

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเครื่องสำอางและเวชสำอาง เช่น ครีมอาบน้ำ ลิปสติก ครีมบำรุงผิว แป้ง โคลญ์ ฯลฯ ให้กับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตามสูตรและมาตรฐานของลูกค้า ซึ่งกระจายไปยังภายในประเทศและการส่งออกไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก ภายใต้การผลิตที่มีคุณภาพในหลักสากล ที่สั่งสมประสบการณ์และความเชี่ยวชาญมากกว่า 30 ปี จนเป็นที่ยอมรับให้เป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง โดยมีการเจริญเติบโตและส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

#### 1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

##### วิสัยทัศน์

**" To Create World's Best Buying Experience In Beauty Business "**

- บริษัท เอส แอนด์ เจฯ สร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า/คู่ค้าทุกคน ในธุรกิจความงาม

ค่านิยมหลัก เอส แอนด์ เจ		
<b>V</b>	มีวิสัยทัศน์	การคิดและมองไปข้างหน้า
<b>A</b>	มีความรับผิดชอบ	การมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์จากความคิดสู่การปฏิบัติ
<b>L</b>	มีความเป็นผู้นำ	การมีความกล้าที่จะคิด ที่จะนำ ที่จะตาม และยอมรับความล้มเหลวเป็นบทเรียน
<b>U</b>	มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	การทำงานเป็นทีมและร่วมแรงร่วมใจให้งานบรรลุผลสำเร็จ
<b>E</b>	มีคุณธรรมและจริยธรรม	การมีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง ครอบครัว องค์กร ลูกค้า และสังคม

##### พันธกิจ

- เอส แอนด์ เจ จะส่งมอบผลิตภัณฑ์ ที่เป็นนวัตกรรมเกี่ยวกับความสวยงามให้ตรงเวลา ในราคาและคุณภาพที่เหมาะสม เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าทั่วทุกมุมโลก
- เอส แอนด์ เจ จะเคารพและรับผิดชอบต่อโลก สังคม และลูกค้า

สร้างสรรค์	เสริมสร้าง	ส่งเสริม	สนับสนุน
พัฒนากระบวนการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง	ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้	บุคคลากรให้รักและเชี่ยวชาญในงานที่ทำและมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น	กิจกรรมอันเป็นประโยชน์และรับผิดชอบต่อสังคม

..... รับรองความถูกต้อง

## เป้าหมายระยะยาว

จัดให้มีกระบวนการ Competency Model ดังนี้

- Commit to success มุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้ดีหรือให้เกินมาตรฐานที่มีอยู่ การให้ความร่วมมือกับองค์กร สนับสนุนวิสัยทัศน์ พันธกิจและ กลยุทธ์ต่างๆของหน่วยงานและองค์กร หรือ เกณฑ์วัดผลสัมฤทธิ์ที่องค์กรกำหนดขึ้น อีกทั้งยังหมายรวมถึงการสร้างสรรค พัฒนา ผลงาน หรือ กระบวนการปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่ท้าทาย
- Customer Focus การมุ่งเน้น และให้ความสำคัญ ตลอดจนเรียนรู้ลูกค้า ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจลูกค้า ทั้งลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอก อันสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าในแต่ละระดับอย่างแท้จริง โดยความใส่ใจ ไม่มองข้าม ในทุกรายละเอียดของลูกค้า ซึ่งอาจทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจ และทำให้ลูกค้าจดจำ S&J เป็นที่หนึ่งในใจลูกค้า Best Buying Experience
- Team Work ความตั้งใจที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น รู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเอง และเป็นส่วนหนึ่งของทีมงาน ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และสามารถประสานสัมพันธ์ให้เกิดพลังร่วม ตลอดจนผลักดันให้เกิดผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ในภาพรวมขององค์กรได้

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มต้นดำเนินธุรกิจในปี 2523 โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้นในเครือสหพัฒน์ฯ ภายใต้ชื่อเดิม คือ บริษัท เอส แอนด์ เจ อาหารสำเร็จรูป จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์แรกเริ่มเพื่อผลิตอาหารสำเร็จรูป ต่อมาบริษัทฯได้เปลี่ยนเป็นการดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตเครื่องสำอางโดยได้รับความช่วยเหลือทางเทคนิคจากผู้เชี่ยวชาญจากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด ในปี 2526 และในปี 2531 ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ต่อมาในปี 2537 บริษัทได้จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน ในนาม บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

### การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจและการบริหาร

- ปี 2523 - ก่อตั้งบริษัท เอส แอนด์ เจ อาหารสำเร็จรูป จำกัด
- ปี 2526 - ได้เซ็นสัญญาช่วยเหลือทางด้านเทคนิคกับบริษัทผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคจากประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นการเริ่มต้นการผลิตเครื่องสำอาง
  - เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด
- ปี 2531 - เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ปี 2537 - ได้จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนและได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเพิ่มเป็น 120 ล้านบาท
  - ได้รับหนังสือรับรองมาตรฐานการผลิตเครื่องสำอางจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
- ปี 2546 - ได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิมหุ้นละ 10.- บาท เป็นราคาหุ้นละ 1.- บาท ส่งผลให้ ทุนจดทะเบียนจากเดิม 12 ล้านหุ้น เป็น 120 ล้านหุ้น ทุนที่เรียกชำระแล้วจากเดิม 8 ล้านหุ้น เป็น 80 ล้านหุ้น
- ปี 2547 - ได้เรียกชำระค่าหุ้นเพิ่มทุน 20 ล้านหุ้น เป็นเงิน 100 ล้านบาท
  - ทำการจดทะเบียนทุนที่เรียกชำระแล้วจากเดิม 80 ล้านหุ้น เป็นเงิน 80 ล้านบาท เปลี่ยนแปลงเป็น 100 ล้านหุ้น เป็นเงิน 100 ล้านบาท ต่อกระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2547

- ปี 2548 - ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 26 เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2548 ให้ทำโครงการ ESOP โดยได้ดำเนินการยื่นคำขอเสนอขายหุ้นให้แก่พนักงานของบริษัทต่อสำนักงาน กสท. ซึ่งได้รับการอนุมัติแล้วเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2548
- ปี 2549 - ได้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ภายใต้โครงการเสนอขายหลักทรัพย์ให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย (ESOP) จำนวน 5 ล้านหน่วย อัตราการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยต่อ 1 หุ้นสามัญในราคาหุ้นละ 4 บาท รวมเป็นหุ้นสามัญที่จัดสรรเพื่อรองรับการใช้สิทธิตามโครงการ ESOP 5 ล้านหุ้น ระยะเวลาการใช้สิทธิ 10 มีนาคม 2549 – 9 มีนาคม 2552
- ปี 2550 - จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- ปี 2551 - บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีเยี่ยม” จากการประเมินตามโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2551 ที่จัดขึ้นโดยสำนักงาน ก.ล.ด. ร่วมกับ สมาคมส่งเสริม ผู้ลงทุนไทย และสมาคมบริษัทจดทะเบียน โดยบริษัทฯ เป็น 1 ใน 182 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีเยี่ยม” จากบริษัทจดทะเบียนที่รับการประเมินทั้งสิ้น 486 บริษัท
- บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” ในการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2551 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยบริษัทฯ เป็น 1 ใน 122 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” จากบริษัทจดทะเบียนที่รับการประเมินทั้งสิ้น 448 บริษัท
  - จัดตั้งคณะกรรมการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม เพื่อทำหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทในการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อกำกับ ดูแลการดำเนินงานของบริษัทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นที่ผลกระทบต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย
- ปี 2552 - บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในช่วง 100 คะแนน ผลประเมิน คือ “ดีเยี่ยมและสมควรเป็นตัวอย่าง” จากการ ประเมินตามโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2552 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย โดยบริษัทฯ เป็น 1 ใน 41 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับคะแนนอยู่ในช่วง 100 คะแนน จากบริษัทจดทะเบียนที่รับการประเมินทั้งสิ้น 497 บริษัท
- บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” ในการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2552 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยบริษัทฯ เป็น 1 ใน 138 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” จากบริษัทจดทะเบียนที่รับการประเมินทั้งสิ้น 290 บริษัท
- ปี 2553 - บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในช่วงมากกว่า 90 คะแนน ผลประเมิน คือ “ดีเยี่ยม” จากการประเมินตามโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2553 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย โดยบริษัทฯ เป็น 1 ใน 187 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับคะแนนอยู่ในช่วงมากกว่า 90 คะแนน จากบริษัทจดทะเบียนที่รับการประเมินทั้งสิ้น 476 บริษัท
- บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” ในการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2553 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยบริษัทฯ เป็น 1 ใน 179 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” จากบริษัทจดทะเบียนที่รับการประเมินทั้งสิ้น 480 บริษัท

