มีการแข่งขันสูงกับผู้ผลิตรายใหญ่และรายย่อยในประเทศ แต่บริษัทฯ ยังมีขีดความสามารถในการขยายตลาดได้อีก จากจุดเด่นด้านคุณภาพและบริการ

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

แนวโน้มอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันยังคงมีความสูงในด้านราคา บริษัทฯ เน้นในเรื่องคุณภาพที่ดีประกอบกับการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ได้มอบหมาย/ว่าจ้างให้บริษัทฯ ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตในระดับสากล ทั้งในเครือและนอกเครือเป็นผู้พัฒนาและผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมาย บริษัทฯ จึงมีขีดความสามารถในการจัดหาให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอต่อการขยายตัวของตลาดในอนาคต

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง

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

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน**(ก) 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

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรมยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า การส่งมอบ ราคา การให้บริการ ทั้งนี้ประเทศอังกฤษยังคงเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลความงามและสุขภาพ ดังนั้นความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อจัดหาและตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ประเทศอังกฤษเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความต้องการได้อย่างแท้จริง

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในประเทศอังกฤษ และประเทศใกล้เคียง ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง

บริษัท กว่างโจว เอส แอนด์ เจ คอสเมติกส์ จำกัด**1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

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

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึง คุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการทำตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังประเทศจีนด้วย

• ลักษณะลูกค้า

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีลูกค้าในต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ลูกค้าหลักของบริษัทฯ เป็นบริษัทแม่และบริษัทในเครือของบริษัทแม่ ซึ่งเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงข้ามชาติหรือเป็นผู้นำด้านการผลิตเครื่องสำอางของประเทศไทย

• กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าหลักยังคงเป็นลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งเป้าหมายบริษัทมุ่งจะขยายไปสู่ธุรกิจกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มเวชสำอาง, อาหารและยา, และอื่นๆ เพื่อขยายตลาดให้เจริญเติบโตมากขึ้น

• การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ เสนอการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริหารระดับสูงของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเน้นคุณภาพและราคาของสินค้า และความเร็วในการตอบสนองความต้องการ

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรมยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า การส่งมอบ ราคา การให้บริการ ทั้งนี้ ประเทศจีนยังคงเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลความงามและสุขภาพ ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อจัดหาและตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ประเทศจีนเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความต้องการได้อย่างแท้จริง

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในประเทศจีน และประเทศใกล้เคียง ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล – เอเชีย จำกัด**1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

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

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึงคุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการทำตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังประเทศจีนด้วย

• ลักษณะลูกค้า

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีลูกค้าในต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ลูกค้าหลักของบริษัทฯ เป็นบริษัทแม่และบริษัทในเครือของบริษัทแม่ ซึ่งเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงข้ามชาติหรือเป็นผู้นำด้านการผลิตเครื่องสำอางของประเทศไทย

• กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าหลักยังคงเป็นลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งเป้าหมายบริษัทมุ่งจะขยายไปสู่ธุรกิจกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มเวชสำอาง, อาหารและยา, และอื่นๆ เพื่อขยายตลาดให้เจริญเติบโตมากขึ้น

• การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ เสนอการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริหารระดับสูงของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเน้นคุณภาพและราคาของสินค้า และความเร็วในการตอบสนองความต้องการ

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรมยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า การส่งมอบ ราคา การให้บริการ ทั้งนี้ ช่องกยังคงเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลความงามและสุขภาพ ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อจัดหาและตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ช่องกเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความต้องการได้อย่างแท้จริง

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในช่อง และประเทศใกล้เคียง ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

บริษัท ออปอเรชั่นนอล เอ็นเนอร์ยี กรุป จำกัด**1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการเกี่ยวกับผลิต และบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าในโครงการผู้ผลิตกระแสไฟฟ้า เอกชน และโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมทั้งงานฟื้นฟูโรงไฟฟ้าที่เสียหายจากน้ำท่วมและให้บริการเช่าเครื่องจักรผลิตกระแสไฟฟ้า

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

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

• ลักษณะลูกค้า

ลูกค้าของบริษัทฯ ในส่วนการผลิตและบำรุงรักษา ได้แก่ เจ้าของ ผู้ลงทุนและได้รับการส่งเสริมให้เป็นผู้ผลิตกระแสไฟฟ้าเอกชน ส่วนใหญ่เป็นบริษัทในประเทศไทยที่มีการร่วมทุนกับต่างชาติ ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและมีสัญญาผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าให้การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และผู้ใช้ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องโดยตรง ในบริเวณใกล้เคียงกับโรงไฟฟ้า

• กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ แสวงหาลูกค้าจากกลุ่มผู้ผลิตไฟฟ้าภาคเอกชน โครงการอสังหาริมทรัพย์ที่มีชื่อเสียงได้รับความเชื่อถือจากตลาดที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว และโรงงานอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับพลังงานซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่จะขยายความสามารถในการผลิตของตนให้ทันต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

• การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ เสนอการให้บริการโดยตรงต่อผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย และบริษัทฯ ยังมุ่งรักษาคุณภาพและผลงานของการบริการให้แก่ลูกค้าในปัจจุบันอย่างต่อเนื่องตลอดไป พร้อมกับพยายามขยายฐานลูกค้าไปยังโครงการที่กำลังก่อสร้าง และโครงการที่กำลังได้รับการส่งเสริมใหม่เช่นการผลิตไฟฟ้าจากผลิตภัณฑ์การเกษตร พร้อมทั้งมุ่งขยายกิจการไปสู่การจำหน่ายวัสดุที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโรงงาน และอุตสาหกรรมบริการที่กำลังเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาพการแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการเดินเครื่องและบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าอยู่ในภาวะการแข่งขันสูงมีผู้ประกอบการจากทั้งในประเทศและผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ แต่เนื่องจากภาวะกำลังผลิตไฟฟ้าสำรองอยู่ในภาวะทรงตัว และภาวะความต้องการใช้ไฟฟ้ามียังมีแนวโน้มสูงขึ้นตามสภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจ บริษัทฯ จึงเชื่อว่าจะเป็นโอกาสให้สามารถขยายงานเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าได้

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นมีผลต่อความมั่นใจของผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค และผู้ให้บริการทั้งหลายให้มีการลงทุนหรือเพิ่มกำลังการผลิต มีผลให้ต้องใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนกัน ทำให้การผลิตกระแสไฟฟ้าทั้งภาครัฐบาลและเอกชนขยายตัวเพิ่มขึ้น เป็นโอกาสของบริษัทฯ ที่จะเร่งดำเนินการสร้างผลงานให้แก่ลูกค้าในปัจจุบัน ให้เป็นที่ประจักษ์โดยทั่วไปซึ่งสามารถนำไปใช้อ้างอิงในการพยายามเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากขึ้นในอนาคต

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มุ่งรักษาคุณภาพและผลงานของการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีการประเมินผลงานของผู้จำหน่ายสินค้า หรือผู้ให้บริการต่อบริษัทฯ และแสวงหาผู้จำหน่ายสินค้าหรือผู้ให้บริการที่มีคุณภาพใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

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

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมสีผม ผลิตภัณฑ์ตัดเส้นผม และเป็นผู้ดำเนินการกระจายสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม

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

บริษัทฯ มีการพัฒนาการผลิตสินค้าโดยการนำเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพเข้ามาใช้ในบริษัทฯ ทำให้มีความสามารถในการผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมมากขึ้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้าที่ดี (GMP) อย่างต่อเนื่องจากองค์การอาหารและยา (อ.ย.)

• ลักษณะลูกค้า

บริษัทได้แบ่งลูกค้าเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ

ผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้ากลุ่มนี้ เป็นสินค้าสำหรับลูกค้ากลุ่มวัยทำงานและลูกค้าที่ใช้บริการตามสถานเสริมความงาม

2. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ

บริษัทมีกลุ่มลูกค้าในหลายประเทศได้แก่ จีน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เกาหลี ไต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

บริษัทฯ ได้มีการขยาย series สินค้า เพื่อขายให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่ในแถบเอเชีย และมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใน brand เดิมเพื่อรักษาฐานลูกค้าเก่าที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และเพิ่มเติมประเภทสินค้าให้ลูกค้าเก่ามีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายขึ้น

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย**

บริษัทฯ ยังคงใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเดิม คือ ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยสัดส่วนของการจำหน่ายไปยังต่างประเทศมีเปอร์เซ็นต์ที่สูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับ การจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนเป็น 90 : 10

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

จากสภาพเศรษฐกิจที่มีความผันผวน บริษัทฯ ยังคงรักษายอดขายให้มีการปรับตัวที่ดีอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามการแข่งขันทั้งภายในและต่างประเทศที่มีความรุนแรง มีการทำการตลาดเพื่อให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ บริษัทฯ ได้มีการปรับตัวโดยมีการใช้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพในการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามมาตรฐาน และให้มีการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ต้นทุนของสินค้าอยู่ในระดับที่เหมาะสม ที่จะสนับสนุนให้ราคาสามารถแข่งขันในตลาดได้

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

บริษัทฯ ยังคงใช้การวางแผนทางด้านสูตรของผลิตภัณฑ์ โดยจะมีการปรับสูตรที่มีคุณภาพ และใช้วัตถุดิบที่ไม่เจเพาะเจาะจงสำหรับแต่ละสูตรให้มากขึ้นเพื่อความจำเป็น เพื่อให้บริษัทไม่ต้องจัดซื้อวัตถุดิบที่หลากหลาย แต่เป็นการสั่งซื้อวัตถุดิบน้อยรายการโดยได้ราคาที่ต่ำ เพื่อให้ต้นทุนการผลิตสามารถแข่งขันได้ในตลาด ปริมาณการสั่งซื้อจากกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแถบเอเชีย สนับสนุนให้บริษัทสามารถบริหารจัดการการสั่งซื้อได้ดียิ่งขึ้น

