

# ลักษณะการประกอบธุรกิจ

## โครงสร้างรายได้

รายได้ของกลุ่มบริษัทตามงบการเงินเฉพาะกิจการ ของแต่ละบริษัท	%การถือ หุ้นของ บริษัทฯ	พ.ศ. 2560		พ.ศ. 2559		พ.ศ. 2558		
		ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	
<b>รายได้จากการผลิตและธุรกิจอื่น</b>								
<b>ผลิตเครื่องสำอาง</b>								
บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)	ในประเทศ ต่างประเทศ	-	1,884.6 2,179.2	32.10 37.12	1,973.0 2,534.6	32.70 42.01	2,117.3 2,285.5	36.33 39.22
<b>รวมผลิตเครื่องสำอาง</b>			<b>4,063.8</b>	<b>69.22</b>	<b>4,507.6</b>	<b>74.71</b>	<b>4,402.8</b>	<b>75.55</b>
<b>ผลิตบรรจุภัณฑ์</b>								
บริษัท ท็อปกรีนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด	ในประเทศ ต่างประเทศ	50.00	942.8 106.8	16.06 1.82	821.7 105.0	13.62 1.74	810.7 96.2	13.91 1.65
<b>รวมผลิตบรรจุภัณฑ์</b>			<b>1,049.6</b>	<b>17.88</b>	<b>926.7</b>	<b>15.36</b>	<b>906.9</b>	<b>15.56</b>
<b>ธุรกิจอื่น</b>								
บริษัท วัลด์ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด	ในประเทศ ต่างประเทศ	99.99	10.9 -	0.18 -	13.9 -	0.23 -	13.2 -	0.23 -
บริษัท อี เอฟ จำกัด	ในประเทศ ต่างประเทศ	99.99	22.6 -	0.38 -	22.8 -	0.38 -	24.8 -	0.43 -
บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล (ยู.เค.) จำกัด	ในประเทศ ต่างประเทศ	100.00	- 272.8	- 4.65	- 242.2	- 4.01	- 184.3	- 3.16
บริษัท กว่างโจว เอส แอนด์ เจ คอสเม- ติกส์ จำกัด	ในประเทศ ต่างประเทศ	100.00	- -	- -	- 0.2	- 0.00	- 0.7	- 0.01
บริษัท ฟอร์ดเบิ้ลยูดี วิชั่น (เอช.เค.) จำกัด	ในประเทศ ต่างประเทศ	100.00	- 58.0	- 0.99	- 64.4	- 1.07	- 62.2	- 1.07
บริษัท ฟอร์ดเบิ้ลยูดี วิชั่น จำกัด	ในประเทศ ต่างประเทศ	99.99	21.5 1.0	0.37 0.02	2.8 -	0.05 -	2.0 -	0.03 -
บริษัท เอสเอเอส จำกัด	ในประเทศ ต่างประเทศ	99.99	0.5 -	0.01 -	- -	- -	- -	- -
<b>รวมธุรกิจอื่นๆ</b>			<b>387.3</b>	<b>6.60</b>	<b>346.3</b>	<b>5.74</b>	<b>287.2</b>	<b>4.93</b>
<b>รวมรายได้จากการผลิตและธุรกิจอื่น</b>			<b>5,500.7</b>	<b>93.70</b>	<b>5,780.6</b>	<b>95.8</b>	<b>5,596.9</b>	<b>96.04</b>
รายได้อื่น			302.8	5.16	206.8	3.43	181.4	3.11
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม			66.7	1.14	46.1	0.76	49.1	0.84
<b>รวมรายได้ทั้งสิ้น</b>			<b>5,870.2</b>	<b>100.00</b>	<b>6,033.5</b>	<b>100.00</b>	<b>5,827.4</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : บริษัทได้เปิดเผยรายละเอียดเพิ่มเติมไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 หัวข้อ 28 การเสนอข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

## การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในปีที่ผ่านมาของลักษณะการประกอบธุรกิจ

### บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

#### • ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

- หนังสือรับรองมาตรฐานการผลิต “GMP” จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) กระทรวงสาธารณสุข
- ใบรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2015 จาก TUV ASIA PACIFIC LIMITED – Hong Kong
- ใบรับรองระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015 จาก TUV ASIA PACIFIC LIMITED – Hong Kong
- ใบรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO17025 เครื่องสำอาง ประเภทโลชั่นจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ 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
- ใบรับรอง ESG 100 (Environmental Social Governance 100)จากสถาบันไทยพัฒนา

#### • การตลาดและภาพการดำเนินงาน

ปัจจุบันผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยนับตั้งแต่กลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา ไปจนถึงวัยทำงานหันมาให้ความสำคัญต่อเครื่องสำอางเพิ่มมากขึ้น จนกลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันและไม่เฉพาะแต่กลุ่มสุภาพสตรีเท่านั้น แต่ยังรวมถึงกลุ่มสุภาพบุรุษที่มีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่บำรุงผิว ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ผลิตภัณฑ์เพื่ออนามัยในช่องปาก หรือผลิตภัณฑ์ประทินผิว ซึ่งพบว่าตลาดผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีความหลากหลายทั้งในเรื่องของราคาและคุณภาพที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนนำไปสู่ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้น

อีกทั้ง ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากธรรมชาติซึ่งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ ๆ ที่ใช้สมุนไพรตามธรรมชาติเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็วมากขึ้น

บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การตลาด โดยเน้นคุณภาพของสินค้าที่มาตรฐานสูง รวมถึงมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าให้มีความสวยงาม ทันสมัย สะดวกต่อการใช้งาน อีกทั้งมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าเพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าดังกล่าว และขยายฐานสู่ลูกค้าใหม่ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและเพิ่มศักยภาพการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน การตั้งราคาจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ของสินค้า ต้นทุนการผลิต และต้นทุนการตลาดเป็นพื้นฐาน เน้นความเหมาะสมของคุณภาพกับราคาที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

#### • การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท

บริษัทฯ มีการจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์จากโรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งล้วนมีความเชี่ยวชาญในการผลิตเฉพาะอย่าง มีเทคโนโลยีการผลิตและเครื่องจักรที่ทันสมัย มีระบบการควบคุมคุณภาพที่มีมาตรฐาน จนได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าให้ผลิตป้อนวัสดุและบรรจุภัณฑ์ให้บริษัทฯ โดยตรง โดยในการจัดหานั้นจะคำนึงถึงแหล่งจัดหาในประเทศเป็นหลัก

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การแข่งขันตลาดเครื่องสำอางทั้งในและต่างประเทศยังคงมีภาวะแข่งขันสูง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงโดยให้ความใส่ใจต่อสุขภาพมากขึ้น การผลิตสินค้าที่โดนใจ คุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันของตลาดเครื่องสำอาง บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจ และความสัมพันธ์กับลูกค้าในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

## **บริษัท ก้อปเทรนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด**

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางและยา ซึ่งผลิตตามความต้องการของลูกค้า โดยมีการออกแบบแม่พิมพ์ร่วมต่างๆ ให้ตัดสินใจเลือก หรือรับบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเดิมของลูกค้า การที่บริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2000 จากสถาบัน BVQI ในต้นปี 2003 และเปลี่ยนมาเป็นระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2008 จากสถาบัน TUV NORD ในปลายปี 2012 พร้อมทั้งขอการรับรองเพิ่มระบบมาตรฐาน GMP ในผลิตภัณฑ์หลอด จะทำให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการมากยิ่งขึ้น

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

การตลาดทางด้านรูปแบบใหม่ ๆ ราคา เงื่อนไขการสั่งซื้อ และระยะเวลาการส่งมอบ ซึ่งมีการแข่งขันสูงขึ้น บริษัทฯ ได้เน้นการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยพัฒนาความรู้ทางเทคนิคการผลิตของพนักงาน สนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการปรับปรุงงาน และนำเสนอการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อศักยภาพการแข่งขันมากขึ้น

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทฯ คำนึงถึงคุณภาพวัตถุดิบในราคาที่เหมาะสมเป็นหลัก ซึ่งสามารถจัดหาจากผู้ผลิตภายในประเทศ และพัฒนาหาแหล่งวัตถุดิบตัวใหม่ที่มีคุณภาพ โดยที่คุณภาพสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงและได้ต้นทุนการผลิตที่ลดลง