- ปี 2554 - บริษัทฯ มีการเพิ่มทุนจำนวน 45,186,500 หุ้น โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้น (Right Offering) ราคาเสนอขายหุ้นละ 12.00 บาท กรณีที่มีหุ้นสามัญเพิ่มทุนคงเหลือจากการจองซื้อหุ้นของผู้ถือหุ้นเดิม เสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) ทั้งนี้ ราคาเสนอขายดังกล่าวจะต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90 ของราคาตลาดถัวเฉลี่ยของหุ้น
- บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในช่วง 100 คะแนน ผลประเมิน คือ “ดีเยี่ยมและสมควรเป็นตัวอย่าง” จากการ ประเมินตามโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญ ประจำปี 2554 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย โดยบริษัทฯ เป็น 1 ใน 64 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับคะแนนอยู่ในช่วง 100 คะแนน จากบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับการประเมินทั้งสิ้น 416 บริษัท
  - บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” ในการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2554 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยบริษัทฯ เป็น 1 ใน 145 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” จากบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับการประเมินทั้งสิ้น 497 บริษัท
- ปี 2555 - บริษัทฯ ได้รับรางวัล CSRI Recognition - Most Innovative CSR บริษัทจดทะเบียนที่มีนวัตกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
- บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในช่วง 100 คะแนน ผลประเมิน คือ “ดีเยี่ยมและสมควรเป็นตัวอย่าง” จากการ ประเมินตามโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2555 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย โดยบริษัทฯ เป็น 1 ใน 74 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับคะแนนอยู่ในช่วง 100 คะแนน จากบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับการประเมินทั้งสิ้น 450 บริษัท
  - บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” ในการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2555 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยบริษัทฯ เป็น 1 ใน 150 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” จากบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับการประเมินทั้งสิ้น 513 บริษัท
  - บริษัทฯ ได้รับรางวัลจากลูกค้า Body Shop : Best Supply Chain Improvement Award
- ปี 2556 - บริษัทฯ ได้รับรางวัล SET Awards 2013 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดระหว่าง 2,000 -10,000 ล้านบาท ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทฯ ได้รับรางวัล “ดีเด่น” ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
- บริษัทฯ ได้รับรางวัล CSRI Recognition - Most Innovative CSR บริษัทจดทะเบียนที่มีนวัตกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
  - บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในช่วง 100 คะแนน ผลประเมิน คือ “ดีเยี่ยมและสมควรเป็นตัวอย่าง” จากการประเมินตามโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญ ประจำปี 2556 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย
  - บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในระดับ “ดีเลิศ” ในการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2556 ซึ่งทำได้ดีกว่าปี 2555 ซึ่งอยู่ในระดับดีมาก ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
  - บริษัทฯ ได้รับรางวัลจากลูกค้า Body Shop : Best Supplier Award

- ปี 2557 - บริษัทฯ ได้รับรางวัล SET Awards 2014 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดระหว่าง 2,000 -10,000 ล้านบาท ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทได้รับรางวัล "ดีเด่น"
- บริษัทฯ ได้รับรางวัล CSRI Recognition - Most Innovative CSR บริษัทจดทะเบียนที่มีนวัตกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
  - บริษัทฯ ได้รับคะแนนอยู่ในช่วง 100 คะแนน ผลประเมิน คือ "ดีเยี่ยมและสมควร เป็นตัวอย่าง" จากการประเมินตามโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญ ประจำปี 2556 ที่จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย
  - บริษัทฯ ได้รับรางวัล Investors' Choice Award คะแนน AGM 100% 4 ปีซ้อน (2554-2557) จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย
  - บริษัทฯ ได้รับ ESG100 Certificate ซึ่งเป็น 1 ใน 100 บริษัทจดทะเบียน ที่ได้รับคัดเลือกจากสถาบันไทยพัฒน์ ที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance : ESG100 ) ซึ่งคัดเลือกจาก 567 บริษัทจดทะเบียน
  - บริษัทฯ ได้ทำการปรับปรุงระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ใช้ในการประเมินศักยภาพของบุคลากรทั้งทางด้านพฤติกรรมผ่านกระบวนการของ Competency Model และในด้านผลการปฏิบัติงานผ่านกระบวนการจัดทำ KPI เชิงกลยุทธ์

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

#### นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

##### บริษัท S & J

หมายถึง บริษัทฯ ทำหน้าที่ ออกแบบ วิจัยและพัฒนา ทำการจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ มีการวางแผนการผลิต โดยประสานงานกับลูกค้า โรงงานทำการผลิตตามความต้องการของลูกค้า

##### บริษัทย่อย

หมายถึงกลุ่มบริษัทที่สนับสนุนธุรกิจของบริษัทและมีความสำคัญเป็นเสมือนหน่วยธุรกิจหนึ่งของบริษัท ซึ่งบริษัทเป็นผู้ลงทุนรายใหญ่ กลุ่มบริษัทย่อยเป็นกลุ่มที่บริษัทดูแลอย่างใกล้ชิด เพื่อให้มีการดำเนินงานตามนโยบายของบริษัทในฐานะผู้ถือหุ้น รวมทั้งให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการ บริษัทในกลุ่มนี้ได้แก่

##### บริษัท ท็อปเทรนด์ แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด (TTM)

จัดตั้งขึ้นในปี 2526 เพื่อเป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกเครื่องสำอาง และ ยา โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานที่รับจ้างผลิตเครื่องสำอาง มีบางบริษัทที่ส่งบรรจุภัณฑ์โดยตรง แต่ส่งมอบให้โรงงานที่รับจ้างผลิตเครื่องสำอางเพื่อผลิตต่อเป็นสินค้าสำเร็จรูป โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 10 ล้านบาท บริษัทฯ ได้เข้าถือหุ้นร้อยละ 6.25 ในปี 2534 มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 553/2-6 ซอยแสงสุข ถ.สาธุประดิษฐ์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 และ โรงงานตั้งอยู่ที่ 334 หมู่ 1 สวนอุตสาหกรรมศรีราชา ถ.สุขาภิบาล 8 ตำบลบึง อำเภอสัตร์ราชา จังหวัดชลบุรี 20230 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 TTM มีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 120 ล้านบาท และบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ ร้อยละ 50

..... รับรองความถูกต้อง

บริษัท ไวลด์ไลฟ์ส (ประเทศไทย) จำกัด (WL)

จัดตั้งขึ้นในปี 2546 เพื่อเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ประเภท ครีมกันแดด และครีมทากันยูง ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท โดยบริษัทฯ เข้าถือหุ้นร้อยละ 99.99 ในปี 2546 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 115 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ (ซอย 10) แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 WL มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท และบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ ร้อยละ 99.99

บริษัท อีเอฟ จำกัด (EF)

จัดตั้งขึ้นในปี 2539 เพื่อเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ประเภท Personal Care เช่น สบู่ แชมพู โลชั่น และ Spa Products ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท โดยบริษัทฯ เข้าถือหุ้นร้อยละ 49.96 ในปี 2539 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 600/4 หมู่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 EF มีทุนจดทะเบียน 4 ล้านบาท และบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ ร้อยละ 99.99

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล (ยูเค) จำกัด (S&J-UK)

จัดตั้งขึ้นในปี 2552 เพื่อดำเนินการให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 5 ล้านบาท บริษัทฯ ได้เข้าถือหุ้นร้อยละ 100.00 ในปี 2552 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 9 Lydden Road, London, SW18 4LT. United Kingdom ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 5 ล้านบาท และบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ ร้อยละ 100.00

บริษัท กว่างโจว เอส แอนด์ เจ คอสเมติกส์ จำกัด (S&J-China)

จัดตั้งขึ้นในปี 2553 เพื่อดำเนินการให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 5 ล้านบาท S&J – UK ได้เข้าถือหุ้นร้อยละ 100.00 ในปี 2554 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ Guangzhou World Trade Centre South Tower, 371-375 Huan Shi Dong Road, Guangzhou, P.R.C. 510095 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 5 ล้านบาท และ S&J-UK ถือหุ้นอยู่ ร้อยละ 100.00

