

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาที่สำคัญ

ประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลง

- ปี 2552 เริ่มธุรกิจนำเข้าเครื่องสำอาง,ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อจัดจำหน่ายในช่องทางต่างๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาร์มาร์ท ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายรถยนต์ และอุปกรณ์เอ็นจีวี
- ปี 2553 จากยอดขายที่โตขึ้นกว่า 100% ในธุรกิจเครื่องสำอาง ภายใต้เครื่องหมายการค้าคาร์มาร์ท
- ปี 2554 เปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท ไคสตาร์ อิเลคทริก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) อย่างเป็นทางการ
- ปี 2555 บมจ. คาร์มาร์ทเข้าสู่ธุรกิจเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างเต็มตัวในธุรกิจ
- ปี 2556 สินค้าขยายเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายทุกช่องทาง และเริ่มขยายธุรกิจสู่การส่งออกสินค้าในภูมิภาคเอเชีย
- ปี 2557 ขยายช่องทางโดยหาพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจศักยภาพในการเปิดตลาดต่างประเทศ ตลอดจนเปิดบริษัทย่อยในนาม บริษัท เจ คอส แลบบอราทอรีส์ จำกัด ขึ้นซึ่งประกอบธุรกิจผลิตและแบ่งบรรจุเครื่องสำอาง เครื่องหอม อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้เสริมความงามทุกชนิด และลงทุนเพิ่มในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กับบริษัท ดี ไอ โคโนค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด เพื่อมองหาลงทุนเพิ่มแบบใหม่ๆ
- ปี 2558 บริษัทฯ ขยายธุรกิจสู่การส่งออก โดยได้ร่วมการค้ากับ Karmarts Vietnam Company Limited ในประเทศเวียดนาม

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, ช่องทางคาร์มาร์ทช้อปปิ้ง, 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) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95.16 ประกอบธุรกิจเดินรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสาย ปอ.64 มีสิทธิการเดินรถ 8 ปี 9 เดือน โดยนับตั้งแต่วันที่ 25 ต.ค. 2552 ถึง 31 พ.ค. 2561 โดยระยะทางเริ่มจากกระทรวงพาณิชย์ (แห่งใหม่) – ถนนรัตนวิเบศร์ – สนามหลวง

บริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด

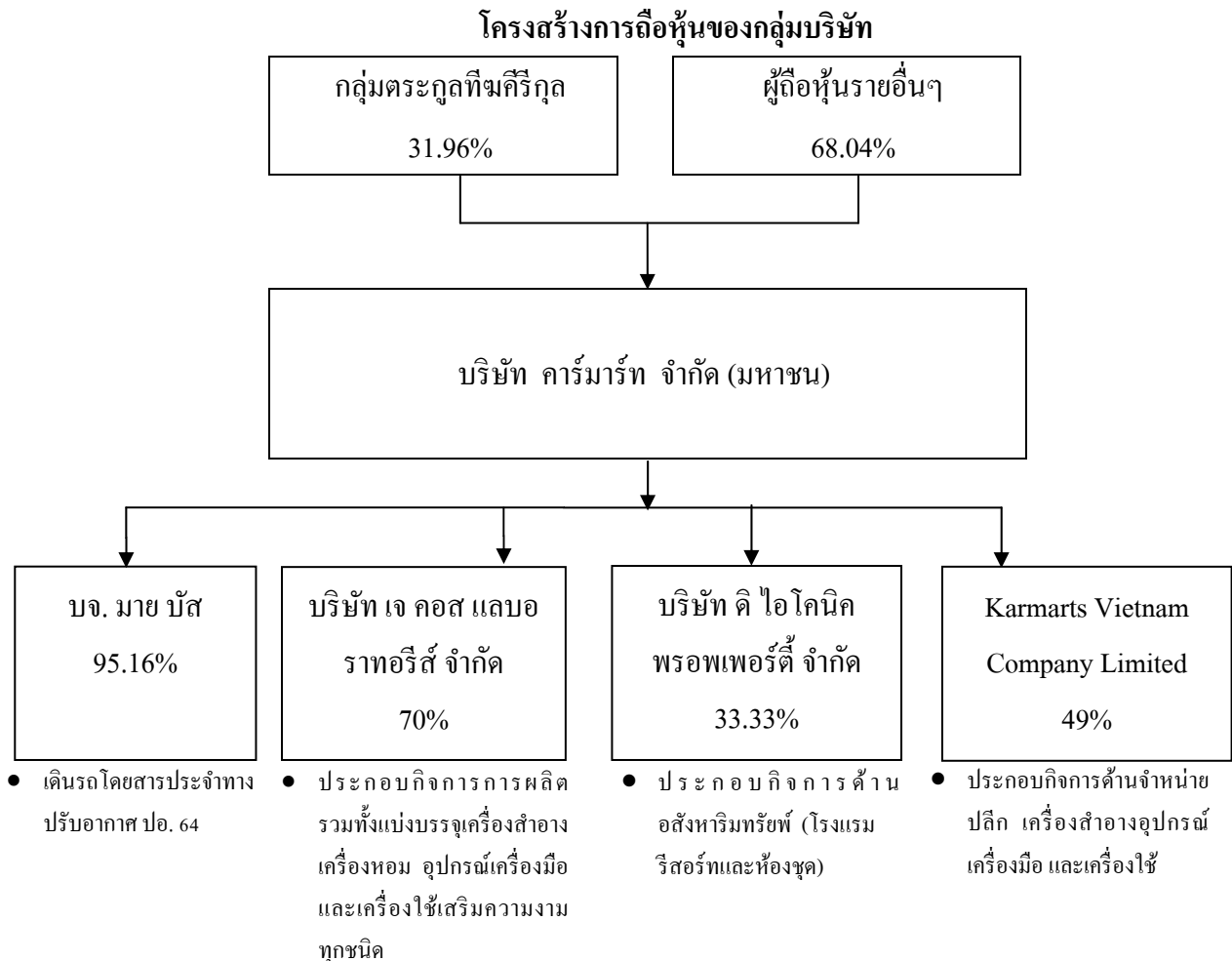
บริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด ประกอบกิจการด้านผลิตรวมทั้งแบ่งบรรจุเครื่องสำอาง เครื่องหอม อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้เสริมความงามทุกชนิด บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด จำนวน 1,400,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 5 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70 ของหุ้นที่ออก (ทุนจดทะเบียน 10,000,000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