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การขยายตัวในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกภายในประเทศยังคงมีเพิ่มขึ้น การแข่งขันทางด้านราคาและความรวดเร็วยังเป็นความต้องการของตลาด บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจ และความสัมพันธ์กับลูกค้าในการขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศ

## **บริษัท ไวลด์ไลฟ์ส (ประเทศไทย) จำกัด**

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

Wild Lives คือผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่ชื่นชอบการพักผ่อนในรูปแบบของการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และกิจกรรมกลางแจ้ง รวมทั้งยังสามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยปัจจุบันมีกลุ่มผลิตภัณฑ์อยู่ 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันแดด และกลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันยุง

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

บริษัทฯ มีการขยายตลาดและเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เพื่อสร้างความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะพื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลในภาคใต้ ภาคตะวันออก รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางภาคเหนือของประเทศไทย เช่น เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน เป็นต้น พร้อมทั้งขยายตลาดไปยังภูมิภาคอาเซียน เช่น กัมพูชา พม่า ลาว และมุ่งเน้นไปที่ร้านขายยาเป็นสำคัญ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และกลยุทธ์การตลาด เพื่อที่จะแข่งขันในตลาดได้ แต่ยังคงเน้นกลยุทธ์การตลาดที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จเป็นหลัก

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัท ไวลด์ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้มอบหมายหรือว่าจ้างให้บริษัทในเครือที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 1 ราย และนอกเครือจำนวน 1 ราย เป็นผู้ดำเนินการผลิต ทำการจัดหาวัตถุดิบและพัฒนาสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับทิศทางตลาด รวมทั้ง บริษัทเหล่านี้เป็นผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต ISO 9001 และ GMP ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบในเรื่องการจัดหาผลิตภัณฑ์และคุณภาพทางสินค้า

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

ผลิตภัณฑ์ Personal Care สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวและกิจกรรมกลางแจ้ง ยังคงมีแนวโน้มเติบโตไปตามสภาวะการเติบโตทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมอย่างมากในประเทศไทย ประกอบกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคภายในประเทศมีแนวโน้มที่จะใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงหน้าร้อนของประเทศไทย คือมาจากช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม เป็นหลักประมาณ 25% ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวจะมีการเติบโตสูงสุดด้วย 55% เมื่อเทียบกับการขายโดยเฉลี่ยทั้งปี

## **บริษัท อี เอฟ จำกัด**

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นเจ้าของและเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค ทรายี่ห้อสินค้า ได้แก่ EXFAC กลุ่ม PERSONAL CARE ยี่ห้อ BIO EX กลุ่มเคมีภัณฑ์ทำความสะอาด เป็นผู้จำหน่าย ของใช้ในกระบวนการผลิต สำหรับโรงงานอุตสาหกรรม และยังมีส่วนซื้อขายไป กลุ่ม PERSONAL CARE และกลุ่มกระบวนการขนส่งต่างๆ โรงงานอุตสาหกรรมจากบริษัท TRADER อื่น ๆ

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

มุ่งเน้นการเข้าหาลูกค้า แบบเข้าพบ เข้าถึง เข้าใจ รวมถึงการบริการที่ดี โดยแยกออกเป็นประเภทสินค้า ดังนี้