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล (เอชเค) จำกัด

จัดตั้งขึ้นในปี 2555 เพื่อดำเนินการให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 5 ล้านบาท S&J – UK ได้เข้าถือหุ้นร้อยละ 100.00 ในปี 2555 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ Rooms 2101-3, China Insurance Group Building, 141 Des Vouex Road Central, Hong Kong ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 5 ล้านบาท และ S&J - UK ถือหุ้นอยู่ ร้อยละ 100.00

**บริษัทรวม**

หมายถึง กลุ่มบริษัทที่มีส่วนการลงทุนร่วมกับพันธมิตรเพื่อเอื้อประโยชน์กับบริษัทในเชิงกลยุทธ์ และเพื่อความร่วมมือทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ของบริษัท บริษัทในกลุ่มนี้ได้แก่

..... รับรองความถูกต้อง



บริษัท ออปอเรชั่นนอล เอ็นเนอร์ยี กรุป จำกัด (OEG)

จัดตั้งขึ้นในปี 2539 เพื่อบริหารการผลิตไฟฟ้า พลังงานความร้อนและบำรุงรักษาโรงไฟฟ้า ด้วยทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท โดยบริษัทฯ เข้าถือหุ้นอยู่ร้อยละ 25.95 ในปี 2545 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 170/52 ชั้น 17 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 OEG มีทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท และบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ ร้อยละ 30

บริษัท ยามาฮ่าสี (ประเทศไทย) จำกัด (YHT)

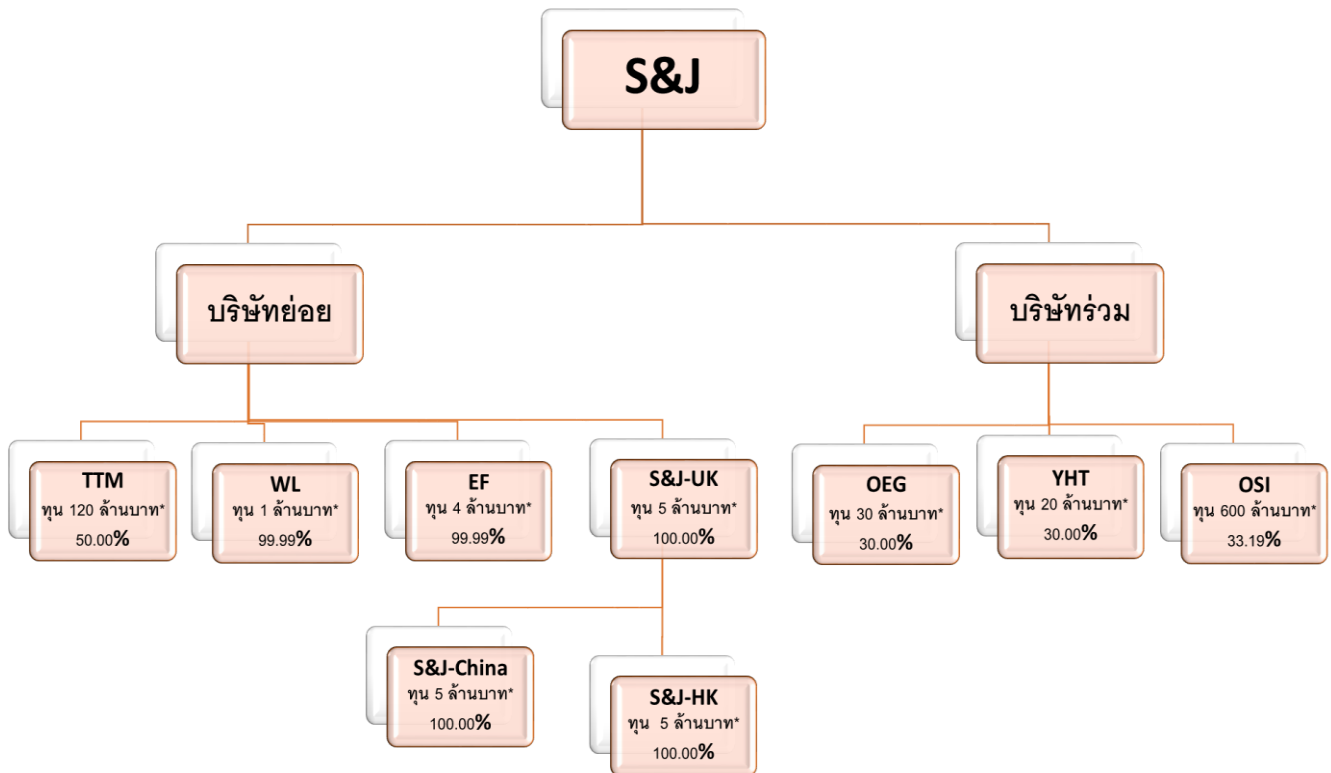
จัดตั้งขึ้นในปี 2538 เพื่อผลิตน้ำยาย้อมผม น้ำยาดัดผม ครีมเปลี่ยนสีผม และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเส้นผม ด้วยทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท โดยบริษัทฯ เข้าถือหุ้นอยู่ร้อยละ 30 ในปี 2538 มีสำนักงานใหญ่และโรงงานตั้งอยู่ที่ 600/48 หมู่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 YHT มีทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท และบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ ร้อยละ 30

บริษัท โอเอส อินเตอร์แลบบอราทอรีส์ จำกัด (OSI)

จัดตั้งขึ้นในปี 2530 เพื่อผลิตและจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์เพื่อการรักษาโรค ด้วยทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท โดยบริษัทฯ เข้าถือหุ้นอยู่ร้อยละ 19.00 ในปี 2541 มีสำนักงานใหญ่และโรงงานตั้งอยู่ที่ 600/9 หมู่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 OSI มีทุนจดทะเบียน 600 ล้านบาท และบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ ร้อยละ 33.19

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มจะมีคณะกรรมการดูแลรับผิดชอบและบริหารงานแต่ละบริษัท โดยที่คณะกรรมการบริษัทจะมีความเป็นอิสระในการดูแลกำกับกิจกรรมของบริษัทภายใต้อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบที่กำหนดไว้

### โครงสร้างการถือหุ้นในกลุ่มบริษัท



TTM	=	บริษัท ท็อปเทร็นด์ แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด
WL	=	บริษัท ไวลด์ไลฟ์ส (ประเทศไทย) จำกัด
EF	=	บริษัท อีเอฟ จำกัด
S&J-UK	=	บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล (ยูเค) จำกัด
S&J-China	=	บริษัท กว่างโจว เอส แอนด์ เจ คอสเมติกส์ จำกัด
S&J-HK	=	บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล (เอชเค) จำกัด
OEG	=	บริษัท ออปอเรชั่นนอล เอ็นเนอร์ยี กรุ๊ป จำกัด
YHT	=	บริษัท ยามาฮ่าสึ (ประเทศไทย) จำกัด
OSI	=	บริษัท โอสโก อินเตอร์เลบบอราทอรีส์ จำกัด

\*ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

#### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

-ไม่มี-



## 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
<b>รวม</b>				<b>4,734.4</b>	<b>100.0</b>	<b>4,466.7</b>	<b>100.0</b>	<b>4,286.1</b>	<b>100.0</b>
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
<b>รวม</b>				<b>1,066.3</b>	<b>100.0</b>	<b>1,044.9</b>	<b>100.0</b>	<b>1,086.8</b>	<b>100.0</b>
อุปโภคและบริโภค	- ในประเทศ	WL	99.99	14.6	100.0	19.0	100.0	21.9	100.0
	- ต่างประเทศ			-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>				<b>14.6</b>	<b>100.0</b>	<b>19.0</b>	<b>100.0</b>	<b>21.9</b>	<b>100.0</b>
อุปโภคและบริโภค	- ในประเทศ	EF	99.99	26.1	100.0	24.2	100.0	16.2	100.0
	- ต่างประเทศ			-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>				<b>26.1</b>	<b>100.0</b>	<b>24.2</b>	<b>100.0</b>	<b>16.2</b>	<b>100.0</b>
บริการทางการตลาด	- ในประเทศ	S&J-UK	100.00	-	-	-	-	-	-
จำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์	- ต่างประเทศ			223.3	100.0	197.6	100.0	172.1	100.0
<b>รวม</b>				<b>223.3</b>	<b>100.0</b>	<b>197.6</b>	<b>100.0</b>	<b>172.1</b>	<b>100.0</b>
บริการทางการตลาด	- ในประเทศ	S&J-China	100.00	-	-	-	-	-	-
จำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์	- ต่างประเทศ			0.6	100.0	0.5	100.0	5.0	100.0
<b>รวม</b>				<b>0.6</b>	<b>100.0</b>	<b>0.5</b>	<b>100.0</b>	<b>5.0</b>	<b>100.0</b>
บริการทางการตลาด	- ในประเทศ	S&J-HK	100.00	-	-	-	-	-	-
จำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์	- ต่างประเทศ			21.9	100.0	17.5	100.0	16.7	100.0
<b>รวม</b>				<b>21.9</b>	<b>100.0</b>	<b>17.5</b>	<b>100.0</b>	<b>16.7</b>	<b>100.0</b>
บริการเกี่ยวกับการ	- ในประเทศ	OEG	30.00	486.0	100.0	398.4	100.0	438.4	100.0
เดินเครื่องโรงไฟฟ้า	- ต่างประเทศ			-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>				<b>486.0</b>	<b>100.0</b>	<b>398.4</b>	<b>100.0</b>	<b>438.4</b>	<b>100.0</b>
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
<b>รวม</b>				<b>1,110.1</b>	<b>100.0</b>	<b>1,487.0</b>	<b>100.0</b>	<b>1,621.2</b>	<b>100.0</b>
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
<b>รวม</b>				<b>476.2</b>	<b>100.0</b>	<b>476.1</b>	<b>100.0</b>	<b>475.4</b>	<b>100.0</b>

