ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

รายได้ของกลุ่มบริษัทตามงบการเงินเฉพาะกิจการของแต่ละบริษัท		%การถือหุ้นของบริษัทฯ	พ.ศ. 2562		พ.ศ. 2561		พ.ศ. 2560	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการผลิตและธุรกิจอื่น								
ผลิตเครื่องสำอาง								
บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)	ในประเทศ	-	1,612.6	29.2	1,837.2	31.8	1,880.8	32.2
	ต่างประเทศ		2,174.4	39.3	1,974.8	34.1	2,159.9	37.0
รวมผลิตเครื่องสำอาง			3,787.0	68.5	3,812.0	65.9	4,040.7	69.2
ผลิตบรรจุภัณฑ์								
บริษัท ท้อปเทร็นด์ แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด	ในประเทศ	50.00	918.6	16.6	1,038.5	18.0	942.8	16.1
	ต่างประเทศ		86.3	1.6	96.1	1.7	106.8	1.8
รวมผลิตบรรจุภัณฑ์			1,004.9	18.2	1,134.6	19.7	1,049.6	17.9
ธุรกิจอื่น								
บริษัท ไวลด์ไลฟส์ (ประเทศไทย) จำกัด	ในประเทศ	99.99	7.7	0.1	10.3	0.2	10.9	0.2
	ต่างประเทศ		-	-	-	-	-	-
บริษัท อี เอฟ จำกัด	ในประเทศ	99.99	21.9	0.4	20.2	0.3	22.6	0.4
	ต่างประเทศ		-	-	-	-	-	-
บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล (ยู.เค.) จำกัด	ในประเทศ	100.00	-	-	-	-	-	-
	ต่างประเทศ		373.0	6.7	264.4	4.6	272.8	4.7
บริษัท กว่างโจว เอส แอนด์ เจ คอสเมติกส์ จำกัด	ในประเทศ	100.00	-	-	-	-	-	-
	ต่างประเทศ		-	-	-	-	-	-
บริษัท โฟรดับเบิ้ลยูดี วิชั่น (เอช.เค.) จำกัด	ในประเทศ	100.00	-	-	-	-	-	-
	ต่างประเทศ		82.0	1.5	59.0	1.0	58.0	1.0
บริษัท โฟร์ดับเบิ้ลยูดี วิชั่น จำกัด	ในประเทศ	99.99	86.8	1.6	64.3	1.1	21.5	0.4
	ต่างประเทศ		-	-	2.9	0.1	1.0	-
บริษัท เอสเอเอเอส จำกัด	ในประเทศ	99.99	1.1	-	0.7	-	0.5	-
	ต่างประเทศ		-	-	-	-	-	-
รวมธุรกิจอื่น ๆ			572.5	10.3	421.8	7.3	387.3	6.6
รวมรายได้จากการผลิตและธุรกิจอื่น			5,364.4	97.0	5,368.4	92.9	5,477.6	93.7
รายได้อื่น			109.3	2.0	370.3	6.4	302.8	5.2
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม			57.6	1.0	42.4	0.7	66.7	1.1
รวมรายได้ทั้งสิ้น			5,531.3	100.0	5,781.1	100.0	5,847.1	100.0

หมายเหตุ : บริษัทได้เปิดเผยรายละเอียดเพิ่มเติมไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 หัวข้อ 25 การเสนอข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในปีที่ผ่านมาของลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตชั้นนำในอุตสาหกรรมความงามและเครื่องสำอางกว่า 30ปี ที่ให้บริการผลิตทั้ง OEM/ODM อย่างครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา การวิจัยผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาสินค้าตามความต้องการของลูกค้า การผลิตสินค้าด้วยเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีมาตรฐาน ตลอดจนออกแบบแนวคิดทางธุรกิจ 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)จากสถาบันไทยพัฒน์
- เครื่องหมายรับรอง ฮาลาล จาก LPPOM MUI ประเทศอินโดนีเซีย
- ใบรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท.8001:2553)
- บริษัทฯ เป็นสมาชิก The Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) หรือ SEDEX