1. **BIO-EX** - มีการแข่งขันในระดับปานกลาง เนื่องจากมี trading รายอื่นในการนำสินค้าต่าง ๆ ทั้งมียี่ห้อและไม่มียี่ห้อแนะนำเสนอลูกค้า แต่ในปัจจุบัน แต่ละบริษัทคำนึงถึงความสะดวกสบายในเรื่องจัดการทั้งตัวบุคคลและการจัดหาสินค้า จึงได้จัดจ้างบริษัทแม่บ้านเข้ามาดูแลแทนเป็นส่วนใหญ่
2. **EXFAC** - มีการแข่งขันในระดับปานกลาง ส่วนมากกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญของตัวคริมอาบน้ำ รวมถึงสบู่เหลวล้างมือ ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้ากลุ่มสถานที่ให้บริการจึงยังคงทำการตลาดได้
3. **กลุ่มวัสดุที่ใช้ในกระบวนการผลิต/ขนส่ง** - มีการแข่งขันในระดับสูงพอสมควร เพราะเป็นสินค้าที่ใช้แล้วหมดไปและจำเป็นต้องใช้ จึงเป็นที่ต้องการของโรงงานในเขตอุตสาหกรรม โดยความต้องการจะแปรผันตามขนาดของโรงงานนั้น ๆ เช่น ฟิล์มยึดพันพาเลท OPP เทป กระดาษ และอื่นๆ

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ ได้มอบหมายว่าจ้างให้บริษัทฯ ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตในระดับสากล ทั้งในเครือและนอกเครือ เป็นผู้พัฒนาและผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ในกลุ่มเป้าหมาย บริษัทฯ จึงมีขีดความสามารถในการจัดหาให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอต่อการขยายตัวของตลาดในอนาคต

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

แนวโน้มอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันยังคงอยู่ระดับสูงในด้านการกำหนดราคา บริษัทฯ จึงเน้นในเรื่องการเข้าพบแบบเข้าถึง และ เข้าใจความต้องการของผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิด เพราะเราให้ความสำคัญแบบที่ปรึกษามากกว่าสินค้าที่เราแนะนำ เพื่อรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่อย่างต่อเนื่อง

## **บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล (ยู.เค.) จำกัด**

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึง คุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังประเทศอังกฤษด้วย

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในประเทศอังกฤษและประเทศใกล้เคียงทำให้บริษัทฯ สามารถคิดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ประเทศอังกฤษเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้นความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความต้องการได้อย่างแท้จริง

## **บริษัท กว่างโจว เอส แอนด์ เจ คอสเมติกส์ จำกัด**

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึง คุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังประเทศจีนด้วย

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในประเทศจีน และประเทศใกล้เคียง ทำให้บริษัทฯ สามารถคิดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ประเทศจีนเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความต้องการได้อย่างแท้จริง

## บริษัท โฟร์ดับเบิ้ลยูดี วิชั่น (เอช.เค) จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึงคุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการทำตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังฮ่องกงด้วย

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในฮ่องกง และประเทศใกล้เคียง ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ฮ่องกงเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้นความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความต้องการได้อย่างแท้จริง

## บริษัท โฟร์ดับเบิ้ลยูดี วิชั่น จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัท โฟร์ดับเบิ้ลยูดี วิชั่น จำกัดเป็นบริษัทฯ ที่ทำธุรกิจซื้อขายไปมาให้บริการความงามครบวงจรโดยมุ่งเน้นที่การซื้อขายวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และรายการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสวยงามโดยจัดหาให้กับตลาดในประเทศไทยเป็นหลัก และตลาด AEC

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

ในฐานะที่เป็นธุรกิจใหม่บริษัท โฟร์ดับเบิ้ลยูดี วิชั่น จำกัดได้สร้างกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นและผู้ผลิตในภูมิภาคอาเซียนที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ความงามและบริการ

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ในขั้นต้นบริษัท โฟร์ดับเบิ้ลยูดี วิชั่น จำกัดจะทำงานร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับหน่วยงาน S & J เพื่อจัดหาแหล่งผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบจากยุโรป เอเชียและอเมริกาเพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานการค้าที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจของ AEC

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

เนื่องด้วยประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าในภูมิภาคและการที่ตลาดที่เกี่ยวข้องขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจะทำให้การหมุนเวียนสินค้าระหว่างประเทศและการบริการทำได้ง่ายขึ้นและเปิดโอกาสที่สำคัญสำหรับบริษัทฯ ของไทยที่จะเข้าร่วมในธุรกิจที่เติบโตใหม่ๆ