บริษัทร่วม**บริษัท ดี ไอ โคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด**

บริษัท ดี ไอ โคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด ประกอบกิจการด้านอสังหาริมทรัพย์ (โรงแรม รีสอร์ท และห้องชุด) 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

บริษัทร่วมค้า**Karmarts Vietnam Company Limited**

บริษัท Karmarts Vietnam Company Limited ประกอบกิจการจำหน่ายปลีก เครื่องสำอาง อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ เงินลงทุนเรียกชำระ 196,000 U\$ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49 ของเงินลงทุนเรียกชำระมูลค่าเงินลงทุน 200,000 บาท (เงินลงทุนทั้งหมด 400,000U\$)



นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

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

เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2556 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัท เต้าเป้า จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องสำอางออนไลน์

ระหว่างไตรมาสสามของปี 2557 บริษัท เต้าเป้า จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด และเปลี่ยนประเภทการประกอบธุรกิจมาเป็นกิจการด้านการผลิตแบ่งบรรจุเครื่องสำอางเครื่องหอม อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้เสริมความงามทุกชนิด

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

1.3 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

ในรอบปีที่ผ่านมาทางบริษัทฯ มีพัฒนาการสำคัญหลายประการทั้งการพัฒนาสินค้า การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายควบคู่ไปกับการสร้างความเข้มแข็งของแบรนด์ให้กลายเป็นที่รู้จักมากขึ้น และในปี 2559 ทางบริษัทฯ ได้วางแผนในการเดินหน้ารุกตลาดเครื่องสำอางทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยมีโครงการในการขยายธุรกิจเพื่อบรรลุตามวิสัยทัศน์ โดยมี 4 ทิศทางหลัก ดังนี้

1. มิติด้านผู้บริโภค

บริษัทฯ ยังคงสานต่อความตั้งใจในการทำการตลาดเชิงรุกโดยพยายามใกล้ชิดกลุ่มลูกค้าเก่า และขยายสู่กลุ่มลูกค้าใหม่

- เพิ่มมาตรฐานการคัดเลือกโรงงานผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานระดับสูง ตลอดจนใส่ใจในการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพสูงและดีที่สุด อีกทั้งยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจและไว้วางใจในสินค้าของบริษัทฯ
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้า ให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดี โดยมีทั้งกิจกรรมเพื่อสร้างการจดจำในแบรนด์ และกิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคม
- บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสรรหาพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลาย และครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าถึงสินค้าได้โดยง่าย
- เพิ่มมาตรฐานของกระบวนการตรวจสอบคุณภาพสินค้าและอายุสินค้า รวมถึงจัดทำฉลากสินค้าให้ครอบคลุมตามที่ภาครัฐกำหนด ตลอดจนพัฒนาระบบจัดส่งสินค้าให้เท่าทันต่อความต้องการของตลาดทั่วประเทศ

2. มิติด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างสรรค์สินค้าที่มีรูปแบบและคอนเซ็ปต์เฉพาะตัวเพิ่มขึ้น

- สรรหานวัตกรรมใหม่ๆ

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการสรรหานวัตกรรมความงามใหม่ๆ อยู่เสมอ ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพสินค้ามากขึ้นเช่นกัน เราเชื่อว่านวัตกรรมใหม่ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าได้สินค้าที่มีความแปลกใหม่แต่ในขณะเดียวกันคุณภาพก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทางบริษัทฯ ยังคงต้องรักษาไว้ให้กับลูกค้า บริษัทฯ จึงร่วมพัฒนาสินค้าร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพเพื่อสร้างโอกาส และความต่างทางธุรกิจ โดยยังคงตอบโต้ความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และยังคงราคาที่เหมาะสม

- การขยาย Product lines

บริษัทฯ มีนโยบายในการสร้างสรรค์สินค้าให้มีความหลากหลาย และตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มมากขึ้น โดยจะเพิ่มแบรนด์สินค้าใหม่ที่มีรูปแบบและคอนเซ็ปต์เฉพาะตัว ไม่ซ้ำกับผลิตภัณฑ์เก่าที่มีอยู่แล้ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ทั้งในประเทศไทยและลูกค้าในต่างประเทศเพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางการขาย

- เพิ่มศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้า

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับบริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตและแบ่งบรรจุเครื่องสำอาง เครื่องหอม อุปกรณ์เครื่องมือ และเครื่องใช้เสริมความงามทุกชนิด ทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพทางด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้าให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมความงามที่ทันสมัยเทียบเท่าระดับ International

3. เสริมสร้างตราสินค้าให้แข็งแรง

บริษัทฯ เลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ 360 องศาโดยมีการสร้างการรับรู้ และเข้าถึงแบรนด์มากขึ้นทั้ง Above the line และ Below the line เพราะผลิตภัณฑ์ความงามทั้งหลายล้วนแล้วแต่มาจากการเชื่อมั่นจากผู้บริโภค ทั้งจากตัวแบรนด์และคุณภาพของสินค้า ดังนั้นตั้งแต่ปี 2558 บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นไปยังการสร้างการจดจำตราสินค้าในกลุ่มลูกค้ามากขึ้นโดยจะเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดให้เหมาะสม และมีความต่อเนื่องมากขึ้น เช่น สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่อการตลาดอื่นๆ รวมถึงการเลือกใช้ฟรีเซ็นเตอร์ที่มีความสอดคล้องเหมาะสมกับแบรนด์ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ทั้งในระดับองค์กร และภาพลักษณ์ของตัวสินค้าให้มีความเป็น Professional มากขึ้นอีกด้วย

4. สร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้กับผู้ถือหุ้น ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ พนักงาน ชุมชน

บริษัทฯ มีนโยบายการดำเนินงานที่โปร่งใส และได้สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการในระยะยาว ตลอดจนบริหารบริษัทฯ ด้วยความรอบคอบระมัดระวัง ควบคุมและบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสมมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและบริหารงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น เพื่อมอบประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น ตลอดจนมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ด้วยจิตสำนึกที่สร้างสรรค์ รวมถึงการประสานความร่วมมือภายในองค์กรให้แข็งแกร่ง และบูรณาการความร่วมมือกับผู้ประกอบการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ที่สนใจร่วมกิจกรรม ซึ่งเป็นพลังและกลไกสำคัญ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาสังคมไทยให้มีความเจริญก้าวหน้า และสร้างผลประโยชน์แก่สังคมไทยอย่างยั่งยืน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

บริษัทฯ มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและผลิตภัณฑ์รถยนต์ใช้ก๊าซธรรมชาติปี 2556 – 2558 ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	2558		2557		2556	
	พันบาท	%	พันบาท	%	พันบาท	%
มูลค่าการจำหน่ายรถยนต์ใช้ก๊าซธรรมชาติ						
- รถยนต์ใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV)	-	-	187	0.02	-	-
- เครื่องยนต์	1,408	0.12	201	0.02	3,192	0.38
- ถังก๊าซ	-	-	455	0.05	-	-
- อื่นๆ	1,518	0.13	24,984	2.57	-	-
รวมมูลค่าการจำหน่ายรถยนต์ใช้ก๊าซธรรมชาติ	2,926	0.25	25,827	2.66	3,192	0.38
มูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค						
- เครื่องสำอาง						
ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย	282,056	24.24	321,954	33.18	285,430	34.38
ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า	344,689	29.62	256,760	26.46	244,437	29.45
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	493,426	42.40	306,587	31.59	239,308	28.83
- อุปกรณ์เสริมความงาม	18,039	1.55	14,401	1.48	15,048	1.81
- อุปกรณ์ตกแต่งร้านและสื่อส่งเสริมการขาย	12,868	1.11	25,409	2.62	27,243	3.28
- ผลิตภัณฑ์อาหารและยา	9,458	0.81	18,608	1.92	12,820	1.54
- อื่น ๆ	369	0.03	832	0.09	2,651	0.32
รวมมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค	1,160,905	99.75	944,551	97.34	826,937	99.62
รวมมูลค่าการจำหน่าย	1,163,831	100.00	970,378	100.00	830,129	100.00
รายได้ค่าบริการ	-	-	-	-	-	-
รวมรายได้จากการจำหน่ายและบริการ	1,163,831	100.00	970,378	100.00	830,129	100.00
อัตราเพิ่ม (ลด) ของรายได้	19.94		16.89		30.42	

2.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจนำเข้า ผลิต และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกประเภทและผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคจากต่างประเทศ โดยแบ่งลักษณะออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแบรนด์ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศ และกลุ่มแบรนด์ที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าเอง โดยที่บริษัทฯ เป็นผู้ออกแบบ และวางแผนรูปแบบของแต่ละแบรนด์ ภายใต้ความคิดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันระหว่างทีมงานไทยและทีมงานเกาหลีที่มีความรู้ความสามารถ เข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างดี สามารถสร้างสรรค์สินค้าออกมาได้ตรงกับความต้องการของตลาด ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ คือเพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ให้ผู้บริโภครู้สึกสนุกไปกับการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละหมวดหมู่รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุดด้วยการนำนวัตกรรมความงามใหม่ๆ มาผสมผสานลงในสินค้าที่มีแพ็คเกจสีสันสดใสดึงดูดโดยคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าในราคาที่สมเหตุสมผลเป็นสำคัญ ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ส่งผลิตจากต่างประเทศเป็นหลัก และหลังจากได้รับกระแสตอบรับที่ดีตั้งแต่ปี 2557 บริษัทฯ จึงได้จัดสรรพื้นที่ใช้สอยบางส่วนของโรงงานเครื่องใช้ไฟฟ้าเดิมให้เป็นโรงงานสำหรับผลิตสินค้า

ในแง่ของช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้กระจายสินค้าผ่านร้านค้าตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศทั้งในรูปแบบค้าส่ง และรูปแบบค้าปลีก เช่น ร้านค้าเครื่องสำอางประจำท้องถิ่น, ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น และร้านขายยา ฯลฯ นอกจากนี้ยังได้ขยายไปยังร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทุกรูปแบบ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น, วัตสัน และ โลตัส เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกเครื่องสำอาง ภายใต้ชื่อร้าน KARMARTS ซึ่งปัจจุบันมีถึง 54 สาขาทั่วประเทศ โดยการบริหารงานจะเป็นลักษณะแฟรนไชส์ซึ่งทุกสาขามีรูปแบบการตกแต่งร้าน และใช้ระบบปฏิบัติการขายหน้าร้านแบบเดียวกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทั้งหมดภายใต้การนำเข้าของบริษัทฯ โดยเฉพาะ

จากเสียงตอบรับที่ดีจากตลาดภายในประเทศ บริษัทฯ จึงเริ่มบทบาทใหม่กลายเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ความงามไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเริ่มขยายสาขาไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น สิงคโปร์, กัมพูชา, พม่า, เวียดนาม, ลาว, จีน และอินโดนีเซีย เป็นต้น โดยเป้าหมายสูงสุดของบริษัทฯ คือการก้าวเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งของประเทศไทย และก้าวไกลเป็นอันดับหนึ่งของเอเชียต่อไป

2.2 การตลาด และการขาย

ปัจจุบันช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีทั้งหมด 5 ช่องทางหลักๆ ได้แก่

1. ช่องทางคาร์มาร์ทช็อป (Karmarts Shop)

ธุรกิจร้านค้าปลีกหรือร้านความงามสะดวกซื้อภายใต้แนวคิดมัลติแบรนด์ซึ่งรวบรวมผลิตภัณฑ์เพื่อความงามของทุกแบรนด์ในเครือคาร์มาร์ทไว้ในที่แห่งเดียวหรือเรียกว่าวันสต็อปเซอร์วิส ภายใต้การตกแต่งร้านด้วยโทนสีชมพูช็อคกิ้งฟังก์

คาร์มาร์ทช็อปถือเป็นช่องทางสำคัญที่บริษัทฯ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าทั้งหมดของบริษัทฯ ได้อย่างครบถ้วน และใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้บริษัทฯ สามารถศึกษา และเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็น

กลยุทธ์ที่สร้างความจงรักภักดีให้กับแบรนด์ (Brand Loyalty) และสิ่งที่ทางบริษัทฯ ให้ความสำคัญมาโดยตลอดคือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสำหรับสมาชิกคาร์มาร์ทซื้ออย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้คาร์มาร์ทซื้อเป็นธุรกิจแบบแฟรนไชส์ 100% ใช้รูปแบบของการขายสินค้าขาดให้แก่ผู้ประกอบการ โดยบริษัทฯ ช่วยสนับสนุนด้านกิจกรรมส่งเสริมการขายในทุกๆ รอบเดือนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทุกสาขามีการบันทึกการขายสินค้าทั้งหมดผ่านระบบปฏิบัติการของบริษัทฯ เพื่อเชื่อมต่อข้อมูลสินค้าโปรโมชั่น และข้อมูลสมาชิกได้ โดยแต่ละสาขาจะมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการการขายที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการร้านค้าคาร์มาร์ทซื้อเข้าดูแล พร้อมให้คำแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคการบริหารร้านค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ร้านค้าดำเนินธุรกิจตรงตามมาตรฐานที่ทางบริษัทฯ ได้วางรูปแบบไว้

ปัจจุบันช่องทางคาร์มาร์ทซื้อในประเทศไทย มีทั้งหมดจำนวน 54 สาขา แบ่งเป็นซื้อประเภท Standalone Shop (Retail shop) 35 สาขา และคาร์มาร์ทซื้อในพื้นที่โซนบิวตี้ฮอลล์ของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ได้แก่ The Mall และ Robinson อีก 19 สาขา

2. ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม หรือร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Traditional Trade)

แม้ว่าปัจจุบันการขายตัวของร้านค้าสมัยใหม่จะเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ช่องทางการค้าแบบดั้งเดิมก็ยังคงเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างยอดขายให้แก่บริษัทฯ ซึ่งปัจจุบันร้านค้าตัวแทนจำหน่ายของคาร์มาร์ทนั้นครอบคลุมร้านค้าปลีกได้อย่างกว้างขวางทั่วประเทศ

จากปีที่ผ่านมาช่องทางการค้าปลีกดั้งเดิมมีร้านค้าตัวแทนจำหน่ายกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศไทยกว่า 100 ราย โดยแบ่งร้านค้าเป็น 2 ประเภทหลักคือร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง เพื่อให้สินค้ากระจายตัว เข้าถึงมือผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและรวดเร็วยิ่งขึ้น

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

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ (Modern Trade)

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ทั้งหมดของบริษัทฯ ในปัจจุบันมีดังนี้

- ประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store)

เน้นจำนวนสาขา ความสะดวกสบาย โดยสถานที่ตั้งจะอยู่ใกล้กับผู้บริโภค เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ธุรกิจรูปแบบนี้ได้แก่ 7-Eleven, Family Mart, Jiffy, Big C Mini, Lotus Express, Pure, Tops Daily และ Lawson108 เป็นต้น

- ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต และดิสเคาท์สโตร์

ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่หลากหลายและมีจำนวนมากให้เลือกสรร ราคาประหยัด คุณภาพสินค้ามีตั้งแต่สินค้าคุณภาพดีจนถึงสินค้าคุณภาพปานกลาง ได้แก่ Tops, Home Fresh Mart, Gourmet Market, Food Hall, Max Valu, Tesco Lotus, Big C, Mega Market, Makro, Beautrium, EVEANDBOY, Stardust และ Beauty Market เป็นต้น

- ประเภทร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store)

จำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่างเน้นสินค้าอุปโภคบริโภคเกี่ยวกับเวชภัณฑ์เครื่องสำอาง ดูแลผิวดูแลเส้นผมมีสินค้าหลากหลายที่พัฒนาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา พร้อมมีการบริการที่สะดวกและเป็นกันเอง 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 และสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกับคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ Sole Distributor, Distributor และ Joint Venture และในปัจจุบันบริษัทฯ มีจุดจัดจำหน่ายในต่างประเทศทั้งหมด 11 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์, ประเทศกัมพูชา, ประเทศเวียดนาม, ประเทศพม่า, ประเทศจีน, ประเทศลาว, ประเทศอินโดนีเซีย, ประเทศฟิลิปปินส์, ประเทศสหรัฐอเมริกา, ประเทศบราซิล, ประเทศบังกลาเทศ และประเทศอินเดีย โดยมีการลงทุนในรูปแบบ Joint Venture ใน 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน, ประเทศเวียดนาม และประเทศมาเลเซีย

5. ช่องทางการค้าธุรกิจออนไลน์

สังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือส่งผ่านข้อมูลที่สำคัญ และผลักดันให้ผู้บริโภคหันมาศึกษาข้อมูลสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนเกิดความนิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ดังนั้นบริษัทฯ จึงต้องมีช่องทางออนไลน์เกิดขึ้นเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ยังถือเป็นช่องทางในสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์สินค้าได้อีกทางหนึ่งด้วย

ช่องทางออนไลน์ของบริษัทฯ ในปัจจุบันนี้มี 2 ประเภท

- ร้านค้าออนไลน์ของบริษัทฯ ได้แก่ www.karmarts.com, Instagram: Karmarts_onlineshop และ Line: Karmarts_onlineshop

- ร้านค้าออนไลน์ของคู่ค้า ได้แก่ Shop@7, Lazada, Wear You Want, Robinson Online, Zalora, Weloveshopping และ Line Shop เป็นต้น

2.3 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะเป็นแบรนด์เครื่องสำอางที่ตอบโจทย์ได้ทุกความต้องการด้านความงามของผู้หญิงทุกคน ผลักดันให้บริษัทฯ สร้างสรรค์แบรนด์สินค้าที่มีเอกลักษณ์ ชัดเจนโดดเด่น ครอบคลุมทุกความต้องการของคนไทยทั่วประเทศ ตามสโลแกนของบริษัทฯ ที่ว่า “Unique Beauty Solution”

ปัจจุบันบริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์เพื่อความงามแบบครบวงจรรวมทั้งสิ้นกว่า 1,000 รายการ โดยมีสินค้า Own Brands ได้แก่

1. เคทีดอลล์ (Cathy Doll) : Just play it!

แบรนด์ที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ที่มีผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สิริষะจรดปลายเท้า เน้นสีส้ม สดใส เหมาะสำหรับสาววัยรุ่นช่วงฝัน ที่มีความเปรี้ยวอมหวานผสมผสานความมั่นใจน่ารักสดใสในตัว เช่นเดียวกับตุ๊กตาเคทีดอลล์ ซึ่งประกอบไปด้วยประเภทสินค้าดังนี้

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

2. เคทีชู (Cathy Choo): Thai fusion spa

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ผสมผสานความหอมอย่างเป็นธรรมชาติจากทั่วโลก สดชื่นผิวชั้นสปาที่ผสมผสานความหอมจากธรรมชาติจากทั้งฝั่งตะวันตก และตะวันออกไว้อย่างลงตัว ทั้งจากกลิ่นที่เกิดจากดอกไม้ที่มาจากธรรมชาติล้วนๆ และกลิ่นจากสมุนไพร เหมาะสำหรับสาว ๆ ที่หลงใหลในสมุนไพรธรรมชาติกับกลิ่นหอมแห่งดอกไม้ที่รังสรรค์มาเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลทะนุถนอมความงามทั้งทางร่างกาย และความรู้สึกในแบบโฮมสปา ซึ่งประกอบไปด้วยประเภทสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม
- ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมสำหรับบ้าน

3. เบบี้ไบรท์ (Baby Bright): Gift from nature

ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ที่ต้องการดูแลผิวด้วยส่วนผสมจากธรรมชาติ ที่ช่วยดูแลผิวอย่างอ่อนโยน ละมุนละไม ปลอดภัยไม่ทำให้ผิวแห้งแสบผิวแข็งแรงสุขภาพผิวดีขึ้น ใช้ได้ทุกสภาพผิวสำหรับผู้ที่มีผิวอ่อนแอแพ้ง่ายหรือผิวแห้ง ซึ่งประกอบไปด้วยประเภทสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
- ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม
- ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลเฉพาะจุด

4. เจอูวิท้า (Jejuvita): Beauty inside out

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแพ็คเกจน่ารักสดใสในราคาย่อมเยา คัดสรรวัตถุดิบคุณภาพเลิศจากต่างประเทศ มีส่วนประกอบที่ผสมผสานคุณค่าจากวิตามินนานาชนิด ช่วยเติมคุณค่าความสวยจากภายในสู่ภายนอก ซึ่งประกอบไปด้วยประเภทสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์กลุ่มเสริมอาหาร และเครื่องดื่ม

5. รีโนรมย์ (Reunrom): Modern Thai spa

ผลิตภัณฑ์สปาสำหรับไทยผสมกลิ่นหอมในรูปแบบธรรมชาติบำบัดจากทั่วทุกมุมโลก (Aromatherapy) พัฒนามาเป็นกลิ่นใหม่อันหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งประกอบไปด้วยประเภทสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม
- ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลเฉพาะจุด

6. เครยอน (Crayon): The Professional Makeup

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางระดับมืออาชีพที่คิดค้นและออกแบบโดย Fashion Guru และ Beauty Expert ชื่อดัง ซึ่งประกอบไปด้วยประเภทสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

นอกจากสินค้า Own Brands ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น บริษัทฯ ยังเป็นตัวแทนนำเข้า และจัดจำหน่ายแบรนด์ชั้นนำจากประเทศเกาหลี ได้แก่ มิสซา (MISSHA) แบรนด์เครื่องสำอางอันดับ 1 จากเกาหลี การันตีคุณภาพด้วยสาขาทั่วโลก 40 ประเทศทั่วโลก รังสรรค์ทั้งผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เมคอัพ และน้ำหอม ด้วยนวัตกรรมความงามที่ไม่เคยหยุดนิ่ง ภายใต้สโลแกนที่ว่า A brand known for quality first idea and its reasonable prices

รางวัลต่างๆ ที่ได้รับจากนิตยสารชั้นนำ

ทั้งนี้คาร์มาร์ทได้รับเกียรติจากนิตยสารด้านความงามชั้นนำของไทยมอบรางวัลการันตีคุณภาพแก่ผลิตภัณฑ์มากมาย ได้แก่

1. รางวัล Beauty Hall of Fame 2014 สาขา “Best Mask Under 50.- ” โดยนิตยสาร CLEO (ประเทศไทย) จากผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Sweety Recipe Mask
2. รางวัล Beauty Hall of Fame 2014 สาขา “Best Body Wash” โดยนิตยสาร CLEO (ประเทศไทย) จากผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Tofu Body Bath Cleanser
3. รางวัล Beauty Hall of Fame 2015 สาขา “Best CC in a budget” โดยนิตยสาร CLEO (ประเทศไทย) จากผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Speed White CC Cream SPF50+ PA+++
4. รางวัล “Best Pressed Powder” โดยนิตยสาร Lemonade จากผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Speed White CC Powder SPF40 PA+++
5. รางวัล Cosmo Kiss Beauty Award 2015 สาขา “Best Lenghtening & Volumizing Mascara” โดยนิตยสาร Cosmopolitan (ประเทศไทย) จากผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Mademoisalle Mascara
6. รางวัล Beauty Hall of Fame 2015 สาขา “Best High Cover Brush” โดยนิตยสาร CLEO (ประเทศไทย) จากผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Intensive Dual Coverage Brush
7. รางวัล Beauty Hall of Fame 2015 สาขา “Best Instant Whitening Cream” โดยนิตยสาร CLEO (ประเทศไทย) จากผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Ready 2 White One Day Whitener Body Lotion
8. รางวัล Beauty Hall of Fame 2015 สาขา “Best Whitening Sunscreen” โดยนิตยสาร CLEO (ประเทศไทย) จากผลิตภัณฑ์ Cathy Doll L-Glutathione Magic Cream SPF50 PA+++
9. รางวัลชนะเลิศอันดับ 1 ประเภทบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่มีจำหน่ายในท้องตลาด สาขาบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่าย จากการประกวดบรรจุภัณฑ์ไทยประจำปี 2558 (THAISTAR PACKAGING AWARDS 2015) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) จากผลิตภัณฑ์ Cathy Doll No.1 Frink Serise
10. รางวัลชนะเลิศอันดับ 1 ประเภทบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่มีจำหน่ายในท้องตลาด สาขาบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งจากการประกวดบรรจุภัณฑ์ไทยประจำปี 2558 (THAISTAR PACKAGING AWARDS 2015) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) จากกล่อง Karmarts Treasure Box

2.4 การสื่อสารการตลาด

1. ช่องทางการสื่อสาร

บริษัทฯ คัดสรรช่องทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและเพิ่มเติมสื่อที่เป็นระดับมวลชน (Mass Communication) คือใช้การสื่อสารที่มุ่งไปยังผู้รับจำนวนมาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับพร้อมๆ กันโดยสื่อทั้งหมดต้องสอดคล้องกับ Mood&Tone ที่เน้นความสดใส ร่าเริง โคดเด่น อันเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์เป็นอย่างดี ได้แก่

1.1 สื่อออฟไลน์ ประกอบด้วย

1.1.1 สื่อสิ่งพิมพ์

ทั้งการลงสื่อโฆษณาในนิตยสารและหนังสือต่างๆ โดยเลือกใช้การ Tie in สินค้าในคอลัมน์ต่างๆ ตลอดจนการลงข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

1.1.2 สื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ เลือกใช้สื่อโทรทัศน์ (TV Commercial) เพิ่มเข้ามา เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถกระจายข้อมูลได้อย่างทั่วถึงเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับรายได้ สร้างการจดจำตราสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยมีการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์อย่างหลากหลาย ทั้งในส่วนของ Free TV ตลอดจน Digital TV

1.1.3 สื่อโฆษณานอกสถานที่ (Out of home)

1) สื่อโฆษณามัลติมีเดียในรถไฟฟ้า

คือสื่อประชาสัมพันธ์บนรถไฟฟ้า (BTS) และรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) เป็นสื่อที่ได้รับการยอมรับ และได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในเมือง ตลอดจนนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด บริษัทฯ จึงได้เลือกใช้สื่อดังกล่าวโดยใช้ TVC ตัวเดียวกับสื่อโทรทัศน์เพื่อให้เกิดการจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น

2) สื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็ก (Mupi)

ป้ายโฆษณาขนาดเล็กหรือ Mupi เป็นสื่อที่สามารถสร้างการจดจำแบรนด์และสร้างการรับรู้ในกลุ่มประชาชนทั่วไปได้อย่างทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีกระจายตัวของสื่ออยู่ทั่วกรุงเทพฯ และจังหวัดขนาดใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในย่านชุมชนและย่านธุรกิจได้เป็นอย่างดี

3) สื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard)

ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่สามารถมองเห็นได้จากระยะไกล และดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ช่วยสร้างการจดจำแบรนด์ได้ในวงกว้าง มีการกระจายของสื่ออยู่ตามถนนสายหลัก หรือตามจุดสำคัญๆ เช่น สีแยกตลาด หรือจุดที่มีคนพลุกพล่านในกรุงเทพฯ

4) สื่อป้ายโฆษณาดิจิทัล

ป้ายโฆษณารูปแบบดิจิทัลสามารถฉายภาพโฆษณาแบบเคลื่อนไหวได้เช่นเดียวกับในสื่อโทรทัศน์ ตั้งอยู่ในย่านชุมชนและย่านธุรกิจที่คนพลุกพล่าน ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้เลือกใช้สื่อดังกล่าวโดยใช้ TVC ตัวเดียวกับสื่อโทรทัศน์เพื่อให้เกิดการจดจำแบรนด์ได้แม่นยำมากขึ้น

5) สื่อโฆษณาเคลื่อนที่

สื่อเคลื่อนที่ (Bus Wrap) คือการติดสื่อโฆษณาสินค้าที่รถโดยสารสาธารณะสายต่างๆ ซึ่งเป็นสื่อที่มีจำนวนคนเห็นมาก โดยบริษัทฯ เลือกใช้กลยุทธ์แบบดาวกระจายด้วยการกระจายไปยังรถโดยสารสาธารณะหลากหลายเส้นทางครอบคลุมพื้นที่ทั้งกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

1.2 สื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์ยังคงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเห็นผลที่สุดบริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการจัดทำสื่อออนไลน์ค่อนข้างมากโดยในปีที่แล้วบริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมบนช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่องนอกจากนี้ยังมีทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ เช่น ไวรัลคลิป (Viral video) และจัดทำรีวิว (Review) สินค้าทาง Facebook และ Instagram โดยช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

- Facebook: Karmartsclub, Baby Bright, Jejuvita, Reunrom Spa Product, Crayon Cosmetics, Missha Thailand
- Instagram: Karmartsclub, Babybrightclub, Jejuvita_supplement, Reunrom.spaproduct, Crayoncosmetics, , Misshathailand
- Website: www.karmarts.com
- Youtube: Karmarts Club
- Line Official: @karmart

2. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ในปี 2558 บริษัทฯ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องดังต่อไปนี้

1) กิจกรรม “สวย ลุ้น รับ โชค กับคาร์มาร์ท”

คาร์มาร์ทคืนกำไรแก่ลูกค้าคาร์มาร์ททั่วประเทศ จัดกิจกรรม “สวย ลุ้น รับ โชค กับคาร์มาร์ท” แจกรางวัลมากมายโดยมีรางวัลใหญ่คือรถยนต์ NISSAN MARCH และอื่นๆ รวมมูลค่ากว่า 1 ล้านบาท โดยผู้ร่วมกิจกรรมต้องซื้อซีซีครีมหรือซีซีพาวเดอร์แพ็ค สีใดขนาดใดก็ได้แล้วส่งเลขที่ใบเสร็จ หรือส่งชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์เข้ามาภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการสานสัมพันธ์กับผู้บริโภคและกระตุ้นยอดขายสินค้าอีกด้วย

2) งานเปิดตัวผลิตภัณฑ์เคทีคอลล์แอลกอฮอล์ไฮโปอัลเลอร์เจนิก

คาร์มาร์ทจัดงานเปิดตัว “เคทีคอลล์แอลกอฮอล์ไฮโปอัลเลอร์เจนิกเอสพีเอฟ50 พีเอ+++” ที่มาพร้อมนวัตกรรมพิเศษเนื้อครีมแตกตัวเป็นละอองน้ำ ชุ่มชื้น เย็นฉ่ำ พร้อมบำรุงผิวใส พร้อมเปิดตัวฟรีเซนเตอร์คนใหม่ บอย-ปรกรณ์ ฉัตรบริรักษ์ เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2558 ณ ลานเอเทรียมชั้น 1 สยามเซ็นเตอร์ เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีและทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์อย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

3) กิจกรรม “Karmarts Beauty Review Contest Season 2 by lemonade”

คาร์มาร์ทร่วมกับนิตยสาร lemonade เป็นครั้งที่สอง จัดกิจกรรมประกวดค้นหาบิวตี้บล็อกเกอร์ตัวจริง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้หญิงที่มีความฝันอยากเป็นบิวตี้บล็อกเกอร์ได้ทำความฝันของตัวเองให้เป็นจริง โดยหลังจากจบการประกวดแล้ว ผู้ที่ได้รับรางวัลจะทำการรีวิวสินค้าของบริษัทฯ เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ซึ่งทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้หญิงที่รักสวยรักงาม และผู้ชื่นชอบการชมรีวิบบนอินเทอร์เน็ต

4) กิจกรรม “แชะ&แซ่ ลุ้นลดฟ้าไปมาเถา”

คาร์มาร์ทจัดกิจกรรมแจกแพ็คเกจทัวร์มาเถา 2 ที่นั่งและรางวัลอื่นๆ รวมมูลค่ากว่า 140,000 บาท โดยให้เข้าร่วมกิจกรรมซื้อผลิตภัณฑ์เคทีคอลล์แอลกลูต้าไรโซนเมจิกครีมเอสพีเอฟ50 พีเอ+++ และโพสต์รูปภาพที่ถ่ายคู่กับสินค้าหรือถ่ายคู่กับสแตนด์ บอย-ปกรณ ซึ่งรูปที่โพสต์ต้องเชื่อมโยงมาที่ช่องทาง Instagram หรือ Facebook ของ Karmartsclub ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย รวมถึงเป็นการรักษาส่วนแบ่งเอาไว้ตลอดจนสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดอีกด้วย

5) งานเปิดตัวผลิตภัณฑ์เคทีคอลล์สเปซเอสเซนส์ซีรีส์

คาร์มาร์ทจัดงานเปิดตัว “เคทีคอลล์สเปซเอสเซนส์ซีรีส์” ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า 3 สูตร เพื่อจัดการทั้ง 3 ปัญหาผิว สกินแคร์รูปแบบใหม่ที่รวมเอาทั้งเอสเซนส์, เซรัม และครีม ไว้ในหลอดเดียว นอกจากนี้ยังได้เปิดตัวฟรีเซเนอร์คนใหม่ พลอย-ณอมมาลย์ บุญยศักดิ์ เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2558 ณ ลานเอเทรียมชั้น 1 สยามเซ็นเตอร์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีและทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์อย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

6) งานเปิดตัวผลิตภัณฑ์เคทีคอลล์เรดี้ทูไวท์ซีรีส์

คาร์มาร์ทจัดงานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ต้อนรับเทศกาลคริสต์มาสด้วย “เคทีคอลล์เรดี้ทูไวท์ซีรีส์” ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวนานวัตกรรมใหม่จากเกาหลีเพื่อผิวดูใสไม่ต้องรอ พร้อมเปิดตัวฟรีเซเนอร์คนใหม่ คริส หอวัง เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 ณ ลานเซ็นเตอร์พ้อยท์ ออฟ สยามแควร์ ทั้งนี้ก็เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีและทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์อย่างแพร่หลายยิ่งขึ้น

7) กิจกรรม “สวยดาว ลุ้น รับ จีบ แจก”

คาร์มาร์ทร่วมฉลองเทศกาลแห่งความสุขด้วยต้นคริสต์มาสขนาดใหญ่ตั้งใจกลางเมืองเพื่อสร้างการจดจำให้กับแบรนด์ พร้อมจัดกิจกรรมมากมาย ร่วมลุ้นรับรางวัลต่างๆ อาทิ Iphone 6S (64GB), Samsung Galaxy Note 5, Samsung Galaxy Tab, Ipad Mini 2, สร้อยคอทองคำและอื่นๆ ณ ลานเซ็นเตอร์พ้อยท์ ออฟ สยามแควร์ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย รวมถึงเป็นการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ตลอดจนสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้อีกด้วย

8) กิจกรรม JEJUVITA FREE GIFT! "ซ้อป๊อบ แชร่ป๊อบ รับฟรี!"

คาร์มาร์ทแจกผลิตภัณฑ์ใหม่จากแบรนด์เจจูวิตาเพียงซื้อผลิตภัณฑ์รุ่นที่กำหนดและโพสต์รูปภาพที่ถ่ายคู่กับสินค้า นอกจากนี้ผู้ร่วมกิจกรรมยังมีสิทธิลุ้นบัตรกำนัลมูลค่า 2,000 บาทอีกด้วย เพื่อเป็นการโปรโมทสินค้าใหม่

และเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้รู้จักกับสินค้าพร้อมกับออกรายการส่งเสริมการขายพิเศษช่วยกระตุ้นยอดขาย และสร้างการจดจำแบรนด์อีกด้วย

9) กิจกรรม KARMARTS Present Fan Meeting with Boy Pakorn "กอด รัด พัด ฟิน! "

คาร์มาร์ทขอขอบคุณลูกค้าทั่วประเทศ จัดกิจกรรมแฟนมีตดั่ง กอด รัด พัด ฟิน กับ บอย-ปกรณ์ ในวันที่ 18 ธันวาคม 2558 ณ โรงแรมอนันตรา โดยผู้ที่มิสิทธิ์ลุ้นเข้าร่วมกิจกรรม คือผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์และส่งชิ้นส่วนเข้ามาชิงโชคตามระยะเวลาที่บริษัทกำหนด ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายและยังส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์อีกด้วย

3. ปัจจัยความเสี่ยง

นโยบายการบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงดังนี้

ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าทางการเงิน ฝ่ายบริหารควบคุมความเสี่ยงนี้โดยการกำหนดให้มีนโยบายและวิธีการในการควบคุมสินเชื่อที่เหมาะสม ดังนั้นบริษัทฯ และบริษัทย่อยจึงไม่คาดว่าจะได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการให้สินเชื่อ จำนวนเงินสูงสุดที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยอาจต้องสูญเสียจากการให้สินเชื่อคือมูลค่าตามบัญชีของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าทางการเงินที่แสดงอยู่ในงบแสดงฐานะการเงิน 223 ล้านบาทและ 0.5 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งสินเชื่อดังกล่าวบริษัทฯ ให้กับกลุ่มโมเดิร์นเทรด ซึ่งเป็นบริษัทฯ ที่มีศักยภาพสูง และกลุ่มลูกค้าตัวแทนซึ่งมีจำนวนรายมากเป็นการกระจายความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องจากการซื้อสินค้าและอุปกรณ์เป็นเงินตราต่างประเทศ และการชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่บริษัทฯ จำหน่ายเป็นเงินบาททั้งหมดทำให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ในกรณีเงินบาทอ่อนค่าลง อย่างไรก็ตาม มูลค่าหนี้สินทางการเงินในปี 2558 และ 2557 จำนวนเงิน 3 – 4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มิได้มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น หากมูลค่าการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้นในอนาคตบริษัทฯ จะพิจารณาจัดทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward contract) ตามความเหมาะสม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มียอดคงเหลือของสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่สำคัญที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ 3.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรืออเมริกา อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย 36.2538 (2557 : 4.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรืออเมริกาอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย 33.1132)

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินฝากธนาคาร เงินเบิกเกินบัญชี และเงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวที่มีดอกเบี้ย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด หรือมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาด ในปัจจุบัน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยของบริษัทฯ และบริษัทย่อยจึงอยู่ในระดับต่ำ

สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่สำคัญสามารถจัดตามประเภทอัตราดอกเบี้ย และสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่สามารถแยกตามวันที่ครบกำหนด หรือ วันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ (หากวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ถึงก่อน) ตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 35 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูง และการลอกเลียนแบบสินค้า

เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง มีผู้ประกอบการรายใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะเครื่องสำอางจากประเทศในแถบเอเชีย เช่น เกาหลี และญี่ปุ่น ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใกล้เคียงกับบริษัทฯ ทำให้บริษัทต้องพบกับภาวะการแข่งขันที่สูงอาจมีผลต่อผลประกอบการ และยังมีผู้ประกอบการรายย่อยที่ขายสินค้าลอกเลียนแบบ และสินค้านำเข้าอย่างผิดกฎหมาย ซึ่งอาจทำให้กระทบต่อยอดขายของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้เพิ่มความแข็งแกร่งโดยการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ และรักษฐานลูกค้าในระยะยาว เพิ่มการประชาสัมพันธ์ ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขัน และให้ความสำคัญของบรรจภัณฑ์ คุณภาพสินค้า เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น และคู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง

เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เป็นสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงความนิยมอยู่เสมอ ในระหว่างปี 2558 และ 2557 บริษัทฯ มีสินค้าคงคลังเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 19.78 และ 21.57 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ มีระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยอยู่ช่วง 104 วัน

บริษัทฯ ตั้งสำรองจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลังอายุ 1 – 3 ปี 7 ล้านบาท 3 ปีขึ้นไป 5 ล้านบาท และฝ่ายการตลาดและปฏิบัติการขายจะกระตุ้นการขายสินค้าดังกล่าวจะทำส่งเสริมการขายเพื่อเร่งการขาย บริษัทฯ คาดว่าผลกระทบจากความเสียดังนี้ค่อนข้างน้อย

4. สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรและสิทธิการเช่าของบริษัท

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (บาท)	ภาระผูกพัน
1. งานระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ		
- สำนักงานและโรงงาน		10,587,690.96	
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	
- ที่ดินโรงงาน - 14 ไร่ - งาน 70.10 ตร.ว.	เป็นเจ้าของ	39,690,700.00	
- ที่ดินสำนักงาน - 2 ไร่ 2 งาน 29 ตร.ว.	เป็นเจ้าของ	49,630,000.00	*
- ที่ดิน (โรงงาน – กทม.) 1 ไร่ 1 งาน 4 ตร.ว.		25,200,000.00	
- ที่ดิน (จอครถ) - 2 งาน 45 ตร.ว.		7,350,000.00	
รวมที่ดิน		122,411,800.55	
4. ส่วนปรับปรุงที่ดินและอาคารสำนักงาน		6,661,271.73	
5. อาคาร			
5.1 อาคารสำนักงาน	เป็นเจ้าของ	16.00	*
5.2 อาคารโรงงาน	เป็นเจ้าของ	37,365,208.44	*
6. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	32,798,393.99	
7. ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	11,888,614.56	
รวมทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น		221,712,980.23	

หมายเหตุ : * สินทรัพย์ที่ติดจำนองเพื่อไปค้ำประกันสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

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	49,000,000.00	*
- ที่ดินโรงงาน - 6 ไร่ - งาน 57.00 ตรว.	140, 140/1 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เป็นเจ้าของ	-	*
รวมที่ดิน			<u>49,000,000.00</u>	
2. อาคาร				
- อาคารโรงงานและสำนักงาน	140 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เป็นเจ้าของ	66,000,000.00	*
รวมอาคารและสิ่งปลูกสร้าง			<u>66,000,000.00</u>	
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนทั้งสิ้น			<u>115,000,000.00</u>	

หมายเหตุ : * สินทรัพย์ที่ติดจำนองเพื่อไปค้ำประกันสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

สินทรัพย์ที่ใช้เป็นหลักประกัน

บริษัทฯ ได้นำที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ใช้ในการประกอบธุรกิจมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวน 126.68 ล้านบาท ไปค้ำประกันสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวน 115.00 ล้านบาท ไปวางเป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน**บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน)**

บริษัทฯ ได้ซื้อโปรแกรม Car Services System และ โปรแกรม Karmart System เป็นเงิน 3,985,083.74 บาท และ SSQ เพื่อรองรับการทำงานและการรวบรวมข้อมูลของบริษัทให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวน 8,058,821.00 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 2558 จำนวน 1,407,646.67 บาท

บริษัท ดี ไอ โคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด

เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 ได้ลงทุนซื้อที่ดินบริเวณถนนเจริญนคร 2 แปลง รวมเนื้อที่ทั้งหมด 5 ไร่ 1 งาน

21 วา

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

สืบเนื่องจากในปี 2552 ศาลภาษีอากรกลางได้มีคำพิพากษาให้บริษัทฯ (ภายใต้ชื่อเดิมคือ บริษัท ไคสตาร์ อิเลคทริก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)) ชำระเงินค่าภาษีอากรพร้อมทั้งเงินเพิ่มที่เกี่ยวข้องในคดีเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าในอัตรารวมเป็นเงิน 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

ปี 2558 - ไม่มี -

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	396,000,000.00 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 แลบบอราทอรีส์ จำกัด สถานที่ตั้ง 269 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ : 0-2284-0127 โทรสาร : 0-2683-9816	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 รีสอร์ท และห้องชุด)	213,090,000	213,090,000	33.33%
Karmarts Vietnam Company Limited สถานที่ตั้ง ประเทศเวียดนาม	ประกอบกิจการด้านจำหน่าย ปลีก เครื่องสำอาง อุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องใช้	400,000US\$	200,000US\$	49.00%