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

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

อีกทั้ง ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากธรรมชาติซึ่งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ ๆ ที่ใช้สมุนไพรตามธรรมชาติเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็วมากขึ้น

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

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทฯ มีการจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและราคาที่แข่งขันได้ ตรงความต้องการของลูกค้าจากโรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิต ส่งมอบตรงเวลา มีเทคโนโลยีการผลิตและเครื่องจักรที่ทันสมัย มีระบบการควบคุมคุณภาพที่มีมาตรฐาน

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การแข่งขันตลาดเครื่องสำอางทั้งในและต่างประเทศยังคงมีภาวะแข่งขันสูง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การผลิตสินค้าที่โดนใจ คุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันของตลาดเครื่องสำอาง บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจ และความสัมพันธ์กับลูกค้าในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

บริษัท ท้อปเทร็นด์ แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางและยา ซึ่งผลิตตามความต้องการของลูกค้า โดยมีการออกแบบแม่พิมพ์ร่วมต่างๆ ให้ตัดสินใจเลือก หรือรับบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเดิมของลูกค้า การที่บริษัทฯได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2000 จากสถาบัน BVQI ในต้นปี 2003 และเปลี่ยนมาเป็นระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2008 จากสถาบัน TUV NORD ในปลายปี 2012 พร้อมทั้งขอการรับรองเพิ่มระบบมาตรฐาน GMPในผลิตภัณฑ์หลอด จะทำให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการมากยิ่งขึ้น

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

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

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทฯ คำนึงถึงคุณภาพวัตถุดิบในราคาที่เหมาะสมเป็นหลัก ซึ่งสามารถจัดหาจากผู้ผลิตภายในประเทศและพัฒนาหาแหล่งวัตถุดิบตัวใหม่ที่มีคุณภาพ โดยที่คุณภาพสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงและได้ต้นทุนการผลิตที่ลดลง

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การขยายตัวในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกภายในประเทศยังคงมีเพิ่มขึ้น การแข่งขันทางด้านราคาและความรวดเร็วยังเป็นความต้องการของตลาด บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้าในการขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศ

บริษัท ไวลด์ไลฟส์ (ประเทศไทย) จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

Wild Lives คือผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่ชื่นชอบการพักผ่อนในรูปแบบของการท่องเที่ยวตามธรรมชาติและกิจกรรมกลางแจ้ง รวมทั้งยังสามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยปัจจุบันมีกลุ่มผลิตภัณฑ์อยู่ 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันแดด และกลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันยุง

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

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

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัท ไวลด์ไลฟส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้มอบหมายหรือว่าจ้างให้บริษัทในเครือที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 1 ราย และนอกเครือจำนวน 1 รายเป็นผู้ดำเนินการผลิต ทำการจัดหาวัตถุดิบและพัฒนาสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับทิศทางการตลาด 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 ตรายี่ห้อสินค้า ได้แก่ EXFAC กลุ่มPERSONAL CARE ยี่ห้อ BIO EX กลุ่มเคมีภัณฑ์ทำความสะอาด เป็นผู้จำหน่ายของใช้ในกระบวนการผลิตสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม และยังมีสินค้าซื้อมาขายไปกลุ่ม PERSONAL CARE และกลุ่มกระบวนการขนส่งต่างๆโรงงานอุตสาหกรรมจากบริษัท TRADER อื่น ๆ

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

มุ่งเน้นการเข้าหาลูกค้า แบบเข้าพบ เข้าถึง เข้าใจ รวมถึงการบริการที่ดี โดยแยกออกเป็นประเภทสินค้า ดังนี้

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

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

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ ได้มอบหมาย/ว่าจ้างให้บริษัทฯ ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตในระดับสากล ทั้งในเครือและนอกเครือเป็นผู้พัฒนาและผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ในกลุ่มเป้าหมาย บริษัทฯ จึงมีขีดความสามารถในการจัดหาให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอต่อการขยายตัวของตลาดในอนาคต

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

แนวโน้มอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันยังคงอยู่ระดับสูงในด้านการกำหนดราคา บริษัทฯ จึงเน้นในเรื่องการเข้าพบแบบเข้าถึง และ เข้าใจความต้องการของผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิด เพราะเราให้ความสำคัญแบบที่ปรึกษามากกว่าสินค้าที่เรานำเสนอ เพื่อรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่อย่างต่อเนื่อง

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

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึง คุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการทำตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังประเทศอังกฤษด้วย

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในประเทศอังกฤษและประเทศใกล้เคียงทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ประเทศอังกฤษเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้นความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง

บริษัท กว่างโจว เอส แอนด์ เจ คอสเมติกส์ จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึง คุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการทำตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังประเทศจีนด้วย

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในประเทศจีน และประเทศใกล้เคียง ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ประเทศจีนเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง

บริษัท โฟร์ดับเบิ้ลยูดี วิชั่น (เอช.เค) จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ซึ่งบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ โดยคำนึงถึง คุณภาพ ราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการในการทำตลาดแก่ลูกค้าที่ต้องการขยายฐานผู้บริโภคยังฮ่องกงด้วย

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในฮ่องกง และประเทศใกล้เคียง ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ฮ่องกงเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง

บริษัท โฟร์ดับเบิลยูดี วิชั่น จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัท โฟร์ดับเบิ้ลยูดี วิชั่น จำกัดเป็นบริษัทฯ ที่ทำธุรกิจซื้อมาขายไปที่ให้บริการความงามครบวงจรโดยมุ่งเน้นที่การซื้อขายวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และรายการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสวยความงามโดยจัดหาให้กับตลาดในประเทศไทยเป็นหลักและตลาด AEC

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

ในฐานะที่เป็นธุรกิจใหม่บริษัท โฟร์ดับเบิ้ลยูดี วิชั่น จำกัดได้สร้างกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นและผู้ผลิตในภูมิภาคอาเซียนที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ความงามและบริการ

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ในขั้นต้นบริษัท โฟร์ดับเบิ้ลยูดี วิชั่น จำกัดจะทำงานร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับหน่วยงาน S & J เพื่อจัดหาแหล่งผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบจากยุโรป เอเชียและอเมริกาเพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานการดำเนินงานที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจของ AEC

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

เนื่องด้วยประเทศไทยเป็นกุญแจสำคัญทางการค้าในภูมิภาคและการที่ตลาดที่เกี่ยวข้องขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจะทำให้การหมุนเวียนสินค้าระหว่างประเทศและการบริการทำได้ง่ายขึ้นและเปิดโอกาสที่สำคัญสำหรับบริษัทฯ ของไทยที่จะเข้าร่วมในธุรกิจที่เติบโตใหม่ๆ ในปี 2562 บริษัทฯ เตรียมขยายธุรกิจไปยังประเทศเทศเนเธอร์แลนด์ โดยจะจัดตั้งบริษัท 4WD Vision Europe SAS เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและชุดของขวัญ รวมถึงให้บริการทางการตลาด

บริษัท เอสเอเอเอส จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

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

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

การวิจัยและพัฒนาถือเป็นกลยุทธ์หลัก ซึ่งคู่แข่งในท้องตลาดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นของบริษัทเอกชน นั้นมีน้อยมาก แม้แต่ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการเลียนแบบและพัฒนา ขาดการวิจัยและพัฒนาอย่างจริงจัง จึงมักดำเนินงานแบบผู้ตามมากกว่าผู้นำ จึงทำให้การเจริญเติบโตทางธุรกิจไม่ก้าวหน้าอย่างที่ควรจะเป็น ขณะที่บริษัทอุตสาหกรรมชั้นนำของโลก ส่วนใหญ่จะมีหน่วยงานวิจัยและพัฒนา หรือหน่วยงานและนวัตกรรม เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาสร้างสรรค์และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกระบวนการ และบริการที่สามารถสนองต่อความต้องการของตลาด จึงทำให้ธุรกิจด้านเครื่องสำอางของบริษัทเหล่านี้ ประสบความสำเร็จและก้าวหน้าอย่างมาก อีกทั้งยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นโอกาสอันดีของบริษัทที่ให้บริการงานวิจัยและพัฒนา เพื่อสนองตอบต่ออุตสาหกรรมเครื่องสำอางทั้งในไทยและต่างประเทศที่ต้องการงานวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบและสูตรผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีความโดดเด่นต่างจากคู่แข่ง รวมถึงคุณภาพและราคาตามที่ลูกค้าต้องการ

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

เนื่องจากงานของบริษัทมุ่งให้บริการงานวิจัยและพัฒนารวมทั้งการเตรียมวัตถุดิบ และสูตรของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ดูแลสุขภาพและความงาม โดยเน้นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นหลัก ในส่วนของงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาหรือเตรียมวัตถุดิบที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ที่มาจากแหล่งธรรมชาติเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ทรัพยากรของประเทศชาติเป็นสำคัญ อีกทั้งมีความหลากหลาย และมีโอกาสให้ได้สิ่งที่มีคุณค่าตามที่ต้องการ ทั้งนี้การดำเนินการเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการจากแหล่งธรรมชาติ จำเป็นต้องมีสารเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการสกัดเอาสารที่ต้องการออกมา ซึ่งการจัดหาสารเพิ่มเติมเหล่านี้จะมองที่สามารถหาหรือผลิตได้ในประเทศไทย สำหรับสูตรของผลิตภัณฑ์ ถ้าลูกค้าให้โจทย์มาคิดค้นจากบริษัทเอง เป้าหมายจะเน้นไปที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมที่ใช้วัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติและสามารถจัดหาหรือผลิตได้ในประเทศไทยให้มากที่สุด ทั้งนี้ เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้ประโยชน์แก่ประเทศชาติมากที่สุด อย่างไรก็ดีหากมีความจำเป็นต้องใช้ส่วนประกอบที่ไม่สามารถจัดหาได้ในประเทศ อาจต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศบ้างบางส่วน

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

จากการสนับสนุนของรัฐบาลที่กล่าวถึง Thailand 4.0 คาดการณ์ได้ว่า กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม จะตื่นตัวเรื่องการทำวิจัยและพัฒนา โดยเฉพาะวัตถุดิบที่จะนำมาใช้เป็นองค์ประกอบในผลิตภัณฑ์ที่กล่าวถึงนี้จากผลผลิตทางการเกษตร เพื่อเพิ่มศักยภาพของความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศ รวมทั้งสถาบันการศึกษา และองค์กรวิจัยของรัฐจะหันมาสนใจการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากแหล่งธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มมูลค่าให้เป็นผลผลิตสุดท้ายที่จะสามารถนำไปสู่การใช้ประโยชน์ทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งนี้ แหล่งทุนวิจัยของประเทศขณะนี้ หลายแหล่งทุนเน้นให้ทุนการสนับสนุนโครงการวิจัยที่มีโอกาสหรือศักยภาพนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และบางแหล่งทุนเน้นต้องมีความร่วมมือกับภาคธุรกิจเอกชน จึงมองว่าภาวะงานวิจัยและพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะที่จะร่วมมือกับสถาบันการศึกษา หรือองค์กรวิจัยของรัฐ ซึ่งภาวะดังกล่าวจะทำให้คู่แข่งของบริษัทมีมากขึ้น และสภาพการแข่งขันของบริษัทในอนาคตจะมีมากขึ้น ทั้งนี้การสร้างพันธมิตรมีโอกาสทำให้การแข่งขันดังกล่าวลดลงได้

บริษัท ออปอเรชั่นนอล เอ็นเนอร์ยี่ กรุ๊ป จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการเกี่ยวกับการผลิต และบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าในโครงการผู้ผลิตกระแสไฟฟ้าเอกชนและโรงงานอุตสาหกรรมทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ให้บริการเช่าเครื่องจักรผลิตกระแสไฟฟ้าและประเมินคุณภาพทางเทคนิคของโรงไฟฟ้าสำหรับที่ปรึกษาทางการเงิน

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

สภาพการแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการเดินเครื่องและบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าอยู่ในภาวการณ์แข่งขันสูงมีผู้ประกอบการจากทั้งในประเทศและผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ แต่เนื่องจากภาวะกำลังผลิตไฟฟ้าสำรองอยู่ในภาวะทรงตัว และภาวะความต้องการใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มสูงขึ้นตามสภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจ ประกอบกับกระแสการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นเอกชน บริษัทฯ จึงเชื่อว่าจะเป็นโอกาสให้สามารถขยายงานเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าได้

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทฯ มุ่งรักษาคุณภาพและผลงานของการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีการประเมินผลงานของผู้จำหน่ายสินค้า หรือผู้ให้บริการต่อบริษัทฯ และแสวงหาผู้จำหน่ายสินค้าหรือผู้ให้บริการที่มีคุณภาพใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นมีผลต่อความมั่นใจของผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค และผู้ให้บริการทั้งหลายให้มีการลงทุนหรือเพิ่มกำลังการผลิต มีผลให้ต้องใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนกัน ทำให้การผลิตกระแสไฟฟ้าทั้งภาครัฐบาลและเอกชนขยายตัวเพิ่มขึ้น เป็นโอกาสของบริษัทฯ ที่จะเร่งดำเนินการสร้างผลงานให้แก่ลูกค้าในปัจจุบัน ให้เป็นที่ประจักษ์โดยทั่วไปซึ่งสามารถนำไปใช้อ้างอิงในการพยายามเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากขึ้นในอนาคต

บริษัท ยามาฮัทสึ (ประเทศไทย) จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ในปี 2562 บริษัทฯ มีการเพิ่มการผลิตสินค้า ทั้งการเพิ่มรุ่นของสินค้าและการออกสินค้าใหม่เพื่อทดแทนสินค้าเดิม มีการปรับเปลี่ยนสูตรการผลิตและการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อการตลาดและความต้องการของผู้บริโภค สินค้าสำหรับลูกค้าต่างประเทศบริษัทฯได้มีการขยาย series ของผลิตภัณฑ์ ให้มีมากขึ้นจากเดิม

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

บริษัทฯทำการขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศ ซึ่งเป็นศูนย์กระจายสินค้าทั้งในประเทศและในแถบเอเชีย มีการขยายฐานลูกค้าในแถบเอเชียและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตามความต้องการของตลาดลูกค้า ทำให้บริษัทฯมียอดขายเพิ่มขึ้น

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทฯมีการคัดสรรคัดเลือกวัตถุดิบที่เข้มข้นมากขึ้น การบริหารสินค้าคงคลังที่ดีมากขึ้น นอกจากนี้การผลิตที่เพิ่มทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนของวัตถุดิบจากปริมาณการสั่งซื้อที่มาก ซึ่งมีผลให้ต้นทุนและราคาขายสินค้าสามารถแข่งขันได้ในตลาด

วัตถุดิบบางชนิด โดยเฉพาะเคมีภัณฑ์ที่มีที่มาจากกลุ่มน้ำมันมีการปรับเปลี่ยนราคาเพิ่มขึ้นตามกลไกตลาด ทำให้บริษัทต้องใช้กลยุทธ์ในการจัดซื้อ เช่น การเปรียบเทียบราคา การวางแผนการสั่งซื้อที่เหมาะสมเพื่อให้ได้วัตถุดิบในราคาถูกและได้คุณภาพที่ดีตามมาตรฐาน

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

บริษัทฯ ยังคงใช้การวางแผนทางด้านสูตรของผลิตภัณฑ์ โดยจะมีการปรับสูตรที่มีคุณภาพและใช้วัตถุดิบที่ไม่เฉพาะเจาะจงสำหรับแต่ละสูตรให้มากเกินความจำเป็น เพื่อให้บริษัทไม่ต้องจัดซื้อวัตถุดิบที่หลากหลาย แต่เป็นการสั่งซื้อวัตถุดิบน้อยรายการโดยได้ราคาที่ต่ำ เพื่อให้ต้นทุนการผลิตสามารถแข่งขันได้ในตลาด ปริมาณการสั่งซื้อจากกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแถบเอเชีย สนับสนุนให้บริษัทสามารถบริหารจัดการการสั่งซื้อได้ดียิ่งขึ้น