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ได้มีการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีราคาที่เหมาะสม ทั้งวัตถุดิบประเภทเคมีภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า โดยบริษัทฯ มีการจัดซื้อจัดหาจากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการคัดสรรเปรียบเทียบคุณภาพและราคาก่อนที่จะสรุปการสั่งซื้อ นอกจากนี้ยังมีการเลือกใช้วัตถุดิบที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และตรวจสอบผู้ผลิตเกี่ยวกับมาตรฐานในการว่าจ้างแรงงาน ซึ่งเป็นการพิจารณาถึงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยบริษัทจะจัดซื้อจัดหาจากผู้ขายที่มีการว่าจ้างแรงงานที่ถูกต้องมีการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเหมาะสม

จากการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ จะทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้ของบริษัทเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของผู้บริโภค และบริษัทมีการพัฒนาการจัดการด้าน Logistic เพื่อให้การบริหารการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มีการกำหนดขั้นตอนวิธีการกำจัดของเสีย และกากอุตสาหกรรมอย่างเหมาะสม โดยการว่าจ้างบริษัทที่รับกำจัดกากอุตสาหกรรม ซึ่งได้การรับรองจากภาครัฐ เพื่อไม่ให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ใช้บริการของบ่อนำบำบัดน้ำเสียของโครงการฯ ในการกำจัดน้ำเสียของบริษัทฯ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อม และการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยเรื่องการจัดกากอุตสาหกรรม

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี -

บริษัท โอส อินเตอร์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด**1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์เพื่อการรักษาโรค รวมทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

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

บริษัทเน้นกลยุทธ์การแข่งขันไปที่ การนำเสนอสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่งด้วย การพัฒนา สูตรการผลิต และขบวนการผลิต ที่เน้นมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมการขาย จะตรงไปที่แพทย์เฉพาะทางและบุคลากรทางการแพทย์เป็นหลัก เช่น เภสัชกร พยาบาล ผู้ช่วย ฯลฯ ใช้กลยุทธ์สินค้าราคายุติธรรม และการเข้าถึง ทั้งยังมีฐานลูกค้าที่เป็นโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยที่ผลิตบุคลากรสาธารณสุขเป็นสำคัญ

• ลักษณะลูกค้า

บริษัทได้แบ่งลูกค้าเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ

กลุ่มลูกค้าของบริษัทเป็น โรงพยาบาลรัฐ เอกชน คลินิก ร้านขายยา ทั่วประเทศ

2. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ

มีการส่งออกสู่ประเทศพม่า กัมพูชา และมีเป้าหมายตลาดอาเซียน

• กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย บริษัทฯ ต้องการขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีอยู่ โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน รวมไปถึงการขยายตลาดสู่ตลาดอาเซียน

• การจำหน่ายและช่องทางจำหน่าย

บริษัทฯ มีทีมขายและการตลาดที่จัดจำหน่ายถึงลูกค้าเป้าหมายโดยตรง และเป็นผู้นำส่งข้อมูลผลิตภัณฑ์ เอกสารมาตรฐาน การบริการหลังการขาย

(ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ด้วยเหตุที่การเติบโตของสภาพเศรษฐกิจโดยรวมทรงตัว และนโยบายสุขภาพด้านยาจากภาครัฐ ที่เน้นการใช้ยาสามัญในประเทศ จึงส่งผลเชิงบวกกับ ผู้ผลิตเวชภัณฑ์เพื่อการรักษาโรคที่เป็น ยาสามัญ ประกอบกับการรวมตัวประชาคมอาเซียน ทำให้ความต้องการการใช้ยาสามัญในประเทศ สูงขึ้น จึงนับว่าเป็นโอกาสเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมเวชภัณฑ์เพื่อการรักษาโรค

(ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

ด้วยเหตุที่การเติบโตของสภาพเศรษฐกิจโดยรวมทรงตัว และนโยบายสุขภาพด้านยาจากภาครัฐ ที่เน้นการใช้ยาสามัญในประเทศ จึงส่งผลเชิงบวกกับ ผู้ผลิตเวชภัณฑ์เพื่อการรักษาโรคที่เป็น ยาสามัญ ประกอบกับการรวมตัวประชาคมอาเซียน ทำให้ความต้องการการใช้ยาสามัญในประเทศ สูงขึ้น จึงนับว่าเป็นโอกาสเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมเวชภัณฑ์เพื่อการรักษาโรค

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท โอส อินเตอร์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 600/9 หมู่ที่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 และสำนักงานสาขา ตั้งอยู่เลขที่ 85,87,89 ถนนมไหสวรรย์ แขวงบางค้อแหลม เขตบางค้อแหลม กรุงเทพมหานคร 10120 บริษัทได้รับการรองรับมาตรฐาน GMP จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาชั้นสูง 2 ปีซ้อนต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน มาตรฐานการบริการ ISO 9001 version 2008 รวมทั้งอยู่ในระหว่างการรองรับมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ISO 14000 มาตรฐานห้องปฏิบัติการ ISO 17025

4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง