

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

| รายได้ของกลุ่มบริษัทตามงบการเงินเฉพาะกิจการ ของแต่ละบริษัท | %การถือ หุ้นของ บริษัทฯ | พ.ศ. 2561 | | พ.ศ. 2560 | | พ.ศ. 2559 | | |
|--|-------------------------------|-----------|--------------------|----------------|--------------------|----------------|--------------------|----------------|
| | | ล้านบาท | % | ล้านบาท | % | ล้านบาท | % | |
| รายได้จากการผลิตและธุรกิจอื่น | | | | | | | | |
| ผลิตเครื่องสำอาง | | | | | | | | |
| บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) | ในประเทศ ต่างประเทศ | - | 1,841.6 1,984.6 | 31.78 34.24 | 1,884.6 2,179.2 | 32.10 37.12 | 1,973.0 2,534.6 | 32.70 42.01 |
| รวมผลิตเครื่องสำอาง | | | 3,826.2 | 66.02 | 4,063.8 | 69.22 | 4,507.6 | 74.71 |
| ผลิตบรรจุภัณฑ์ | | | | | | | | |
| บริษัท ท็อปเทรนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด | ในประเทศ ต่างประเทศ | 50.00 | 1,038.5 96.1 | 17.92 1.66 | 942.8 106.8 | 16.06 1.82 | 821.7 105.0 | 13.62 1.74 |
| รวมผลิตบรรจุภัณฑ์ | | | 1,134.6 | 19.58 | 1,049.6 | 17.88 | 926.7 | 15.36 |
| ธุรกิจอื่น | | | | | | | | |
| บริษัท ไวลด์ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด | ในประเทศ ต่างประเทศ | 99.99 | 10.3 - | 0.18 - | 10.9 - | 0.18 - | 13.9 - | 0.23 - |
| บริษัท อี เอฟ จำกัด | ในประเทศ ต่างประเทศ | 99.99 | 20.2 - | 0.35 - | 22.6 - | 0.38 - | 22.8 - | 0.38 - |
| บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล (ยู.เค.) จำกัด | ในประเทศ ต่างประเทศ | 100.00 | - 264.4 | - 4.56 | - 272.8 | - 4.65 | - 242.2 | - 4.01 |
| บริษัท กว่างโจว เอส แอนด์ เจ คอสเมติกส์ จำกัด | ในประเทศ ต่างประเทศ | 100.00 | - - | - - | - - | - - | - 0.2 | - 0.00 |
| บริษัท ไฟร์ดับเบิลยูดี วิชั่น (เอช.เค.) จำกัด | ในประเทศ ต่างประเทศ | 100.00 | - 59.0 | - 1.02 | - 58.0 | - 0.99 | - 64.4 | - 1.07 |
| บริษัท ไฟร์ดับเบิลยูดี วิชั่น จำกัด | ในประเทศ ต่างประเทศ | 99.99 | 64.3 2.9 | 1.11 0.05 | 21.5 1.0 | 0.37 0.02 | 2.8 - | 0.05 - |
| บริษัท เอสเอเอส จำกัด | ในประเทศ ต่างประเทศ | 99.99 | 0.7 - | 0.01 - | 0.5 - | 0.01 - | - - | - - |
| รวมธุรกิจอื่น ๆ | | | 421.8 | 7.28 | 387.3 | 6.60 | 346.3 | 5.74 |
| รวมรายได้จากการผลิตและธุรกิจอื่น | | | 5,382.6 | 92.88 | 5,500.7 | 93.70 | 5,780.6 | 95.8 |
| รายได้อื่น | | | 370.3 | 6.39 | 302.8 | 5.16 | 206.8 | 3.43 |
| ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม | | | 42.4 | 0.73 | 66.7 | 1.14 | 46.1 | 0.76 |
| รวมรายได้ทั้งสิ้น | | | 5,795.3 | 100.00 | 5,870.2 | 100.00 | 6,033.5 | 100.00 |

หมายเหตุ : บริษัทได้เปิดเผยรายละเอียดเพิ่มเติมไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 หัวข้อ 28 การเสนอข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในปีที่ผ่านมาของลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

● ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตชั้นนำในอุตสาหกรรมความงามและเครื่องสำอางกว่า 30 ปี ที่ให้บริการผลิตทั้ง OEM/ODM อย่างครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา การวิจัยผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาสินค้าตามความต้องการของลูกค้า การผลิตสินค้าด้วยเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีมาตรฐานตลอดจนออกแบบแนวคิดทางธุรกิจ พร้อมทั้งกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงธุรกิจสตาร์ทอัพ 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
- เครื่องหมายรับรอง ฮาลาล จากคณะกรรมการกลาง อิสลามแห่งประเทศไทย
- ใบรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท.8001:2553)
- บริษัทฯ เป็นสมาชิก The Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) หรือ SEDEX

● การตลาดและภาวะการแข่งขัน

โอกาสและความท้าทายในปัจจุบัน ในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ที่ต้องการความแปลกใหม่และทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น จึงทำให้ Product Life Cycle ของสินค้าสั้นกว่าสมัยก่อน อีกทั้งผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข่าวสารได้ง่าย ผ่านสื่อ Social Media ต่างๆ รวมไปถึง Real Influencer ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ จึงทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ ต้องเกาะติดสถานการณ์ และเข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ทำให้บริษัทต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีคิด และกระบวนการทำงานใหม่ในการทำงานทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่พร้อมขายและยังคงอยู่ในกระแส รวมถึงการปรับกระบวนการทำงานให้กระชับและสั้นลง เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในยุคดิจิทัล

อีกทั้ง ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากธรรมชาติซึ่งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ ๆ ที่ใช้สมุนไพรตามธรรมชาติเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็วมากขึ้น

บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การตลาด โดยเน้นคุณภาพของสินค้าที่มีมาตรฐานสูง รวมถึงมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าให้มีความสวยงาม ทันสมัย สะดวกต่อการใช้งาน อีกทั้งมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าเพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าดังกล่าว และขยายฐานลูกค้าใหม่ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและเพิ่มศักยภาพการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน การตั้งราคาจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ของสินค้า ต้นทุนการผลิต และต้นทุนการตลาดเป็นพื้นฐาน เน้นความเหมาะสมของคุณภาพกับราคาที่ตั้งดูความสนใจของลูกค้า โดยคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

- **การจัดการผลิตภัณ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทฯ มีการจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและราคาที่เหมาะสมได้ ตรงความต้องการของลูกค้าจากโรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิต ส่งมอบตรงเวลา มีเทคโนโลยีการผลิตและเครื่องจักรที่ทันสมัย มีระบบการควบคุมคุณภาพที่มีมาตรฐาน

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การแข่งขันตลาดเครื่องสำอางทั้งในและต่างประเทศยังคงมีภาวะแข่งขันสูง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การผลิตสินค้าที่โดนใจ คุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันของตลาดเครื่องสำอาง บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจ และความสัมพันธ์กับลูกค้าในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

บริษัท ท็อปเทรนด์ แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณ์หรือบริการ**

ผลิตภัณ์ส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางและยา ซึ่งผลิตตามความต้องการของลูกค้า โดยมีการออกแบบแม่พิมพ์ร่วมต่างๆ ให้ตัดสินค้าเลือก หรือรับบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเดิมของลูกค้า การที่บริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2000 จากสถาบัน BVQI ในต้นปี 2003 และเปลี่ยนมาเป็นระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2008 จากสถาบัน TUV NORD ในปลายปี 2012 พร้อมทั้งขอการรับรองเพิ่มระบบมาตรฐาน GMPในผลิตภัณ์ทั้งหมด จะทำให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณ์และบริการมากยิ่งขึ้น

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

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

- **การจัดการผลิตภัณ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทฯ คำนึงถึงคุณภาพวัตถุดิบในราคาที่เหมาะสมเป็นหลัก ซึ่งสามารถจัดหาจากผู้ผลิตภายในประเทศและพัฒนาหาแหล่งวัตถุดิบตัวใหม่ที่มีคุณภาพ โดยที่คุณภาพสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงและได้ต้นทุนการผลิตที่ลดลง

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การขยายตัวในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกภายในประเทศยังคงมีเพิ่มขึ้น การแข่งขันทางด้านราคาและความรวดเร็วยังเป็นความต้องการของตลาด บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้าในการขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศ

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 ไวลด์ไลฟ์ส (ประเทศไทย) จำกัด ได้มอบหมายหรือว่าจ้างให้บริษัทในเครือที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 1 ราย และนอกเครือจำนวน 1 ราย เป็นผู้ดำเนินการผลิต ทำการจัดหาวัตถุดิบและพัฒนาสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับทิศทางการตลาด รวมทั้ง บริษัทเหล่านี้เป็นผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต ISO 9001 และ GMP ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบต่อเรื่องการจัดหาผลิตภัณฑ์และคุณภาพทางสินค้า

● แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

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

บริษัท อี เอฟ จำกัด

● ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เป็นเจ้าของและเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค ตราयीหือสินค้า ได้แก่ EXFAC กลุ่มPERSONAL CARE ยี่ห้อ BIO EX กลุ่มเคมีภัณฑ์ทำความสะอาด เป็นผู้จำหน่ายของใช้ในกระบวนการผลิตสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม และยังมีสินค้าซื้อมาขายไปกลุ่ม PERSONAL CARE และกลุ่มกระบวนการขนส่งต่างๆโรงงานอุตสาหกรรมจากบริษัท TRADER อื่น ๆ

● การตลาดและภาวะการแข่งขัน

มุ่งเน้นการเข้าหาลูกค้า แบบเข้าพบ เข้าถึง เข้าใจ รวมถึงการบริการที่ดี โดยแยกออกเป็นประเภทสินค้า ดังนี้

1. BIO-EX - มีการแข่งขันในระดับปานกลาง เนื่องจากมี trading รายอื่นในการนำสินค้าต่าง ๆ ทั้งมีเยื่อหือและไม่มีเยื่อหือ มาจำหน่ายลูกค้า แต่ในปัจจุบัน แต่ละบริษัทคำนึงถึงความสะดวกสบายในเรื่องจัดการทั้งตัวบุคคลและการจัดหาสินค้า จึงได้จัดจ้างบริษัทแม่บ้านเข้ามาดูแลแทนเป็นส่วนใหญ่

2. EXFAC - มีการแข่งขันในระดับปานกลาง ส่วนมากกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญของตัวครีมาบ น้ำ รวมถึงสปูเหลวล้างมือ ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้ากลุ่มสถานที่ให้บริการจึงยังคงทำการตลาดได้
3. **กลุ่มวัสดุที่ใช้ในกระบวนการผลิต/ขนส่ง** - มีการแข่งขันในระดับสูงพอสมควร เพราะเป็นสินค้าที่ใช้แล้วหมดไป และจำเป็นต้องใช้ จึงเป็นที่ต้องการของโรงงานในเขตอุตสาหกรรม โดยความต้องการจะแปรผันตามขนาดของโรงงานนั้น ๆ เช่น ฟิล์มยืดพันพาเลท OPP เทป กระดาษ และอื่นๆ

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ ได้มอบหมาย/ว่าจ้างให้บริษัทฯ ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตในระดับสากล ทั้งในเครื่องและนอกเครื่องเป็นผู้พัฒนาและผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ในกลุ่มเป้าหมาย บริษัทฯ จึงมีขีดความสามารถในการจัดหาให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอต่อการขยายตัวของตลาดในอนาคต

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

แนวโน้มอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันยังคงอยู่ระดับสูงในด้านการกำหนดราคา บริษัทฯ จึงเน้นในเรื่องการเข้าพบแบบเข้าถึง และ เข้าใจความต้องการของผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิด เพราะเราให้ความสำคัญแบบที่ปรึกษามากกว่าสินค้าที่เรานำเสนอ เพื่อรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่อย่างต่อเนื่อง

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

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึง คุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการทำตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังประเทศอังกฤษด้วย

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในประเทศอังกฤษและประเทศใกล้เคียงทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

- **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 มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึง คุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการทำตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังประเทศจีนด้วย

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในประเทศจีน และประเทศไต้หวัน ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ประเทศจีนเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความต้องการได้อย่างแท้จริง

บริษัท ไพร์ดับเบิลยูดี วิชั่น (เอช.เค) จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึง คุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการทำตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังฮ่องกงด้วย

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในฮ่องกง และประเทศไต้หวัน ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ฮ่องกงเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความต้องการได้อย่างแท้จริง

บริษัท ไพร์ดับเบิลยูดี วิชั่น จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัท ไพร์ดับเบิลยูดี วิชั่น จำกัดเป็นบริษัทฯ ที่ทำธุรกิจซื้อมาขายไปที่ให้บริการความงามครบวงจรโดยมุ่งเน้นที่การซื้อขายวัตุดิบ บรรจุภัณฑ์และรายการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสุขความงามโดยจัดให้กับตลาดในประเทศไทยเป็นหลักและตลาด AEC