บริษัท โอสถ อินเตอร์แลบบอราทอรี่ส์ จำกัด

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์เพื่อการรักษาโรค รวมทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

บริษัทวางการตลาดไว้ 3 ช่องทางคือ

ตลาดภายในประเทศ บริษัทวางช่องทางจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั้งประเทศเช่น โรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชน สถานพยาบาล คลีนิค 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) บริษัทได้รับความไว้วางใจจากบริษัทยาชั้นนำให้ผลิตเวชภัณฑ์และอาหารเสริมเป็นจำนวนมากมาเป็นเวลานาน

ภาวการณ์แข่งขัน

การแข่งขันด้วยราคายังเป็นปัจจัยหลักในตลาดภายในประเทศ ทางบริษัทเน้นกลยุทธ์ด้านคุณภาพการผลิตสินค้าและการบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิ์ภาพเพื่อจะได้แข่งขันกับคู่แข่งได้

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

เนื่องจากมีการรวมตัวของประชาคมอาเซียน(AEC) ทำให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นจากกลุ่มประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศที่จะขยายตลาดเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น ทางบริษัทได้เตรียมแผนที่จะขยายตลาดไปยังต่างประเทศมากขึ้นเช่นกัน

Atika Beauty Manufacturing Sdn.Bhd.

- **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

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

- **การตลาดและภาวการณ์แข่งขัน**

ปัจจุบันผู้บริโภคที่ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เป็นชาวมุสลิมมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี ในขณะที่ผู้ผลิตที่ได้รับเครื่องหมาย “HALAL” มีเพียง 5 ราย ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถมีส่วนแบ่งในการตลาดเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

บริษัทใช้กลยุทธ์การตลาด โดยเน้นคุณภาพของสินค้าที่มาตรฐานสูง รวมถึงมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าให้มีความสวยงาม ทันสมัย สะดวกต่อการใช้งาน อีกทั้งเน้นความเหมาะสมของคุณภาพกับราคาที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

- **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท**

บริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์จากโรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งล้วนมีความเชี่ยวชาญในการผลิตเฉพาะอย่าง มีเทคโนโลยีการผลิตและเครื่องจักรที่ทันสมัย มีระบบการควบคุมคุณภาพที่มีมาตรฐาน

- **แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต**

การเติบโตของประชากรมุสลิม และกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น เป็นตัวขับเคลื่อนความต้องการในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทเมคอัพเพิ่มขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้สตรีมุสลิมมีความสนใจในผลิตภัณฑ์เมคอัพเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้ตลาดในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฮาลาลมีโอกาสเติบโตสูงขึ้น

การรับรองฮาลาลและความรู้ทางเทคนิคเป็นจุดแข็งของบริษัท ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญของการแข่งขัน ซึ่งบริษัทฯเป็นหนึ่งในผู้ผลิตเครื่องสำอางฮาลาลชั้นนำในอุตสาหกรรม กลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทจะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มธุรกิจ MNC รวมถึงลูกค้ารายอื่น ๆ ทั้งในประเทศและทั่วโลกเพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มผลกำไรให้กับลูกค้า

บริษัทฯ ได้ริเริ่มการดำเนินการเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพอยู่เสมอ ขั้นตอนหนึ่งในการดำเนินการคือการใช้ระบบซอฟต์แวร์ของ SAP มามีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางฮาลาลเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโต นับจากนี้เป็นต้นไปผู้ผลิตรายอื่น ๆ อาจเข้ามามีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมนี้ และอุตสาหกรรมนี้จะมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตามด้วยกลยุทธ์การเติบโตของบริษัทฯ เชื่อว่าสามารถรักษาระดับการเติบโตของธุรกิจและปรับปรุงผลการดำเนินงานในอนาคตได้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งในการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฮาลาลประเภทเมคอัพได้อย่างแน่นอน