

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาที่สำคัญ

ประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลง

- ปี 2552 เริ่มธุรกิจนำเข้าเครื่องสำอาง,ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อจัดจำหน่ายในช่องทางต่างๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาร์มาร์ท ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ HIGER
- ปี 2553 จากยอดขายที่โตขึ้นกว่า 100% ในระยะเวลาเพียง 5 เดือน คาร์มาร์ทได้เปิดตัวร้านค้าปลีกร้านแรก สาขาสำนักงานใหญ่ เพื่อรองรับปริมาณความต้องการสินค้าของตลาด
- ปี 2554 เปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท ไคสตาร์ อิเลคทริก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) อย่างเป็นทางการ ขยายร้านค้าปลีกคาร์มาร์ทช้อป 20 สาขา, ตัวแทนจำหน่ายกว่า 500 ร้านค้าทั่วประเทศ และร้านค้าปลีกกว่า 1,000 ร้านค้า ภายในระยะเวลา 1 ปี
- ปี 2555 บมจ. คาร์มาร์ทเข้าสู่ธุรกิจเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างเต็มตัวในธุรกิจ
- ปี 2556 สินค้าขยายเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) กว่า 20 แห่ง ตลอดจนร้านค้าช่องทางออนไลน์ และเริ่มขยายธุรกิจสู่การส่งออกสินค้าในภูมิภาคเอเชีย
- ปี 2557 ขยายช่องทางร้านค้าตัวแทนจำหน่ายไปยังห้างท้องถิ่นอำเภออื่นๆ และหาพันธมิตรทางธุรกิจศักยภาพในการเปิดตลาดต่างประเทศ

บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทฯ นำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคประเภทเครื่องสำอาง บริษัทฯ ได้วางรากฐานธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงทั้งทางด้านช่องทางจัดจำหน่าย, ด้านการบริหารจัดการ, ด้านระบบการควบคุมภายใน,ด้านระบบการจัดเก็บและจัดส่งสินค้ารวมถึงด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทฯ ให้ความสำคัญของการตอบรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทอย่างดียิ่งเกินความคาดหมาย การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญในปี 2557 ของบริษัทดังนี้

บริษัทฯ เริ่มขยายงานด้านการบริหารผลิตภัณฑ์ซึ่งเดิมนำเข้าผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากต่างประเทศแต่เพียงอย่างเดียว มาเป็นการปรับพื้นที่ส่วนหนึ่งของอาคารและที่ดินที่มีอยู่เดิมทำเป็นโรงงานบรรจุและผลิตเครื่องสำอาง นอกจากนี้บริษัทยังทำการตลาดในทุกช่องทางจำหน่ายมากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ในวงกว้างซึ่งได้ให้ความสำคัญในการขยายช่องทางค้าปลีกที่มีสาขาจำนวนมากเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงให้ความสำคัญและรักษาสัมพันธภาพอันดีกับคู่ค้าช่องทางดั้งเดิมอย่างกลุ่มตัวแทนจำหน่าย (Traditional Trade) และให้การสนับสนุนด้านการตลาดขายปลีกแก่ผู้ประกอบการ (Karmarts Shop) กลุ่มร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแข็งแกร่งของเครื่องหมายการค้า KARMARTS ไปในเวลาเดียวกัน และขยายฐานลูกค้าในการจำหน่าย ไปยังต่างประเทศโดยตรงซึ่งจากเดิมในปีก่อนหน้าบริษัทมีการจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อเตรียมพร้อมทั้งทิศทางยอดขายที่เติบโตอย่างรวดเร็ว

1.2 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคประเภทกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง, กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า, กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย, กลุ่มผลิตภัณฑ์อุปกรณ์ความงาม, กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และอื่นๆ ภายใต้แบรนด์ต่างๆจากหลากหลายประเทศ เช่น เกาหลี,ฮ่องกง, เวียดนาม, ไต้หวัน, จีน และญี่ปุ่น เป็นต้น

การจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ แบ่งเป็น 4 ช่องทาง ดังนี้ ช่องทางร้านค้าปลีกดั้งเดิมหรือร้านค้าตัวแทนจำหน่าย, ช่องทางการมาร์ทช็อป, ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่, ช่องทางส่งออก

บริษัทย่อย

บริษัท มาย บัส จำกัด

บริษัทฯ ได้ร่วมลงทุนในบริษัท มาย บัส จำกัด โดยถือหุ้นทั้งสิ้น 8,564,511 หุ้น รวมเป็นเงิน 9,173,531.32 บาท โดยแบ่งเป็นจำนวน 1 ล้านหุ้น (สำหรับหุ้นที่ชำระเต็มมูลค่าแล้ว 10 บาท) และจำนวน 8 ล้านหุ้น (สำหรับหุ้นที่ชำระยังไม่เต็มมูลค่า 2.75 บาท) คิดเป็นสัดส่วน 95.16% ประกอบธุรกิจเดินรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสาย ปอ.64 มีสิทธิการเดินรถ 8 ปี 9 เดือน โดยนับตั้งแต่วันที่ 25 ส.ค. 2552 ถึง 31 พ.ค. 2561 โดยระยะทางเริ่มจากกระทรวงพาณิชย์ (แห่งใหม่) – ถนนรัตนวิเบศร์ – สนามหลวง

Karmarts Vietnam Investment Company Limited

บริษัท Karmarts Vietnam Investment Company Limited ประกอบกิจการจำหน่ายปลีก และเครื่องสำอาง อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ ถือหุ้นจำนวน 510,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน มูลค่าเงินลงทุน 765,000 บาท (ทุนจดทะเบียน 1,000 ล้านบาท)

บริษัทร่วม

บริษัท ดี ไอ โคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด

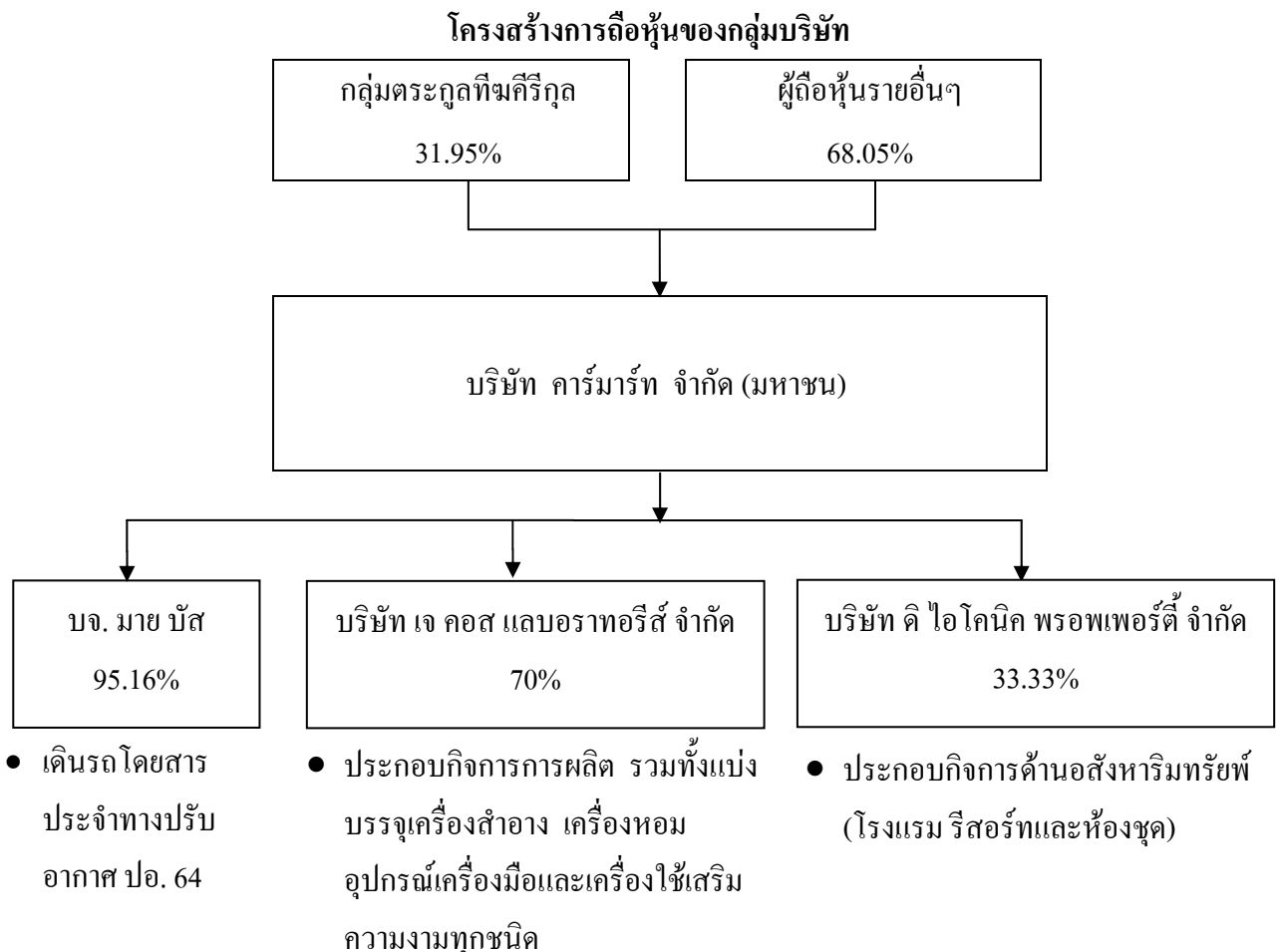
บริษัท ดี ไอ โคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด ประกอบกิจการด้านอสังหาริมทรัพย์ (โรงแรม รีสอร์ทและห้องชุด) บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ดี ไอ โคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด จำนวน 7,102,999 หุ้น ราคาหุ้นละ 10 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33% ของหุ้นที่ออก (ทุนจดทะเบียน 213,090,000 บาท) ในราคาตามมูลค่าหุ้นที่ตราไว้

บริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด

บริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด (ชื่อเดิม บริษัท เต้าเป่า จำกัด) ประกอบกิจการด้านผลิตรวมทั้งแบ่งบรรจุเครื่องสำอาง เครื่องหอม อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้เสริมความงามทุกชนิด บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด จำนวน 1,400,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 5 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70% ของหุ้นที่ออก (ทุนจดทะเบียน 10,000,000 บาท) ในราคาตามมูลค่าที่ตราไว้

Karmarts Malaysia Sdn. Bhd

บริษัท Karmarts Malaysia Sdn. Bhd ประกอบกิจการจำหน่ายปลีก และเครื่องสำอางอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ถือหุ้นจำนวน 51,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน มูลค่าเงินลงทุน 5,100,000 บาท (ทุนจดทะเบียน 1 ล้านริงกิตมาเลเซีย)



นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2552 บริษัทฯ ได้ลงทุนใน บริษัท มาย บัส จำกัด เพื่อขยายธุรกิจด้านรถยนต์ NGV ซึ่งบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจในการเดินรถยนต์โดยสารประจำทางปรับอากาศสาย ปอ.64 โดยระยะทางเริ่มจากกระทรวงพาณิชย์ (แห่งใหม่) ถนนรัตนวิเบศร์ – สนามหลวง และได้รับสิทธิการเดินรถ 8 ปี 9 เดือน มูลค่า 14.50 ล้านบาท โดยนับตั้งแต่วันที่ 25 ส.ค. 2552 – 31 พ.ค 2561 บริษัทฯ อยู่ระหว่างการเร่งติดต่อและเจรจาเพื่อที่จะจำหน่ายกิจการให้แก่บุคคลที่สนใจต่อไป

เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2556 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัท เต้าเป่า จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องสำอางออนไลน์

ระหว่างไตรมาสสามของปี 2557 บริษัท เค้าบ๊ว จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เจ คอส แลบบอราทอรีส์ จำกัด และเปลี่ยนประเภทการประกอบธุรกิจมาเป็นกิจการด้านการผลิตแบ่งบรรจุเครื่องสำอางเครื่องหอม อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้เสริมความงามทุกชนิด

เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2557 ได้ลงทุนเพื่อประกอบธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ (โรงแรม รีสอร์ทและห้องชุด) และได้ลงทุนซื้อที่ดินบริเวณถนนเจริญนคร 2 แปลง รวมเนื้อที่ทั้งหมด 5 ไร่ 1 งาน 21 วา

1.3 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

1. บริษัทฯ จะเป็นศูนย์จำหน่ายสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามหลายยี่ห้อจากประเทศแถบเอเชียภายใต้การจัดจำหน่ายโดย “KARMARTS” ซึ่งเน้นคุณภาพที่เหมาะสมกับราคา และมีความทันสมัยเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยสินค้าทั้งหมดต้องผ่านการทดลองใช้จริงและคัดสรรมาจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือและไว้วางใจได้เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าสินค้าทุกชนิดที่ทางบริษัทฯ นำเข้าเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานอย่างแท้จริง
2. บริษัทฯ ต้องการสร้างช่องทางค้าปลีกเพื่อจำหน่ายสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคในนามของร้าน “KARMARTS” ทั้งใน และต่างประเทศ
3. บริษัทฯ ต้องการจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ของแต่ละสายผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและบริโภค
4. บริษัทฯ มีนโยบายการดำเนินงานที่โปร่งใส และได้สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการในระยะยาว, บริหารบริษัทฯ ด้วยความรอบคอบระมัดระวัง ควบคุมและบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมรวมทั้งมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและบริหารงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนธุรกิจที่คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดไว้ รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้นและบริหารงานเพื่อก่อประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น

2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

บริษัทฯ มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและผลิตภัณฑ์รถยนต์ใช้ก๊าซธรรมชาติปี 2555 – 2557 ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	2557		2556		2555	
	พันบาท	%	พันบาท	%	พันบาท	%
มูลค่าการจำหน่ายรถยนต์ใช้ก๊าซธรรมชาติ						
- รถยนต์ใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV)	187	0.02	-	-	5,390	0.85
- เครื่องยนต์	201	0.02	3,192	0.38	-	-
- ถังก๊าซ	455	0.05	-	-	-	-
- อื่นๆ	24,984	2.57	-	-	-	-
รวมมูลค่าการจำหน่ายรถยนต์ใช้ก๊าซธรรมชาติ	25,827	2.66	3,192	0.38	5,390	0.85
มูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค						
- เครื่องสำอาง						
ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย	321,954	33.18	285,430	34.38	218,260	34.04
ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า	256,760	26.46	244,437	29.45	198,079	30.89
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	306,587	31.59	239,308	28.83	153,308	23.91
- อุปกรณ์เสริมความงาม	14,401	1.48	15,048	1.81	6,128	0.96
- อุปกรณ์ตกแต่งร้านและสื่อส่งเสริมการขาย	25,409	2.62	27,243	3.28	49,915	7.78
- ผลิตภัณฑ์อาหารและยา	18,608	1.92	12,820	1.54	1,292	0.20
- อื่น ๆ	832	0.09	2,651	0.32	2,380	0.37
รวมมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค	944,551	97.34	826,937	99.62	629,362	98.88
รวมมูลค่าการจำหน่าย	970,378	100.00	830,129	100.00	634,752	99.73
รายได้ค่าบริการ	-	-	-	-	1,745	0.27
รวมรายได้จากการจำหน่ายและบริการ	970,378	100.00	830,129	100.00	636,497	100.00
อัตราเพิ่ม (ลด) ของรายได้	16.89		30.42		66.14	

2.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ เปลี่ยนจากธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าภายใต้ชื่อ บริษัท ไคสตาร์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) อย่างเป็นทางการในปี 2554 ดำเนินธุรกิจนำเข้า และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกประเภทจากต่างประเทศ โดยแบ่งลักษณะออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือการเป็นตัวแทนจำหน่ายเพื่อนำเข้า และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากแบรนด์ที่มีชื่อเสียง และมีการทำตลาดอยู่แล้วในต่างประเทศ ส่วนที่สองคือการสร้างแบรนด์ที่เป็นของบริษัทฯ เองโดยการออกแบบ และวางแผนรูปแบบของแต่ละแบรนด์ที่เป็นของบริษัทฯ ภายใต้ความคิดและการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ร่วมกันระหว่างทีมงานไทย และทีมงานเกาหลี ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ส่งผลิตจากต่างประเทศเป็นหลัก และหลังจากได้รับกระแสตอบรับที่ดีในปี 2557 บริษัทฯ จึงได้จัดสรรพื้นที่ใช้สอยบางส่วนของโรงงานเครื่องใช้ไฟฟ้าเดิมให้เป็นโรงงานสำหรับแบ่งบรรจุผลิตภัณฑ์ สำหรับรองรับการบรรจุผลิตภัณฑ์บางรายการ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแบ่งส่งสินค้า และกระจายไปยังร้านค้าในช่องทางต่างๆ ตามความต้องการได้อย่างรวดเร็ว และคล่องตัวมากขึ้น

สำหรับแบรนด์ของบริษัทฯ เองนั้น เกิดขึ้นหลังจากที่ทีมงานการตลาดได้ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคจากประสบการณ์การนำเข้าสินค้าแบรนด์ต่างๆ มาตั้งแต่เริ่มต้นจนเกิดเชี่ยวชาญสามารถพัฒนาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดไทย ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเปิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้ผู้บริโภครู้สึกสนุกไปกับการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละหมวดหมู่รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุดด้วยการนำนวัตกรรมความงามใหม่ๆ มาผสมผสานลงในสินค้าที่มีแพ็คเกจดีไซน์สดใสดึงดูดใจโดยไม่ลืมที่จะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าในราคาที่สมเหตุสมผลเป็นสำคัญ

ในแง่ของช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้กระจายสินค้าผ่านร้านค้าตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศทั้งในรูปแบบค้าส่ง และรูปแบบค้าปลีก เช่น ร้านค้าเครื่องสำอางประจำท้องถิ่น, ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น และร้านขายยา ฯลฯ นอกจากนี้ยังได้ขยายไปยังร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทุกรูปแบบ เช่น 7 eleven, วัตสัน และโลตัส เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกเครื่องสำอาง ภายใต้ชื่อร้าน KARMARTS ซึ่งปัจจุบันมีถึง 65 สาขาทั่วประเทศ โดยการบริหารงานจะเป็นลักษณะแฟรนไชส์ซึ่งทุกสาขามีรูปแบบการตกแต่งร้าน และใช้ระบบปฏิบัติการขายหน้าร้านแบบเดียวกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทั้งหมดภายใต้การนำเข้าของบริษัทฯ โดยเฉพาะ

จากเสียงตอบรับที่ดีจากตลาดภายในประเทศบริษัทฯ จึงเริ่มบทบาทใหม่กลายเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ความงามไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเริ่มขยายสาขาไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น สิงคโปร์, กัมพูชา, พม่า, เวียดนาม, ลาว, จีน และอินโดนีเซีย เป็นต้น โดยเป้าหมายสูงสุดของบริษัทฯ คือ ก้าวเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งของประเทศไทย และก้าวไกลเป็นอันดับหนึ่งของเอเชียต่อไป

2.2 การตลาด และการขาย

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการกระจายสินค้าไปยังช่องทางการจัดจำหน่ายต่างให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ (Value-added services) เป็นการเพิ่มศักยภาพด้านสถานที่ (Place utility) และอรรถประโยชน์ด้านเวลา (Time utility) เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคจะได้รับสินค้าในเวลาที่ต้องการ

ปัจจุบันช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีทั้งหมด 5 ช่องทางหลักๆ ได้แก่ ช่องทางการค้าปลีก (Karmarts Shop), ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิมหรือร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Traditional Trade), ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ (Modern Trade), ช่องทางส่งออก (Export) และช่องทางร้านค้าออนไลน์ (Online)

1. ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม หรือร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Traditional Trade)

แม้ว่าปัจจุบันการขายตัวของร้านค้าสมัยใหม่จะเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ช่องทางการค้าปลีกดั้งเดิมก็ยังคงเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างยอดขายให้แก่บริษัทฯ ซึ่งปัจจุบันร้านค้าตัวแทนจำหน่ายของคาร์มาร์ทนั้นครอบคลุมร้านค้าปลีกได้อย่างกว้างขวางทั่วประเทศ

จากปีที่ผ่านมาช่องทางการค้าปลีกดั้งเดิมมีร้านค้าตัวแทนจำหน่ายกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศกว่า 500 ราย โดยแบ่งร้านค้าเป็น 2 ประเภทหลักคือ ร้านค้าปลีก และร้านค้าส่ง เพื่อให้สินค้ากระจายตัว เข้าถึงมือผู้บริโภคอย่างทั่วถึง และรวดเร็วยิ่งขึ้น

- ประเภทค้าปลีก ประกอบด้วย ร้านค้าปลีกเครื่องสำอาง, ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น, ร้านสะดวกซื้อท้องถิ่น และร้านขายยาท้องถิ่น เป็นต้น
- ประเภทค้าส่ง ประกอบด้วย ร้านค้าส่งเครื่องสำอาง และร้านค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคประจำท้องถิ่นขนาดใหญ่ เป็นต้น

2. ช่องทางการค้าปลีก (Karmarts Shop)

ธุรกิจร้านค้าปลีกหรือร้านความงามสะดวกซื้อภายใต้แนวคิดมัลติแบรนด์ซึ่งรวบรวมผลิตภัณฑ์เพื่อความงามของทุกแบรนด์ในเครือคาร์มาร์ทไว้ในที่แห่งเดียวหรือเรียกว่าวันสต็อปเซอร์วิส ภายใต้การตกแต่งร้านด้วยโทนสีชมพูช็อคกิ้งฟังก์ ที่เปรียบเสมือนห้องแต่งตัวของสาวน้อยสไตลิสต์เก๋ๆ

คาร์มาร์ทช็อปถือเป็นช่องทางสำคัญที่บริษัทฯ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าทั้งหมดของบริษัทฯ ได้อย่างครบถ้วน และใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้บริษัทฯ สามารถศึกษา และเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความจงรักภักดีให้กับแบรนด์ (Brand Loyalty) และสิ่งที่ทางบริษัทฯ ให้ความสำคัญมาโดยตลอดคือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสำหรับสมาชิกคาร์มาร์ทช็อปอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้คาร์มาร์ทช็อปเป็นธุรกิจแบบแฟรนไชส์ 100% ใช้รูปแบบของการขายสินค้าภายใต้แก่ผู้ประกอบการ โดยบริษัทฯ ช่วยสนับสนุนด้านกิจกรรมส่งเสริมการขายในทุกๆ รอบเดือนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทุกสาขามีการบันทึกยอดขายสินค้าทั้งหมดผ่านระบบปฏิบัติการของบริษัทฯ เพื่อเชื่อมต่อข้อมูลสินค้าโปรโมชัน และข้อมูลสมาชิกได้ โดยแต่ละสาขาจะมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการขายที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการร้านค้าคาร์

มาร์ทช็อปเข้าดูแล พร้อมให้คำแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคการบริหารร้านค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ร้านค้าดำเนินธุรกิจตรงตามมาตรฐานที่ทางบริษัทฯ ได้วางรูปแบบไว้

ปัจจุบันช่องทางคาร์มาร์ทช็อปในประเทศไทย มีทั้งหมดจำนวน 65 สาขา แบ่งเป็นช็อปประเภท Standalone Shop (Retail shop) 55 สาขา และคาร์มาร์ทช็อปในพื้นที่โซนบิวตี้ฮอลล์ของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ได้แก่ The Mall และ Robinson อีก 10 สาขา นอกจากนี้ยังมีช็อปในต่างประเทศอีก 17 สาขา

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ (Modern Trade)

ในปี 2557 ที่ผ่านมาช่องทางโมเดิร์นเทรดเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการขยายช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นโดยได้ขยายเข้าไปในบริษัท บู้ตส์ รีเทล (ประเทศไทย) จำกัด (Boots), บริษัท อีออน (ไทยแลนด์) จำกัด (Max Valu) และบริษัท ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จำกัด (มหาชน) และยังปรับเปลี่ยนการวางจำหน่ายสินค้าเป็นรูปแบบตู้ติดผนัง (wall shelf) และรูปแบบชั้นวางสินค้าแบบลอยตัว (standee shelf) เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าให้แก่ผู้บริโภค และยังช่วยให้แบรนด์คู่ค้าโดดเด่นจนกลายเป็นที่จดจำของผู้บริโภคอีกด้วย

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ทั้งหมดของบริษัทฯ ในปี 2557 มีดังนี้

- ประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store)

ซึ่งเน้นจำนวนสาขาความสะดวกสบายสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับผู้บริโภคเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมงธุรกิจรูปแบบนี้ ได้แก่ 7-Eleven, Family Mart, Jiffy, Big C Mini, Lotus Express, Pure, Tops Daily และ Lawson108 เป็นต้น

- ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต และดิสเคาท์สโตร์

ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่หลากหลาย และมีราคาถูก ประหยัด คุณภาพสินค้านี้ตั้งแต่สินค้าคุณภาพดีจนถึงสินค้าคุณภาพปานกลาง ได้แก่ Tops, Home Fresh Mart, Gourmet Market, Food Hall และ Max Valu, Tesco Lotus, Big C, Mega Market, Makro, Beautrium, EVEANDBOY, Stakdust และ Beauty Market เป็นต้น

- ประเภทร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store)

จำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่างเน้นสินค้าอุปโภคบริโภคเกี่ยวกับเวชภัณฑ์เครื่องสำอาง ดูแลผิวดูแลเส้นผมมีสินค้าหลากหลายที่พัฒนาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา พร้อมมีการบริการที่สะดวก และเป็นกันเอง ได้แก่ Watsons, Boots, Tsuruha, Ogenki, B2S, Be Trend และ Loft เป็นต้น

- ประเภทร้านค้าในแคตตาล็อก

ได้แก่ Friday Catalog, 7-Catalog, His&Her Shop Smart และ TV Direct เป็นต้น

4. ช่องทางส่งออก (Export)

บริษัทฯ ได้ทุ่มเทในการขยายแบรนด์ไปยังต่างประเทศโดยการลงพื้นที่ศึกษาตลาด และสร้างกลไกทางการตลาดร่วมกับคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ Sole Distributor, Distributor และ Joint Venture และในปัจจุบันบริษัทฯ มีจุดจัดจำหน่ายในต่างประเทศทั้งหมด 7 ประเทศ ได้แก่

ประเทศสิงคโปร์, ประเทศกัมพูชา, ประเทศเวียดนาม, ประเทศพม่า, ประเทศจีน, ประเทศลาว และประเทศอินโดนีเซียโดยมีการลงทุนในรูปแบบ Joint Venture ใน 2 ประเทศได้แก่ ประเทศจีน และประเทศเวียดนาม

5. ช่องทางการค้าธุรกิจออนไลน์

สังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือส่งผ่านข้อมูลที่สำคัญ และผลักดันให้ผู้บริโภคหันมาศึกษาข้อมูลสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนเกิดความนิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ดังนั้นบริษัทฯ จึงต้องมีช่องทางออนไลน์เกิดขึ้นเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วทุกที่ทุกเวลานอกจากนี้ยังถือเป็นช่องทางในสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์สินค้าได้อีกทางหนึ่งด้วย

ช่องทางออนไลน์ของบริษัทฯ ในปัจจุบันนี้มี 2 ประเภท

- ร้านค้าออนไลน์ของบริษัทฯ
 - สำหรับสินค้าคาร์มาร์ททั้งหมดสามารถสั่งซื้อได้ที่ www.karmarts.com
 - สำหรับสินค้าในกลุ่ม Korean International Brands สามารถสั่งซื้อได้ที่ <http://misshath.bentoweb.com/> และ <http://brcthailand.bentoweb.com>
- ร้านค้าออนไลน์ของคู่ค้าได้แก่ Shop@7, Lazada, Friday Online, Wear You Want และ Robinson

Online เป็นต้น

2.3 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันบริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์เพื่อความงามแบบครบวงจรรวมทั้งสิ้นกว่า 2,000 รายการ โดยมีสินค้า Own Brands ได้แก่ เคทีคอลด์ (Cathy Doll), เคทีชู (Cathy Choo), เบบี้ไบรท์ (Baby Bright) และเจจูวิต้า (Jejuvita)

1. Cathy Doll

แบรนด์ที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ที่มีผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สิริษะจรดปลายเท้า เน้นสีส้ม สดใส เหมาะสำหรับสาววัยรุ่นช่วงต้น ที่มีความเปรี้ยวอมหวานผสมผสานความมั่นใจ น่ารักสดใสในตัว เช่นเดียวกับตุ๊กตาเคทีคอลด์ ซึ่งประกอบไปด้วยประเภทสินค้า ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
- ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลเฉพาะจุด
- อุปกรณ์เสริมความงาม

2. Cathy Choo

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ผสานความหอมอย่างเป็นธรรมชาติจากทั่วโลกสได้ล์ฟิวชั่นสปาที่ผสมผสานความหอมจากธรรมชาติจากทั้งฝั่งตะวันตก และตะวันออกไว้อย่างลงตัว ทั้งจากกลิ่นที่เกิดจากดอกไม้ที่มาจากธรรมชาติล้วนๆ และกลิ่นจากสมุนไพร เหมาะสำหรับสาวที่หลงใหลสมุนไพรธรรมชาติกับกลิ่นหอมผ่อนคลายใส่ใจดูแลทะนุถนอมความงามทั้งทางร่างกาย และความรู้สึกในแบบโฮมสปา

- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม
- ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมสำหรับบ้าน

3. Baby Bright

ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ที่ต้องการดูแลผิวด้วยส่วนผสมจากธรรมชาติ ที่ช่วยดูแลผิวอย่างอ่อนโยนละมุนละไม ปลอดภัยปลอดภัยให้ผิวแข็งแรงสุขภาพผิวดีขึ้น ใช้ได้ทุกสภาพผิวสำหรับผู้ที่มีผิวอ่อนแอแพ้ง่ายหรือผิวแห้ง

- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
- ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม
- ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลเฉพาะจุด

4. Jejuvita

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแพ็คเกจน่ารักสดใสในราคาย่อมเยา คัดสรรวัตถุดิบคุณภาพเลิศจากต่างประเทศมีส่วนประกอบที่ผสมผสานคุณค่าจากวิตามินนานาชนิด ช่วยเติมคุณค่าความสวยจากภายในสู่ภายนอก

- ผลิตภัณฑ์กลุ่มเสริมอาหาร และเครื่องดื่ม

นอกจากสินค้า Own Brands ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น บริษัทฯ ยังเป็นตัวแทนนำเข้า และจัดจำหน่ายแบรนด์ชั้นนำจากประเทศเกาหลี ได้แก่ มิสซา (MISSHA) และบีอาร์ทีซี (BRTC) โดยต่างเป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง และมี Brand Personalities ที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. MISSHA

เครื่องสำอางอันดับ 1 จากเกาหลี หูหระ เซ็กซี่ มีระดับ การันตีคุณภาพด้วยสาขากว่า 30 ประเทศทั่วโลก รังสรรค์ทั้งผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เมคอัพ และน้ำหอม ด้วยนวัตกรรมความงามที่ไม่เคยหยุดนิ่ง

2. BRTC

เวชสำอางชั้นนำจากเกาหลี มาพร้อมส่วนผสมจากเอกลักษณ์เฉพาะของ BRTC เพื่อปรนนิบัติดูแลผิวอย่างพิถีพิถันตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนสังเกตเห็นได้ถึงผิวที่เปล่งปลั่ง พร้อมฟื้นฟูผิวให้มีชีวิตชีวาสู่ผลลัพธ์แห่งความอ่อนเยาว์ โดยพัฒนา และปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้รองรับกับปัญหาของทุกสภาพผิว

รางวัลต่างๆ ที่ได้รับจากนิตยสารชั้นนำ

ผลิตภัณฑ์จาก Cathy Doll ได้รับรางวัลจากการจัดอันดับเครื่องสำอางแห่งปี “CLEO Beauty Hall of Fame 2014” ของนิตยสาร CLEO ประเทศไทย ได้แก่

- Cathy Doll Sweety Recipe Mask ได้รับรางวัลในหมวด Best Mask Under 50.-
- Cathy Doll Tofu Body Bath Cleanser ได้รับรางวัลในหมวด Best Body Wash

2.4 การสื่อสารการตลาด

1. สร้างภาพลักษณ์แบรนด์ใหม่ให้แข็งแกร่งขึ้น

บริษัทฯ ได้ปรับภาพลักษณ์แบรนด์ใหม่ให้เป็นสากลมากยิ่งขึ้นเพื่อให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคเป็นวงกว้างมากขึ้น เนื่องจากบริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายหลักจากกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงานที่ชื่นชอบเกาหลี เป็นกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงานทั้งหมด จึงทำการเปลี่ยนแปลงในส่วนของโลกโก้ดังต่อไปนี้

1.1 โลโก้คาร์มาร์ท

เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้มีความเป็นสากลมากขึ้น เพื่อรองรับต่อการตลาดในรูปแบบใหม่ และขยายฐานลูกค้าใหม่ บริษัทฯ จึงเลือกตัดภาษาเกาหลี และตัว S ออกจากโลโก้ เตรียมความพร้อมในการก้าวเป็นมัลติแบรนด์ที่หลากหลาย และพร้อมเข้าสู่ตลาดเครื่องสำอางระดับเมส



1.2 โลโก้แบรนด์ต่างๆ

เนื่องจากการปรับจุดยืนของสินค้าของแต่ละแบรนด์ให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ให้ชัดเจนมากขึ้น และเพื่อสอดคล้องกับแนวคิดของแบรนด์มากขึ้นจึงได้ทำการเปลี่ยนแปลงโลโก้ของ แบรนด์ Cathy Doll, Cathy Choo, Baby Bright และ Jejuvita ดังต่อไปนี้



Baby Bright

Cathy Doll

CATHY CHOO

Jejuvita

2. ช่องทางการสื่อสาร

บริษัทฯ คัดสรรช่องทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และเพิ่มเติมสื่อที่เป็นระดับมวลชน (Mass Communication) คือใช้การสื่อสารที่มุ่งไปยังผู้รับจำนวนมาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับพร้อมๆ กันโดยสื่อทั้งหมดต้องสอดคล้องกับ Mood&Tone ที่เน้นความสดใส ร่าเริง โดดเด่น อันเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์เป็นอย่างดี ได้แก่

2.1 สื่อสิ่งพิมพ์

ปัจจุบันบริษัทฯ เลือกใช้สื่อพิมพ์อย่างผสมผสานเพื่อให้สื่อไปถึงกลุ่มผู้บริโภคอย่างทั่วถึงทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นการลงสื่อโฆษณาในนิตยสาร และหนังสือ การ Tie in สินค้าในคอลัมน์ต่างๆ และการลงข่าว PR กิจกรรมของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

2.2 สื่อโทรทัศน์

ปี 2557 นี้เป็นปีแรกที่บริษัทฯ เลือกใช้สื่อโทรทัศน์ (TV Commercial) เพิ่มเข้ามา เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถกระจายข้อมูลได้อย่างทั่วถึงเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับรายได้ สร้างการจดจำตราสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 สื่อโฆษณาฉลิตมีเดียในรถไฟฟ้า

คือสื่อประชาสัมพันธ์บนรถไฟฟ้า BTS และรถไฟฟ้ามหานคร MRT เป็นสื่อที่ได้รับการยอมรับ และได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในเมืองได้มากที่สุด บริษัทฯ จึงได้เลือกใช้สื่อดังกล่าว โดยใช้ TVC ตัวเดียวกับสื่อโทรทัศน์เพื่อให้เกิดการจดจำแบรนด์มากขึ้น

2.4 สื่อประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย

ปี 2557 บริษัทฯ ได้จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการขาย ณ จุดจัดจำหน่ายต่างๆ เช่น ใบปลิว, Sale Talk, Standee และ Counter Card

2.5 สื่อเคลื่อนที่

สื่อเคลื่อนที่ (Bus Wrap) คือการติดสื่อโฆษณาสินค้าที่รถเมล์สายต่างๆ ซึ่งเป็นสื่อที่มีจำนวนคนเห็นมาก โดยบริษัทฯ เลือกใช้รถเมล์แบบดาวกระจายครอบคลุมพื้นที่ทั้งกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

2.6 สื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์ยังคงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเห็นผลที่สุด บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการจัดทำสื่อออนไลน์ค่อนข้างมาก โดยในปีที่แล้วมากบริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมบนช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ เช่น ไวรัล-คลิป (Viral video) และจัดทำรีวิว (Review) สินค้าทาง Facebook และ Instagram

ช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ของบริษัทฯ

- Facebook: Karmartsclub และ Missha Thailand
- Instagram: Karmartsclub, Missha Thailand และ Jejuvita_karmarts
- Website: Karmartsclub, Cathydoll และ Missha Thailand
- Youtube: Karmarts Club

3. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ในปี 2557 บริษัทฯ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องดังต่อไปนี้

3.1 กิจกรรมสนับสนุนงาน “Rising Sun Showcase Fan Meeting”

คาร์มาร์ทร่วมกับสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จัดกิจกรรมมีตติ้งครั้งยิ่งใหญ่ นำโดยนักแสดงนำจากละครเรื่อง The Rising Sun ซึ่งได้รับความสนใจจากแฟนละครเรื่อง The Rising Sun และแฟนละครช่อง 3 เป็นอย่างมาก ทำให้แบรนด์ได้รับความเชื่อถือ และเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

3.2 กิจกรรม “Karmarts Beauty Review Contest 2014 by lemonade”

คาร์มาร์ทร่วมกับนิตยสาร lemonade จัดกิจกรรมประกวดค้นหาบิวตี้บล็อกเกอร์ตัวจริงเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้หญิงที่มีความฝันอยากเป็นบิวตี้บล็อกเกอร์ได้ทำความฝันของตัวเองให้เป็นจริง โดยหลังจากจบการประกวดแล้วผู้ที่ได้รับรางวัลจะทำการรีวิวสินค้าของบริษัทฯ เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ซึ่งทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้หญิงที่รักสวยรักงาม และผู้ชื่นชอบการดูรีวิวบนอินเทอร์เน็ต

3.3 กิจกรรม “ขง ชิม คั๋ม คอลลาจ”

บริษัทฯ จึงให้การสนับสนุนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายจัดกิจกรรมแจกสินค้าให้ลูกค้าได้ทดลองชิมฟรี เพื่อเป็นการโปรโมทสินค้าใหม่ และเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้รู้จักกับสินค้าพร้อมกับออกรายการส่งเสริมการขายพิเศษ ช่วยกระตุ้นยอดขาย และสร้างการจดจำแบรนด์อีกด้วย

3. ปัจจัยความเสี่ยง

นโยบายการบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงดังนี้

ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าทางการเงิน ฝ่ายบริหารควบคุมความเสี่ยงนี้โดยการกำหนดให้มีนโยบายและวิธีการในการควบคุมสินเชื่อที่เหมาะสม ดังนั้นบริษัทฯ และบริษัทย่อยจึงไม่คาดว่าจะได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการให้สินเชื่อ จำนวนเงินสูงสุดที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยอาจต้องสูญเสียจากการให้สินเชื่อคือมูลค่าตามบัญชีของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าทางการเงินที่แสดงอยู่ในงบแสดงฐานะการเงิน 203 ล้านบาทและ 3 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งสินเชื่อดังกล่าวบริษัทฯ ให้กับกลุ่มโมเดิร์นเทรด ซึ่งเป็นบริษัทฯ ที่มีศักยภาพสูง และกลุ่มลูกค้าตัวแทนซึ่งมีจำนวนรายมากเป็นการกระจายความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องจากการซื้อสินค้าและอุปกรณ์เป็นเงินตราต่างประเทศ และการชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่บริษัทฯ จำหน่ายเป็นเงินบาททั้งหมดทำให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ในกรณีเงินบาทอ่อนค่าลง อย่างไรก็ตาม มูลค่าหนี้สินทางการเงินในปี 2557 และ 2556 จำนวนเงิน 3 – 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มิได้มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น หากมูลค่าการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้นในอนาคตบริษัทฯ จะพิจารณาจัดทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward contract) ตามความเหมาะสม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มียอดคงเหลือของสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่สำคัญที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ 4.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย 33.1132 (2556 : 3.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริการัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย 32.9494)

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินฝากธนาคาร เงินเบิกเกินบัญชี และเงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวที่มีดอกเบี้ย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด หรือมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาด ในปัจจุบัน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยของบริษัทฯ และ บริษัทย่อยจึงอยู่ในระดับต่ำ

สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่สำคัญสามารถจัดตามประเภทอัตราดอกเบี้ย และสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่สามารถแยกตามวันที่ครบกำหนด หรือ วันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ (หากวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ถึงก่อน) ตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 36 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูง และการลอกเลียนแบบสินค้า

เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง มีผู้ประกอบการรายใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะเครื่องสำอางจากประเทศในแถบเอเชีย เช่น เกาหลี และญี่ปุ่น ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใกล้เคียงกับบริษัทฯ ทำให้บริษัทต้องพบกับภาวะการแข่งขันที่สูงอาจมีผลต่อผลประกอบการ และยังมีผู้ประกอบการรายย่อยที่ขายสินค้าลอกเลียนแบบ และสินค้านำเข้าอย่างผิดกฎหมาย ซึ่งอาจทำให้กระทบต่อยอดขายของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้เพิ่มความแข็งแกร่งโดยการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำ และรักษฐานลูกค้าในระยะยาว เพิ่มการประชาสัมพันธ์ ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขัน และให้ความสำคัญของบรรจภัณฑ์ คุณภาพสินค้า เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น และคู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง

เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เป็นสินค้าแฟชั่นที่มักมีการเปลี่ยนแปลงความนิยมอยู่เสมอ ในระหว่างปี 2557 และ 2556 บริษัทฯ มีสินค้าคงคลังเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 21.57 และ 17.92 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ มีระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยอยู่ช่วง 105 วัน

บริษัทฯ ตั้งสำรองจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลังอายุ 1 – 2 ปี 3 ล้านบาท 2 ปีขึ้นไป 3 ล้านบาท และฝ่ายการตลาดและปฏิบัติการขายจะกระตุ้นการขายสินค้าดังกล่าวจะทำส่งเสริมการขายเพื่อเร่งการขาย บริษัทฯ คาดว่าผลกระทบจากความเสียดังนี้ค่อนข้างน้อย

4. สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรและสิทธิการเช่าของบริษัท

ทรัพยากรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (บาท)	ภาระผูกพัน
1. งานระหว่างก่อสร้าง - สำนักงานและโรงงาน - ทรัพย์สินระหว่างทาง	เป็นเจ้าของ	1,330,922.05 -	
2. ส่วนปรับปรุงที่ดิน - สำนักงาน		2.00	
3. ที่ดิน - ที่ดิน (ส่วนถนน-หอพัก) - 1 ไร่ - งาน 140 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง 25.9 ตรว.	เป็นเจ้าของ	541,100.55	
- ที่ดินสำนักงาน - 2 ไร่ 2 งาน 29 ตรว. 81-81/1 เพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	26,320,000.00	*
- ที่ดิน (จอดรถ) - 2 งาน 45 ตรว.		5,390,000.00	
รวมที่ดิน		32,251,100.55	
4. ส่วนปรับปรุงอาคารโรงงานและสำนักงาน		4,092,771.78	
5. อาคารสำนักงาน 81-81/1 เพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	16.00	*
6. เครื่องจักรและอุปกรณ์ 140, 140/1 หมู่ 4 ต. มาบยางพร อ. ปลวกแดง จ.ระยอง 81-81/1 เพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	35,119,918.26	
7. ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	23,089,989.28	
รวมทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น		95,884,719.92	

หมายเหตุ : * สิ้นทรัพย์ที่ติดจำนองเพื่อไปค้ำประกันสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน		ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (บาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน				
- ที่ดินโรงงาน - 19 ไร่ - งาน 29.10 ตรว.	140 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เป็นเจ้าของ	45,000,000.00	*
- ที่ดินโรงงาน - 14 ไร่ - งาน 70.10 ตรว.	140/1 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เป็นเจ้าของ	24,000,000.00	*
- ที่ดินโรงงาน - 6 ไร่ - งาน 57.00 ตรว.	140, 140/1 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เป็นเจ้าของ	-	*
รวมที่ดิน			69,000,000.00	
2. อาคาร				
- อาคารโรงงานและสำนักงาน	140 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เป็นเจ้าของ	60,000,000.00	*
- อาคารโรงงานและสำนักงาน	140/1 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เป็นเจ้าของ	39,000,000.00	*
รวมอาคารและสิ่งปลูกสร้าง			99,000,000.00	
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนทั้งสิ้น			168,000,000.00	

หมายเหตุ : * สินทรัพย์ที่ติดจำนองเพื่อไปค้ำประกันสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

สินทรัพย์ที่ใช้เป็นหลักประกัน

บริษัทฯ ได้นำที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ใช้ในการประกอบธุรกิจมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 จำนวน 26.60 ล้านบาท ไปค้ำประกันสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และ ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 จำนวน 168.00 ล้านบาท ไปวางเป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน)

บริษัทฯ ได้ซื้อโปรแกรม Car Services System และ โปรแกรม Karmart System เป็นเงิน 3,985,083.74 บาท เพื่อรองรับการทำงานและการรวบรวมข้อมูลของบริษัทให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 จำนวน 1,069,665 บาท

บริษัท มายบัส จำกัด

บริษัทฯ ได้รับสิทธิในการเดินรถสาย ปอ.64 โดยระยะทางเริ่มจากกระทรวงพาณิชย์ (แห่งใหม่) ถนนรัตนานิเบศร์ - สนามหลวง ระยะเวลาลิขสิทธิ์ 8 ปี 9 เดือน (25 ส.ค. 2552 - 31 พ.ค. 2561) เป็นเงิน 14,500,000.00 บาท เพื่อใช้ในการประกอบกิจการ มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 จำนวน 5,792,333.43 บาท

บริษัท ดี ไอ โคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด

เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2557 ได้ลงทุนซื้อที่ดินบริเวณถนนเจริญนคร 2 แปลง รวมเนื้อที่ทั้งหมด 5 ไร่ 1 งาน 21 วา

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

สืบเนื่องจากในปี 2552 ศาลภาษีอากรกลางได้มีคำพิพากษาให้บริษัทฯ (ภายใต้ชื่อเดิมคือ บริษัท ไคสตาร์ อิเลคทริก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ชำระเงินค่าภาษีอากรพร้อมทั้งเงินเพิ่มที่เกี่ยวข้องในคดีเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าในอัตรรวมเป็นเงิน 6.2 ล้านบาท (ประกอบไปด้วยเงินค่าอากรจำนวน 1.6 ล้านบาท และเงินเพิ่มจำนวน 4.6 ล้านบาท) โดยบริษัทฯ ได้ชำระเงินค่าภาษีอากรดังกล่าวทั้งจำนวนแล้ว ตามที่เคยได้เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 19 ของงบการเงินของบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2552

ต่อมาเมื่อวันที่ 13 กันยายน 2556 พนักงานอัยการ สำนักงานอัยการพิเศษฝ่ายคดีเศรษฐกิจและทรัพยากร 4 ได้ยื่นฟ้องบริษัทฯ ในฐานะนิติบุคคลที่ 1 พร้อมทั้งกรรมการของบริษัทฯ ในฐานะส่วนตัวที่ 2 ต่อศาลอาญากรุงเทพใต้ ในฐานะความผิดร่วมกันสำแดงเท็จเพื่อเลี่ยงอากรดังกล่าว

เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2557 บริษัทฯ ได้จ่ายค่าปรับทางภาษีจำนวนรวม 28 ล้านบาท ให้กับโจทก์ตามคำพิพากษาของศาลชั้นต้นแล้ว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อที่ตั้ง	บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) <u>สำนักงาน</u> 81-81/1 ซอยเพชรเกษม 54 แยก 3 ถนนเพชรเกษม แขวงบางด้วน เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160 โทรศัพท์ 0-2805-2756-60 โทรสาร 0-2805-2751-2 <u>โรงงานและคลังสินค้า</u> 140-140/1 หมู่ 4 ตำบลมาบยางพร อำเภอลวกแดง จังหวัดระยอง 21140 โทรศัพท์ 038-891-811-15 โทรสาร 038-891-821-22
ประกอบธุรกิจ	การจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ให้เช่า และให้บริการคลังสินค้า
ทุนจดทะเบียน	396,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว	395,741,285.40 บาท
จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท	11 พฤษภาคม 2525
จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน	18 มีนาคม 2537
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	31 ตุลาคม 2537
เลขทะเบียนบริษัท	0107537000823 (เดิมเลขที่ บมจ. 329)
Corporate Website	www.karmarts.co.th
E-commerce Website	www.karmarts.com
นายทะเบียนหุ้น	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ผู้สอบบัญชี	นายโสภณ เพิ่มศิริวัลลภ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3182 บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ทุนเรียกชำระ	สัดส่วนการลงทุน
บริษัท มายบัส จำกัด สถานที่ตั้ง เลขที่ 214 ถนนลาดหญ้า แขวงคลองสาน เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร 10600 โทรศัพท์ : 0-2805-0220 โทรสาร : 0-2805-0220	เดินรถโดยสารประจำทาง	90,000,000	32,000,000	95.16%
บริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด (ชื่อเดิม บ. เต้าเป้า จก.) สถานที่ตั้ง 269 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ : 0-2284-0127 โทรสาร : 0-2683-9816 (จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท และรายละเอียดธุรกิจ ณ วันที่ 19 กันยายน 2557)	ประกอบกิจการการผลิต รวมทั้งแบ่งบรรจุเครื่องสำอาง เครื่องหอม อุปกรณ์เครื่องมือ และเครื่องใช้เสริมความงาม ทุกชนิด	10,000,000	3,250,000	70.00%
บริษัท ดี ไอโคโนค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด สถานที่ตั้ง 83 ซอยเพชรเกษม 54 แยก 3 ถนนเพชรเกษม แขวงบางด้วน เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160 โทรศัพท์ : 0-2805-2756-60 โทรสาร : 0-2805-2751-2	ประกอบกิจการด้าน อสังหาริมทรัพย์ (โรงแรม รีสอร์ทและห้องชุด)	213,090,000	213,090,000	33.33%