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

ในฐานะที่เป็นธุรกิจใหม่บริษัท โฟร์ดับเบิลยูดี วิชั่น จำกัดได้สร้างกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นและผู้ผลิตในภูมิภาคอาเซียนที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ความงามและบริการ

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ในขั้นต้นบริษัท โฟร์ดับเบิลยูดี วิชั่น จำกัดจะทำงานร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับหน่วยงาน S & J เพื่อจัดหาแหล่งผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบจากยุโรป เอเชียและอเมริกาเพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานการดำเนินงานที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจของ AEC

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

เนื่องด้วยประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสำคัญทางการค้าในภูมิภาคและการที่ตลาดที่เกี่ยวข้องขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจะทำให้การหมุนเวียนสินค้าระหว่างประเทศและการบริการทำได้ง่ายขึ้นและเปิดโอกาสที่สำคัญสำหรับบริษัท ของไทยที่จะเข้าร่วมในธุรกิจที่เติบโตใหม่ๆ

บริษัท เอสเอเอส จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

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

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

การวิจัยและพัฒนาถือเป็นกลยุทธ์หลัก ซึ่งคู่แข่งในท้องตลาดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นของบริษัทเอกชน นั้นมีน้อยมาก แม้แต่ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการเลียนแบบและพัฒนา ขาดการวิจัยและพัฒนาอย่างจริงจัง จึงมักดำเนินงานแบบผู้ตามมากกว่าผู้นำ จึงทำให้การเจริญเติบโตทางธุรกิจไม่ก้าวหน้าอย่างที่ควรจะเป็น ขณะที่บริษัทอุตสาหกรรมชั้นนำของโลก ส่วนใหญ่จะมีหน่วยงานวิจัยและพัฒนา หรือหน่วยงานและนวัตกรรม เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาสร้างสรรค์และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกระบวนการ และบริการที่สามารถสนองต่อความต้องการของตลาด จึงทำให้ธุรกิจด้านเครื่องสำอางของบริษัทเหล่านี้ ประสบความสำเร็จและก้าวหน้าอย่างมาก อีกทั้งยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นโอกาสอันดีของบริษัท ที่ให้บริการงานวิจัยและพัฒนา เพื่อสนองตอบต่ออุตสาหกรรมเครื่องสำอางทั้งในไทยและต่างประเทศที่ต้องการงานวิจัยและพัฒนา วัตถุดิบและสูตรผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีความโดดเด่นต่างจากคู่แข่ง รวมถึงคุณภาพและราคาตามที่ถูกค่าต้องการ

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

เนื่องจากงานของบริษัทมุ่งให้บริการงานวิจัยและพัฒนา รวมทั้งการเตรียมวัตถุดิบ และสูตรของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ดูแลสุขภาพและความงาม โดยเน้นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นหลัก ในส่วนของงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาหรือเตรียมวัตถุดิบที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ที่มาจากแหล่งธรรมชาติเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ทรัพยากรของประเทศชาติเป็นสำคัญ อีกทั้งมีความหลากหลาย และมีโอกาสให้ได้สิ่งที่มีคุณค่าตามที่ต้องการ ทั้งนี้การดำเนินการเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการจากแหล่งธรรมชาติ จำเป็นต้องมีสารเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการสกัดเอาสารที่ต้องการออกมา ซึ่งการจัดหาสารเพิ่มเติมเหล่านี้จะมองที่สามารถหาหรือผลิตได้ในประเทศไทย สำหรับสูตรของผลิตภัณฑ์ ถ้าลูกค้าให้โจทย์มาคิดค้นจากบริษัทเอง เป้าหมายจะเน้นไปที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมที่ใช้วัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติและ

สามารถจัดหาหรือผลิตได้ในประเทศไทยให้มากที่สุด ทั้งนี้ เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้ประโยชน์แก่ประเทศชาติมากที่สุด อย่างไรก็ตามก็ดีหากมีความจำเป็นต้องใช้ส่วนประกอบที่ไม่สามารถจัดหาได้ในประเทศ อาจต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศบ้างบางส่วน