..... รับรองความถูกต้อง

## 2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละกลุ่มธุรกิจ

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

#### 1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ คือ เครื่องสำอางทุกประเภท อาทิเช่น แป้ง ครีม ลิป โดยบริษัท มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ด้วยเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย และมีมาตรฐาน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพระดับโลก ซึ่งจากใบรับรอง มาตรฐานคุณภาพเหล่านี้สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น 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. การตลาดและการแข่งขัน

##### (ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

##### • กลยุทธ์การแข่งขัน

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางมีการแข่งขันสูง และเป็นธุรกิจแบบไร้พรมแดน หลังจาก เครื่องสำอางเป็นอุตสาหกรรมที่ภาครัฐ เปิดให้มีการแข่งขันเสรีได้ "คู่แข่ง" เป็นอีกปัจจัยที่ต้อง ตระหนัก โดยเฉพาะจีน-อินเดีย ที่เจาะตลาดเดียวกับไทย ทั้งสองประเทศมีวัตถุดิบสมุนไพร เหมือนกัน แต่ไทยจะได้เปรียบเพราะยังไม่พบปัญหาโลหะหนักปนเปื้อน แต่ไทยก็เสียเปรียบด้าน ต้นทุนสูงกว่าคู่แข่ง โดยเฉพาะต้นทุนแรงงานไทยไม่สามารถสู้ได้เลย

เครื่องสำอางเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น ไม่เฉพาะกลุ่มสตรีเท่านั้น ในปัจจุบันจะพบว่าตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีความหลากหลายทั้งในเรื่องของราคาและคุณภาพ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน นำไปสู่ การแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีมูลค่ามหาศาลเพิ่มสูงขึ้นทั้งตลาด ภายในประเทศและตลาดนอกประเทศและทวีความรุนแรงมากขึ้น

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เน้นเครื่องสำอางที่มีสารสกัดที่มีคุณประโยชน์จากธรรมชาติ ซึ่งเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ต้องไม่มีส่วนผสมที่เป็นสารสังเคราะห์ 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 โดยเน้นคุณภาพสินค้าให้มีราคาดึงดูดความสนใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้

#### • การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ ลักษณะการขายจะเป็นแบบ Contract manufacturing ลูกค้าของบริษัทฯ มีทั้งประเภทที่สั่งซื้อสินค้าไปจำหน่ายแบบขายตรง (Direct Sales) และตามห้างสรรพสินค้า (Counter Sales) สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศต่อการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ เท่ากับ 53 : 47 ประเทศที่บริษัทฯ ส่งผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่าย คือ อังกฤษ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย มาเลเซีย สิงคโปร์ 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 อำเภอดุสิต และโรงงานที่สวนอุตสาหกรรมปิ่นทอง เพื่อรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าที่ให้ความเชื่อมั่นในการเลือกผลิตสินค้ากับ 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 อำเภอดุสิต จังหวัดชลบุรี 20230 กำลังการผลิตปีละ 175 ล้านชิ้น โดยทำงานประมาณ 1 กะ
- โรงงานแห่งที่สอง ตั้งอยู่ที่ 789/159 หมู่ที่ 1 ถนนสายหนองค้อ – แหยมฉับ ตำบลหนองขาม อำเภอดุสิต 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 , ดับเบิ้ล , แท่งลิปสติก, รวมถึงมีการจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทฯ ไม่ได้เป็นผู้ผลิต อาทิ ฝาปั๊ม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร

#### 2. การตลาดและการแข่งขัน

##### (ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

##### • กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นในการรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้าเพื่อ สร้างความเชื่อมั่นและพึงพอใจสูงสุดในสินค้าของบริษัท และสินค้าส่วนใหญ่จะผลิตขึ้นตามคำสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละรายซึ่งมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน จึงต้องมีการวางแผนการผลิตและระบบการจัดส่งที่ดีเพื่อให้สามารถจัดส่งสินค้าได้ครบถ้วนและได้คุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการทันเวลานัดหมาย อีกทั้งบริษัทยังให้ความสำคัญและควบคุมขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอนอย่างใกล้ชิดและมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ลดอัตราการสูญเสียระหว่างผลิต ซึ่งส่งผลให้สามารถลดต้นทุนการผลิต รวมทั้งได้สินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯยังมุ่งเน้นเรื่องการรักษาสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าและการให้บริการทางด้านเทคนิคเพื่อให้ลูกค้า 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



• **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 ไวลด์ไลฟ์ส (ประเทศไทย) จำกัด**

**1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

**2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน**

**(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ**

• **กลยุทธ์การแข่งขัน**

บริษัทฯ เป็นผู้บุกเบิกผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว และกิจกรรมกลางแจ้ง โดยเน้นกลยุทธ์การแข่งขันไปที่ การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการขายโดยมุ่งไปยังกลุ่มลูกค้าในตลาดแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก รวมทั้งใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าให้สูงกว่าคู่แข่ง เพื่อเน้นถึงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า นอกจากนี้ยังคงรักษาลูกค้าเดิมที่มีอยู่เพื่อเน้นการบริหารลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 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 เพื่อหวังดึงดูดยอดขายให้มากที่สุด และในช่วงปี 2557 ยังคงมีปัจจัยหลายด้านส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นการเมือง เศรษฐกิจ จึงทำให้ช่วง Hi season มาช้ากว่ากำหนด แต่อย่างไรก็ตามการแข่งขันก็ยังดุเดือดเช่นเดิม

## (ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

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

## 3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

## 4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง

**บริษัท อี เอฟ จำกัด****1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

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

**2. การตลาดและการแข่งขัน****(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 กระบวนการผลิตที่คำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม

**• 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 เพื่อรักษาดูแลเดิมและขยายตลาดใหม่

**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. การตลาดและการแข่งขัน

#### (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 -

## บริษัท กว่างโจว เอส แอนด์ เจ คอสเมติกส์ จำกัด

### 1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

### 2. การตลาดและการแข่งขัน

#### (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 – เอชเค จำกัด

### 1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

กิจกรรมหลักของบริษัทฯ คือ ให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม

### 2. การตลาดและการแข่งขัน

#### (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 ช่องทางยังคงเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลความงามและสุขภาพ ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อจัดหาและตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง

#### (ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

การแข่งขันยังคงเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และการส่งมอบ ทั้งนี้ ช่องทางเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและการออกแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการติดตามแนวโน้มของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถให้ทันต่อความต้องการได้อย่างแท้จริง

### 3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ด้วยขอบเขตที่กว้างของผู้ผลิตที่หลากหลายและมากมายในสอง และประเทศใกล้เคียง ทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่จะจำหน่ายได้ในตลาดทั่วโลก

### 4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

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

บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการเกี่ยวกับผลิต และบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าในโครงการผู้ผลิตกระแสไฟฟ้าเอกชน และโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมทั้งงานฟื้นฟูโรงไฟฟ้าที่เสียหายจากน้ำท่วมและให้บริการเช่าเครื่องจักรผลิตกระแสไฟฟ้า

**2. การตลาดและการแข่งขัน****(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**

ลูกค้าของบริษัท ฯ 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 และภาวะความต้องการใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มสูงขึ้นตามสภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจ บริษัท ฯ จึงเชื่อว่าจะเป็นโอกาสให้สามารถขยายงานเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าได้