## บริษัท เอสเอเอส จำกัด

### • ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

มุ่งให้บริการงานวิจัยและพัฒนา รวมทั้งการเตรียมวัตถุดิบ และสูตรของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ดูแลสุขภาพและความงาม โดยเน้นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นหลัก ตลอดจนการให้บริการตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์หลักนี้ด้วยวิธีทางเคมี จุลชีววิทยา และชีวกายภาพ นอกจากนี้ ยังให้บริการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นสูตรพื้นฐาน สูตรกึ่งสำเร็จรูป และสินค้าสำเร็จรูปของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในปริมาณขนาดเล็ก รายการบริการเพิ่มเติมอื่น ๆ สามารถดำเนินการให้ได้ตามการร้องขอที่ทำได้

### • การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การวิจัยและพัฒนาถือเป็นกลยุทธ์หลัก ซึ่งคู่แข่งในท้องตลาดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านงานวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของบริษัทเอกชน นั้นมีน้อยมาก แม้แต่ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการเลียนแบบและพัฒนา ขาดการวิจัยและพัฒนาอย่างจริงจัง จึงมักดำเนินงานแบบผู้ตามมากกว่าผู้นำ จึงทำให้การเจริญเติบโตทางธุรกิจไม่ก้าวหน้าอย่างที่ควรจะเป็น ขณะที่บริษัทอุตสาหกรรมชั้นนำของโลก ส่วนใหญ่จะมีหน่วยงานวิจัยและพัฒนา หรือหน่วยงานและนวัตกรรม เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาสร้างสรรคและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกระบวนการ และบริการที่สามารถสนองต่อความต้องการของตลาด จึงทำให้ธุรกิจด้านเครื่องสำอางของบริษัทเหล่านี้ ประสบความสำเร็จและก้าวหน้าอย่างมาก อีกทั้งยังยืน ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นโอกาสอันดีของบริษัทฯ ที่ให้บริการงานวิจัยและพัฒนา เพื่อสนองต่ออุตสาหกรรมเครื่องสำอางทั้งในไทยและต่างประเทศที่ต้องการงานวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบและสูตรผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีความโดดเด่นต่างจากคู่แข่ง รวมถึงคุณภาพและราคาตามที่สูงค่าต้องการ

### • การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท

เนื่องมาจากงานของบริษัทมุ่งให้บริการงานวิจัยและพัฒนา รวมทั้งการเตรียมวัตถุดิบ และสูตรของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ดูแลสุขภาพและความงาม โดยเน้นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นหลัก ในส่วนของงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาหรือเตรียมวัตถุดิบที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ที่มาจากแหล่งธรรมชาติเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ทรัพยากรของประเทศชาติเป็นสำคัญ อีกทั้งมีความหลากหลาย และมีโอกาสให้ได้สิ่งที่มีคุณค่าตามที่ต้องการ ทั้งนี้การดำเนินการเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการจากแหล่งธรรมชาติ จำเป็นต้องมีสารเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการสกัดเอาสารที่ต้องการออกมา ซึ่งการจัดหาสารเพิ่มเติมเหล่านี้จะมองที่สามารถหาหรือผลิตได้ในประเทศไทย สำหรับสูตรของผลิตภัณฑ์ ถ้าลูกค้าให้โจทย์มาคิดค้นจากบริษัทเอง เป้าหมายจะเน้นไปที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมที่ใช้วัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติและสามารถจัดหาหรือผลิตได้ในประเทศไทยให้มากที่สุด ทั้งนี้ เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมรวมทั้งให้ประโยชน์แก่ประเทศชาติมากที่สุด อย่างไรก็ตามหากมีความจำเป็นต้องใช้ส่วนประกอบที่ไม่สามารถจัดหาได้ในประเทศ อาจต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศบ้างบางส่วน

### • แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

จากการสนับสนุนของรัฐบาลที่กล่าวถึง Thailand 4.0 คาดการณ์ได้ว่า กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม จะตื่นตัวเรื่องการวิจัยและพัฒนา โดยเฉพาะวัตถุดิบที่จะนำมาใช้เป็นองค์ประกอบในผลิตภัณฑ์ที่กล่าวถึงนี้ จากผลผลิตทางการเกษตร เพื่อเพิ่มศักยภาพของหลากหลายทางชีวภาพของประเทศ รวมทั้งสถาบันการศึกษา และองค์กรวิจัยของรัฐ จะหันมาสนใจการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากแหล่งธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มมูลค่าให้เป็นผลผลิตสุดท้ายที่จะสามารถนำไปสู่การใช้ประโยชน์ทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งนี้ แหล่งทุนวิจัยของประเทศขณะนี้ หลายแหล่งทุนเน้นให้ทุนการสนับสนุนโครงการวิจัยที่มีโอกาสหรือศักยภาพนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและบางแหล่งทุนเน้นต้องมีความร่วมมือกับภาคธุรกิจเอกชน จึงมองว่าภาวะงานวิจัยและพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะที่จะร่วมมือกับสถาบันการศึกษา หรือองค์กรวิจัยของรัฐ ซึ่งภาวะดังกล่าวจะทำให้คู่แข่งของบริษัทมีมากขึ้น และสภาพการแข่งขันของบริษัทในอนาคตจะมีมากขึ้น ทั้งนี้การสร้างพันธมิตรมีโอกาสทำให้การแข่งขันดังกล่าวลดลงได้

## บริษัท ออปออร์ชั่นอล เอ็นเนอร์ยี กรุ๊ป จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการเกี่ยวกับการผลิต และบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าในโครงการผู้ผลิตกระแสไฟฟ้าเอกชนและโรงงานอุตสาหกรรมทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ให้บริการเช่าเครื่องจักรผลิตกระแสไฟฟ้าและประเมินคุณภาพทางเทคนิคของโรงไฟฟ้าสำหรับที่ปรึกษาทางการเงิน

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

สภาพการแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการเดินเครื่องและบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าอยู่ในภาวะการแข่งขันสูงมีผู้ประกอบการจากทั้งในประเทศและผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ แต่เนื่องจากภาวะกำลังผลิตไฟฟ้าสำรองอยู่ในภาวะทรงตัวและภาวะความต้องการใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มสูงขึ้นตามสภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจ ประกอบกับกระแสการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นเอกชน บริษัทฯ จึงเชื่อว่าจะเป็นโอกาสให้สามารถขยายงานเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าได้

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทฯ มุ่งรักษาคุณภาพและผลงานของการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีการประเมินผลงานของผู้จำหน่ายสินค้าหรือผู้ให้บริการต่อบริษัทฯ และแสวงหาผู้จำหน่ายสินค้าหรือผู้ให้บริการที่มีคุณภาพใหม่ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นมีผลต่อความมั่นใจของผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค และผู้ให้บริการทั้งหลายให้มีการลงทุนหรือเพิ่มกำลังการผลิตมีผลให้ต้องใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนกัน ทำให้การผลิตกระแสไฟฟ้าทั้งภาครัฐบาลและเอกชนขยายตัวเพิ่มขึ้น เป็นโอกาสของบริษัทฯ ที่จะเร่งดำเนินการสร้างผลงานให้แก่ลูกค้าในปัจจุบัน ให้เป็นที่ประจักษ์โดยทั่วไปซึ่งสามารถนำไปใช้อ้างอิงในการพยายามเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากขึ้นในอนาคต

## บริษัท ยามาฮากะซี (ประเทศไทย) จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ในปี 2560 บริษัทฯ มีการเพิ่มการผลิตสินค้า ทั้งการเพิ่มรุ่นของสินค้าและการออกสินค้าใหม่เพื่อทดแทนสินค้าเดิม มีการปรับเปลี่ยนสูตรการผลิตและการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อการตลาดและความต้องการของผู้บริโภค สินค้าสำหรับลูกค้าต่างประเทศบริษัทฯ ได้มีการขยาย series ของผลิตภัณฑ์ ให้มีมากขึ้นจากเดิม

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

บริษัทฯ ทำการขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศ ซึ่งเป็นศูนย์กระจายสินค้าทั้งในประเทศและในแถบเอเชีย มีการขยายฐานลูกค้าในแถบเอเชียและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตามความต้องการของตลาดลูกค้า ทำให้บริษัทฯ มียอดขายเพิ่มขึ้น

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทฯ มีการคัดสรรคัดเลือกวัตถุดิบที่เข้มข้นมากขึ้น การบริหารสินค้าคงคลังที่ดีมากขึ้น นอกจากนี้การผลิตที่เพิ่มทำให้บริษัทฯ สามารถลดต้นทุนของวัตถุดิบจากปริมาณการสั่งซื้อที่มาก ซึ่งมีผลให้ต้นทุนและราคาขายสินค้าสามารถแข่งขันได้ในตลาด

วัตถุดิบบางชนิด โดยเฉพาะเคมีภัณฑ์ที่มีที่มาจากกลุ่มน้ำมันมีการปรับขึ้นราคาเพิ่มขึ้นตามกลไกตลาด ทำให้บริษัทต้องใช้กลยุทธ์ในการจัดซื้อ เช่น การเปรียบเทียบราคา การวางแผนการสั่งซื้อที่เหมาะสมเพื่อให้ได้วัตถุดิบในราคาถูกและได้คุณภาพที่ดีตามมาตรฐาน

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

บริษัทฯ ยังคงใช้การวางแผนทางด้านสูตรของผลิตภัณฑ์ โดยจะมีการปรับสูตรที่มีคุณภาพและใช้วัตถุดิบที่ไม่เฉพาะเจาะจงสำหรับแต่ละสูตรให้มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้บริษัทไม่ต้องจัดซื้อวัตถุดิบที่หลากหลาย แต่เป็นการสั่งซื้อวัตถุดิบน้อยรายการโดยได้ราคาที่ดี ทำให้ต้นทุนการผลิตสามารถแข่งขันได้ในตลาด ปริมาณการสั่งซื้อจากกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแถบเอเชีย สนับสนุนให้บริษัทสามารถบริหารจัดการการสั่งซื้อได้ดียิ่งขึ้น

## **บริษัท โอสถ อินเตอร์แอสเวลท์ จำกัด**

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์เพื่อการรักษาโรค รวมทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

บริษัทวางการตลาดไว้ 3 ช่องทางคือ

**ตลาดภายในประเทศ** บริษัทวางช่องทางจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั้งประเทศเช่น โรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชน สถานพยาบาล คลินิก และร้านยา โดยเน้นกลยุทธ์การแข่งขันด้วยขบวนการผลิตที่มีคุณภาพ การค้นคว้าและพัฒนาสูตรใหม่ๆ และการบริการที่ดี ด้วยราคาขายถูกลงเพื่อให้ผู้ป่วยสามารถเข้าถึงยาได้ และบริษัทยังเป็นผู้นำในตลาดในยารักษาโรคหลอดเลือดหัวใจต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน

**ตลาดต่างประเทศ** บริษัทได้มีการจำหน่ายในต่างประเทศ เช่น พม่า ลาว เวียดนาม และมีแผนที่จะขยายตลาดในต่างประเทศเพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการผลิตระดับสากล เช่น มาตรฐานของยุโรป (GMP-PIC/S: Good Manufacturing Practice-Pharmaceutical Inspection Co-operation Scheme) และ ISO 9100 : 2015

**การรับจ้างผลิต (OEM: Original Equipment Manufacturing)** บริษัทได้รับความไว้วางใจจากบริษัทชั้นนำให้ผลิตเวชภัณฑ์และอาหารเสริมเป็นจำนวนมากมาเป็นเวลานาน

**ภาวะการแข่งขัน**

การแข่งขันด้วยราคายังเป็นปัจจัยหลักในตลาดภายในประเทศ ทางบริษัทเน้นกลยุทธ์ด้านคุณภาพการผลิตสินค้า และการบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพเพื่อจะได้แข่งขันกับคู่แข่งได้

สำหรับตลาดต่างประเทศ ทางบริษัทเน้นกลยุทธ์ด้านคุณภาพและการบริการระดับสากลเพื่อให้แข่งขันในตลาดโลกได้

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทได้มีการจัดหาวัตถุดิบ และ บรรจุภัณฑ์ ตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งบริษัทผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักเป็นผู้ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 และ GMP

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

อุตสาหกรรมการผลิตยาสามัญมีแนวโน้มการใช้ยาสามัญสูงขึ้นด้วยเนื่องจาก

1. ภาครัฐมีนโยบายให้ใช้ยาสามัญในประเทศกับโครงการประกันสุขภาพแห่งชาติทั้ง 3 ระบบของคนไทย
2. การรวมตัวของประชาคมอาเซียน (AEC= Asian Economics Community) ส่งผลให้การขึ้นทะเบียนยาในประชาคมอาเซียนสามารถใช้เอกสารชุดเดียวกันได้ จึงส่งผลเชิงบวกกับการส่งออกไปในประเทศสมาชิกอาเซียนด้วยกัน

**สภาพการแข่งขันในอนาคต**

เนื่องจากการรวมตัวของประชาคมอาเซียน(AEC) ทำให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นจากกลุ่มประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศที่จะขยายตลาดเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น ทางบริษัทได้เตรียมแผนที่จะขยายตลาดไปยังต่างประเทศมากขึ้นเช่นกัน

## Atika Beauty Manufacturing Sdn.Bhd.

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทภายใต้วัตถุประสงค์หลักของกิจการ คือ ผลิตเครื่องสำอางประเภทเมคอัพที่ได้รับการรับรองภายใต้เครื่องหมาย “HALAL” อาทิเช่น แป้ง ลิปสติก โดยบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ด้วยเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีมาตรฐาน โดยบริษัทมีโรงงานที่จัดตั้งในประเทศมาเลเซีย และมุ่งเน้นผู้บริโภคชาวมุสลิมในโซนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และตะวันออกกลาง

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

ปัจจุบันผู้บริโภคที่ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เป็นชาวมุสลิมมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี ในขณะที่ผู้ผลิตที่ได้รับเครื่องหมาย “HALAL” มีเพียง 5 ราย ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถมีส่วนแบ่งในการตลาดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

บริษัทใช้กลยุทธ์การตลาด โดยเน้นคุณภาพของสินค้าที่มาตรฐานสูง รวมถึงมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าให้มีความสวยงาม ทันสมัย สะดวกต่อการใช้งาน อีกทั้งเน้นความเหมาะสมของคุณภาพกับราคาที่ตั้งดูความสนใจของลูกค้า โดยคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์จากโรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งล้วนมีความเชี่ยวชาญในการผลิตเฉพาะอย่าง มีเทคโนโลยีการผลิตและเครื่องจักรที่ทันสมัย มีระบบการควบคุมคุณภาพที่มีมาตรฐาน

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การเติบโตของประชากรมุสลิม และกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น เป็นตัวขับเคลื่อนความต้องการในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทเมคอัพเพิ่มขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้สตรีมุสลิมมีความสนใจในผลิตภัณฑ์เมคอัพเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้ตลาดในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฮาลาลมีโอกาสเติบโตสูงขึ้น

การรับรองฮาลาลและความรู้ทางเทคนิคเป็นจุดแข็งของบริษัทฯ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญของการแข่งขัน ซึ่งบริษัทฯเป็นหนึ่งในผู้ผลิตเครื่องสำอางฮาลาลชั้นนำในอุตสาหกรรม กลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทฯ จะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มธุรกิจ MNC รวมถึงลูกค้ารายอื่นๆ ทั้งในประเทศและทั่วโลกเพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มผลกำไรให้กับลูกค้า

บริษัทฯ ได้ริเริ่มการดำเนินการเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพอยู่เสมอ ขั้นตอนหนึ่งในการดำเนินการคือการใช้ระบบซอฟต์แวร์ของ SAP มาเป็นบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางฮาลาลเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโต นับจากนี้เป็นต้นไปผู้ผลิตรายอื่น ๆ อาจเข้ามามีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมนี้ และอุตสาหกรรมนี้จะมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตามด้วยกลยุทธ์การเติบโตของบริษัทฯ เชื่อว่าสามารถรักษาระดับการเติบโตของธุรกิจและปรับปรุงผลการดำเนินงานในอนาคตได้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งในการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฮาลาลประเภทเมคอัพได้อย่างแน่นอน