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

จากการสนับสนุนของรัฐบาลที่กล่าวถึง Thailand 4.0 คาดการณ์ได้ว่า กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม จะตื่นตัวเรื่องการทำวิจัยและพัฒนา โดยเฉพาะวัตถุดิบที่จะนำมาใช้เป็นองค์ประกอบในผลิตภัณฑ์ที่กล่าวถึงนี้จากผลผลิตทางการเกษตร เพื่อเพิ่มศักยภาพของความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศ รวมทั้งสถาบันการศึกษา และองค์การวิจัยของรัฐ จะหันมาสนใจการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากแหล่งธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มมูลค่าให้เป็นผลผลิตสุดท้ายที่จะสามารถนำไปสู่การใช้ประโยชน์ทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งนี้ แหล่งทุนวิจัยของประเทศขณะนี้ หลายแหล่งทุนเน้นให้ทุนการสนับสนุนโครงการวิจัยที่มีโอกาสหรือศักยภาพนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และบางแหล่งทุนเน้นต้องมีความร่วมมือกับภาคธุรกิจเอกชน จึงมองว่าภาวะงานวิจัยและพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะที่จะร่วมมือกับสถาบันการศึกษา หรือองค์การวิจัยของรัฐ ซึ่งภาวะดังกล่าวจะทำให้คู่แข่งของบริษัทมีมากขึ้น และสภาพการแข่งขันของบริษัทในอนาคตจะมีมากขึ้น ทั้งนี้การสร้างพันธมิตรมีโอกาสทำให้การแข่งขันดังกล่าวลดลงได้

บริษัท ออปอเรชั่นนอล เอ็นเนอร์ยี่ กรุ๊ป จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการเกี่ยวกับการผลิต และบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าในโครงการผู้ผลิตกระแสไฟฟ้าเอกชนและโรงงานอุตสาหกรรมทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ให้บริการเช่าเครื่องจักรผลิตกระแสไฟฟ้าและประเมินคุณภาพทางเทคนิคของโรงไฟฟ้าสำหรับที่ปรึกษาทางการเงิน

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

สภาพการแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการเดินเครื่องและบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าอยู่ในภาวะการแข่งขันสูงมีผู้ประกอบการจากทั้งในประเทศและผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ แต่เนื่องจากภาวะกำลังผลิตไฟฟ้าสำรองอยู่ในภาวะทรงตัว และภาวะความต้องการใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มสูงขึ้นตามสภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจ ประกอบกับกระแสการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นเอกชน บริษัทฯ จึงเชื่อว่าจะเป็นโอกาสให้สามารถขยายงานเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าได้

- **การกำหนดผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทฯ มุ่งรักษาคุณภาพและผลงานของการกำหนดผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีการประเมินผลงานของผู้จำหน่ายสินค้า หรือผู้ให้บริการต่อบริษัทฯ และแสวงหาผู้จำหน่ายสินค้าหรือผู้ให้บริการที่มีคุณภาพใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นมีผลต่อความมั่นใจของผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค และผู้ให้บริการทั้งหลายให้มีการลงทุนหรือเพิ่มกำลังการผลิต มีผลให้ต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนกัน ทำให้การผลิตกระแสไฟฟ้าทั้งภาครัฐบาลและเอกชนขยายตัวเพิ่มขึ้น เป็นโอกาสของบริษัทฯ ที่จะเร่งดำเนินการสร้างผลงานให้แก่ลูกค้าในปัจจุบัน ให้เป็นที่ประจักษ์โดยทั่วไปซึ่งสามารถนำไปใช้อ้างอิงในการพยายามเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากขึ้นในอนาคต

บริษัท ยามาฮ่าที (ประเทศไทย) จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ในปี 2561 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 โดยเฉพาะเคมีภัณฑ์ที่มีที่มาจากกลุ่มน้ำมันมีการปรับเปลี่ยนราคาเพิ่มขึ้นตามกลไกตลาด ทำให้บริษัทต้องใช้กลยุทธ์ในการจัดซื้อ เช่น การเปรียบเทียบราคา การวางแผนการสั่งซื้อที่เหมาะสมเพื่อให้ได้วัตถุดิบในราคาถูกลงและได้คุณภาพที่ดีตามมาตรฐาน