### (ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นมีผลต่อความมั่นใจของผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค และผู้ให้บริการทั้งหลายให้มีการลงทุนหรือเพิ่มกำลังการผลิต มีผลให้ต้องใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนกัน ทำให้การผลิตกระแสไฟฟ้าทั้งภาครัฐบาลและเอกชนขยายตัวเพิ่มขึ้น เป็นโอกาสของบริษัทฯ ที่จะเร่งดำเนินการสร้างผลงานให้แก่ลูกค้าในปัจจุบัน ให้เป็นที่ประจักษ์โดยทั่วไปซึ่งสามารถนำไปใช้อ้างอิงในการพยายามเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากขึ้นในอนาคต

### 3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มุ่งรักษาคุณภาพและผลงานของการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีการประเมินผลงานของผู้จำหน่ายสินค้า หรือผู้ให้บริการต่อบริษัทฯ และแสวงหาผู้จำหน่ายสินค้าหรือผู้ให้บริการที่มีคุณภาพใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ

### 4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

### บริษัท ยามาฮ่า (ประเทศไทย) จำกัด

#### 1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยอมนี่ม ผลิตภัณฑ์ดัดเส้นผม และเป็นผู้ดำเนินการกระจายสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม

#### 2. การตลาดและการแข่งขัน

##### (ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

###### • กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทฯ มีการพัฒนาการผลิตสินค้าโดยการนำเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพเข้ามาใช้在公司 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 เดิมเพื่อรักษาลูกค้าเก่าที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และเพิ่มเติมประเภทสินค้าให้ลูกค้าเก่ามีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายขึ้น

#### • การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ ยังคงใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเดิม คือ ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยสัดส่วนของการจำหน่ายไปยังต่างประเทศมีเปอร์เซ็นต์ที่สูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับการจัดจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนเป็น 90 : 10

#### (ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

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

#### (ค) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

บริษัทฯ ยังคงใช้การวางแผนทางด้านสูตรของผลิตภัณฑ์ โดยจะมีการปรับสูตรที่มีคุณภาพ และใช้วัตถุดิบที่ไม่เฉพาะเจาะจงสำหรับแต่ละสูตรให้มากเกินความจำเป็น 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 นอกจากนี้บริษัทได้ใช้บริการของบ่อน้ำบาดาลเสียของโครงการฯ ในการกำจัดน้ำเสียของบริษัทฯ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อม และการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยเรื่องการจัดกากอุตสาหกรรม

### 4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

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

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์เพื่อการรักษาโรค รวมทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

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

บริษัทเน้นกลยุทธ์การแข่งขันไปที่ การนำเสนอสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่งด้วย การพัฒนา สูตรการผลิต และกระบวนการผลิต 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 และมีเป้าหมายสู่ตลาดอาเซียน

**• กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย บริษัทฯ ต้องการขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีอยู่ โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน รวมไปถึงการขยายตลาดสู่ตลาดอาเซียน

**• การจำหน่ายและช่องทางจำหน่าย**

บริษัทฯ มีทีมขายและการตลาดที่จัดจำหน่ายถึงลูกค้าเป้าหมายโดยตรง และเป็นผู้นำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ 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 โอสส อินเตอร์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 600/9 หมู่ที่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 และสำนักงานสาขา ตั้งอยู่เลขที่ 85,87,89 ถนนไหมสวรรค์ แขวงบางค้อแหลม เขตบางค้อแหลม กรุงเทพมหานคร 10120 บริษัทได้รับการรองรับมาตรฐาน GMP จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาขึ้นสูง 2 ปีซ้อนต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน มาตรฐานการบริการ ISO 9001 version 2008 รวมทั้งอยู่ในระหว่างการรองรับมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ISO 14000 มาตรฐานห้องปฏิบัติการ ISO 17025

**4. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ**

-ไม่มี -

..... รับรองความถูกต้อง

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักดีถึงความรับผิดชอบในการดูแลให้มีการกำกับกิจการที่ดี เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จึงได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เป็นผู้กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจว่า การบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัท มีความเพียงพออย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และมีผลกระทบต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ควรพิจารณา ดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

##### 1.1 ความเสี่ยงในการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าประเภทเครื่องสำอางตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ปัจจุบันบริษัทฯ มีลูกค้ารายใหญ่ 1 ราย ซึ่งมียอดสั่งซื้อสินค้าเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดขาย บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายนี้มาโดยตลอด ได้ร่วมกันพัฒนาธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการและสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เพื่อรักษาผลประโยชน์ที่ดีในระยะยาวทั้ง 2 ฝ่าย หากบริษัทฯ สูญเสียลูกค้ารายนี้ไปจะส่งผลกระทบต่อยอดขายและกำไรของบริษัท

##### การบริหารความเสี่ยง

- มีการพัฒนาสินค้าทั้งใหม่และเก่าร่วมกับลูกค้า เพื่อให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
- ปรับปรุงประสิทธิภาพในสายการผลิตเพื่อลดต้นทุน และรักษาความสามารถในการแข่งขันด้านระดับราคาและคุณภาพของสินค้า
- รักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยมุ่งมั่นสร้างความพอใจกับลูกค้า พร้อมให้บริการที่ดี
- ขยายฐานลูกค้ารายใหม่ที่มีศักยภาพและมียอดสั่งซื้อสูงทั้งภายในและต่างประเทศมากขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างกำไรให้บริษัทฯ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ถือหุ้น, ผู้บริหาร, พนักงาน, ลูกค้าของบริษัท รวมถึงผู้จำหน่ายสินค้าให้บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากการลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ และเพิ่มสภาพคล่องให้กับบริษัท

#### 2. ความเสี่ยงด้านการเงิน

##### 2.1 ความเสี่ยงในการให้สินเชื่อ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีลูกหนี้การค้าสุทธิทั้งหมด เท่ากับ 988.0 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 18.2 ของยอดขาย บริษัทมีระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ย ในปี 2557 เท่ากับ 66 วัน และ บริษัทมีลูกหนี้ที่มีอายุน้อยกว่า 3 เดือน เป็นมูลค่า 977.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 99.0 ของลูกหนี้สุทธิ บริษัทอาจมีความเสี่ยงในการเรียกเก็บชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า ซึ่งถ้าลูกหนี้การค้าไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขการชำระเงินและข้อตกลงในสัญญาได้ ทำให้บริษัทไม่ได้รับชำระหนี้คืนเต็มจำนวนตามสัญญา อาจมีผลกระทบต่อเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท ได้

##### การบริหารความเสี่ยง

- มีการวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน และนำระบบประเมินคุณภาพของลูกค้ามาใช้ เพื่อกำหนดและทบทวนวงเงินสินเชื่อ รวมถึงระยะเวลาการชำระเงินของลูกค้าแต่ละราย ด้วยระบบ Credit Management เพื่อเป็นมาตรการควบคุมวงเงินสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- มีการจัดประชุมร่วมกันระหว่างฝ่ายบัญชีและฝ่ายธุรกิจทุกเดือน เพื่อติดตามคุณภาพลูกหนี้ตัวอย่างสม่ำเสมอ

..... รับรองความถูกต้อง

- มีการติดตามเร่งรัดชำระหนี้จากลูกหนี้อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการติดตามหนี้ค้างชำระจนถึงที่สุด โดยเจ้าหน้าที่บัญชีและเจ้าหน้าที่ธุรกิจร่วมกัน อีกทั้งได้รับการตรวจสอบดูแลอย่างใกล้ชิดจากฝ่ายบริหาร ซึ่งได้มีการประเมินมูลค่าของความเสียหายด้านการให้สินเชื่อ อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงจัดให้มีการทำประกันภัย Credit Insurance ในกรณีที่ประเมินแล้วเกิดความเสียหาย
- บริษัทฯ มีนโยบายตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ที่คาดว่าจะเรียกเก็บเงินไม่ได้ และได้เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินของบริษัท
- บริษัทฯ จะขอให้มือป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน อาทิเช่น หนังสือสัญญาค้ำประกันจากทางธนาคาร หรือเลตเตอร์ออฟเครดิต เป็นต้น รวมถึงการให้ลูกค้ารายใหม่ ๆ เงินจ่ายล่วงหน้าค่าสินค้าก่อนเริ่มดำเนินการ
- มีการขยายฐานลูกหนี้ให้กระจายตัวและมีจำนวนมากรายซึ่งบริษัทไม่ได้ยึดติดกับฐานลูกหนี้การค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

## 2.2 ความเสี่ยงจากการสนับสนุนทางการเงินให้แก่บริษัทในเครือฯ

บริษัทฯ มีนโยบายสนับสนุนบริษัทในเครือฯ เพื่อให้โครงสร้างทางการเงินของบริษัทดังกล่าวมีสภาพคล่อง โดยมีทั้งการให้กู้ยืมเงินเพื่อนำเงินดังกล่าวไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ รวมถึงอาจต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการสนับสนุนทางการเงินในรูปของการค้ำประกันเงินกู้ให้แก่บริษัทในเครือฯ

### การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้กู้ยืมเงินและ/หรือค้ำประกันเงินกู้ให้แก่เฉพาะบริษัทในเครือฯ โดยจะขออนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นครั้ง ๆ ไป ขึ้นอยู่กับขนาดของวงเงิน (ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน เรื่อง การทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน)

## 2.3 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้สกุลเงินตราต่างประเทศ แต่มีการซื้อสินค้าและส่งออกสินค้าในรูปสกุลเงินตราต่างประเทศซึ่งเปิดเผยข้อมูลไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 25 ทำให้บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน แต่อย่างไรก็ตามสำหรับในส่วนของวัตถุดิบ บริษัทฯ จะซื้อจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก โดยสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ ประมาณร้อยละ 25 ของวัตถุดิบทั้งหมด และในส่วนของการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 43.0 ของรายได้จากการขายรวมในปี 2557

### การบริหารความเสี่ยง

- บริษัทฯ มีการเปิดบัญชี FCD (Foreign Currency Deposit)
- มีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และยังทำให้บริษัทฯ ทราบถึงต้นทุนและราคาขายในรูปของค่าเงินบาทที่แน่นอน อัตราที่ Forward จะเป็นอัตราที่บริษัท ได้วิเคราะห์และคิดว่าเป็นอัตราที่เหมาะสมในเวลานั้น
- มีการตั้งคณะกรรมการดูแลและบริหารอัตราแลกเปลี่ยน เฝ้าติดตามและมีมาตรการจัดการกับรายรับและรายจ่ายในรูปสกุลเงินตราต่างประเทศให้สอดคล้องกับตลาดเงินอยู่ตลอดเวลา เพื่อบริหารเงินและลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
- บริษัทฯ มีนโยบาย ซื้อ-ขาย สินค้าด้วยสกุลเงินเดียวกัน
- คณะกรรมการความเสี่ยงได้บรรจุความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเป็นแผนงานประจำปี

..... รับรองความถูกต้อง



### 3. ความเสี่ยงจากการลงทุน

บริษัทฯ ได้ร่วมลงทุนในกิจการของบริษัทในเครือหลายบริษัท มีการกระจายการลงทุนไปหลายประเภทธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่บริษัทฯ แต่บริษัทฯ ไม่มีอำนาจควบคุมกิจการในบริษัทที่ลงทุน โดยอำนาจในการบริหารและการตัดสินใจต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับคณะกรรมการของแต่ละบริษัท

บริษัทฯ ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปของเงินปันผล ถ้าหากบริษัทที่ลงทุนแห่งใดขาดทุน บริษัทฯ จะมีการตั้งค่าเพื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าเงินลงทุนในบัญชีกำไรขาดทุนของบริษัท ดังนั้นโครงสร้างการถือหุ้นดังกล่าวจึงไม่มีผลกระทบในอันที่จะทำให้การรับรู้ส่วนแบ่งรายได้ของบริษัท ต่างจากที่รับรู้ในงบการเงินอย่างมีนัยสำคัญ

### 4. ความเสี่ยงจากการลงทุนและการดำเนินงานในต่างประเทศ

บริษัทฯ ได้มีการลงทุนดำเนินการให้บริการทางด้านการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ ในประเทศอังกฤษ (รายละเอียดเพิ่มเติมของเงินลงทุนในต่างประเทศของบริษัท อยู่ในหัวข้อ 11. เงินลงทุนในบริษัทย่อย ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557) โดยในปี 2557 บริษัทฯ มีรายได้จากกิจการในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 4.53 ของรายได้จากการขายรวม

ผลการดำเนินงานของบริษัทในต่างประเทศ อาจได้รับผลกระทบจากการที่สภาวะเศรษฐกิจถดถอย การเปลี่ยนแปลงในกฎระเบียบทางราชการในประเทศที่ลงทุน เช่น อัตราภาษี ค่าจ้างแรงงาน มาตรการทางการค้า การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรจากการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

#### การบริหารความเสี่ยง

เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายในการลงทุนที่ชัดเจนและสร้างระบบการติดตามและควบคุมการดำเนินงาน รวมถึงการแต่งตั้งตัวแทนของบริษัท กรรมการผู้จัดการและผู้บริหารทางการเงินเข้าไปดูแลการดำเนินงานในต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทในต่างประเทศ โดยมีการประชุมที่จัดขึ้นที่ประเทศไทยอย่างน้อยทุกเดือน เพื่อพิจารณาถึงผลการดำเนินงานและร่วมกันวางแผนงานและเป้าหมายในการดำเนินงาน

### 5. ความเสี่ยงจากนโยบายเปิดเสรีทางการค้า

จากนโยบายการเปิดการค้าเสรี ทำให้มีการแข่งขันค่อนข้างสูงในด้านราคากับประเทศต่าง ๆ ที่มีต้นทุนต่ำ อาทิเช่น จีน, เวียดนาม อย่างไรก็ตาม ผลประกอบการโดยรวมของบริษัท อยู่ในเกณฑ์ดี และเป็นไปตามเป้าหมาย

#### การบริหารความเสี่ยง

- ด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท : มีการพัฒนาคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) อย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าได้รับมาตรฐานสากล ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น โดยทำการสำรวจผลการตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและคุ้มค่าในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ
- มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทคู่ค้าอย่างต่อเนื่องยาวนาน ทำให้เข้าสู่ช่องทางการจำหน่ายได้มากกว่าและหลากหลายกว่า
- มีการพัฒนาความรู้ ความสามารถในการจัดการและการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องให้แก่ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อให้ลูกค้าพอใจในผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท
- บริษัทฯ สามารถใช้ประโยชน์จากการลดภาษีสินค้านำเข้า โดยการจัดหาสินค้าหรือวัตถุดิบจากประเทศเขตการค้าเสรี เช่น ประเทศจีน ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถพัฒนาต้นทุนของผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- บริษัทฯ เลือกใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร โดยนาระบบ Wireless และ Wi-Fi มาใช้ในการติดต่อสื่อสารได้ทั่วถึง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ในการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างดี และใช้ SAP Version ECC6.0 ในการวางแผนการใช้ทรัพยากรและการบริหารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

..... รับรองความถูกต้อง



## 6. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

### 6.1 ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องจากผู้บริโภค เนื่องจากปัญหาด้านคุณภาพสินค้าและอาจทำให้ต้องถูกชดเชยค่าเสียหายตามกฎหมาย Product Liability

ตามที่ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าไม่ปลอดภัย หรือ Product Liability Law โดยกฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบการทุกคนต้องร่วมกันรับผิดชอบต่อผู้เสียหายในความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ไม่ว่าความเสียหายนั้นจะเกิดขึ้นจากการกระทำโดยจงใจ หรือประมาทเลินเล่อของผู้ประกอบการหรือไม่ก็ตาม อย่างไรก็ตาม ในปีที่ผ่านมา บริษัท ไม่ได้รับคำร้องเรียนจากลูกค้าแต่ประการใด

#### การบริหารความเสี่ยง

- บริษัทฯ มีการทำประกันเกี่ยวกับ Product Liability เรียบร้อยแล้ว
- มีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า เพื่อให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้าแก่ลูกค้าของบริษัท
- มีการตั้งเป้าหมายของงานเคลมจากลูกค้าต้องเป็นศูนย์ (Zero Claims)

### 6.2 ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

อาชญากรรมคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันและอนาคตทวีความซับซ้อนและเพิ่มความรุนแรงของผลกระทบมากขึ้น เนื่องจากอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันมีการทำงานในลักษณะ "Organized Crime" คือ ทำเป็นกลุ่มเป็นองค์กรและมีการโจมตีเพื่อหวังผลและมีจุดประสงค์ชัดเจน เรียกว่า "Targeted Attack" ซึ่งส่วนใหญ่จะมุ่งประโยชน์ทางการเงิน เช่น การโจมตีระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง หรือ การโจมตีระบบบัตรเครดิต รวมถึง การเข้า "Hack" ระบบเครือข่ายของ บริษัทต่าง ๆ เพื่อขโมยข้อมูล

พรบ. ว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 จึงถูกบัญญัติขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือ สำหรับรับมือกับภัยคุกคามในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ไม่ว่าจะเป็นการขโมยข้อมูล การโจมตีทำลาย หรือการกระทำใดๆ ที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่างๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อข้อมูลความลับและภาพลักษณ์ของบริษัท

#### การบริหารความเสี่ยง

- มีการ Back up ข้อมูล รวมถึงมีระบบ Fire Wall ในการป้องกันการโจรกรรมข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ยังมีระบบป้องกันการส่งข้อมูลจากภายในบริษัทฯ ออกสู่ภายนอก เช่น สูตร ข้อมูลทางการเงิน เป็นต้น
- อบรมให้ความรู้ รวมถึงประกาศนโยบายและระเบียบข้อบังคับการใช้คอมพิวเตอร์ พร้อมกับสรุปสาระสำคัญของประกาศขึ้นหน้าจอ (Desktop) ทุกครั้งที่ใช้งาน Internet เพื่อให้พนักงานทุกคนรับทราบและตระหนักถึงความสำคัญของ พรบ. คอมพิวเตอร์
- คณะกรรมการความเสี่ยงได้บรรจุความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 เข้าในแผนการดำเนินงานประจำปี

## 7. ความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุ หรือภัยธรรมชาติ

ความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุ หรือภัยธรรมชาติต่าง ๆ อาทิ ไฟไหม้ น้ำท่วม เป็นต้น อาจส่งผลเสียหายต่อทรัพย์สินของบริษัท และบุคลากรภายในองค์กรบางท่าน ทำให้การดำเนินงานของบริษัทต้องหยุดชะงักลงได้ อันจะส่งผลกระทบต่อรายได้ และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทได้

### การบริหารความเสี่ยง

- มีการจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อบริหารจัดการในกรณีที่เกิดน้ำท่วมหรือวินาศภัย เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง
- จัดทำประกันภัยเพื่อคุ้มครองทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่อาจได้รับความเสียหายจากน้ำท่วมหรือวินาศภัย หากทรัพย์สินของบริษัทฯ มีความเสียหายเกิดขึ้น เพื่อป้องกันความเสียหายทางการเงิน
- คณะกรรมการความเสี่ยงได้บรรจุความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุ หรือภัยธรรมชาติ เข้าในแผนการดำเนินงานประจำปี

จากปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวข้างต้นในปี 2557 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้กำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน COSO-ERM เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร โดยแบ่งประเภทและระบุหัวข้อของความเสี่ยง พร้อมเสนอเป็นแผนงานการบริหารความเสี่ยงในปี 2558 ดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

- การไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชี
- ขาดทุนจากการบริหารอัตราแลกเปลี่ยน
- การขาดแคลนเงินสดใช้ในการปฏิบัติการ
- ความเสี่ยงจากการลงทุนในหลักทรัพย์ และสินทรัพย์ต่างๆ

#### 2. ความเสี่ยงด้านธุรกิจ (Business Risk)

- การกระจุกตัวของลูกค้ารายใหญ่ (Customer Portfolio Diversification)
- การกระจุกตัวของผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ (Supplier Portfolio Diversification)
- การไม่สามารถบริหารจัดการวิจัยการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ความสามารถในการสร้าง Brand ของตนเอง

#### 3. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (Technological Risk)

- เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการผลิตของคู่แข่งมีความก้าวหน้ากว่า (ODM)
- ลูกค้าเป็นเจ้าของสูตรการผลิต สามารถหาแหล่งผลิตอื่นที่มีต้นทุนการผลิต และหรือบริการที่ดีกว่า จนไม่มีความจำเป็นต้องสั่งผลิตจากบริษัท (OEM)
- ความพอเพียงของบุคลากรสายเทคนิค ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ (Innovation products) ที่ทำให้แข่งขันได้ในเวทีระดับโลก ตามที่บริษัทตั้งเป้าหมาย
- ระบบข้อมูลสารสนเทศของบริษัท ไม่สามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลของผู้บริหารและ Core Function ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครบถ้วน ครอบคลุม และเพียงพอต่อการตัดสินใจ
- ความคุ้มค่าของการลงทุนใน Technology

..... รับรองความถูกต้อง

4. ความเสี่ยงด้านกระบวนการดำเนินงาน (Process Risk)
  - ความไม่ชัดเจนรวมถึงความซับซ้อน ในกระบวนการทำงาน NPD (New Product Development)
  - ความเสี่ยงด้านคุณภาพสินค้า Quality Risk
5. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (Compliance Risk)
  - ความเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมาย และกฎระเบียบข้อบังคับทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งมาตรฐานของสินค้านำเข้าประเทศต่างๆ รวมทั้งข้อกีดกันที่ไม่ใช่ภาษี ส่งผลต่อการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์
6. ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง (Reputational Risk)
  - ลูกค้าไม่เชื่อถือกระบวนการปฏิบัติงานของ S&J
  - บุคคลที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) มีความไม่เชื่อมั่นต่อการดำเนินการของบริษัทฯ ว่ามีการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส และใส่ใจเป็นมิตรสังคมและสิ่งแวดล้อม

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักร มีไว้เพื่อประกอบธุรกิจ มีได้มีไว้เพื่อขาย

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ โดยบริษัทฯ และบริษัทย่อยเป็นเจ้าของและไม่ติดภาระจำนอง/จำนำ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

รายการ	บริษัทฯ	บริษัทฯ และ บริษัทย่อย
ที่ดินและสวนปรับปรุง	242.1	343.3
อาคารและสวนปรับปรุง	645.4	763.7
เครื่องตกแต่งและติดตั้ง	192.1	360.1
เครื่องใช้สำนักงาน	98.8	122.2
เครื่องจักรและอุปกรณ์	1,139.7	2,172.1
ยานพาหนะ	38.3	61.9
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	304.5	312.8
รวม	2,660.9	4,136.1
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	1,261.0	2,343.7
หัก ค่าเพื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์	2.2	2.2
มูลค่าสุทธิ	1,397.7	1,790.2

สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ **งบการเงินประจำปี 2557** หมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 15 หรือ เว็บไซต์บริษัท [www.snjinter.com](http://www.snjinter.com) “หัวข้องบการเงิน”

##### ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระ ผูกพัน
1. ที่ดิน รวมเนื้อที่ 121 ไร่ 14 งาน 2.6 ตรว. ที่ตั้ง อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี, จ.สมุทรปราการ	บริษัทเป็นเจ้าของ	343.3	ไม่มีภาระ ผูกพัน
2. อาคารโรงงานและสำนักงาน ที่ตั้ง อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	บริษัทเป็นเจ้าของ	763.7	ไม่มีภาระ ผูกพัน
3. เครื่องจักร ประเภท เครื่องผสม เครื่องกรอก เครื่องบรรจุ เครื่องทำหลอด เครื่องเป่า เครื่องฉีด	บริษัทเป็นเจ้าของ	2,172.1	ไม่มีภาระ ผูกพัน

..... รับรองความถูกต้อง

## 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีการลงทุนในบริษัทย่อย 4 บริษัทและบริษัทร่วม 3 บริษัท ในธุรกิจต่าง ๆ คือ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ อุปกรณ์บริโภค จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและชุดของขวัญ รวมถึงให้บริการทางการตลาด มูลค่ารวม 134.9 ล้านบาท และธุรกิจผลิตภัณฑ์เส้นผม บริการเกี่ยวกับการเดินเครื่องโรงไฟฟ้า รวมถึงเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์เพื่อการรักษาโรค มูลค่ารวม 198.3 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 7.0 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ในอนาคต นโยบายการเพิ่มการลงทุนของบริษัท ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจและการตลาดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น บริษัทฯ ไม่มีอำนาจควบคุมในบริษัทที่ลงทุน ทั้งนี้การดำเนินการของบริษัทที่ลงทุนเป็นอำนาจอิสระของคณะกรรมการบริษัทนั้นๆ โดยพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันหรือเอื้อประโยชน์ต่อกัน

## 4.3 การประเมินราคาทรัพย์สิน

บริษัทมีการประเมินทุก ๆ 3 ปี บริษัทจะมีการประเมินราคาที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง และอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน (TFRS) เพื่อเป็นการแสดงมูลค่ายุติธรรม และบริษัทมีนโยบายการบัญชีแสดงรายการสินทรัพย์ในราคาทุนหักด้วยค่าเสื่อมราคาสะสม ดังนั้น ในกรณีที่ราคาประเมินมีมูลค่าสูงกว่าราคาตามบัญชี บริษัทจะไม่นำมาเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินในงบแสดงฐานะการเงิน

**5. ข้อพิพาททางกฎหมาย**

5.1 คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่า ร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

- ไม่มี -

5.2 คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย อย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้