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

บริษัทฯ ยังคงใช้การวางแผนทางด้านสูตรของผลิตภัณฑ์ โดยจะมีการปรับสูตรที่มีคุณภาพและใช้วัตถุดิบที่ไม่เฉพาะเจาะจงสำหรับแต่ละสูตรให้มากเกินความจำเป็น เพื่อให้บริษัทไม่ต้องจัดซื้อวัตถุดิบที่หลากหลาย แต่เป็นการสั่งซื้อวัตถุดิบน้อยรายการโดยได้ราคาที่ต่ำ เพื่อให้ต้นทุนการผลิตสามารถแข่งขันได้ในตลาด ปริมาณการสั่งซื้อจากกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแถบเอเชีย สนับสนุนให้บริษัทสามารถบริหารจัดการการสั่งซื้อได้ดียิ่งขึ้น

บริษัท ไอสต อินเตอร์แลบบอราทอรีส์ จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์เพื่อการรักษาโรค รวมทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

- **การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

บริษัทวางการตลาดไว้ 3 ช่องทางคือ

ตลาดภายในประเทศ บริษัทวางช่องทางจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั่วประเทศเช่น โรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชน สถานพยาบาล คลินิก และร้านยา โดยเน้นกลยุทธ์การแข่งขันด้วยขบวนการผลิตที่มีคุณภาพ การค้นคว้าและพัฒนาสูตรใหม่ๆ และการบริการที่ดี ด้วยราคายุติธรรมเพื่อให้ผู้ป่วยสามารถเข้าถึงยาได้ และบริษัทยังเป็นผู้นำในตลาดในยารักษาโรคหลอดเลือดหัวใจต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน

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

การรับจ้างผลิต (OEM: Original Equipment Manufacturing) บริษัทได้รับความไว้วางใจจากบริษัทฯ ยานำให้ผลิตเวชภัณฑ์และอาหารเสริมเป็นจำนวนมากมาเป็นเวลานาน

ภาวะการแข่งขัน

การแข่งขันด้วยราคายังเป็นปัจจัยหลักในตลาดภายในประเทศ ทางบริษัทเน้นกลยุทธ์ด้านคุณภาพการผลิตสินค้าและการบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพเพื่อจะได้แข่งขันกับคู่แข่งได้

สำหรับตลาดต่างประเทศ ทางบริษัทเน้นกลยุทธ์ด้านคุณภาพและการบริการระดับสากลเพื่อให้แข่งขันในตลาดโลกได้

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทได้มีการจัดหาวัตถุดิบ และ บรรจุภัณฑ์ ตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งบริษัทผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักเป็นผู้ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 และ GMP

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

อุตสาหกรรมการผลิตยาสามัญมีแนวโน้มการใช้ยาสามัญสูงขึ้นเนื่องจาก

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 อีกทั้งเน้นความเหมาะสมของคุณภาพกับราคาที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์จากโรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งล้วนมีความเชี่ยวชาญในการผลิตเฉพาะอย่าง มีเทคโนโลยีการผลิตและเครื่องจักรที่ทันสมัย มีระบบการควบคุมคุณภาพที่มีมาตรฐาน

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การเติบโตของประชากรมุสลิม และกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น เป็นตัวขับเคลื่อนความต้องการในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทเมคอัพเพิ่มขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้สตรีมุสลิมมีความสนใจในผลิตภัณฑ์เมคอัพเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้ตลาดในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฮาลาลมีโอกาเติบโตสูงขึ้น

การรับรองฮาลาลและความรู้ทางเทคนิคเป็นจุดแข็งของบริษัทฯ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญของการแข่งขัน ซึ่งบริษัทฯเป็นหนึ่งในผู้ผลิตเครื่องสำอางฮาลาลชั้นนำในอุตสาหกรรม กลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทฯ จะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มธุรกิจ MNC รวมถึงลูกค้ารายอื่น ๆ ทั้งในประเทศและทั่วโลกเพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มผลกำไรให้กับลูกค้า

บริษัทฯ ได้ริเริ่มการดำเนินการเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพอยู่เสมอ ขั้นตอนหนึ่งในการดำเนินการคือการใช้ระบบซอฟต์แวร์ของ SAP มามีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางฮาลาลเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโต นับจากนี้เป็นต้นไปผู้ผลิตรายอื่น ๆ อาจเข้ามามีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมนี้ และอุตสาหกรรมนี้จะมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตามด้วยกลยุทธ์การเติบโตของบริษัทฯ เชื่อว่าสามารถรักษาระดับการเติบโตของธุรกิจและปรับปรุงผลการดำเนินงานในอนาคตได้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งในการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฮาลาลประเภทเมคอัพได้อย่างแน่นอน