- ไม่มี -

5.3 คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย

- ไม่มี -



## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

#### 6.1.1 ชื่อ สถานที่ตั้งสำนักงาน

ชื่อบริษัท	:	บมจ.เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107537001366
ประกอบธุรกิจประเภท	:	รับจ้างผลิตเครื่องสำอาง
ทุนจดทะเบียน	:	หุ้นสามัญ 200,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.- บาท
จำนวนและชนิดของหุ้นที่ ออกจำหน่าย	:	หุ้นสามัญ 149,930,828 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.- บาท
ที่ตั้งสำนักงาน	:	115 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ (ซอย 10) แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์	:	0-2676-2727, 0-2676-2737
โทรสาร	:	0-2676-2726, 0-2676-2747
ที่ตั้งโรงงาน แห่งที่ 1 (ศรีราชา)	:	600/4 หมู่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา ชลบุรี 20230
โทรศัพท์	:	0-3848-0086-89
โทรสาร	:	0-3848-0139
ที่ตั้งโรงงาน แห่งที่ 2 (ปิ่นทอง)	:	789/159 หมู่ 1 ถนนสายหนองค้อ-แหลมฉบัง ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา ชลบุรี 20230
โทรศัพท์	:	0-3834-8512
โทรสาร	:	0-3834-8461
โฮมเพจ	:	<a href="http://www.snjinter.com">www.snjinter.com</a>
อีเมล	:	เลขานุการบริษัท <a href="mailto:Sukanya_kee@snjinter.com">Sukanya_kee@snjinter.com</a> .  หัวหน้างานตรวจสอบภายใน <a href="mailto:Pannee375@gmail.com">Pannee375@gmail.com</a> .  ผู้รับผิดชอบด้านนักลงทุนสัมพันธ์ <a href="mailto:sji_sec@snjinter.com">sji_sec@snjinter.com</a> .

### 6.1.2 จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ 10% ขึ้นไป

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทและ ลักษณะธุรกิจ	ชนิดของหุ้น ที่ออกจำหน่าย	จำนวนหุ้น ที่ ออกจำหน่าย	จำนวนหุ้นที่ถือ		สัดส่วน (%) การถือ หุ้น
					จำนวนหุ้น	จำนวนเงิน	
1.	S&J International (UK) Limited 9 Lydden Road, London, SW18 4LT. Telephone No. 0203 167 0095 Mobile No. 447 5989 31250 Fax No. 0870 421 5752	จัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางและ ชุดของขวัญ รวมถึง ให้บริการทาง การตลาด	หุ้นสามัญ	100,000	100,000	5,073,000.00	100.00
2.	บริษัท อี เอฟ จำกัด 600/4 หมู่ที่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 โทรศัพท์ 0-3848-0086-89 โทรสาร 0-3848-0139	อุปโภคบริโภค	หุ้นสามัญ	40,000	39,994	4,005,696.42	99.99
3.	บริษัท ไวลด์ไลฟ์ส (ประเทศไทย) จำกัด 115 ถนนราชมรรคาซอยนครินทร์ (ซอย 10) แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0-2676-2727 โทรสาร 0-2676-2726,0-2676-4493	อุปโภคบริโภค	หุ้นสามัญ	100,000	99,993	999,930.00	99.99
4.	บริษัท ท็อปเทรนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด 334 หมู่ที่ 1 สวนอุตสาหกรรมศรีราชา ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลบึง อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 โทรศัพท์ 0-3876-0763,0-3848-0851 โทรสาร 0-3876-0763	บรรจุภัณฑ์พลาสติก	หุ้นสามัญ	1,200,000	600,000	124,824,970.00	50.00
5.	บริษัท โอเอส อินเตอร์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด 600/9 สวนอุตสาหกรรมศรีราชา หมู่ที่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 โทรศัพท์ 0-3848-0766-7, 0-3848-1194 โทรสาร 0-3848-0828	ยา	หุ้นสามัญ	6,000,000	1,991,440	199,144,000.00	33.19

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทและ ลักษณะธุรกิจ	ชนิดของหุ้น ที่ ออกจำหน่าย	จำนวนหุ้น ที่ ออกจำหน่าย	จำนวนหุ้นที่ถือ		สัดส่วน (%) การถือ หุ้น
					จำนวนหุ้น	จำนวนเงิน	
6.	บริษัท ออโปเรชั่นนอล เอ็นเนอร์ยี กรุป จำกัด 170/52 ชั้น 17 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 0-2661-8990 โทรสาร 0-2661-8991	บริการ เกี่ยวกับการ เดินเครื่อง โรงไฟฟ้า	หุ้นสามัญ	3,000,000	899,999	13,150,566.98	30.00
7.	บริษัท ยามาฮ่าลี (ประเทศไทย) จำกัด 600/48 หมู่ที่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จ.ชลบุรี 20230 โทรศัพท์ 0-38320-100 โทรสาร 0-38320-111	ผลิตภัณฑ์ เส้นผม	หุ้นสามัญ	2,000,000	599,995	5,999,950	30.00
8.	บริษัท บี.เค.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล มาร์เก็ตติ้ง จำกัด 115 ถนนราชมรรคาซอยนครินทร์ (ซอย 10) แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0-2676-2727 โทรสาร 0-2676-2726, 0-2676-4493	อุปโภค บริโภค	หุ้นสามัญ	1,000,000	189,999	949,995.00	19.00
9.	บริษัท อี.พี.เอฟ. จำกัด 549/2 ซอยแสงสุข ถนนสาธุประดิษฐ์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0-2294-0091-4 โทรสาร 0-2294-4479	ซื้อมา ขายไป	หุ้นสามัญ	65,000	11,700	702,000.00	18.00
10.	บริษัท เจเนอรัลกลาส จำกัด 507/3 หมู่ที่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 โทรศัพท์ 0-3848-0844 โทรสาร 0-3848-1111	บรรจุภัณฑ์ แก้ว	หุ้นสามัญ	14,500,000	2,320,000	23,200,000.00	16.00

ลำดับ ที่	ชื่อบริษัท/ที่ตั้ง	ประเภทและ ลักษณะธุรกิจ	ชนิดของหุ้น ที่ ออกจำหน่าย	จำนวนหุ้น ที่ ออกจำหน่าย	จำนวนหุ้นที่ถือ		สัดส่วน(%) การถือหุ้น
					จำนวนหุ้น	จำนวนเงิน	
11.	บริษัท สหโคเจน (ชลบุรี) จำกัด (มหาชน) 636 หมู่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอสัตร์ราช จังหวัดชลบุรี 20230 โทรศัพท์ 0-3848-1552-5 โทรสาร 0-3848-1551	ผลิต ขาย กระแสไฟฟ้า	หุ้นสามัญ	955,000,000	142,255,960	235,105,586.28	14.90
12.	บริษัท เทรน ไทม์ เทสต์ จำกัด 530 ซ.สาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0-2293-9000 โทรสาร -	อบรมสัมมนา	หุ้นสามัญ	200,000	28,000	175,000.00	14.00
13.	บริษัท ที-เวย์ จำกัด 549/2 ซอยแสงสุข ถนนสาธุประดิษฐ์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 0-2294-0091-4 โทรสาร 0-2294-4479	ซื้อมา ขายไป	หุ้นสามัญ	16,000,000	1,920,000	19,207,500.00	12.00

### 6.1.3 บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์ - บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด  
62 ถ.รัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110  
โทรศัพท์. 0-2229-2800, 0-2654-5599  
โทรสาร. 0-2359-1259

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย - บริษัท วีระ ลอร์ ออฟฟิส จำกัด  
548/14-45 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แยก 18  
แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา  
กรุงเทพมหานคร 10120  
โทรศัพท์. 0-2683-8023, 0-2683-8843  
โทรสาร. 0-2683-8843

ที่ปรึกษาทางการเงิน - ไม่มี

ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาจัดการ - ไม่มี

..... รับรองความถูกต้อง

#### ผู้สอบบัญชี

- นายชัยกรณ์ อุ่นปีติพงษ์  
เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 3196
- ดร.วิรัช อภิเมธีธำรง  
เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 1378
- นายอภิรักษ์ อติอนุวรรณ  
เลขทะเบียนผู้สอบบัญชี เลขที่ 5202

บริษัท สำนักงานดร.วิรัช แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด  
เลขที่ 518/3 อาคารภาณุณี ชั้น 7 ถนนเพลินจิต  
แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
โทรศัพท์/โทรสาร 0-2252-2860, 0-2255-2518,  
0-2254-1210, 0-2250-0634, 0-2254-8386-7

## 6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -