

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาที่สำคัญ

ประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

- 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 แลบอราทอรีส์ จำกัด ขึ้นซึ่งประกอบธุรกิจผลิตและแบ่งบรรจุเครื่องสำอาง เครื่องหอม อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้เสริมความงามทุกชนิด และลงทุนเพิ่มในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กับบริษัท ดี ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด เพื่อมองหากการลงทุนเพิ่มแบบใหม่ ๆ
- ปี 2558 บริษัทฯ ขยายธุรกิจสู่การส่งออก โดยได้ร่วมการค้ากับ Karmarts Vietnam Company Limited ในประเทศเวียดนาม
- ปี 2559 เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2559 บริษัทฯได้จ่ายเงินลงทุนใน บริษัท คาร์มาร์ท เวียดนาม จำกัด ซึ่งจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศเวียดนาม จำนวนรวม 98,000 เหรียญสหรัฐอเมริกา หรือประมาณ 3.56 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 49 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้วจำนวน 200,000 เหรียญสหรัฐอเมริกา บริษัทฯได้บันทึกเงินลงทุนในบริษัทดังกล่าวเป็นเงินลงทุนในการร่วมค้า นับตั้งแต่วันที่ลงทุน เป็นต้นไป บริษัทดังกล่าวมีระยะเวลาในการดำเนินงาน 50 ปี นับจากวันที่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2558
- ปี 2560 บริษัทฯได้เริ่มสร้างอาคารโกดังและโรงงานบรรจุและประกอบแพ็คเกจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพิ่มอีก 1 แห่ง เพื่อควบคุมคุณภาพ ต้นทุน ระยะเวลาการผลิต และเพื่อตอบสนองการเติบโตของตลาด
- ปี 2561 บริษัทฯ ดำเนินการ Re-Brand และปรับภาพลักษณ์ Corporate logo และร้านค้า Karmarts shop ของบริษัทฯ ให้มีความทันสมัย และตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น
- ปี 2562 บริษัทฯ ดำเนินการ เปิดแผนกบรรจุและประกอบแพ็คเกจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

1.2 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

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

การจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ แบ่งเป็น 4 ช่องทาง ดังนี้ ช่องทางร้านค้าปลีกหรือร้านค้าตัวแทนจำหน่าย, ช่องทางคาร์มาร์ทช็อป, ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่, ช่องทางส่งออก

บริษัทย่อย

บริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด

บริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด ประกอบกิจการด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง 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 ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด

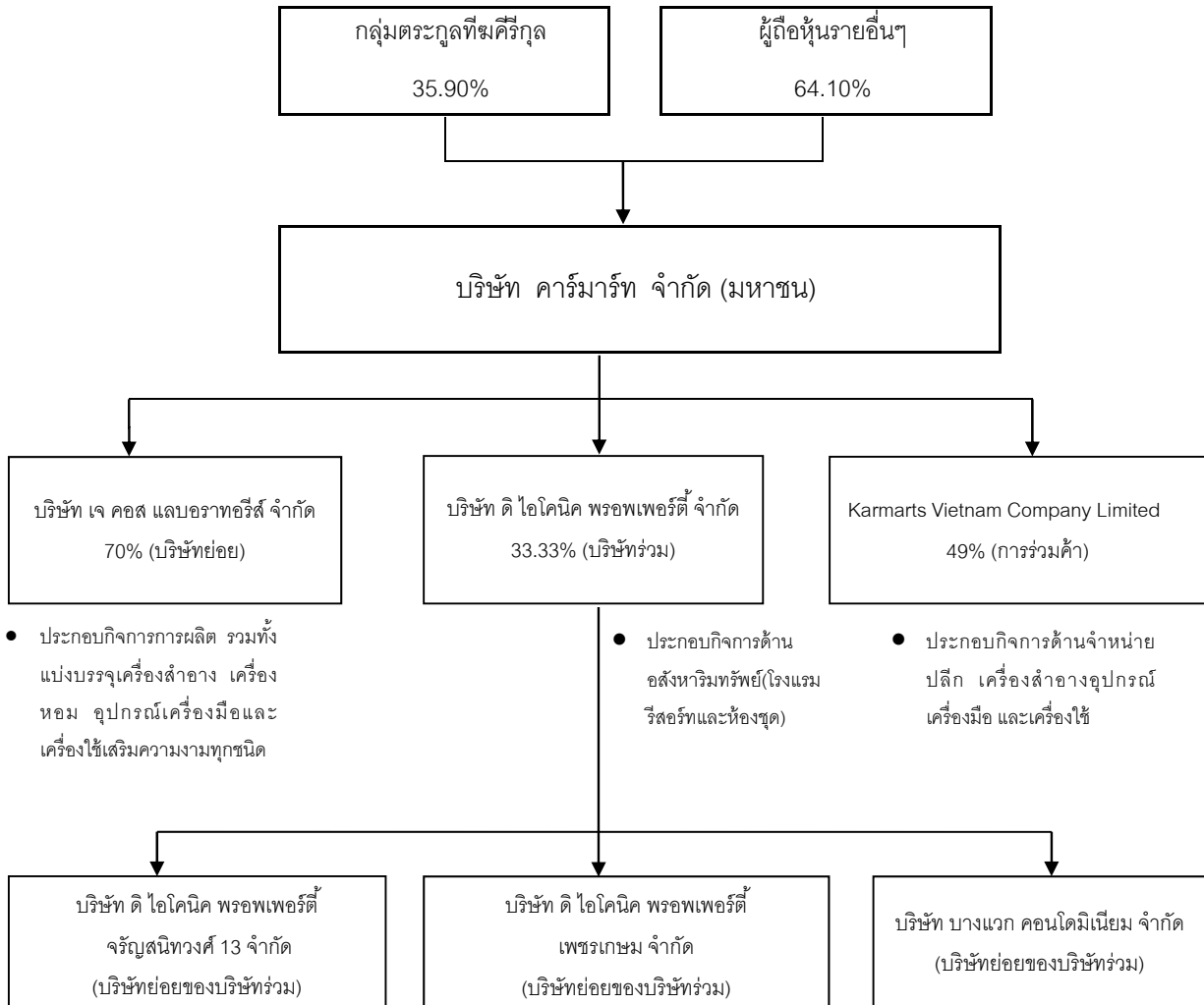
บริษัท ดี ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด ประกอบกิจการด้านอสังหาริมทรัพย์ (โรงแรม รีสอร์ทและห้องชุด) บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ดี ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด จำนวน 7,102,999 หุ้น ราคาหุ้นละ 10 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 ของหุ้นที่ออก (ทุนจดทะเบียน 213,090,000 บาท) ในราคาตามมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ และในปี 2559 ได้จัดตั้งบริษัทย่อย 3 บริษัทได้แก่ บริษัท ดี ไอโคนิค จักรวรรดิทวงส์ 13 จำกัด, บริษัท ดี ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ เพชรเกษม จำกัด และบริษัท บางแวก คอนโดมิเนียม จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนบริษัทละ 1 ล้านบาท เพื่อดำเนินการด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

บริษัทร่วมค้า

Karmarts Vietnam Company Limited

บริษัท Karmarts Vietnam Company Limited ประกอบกิจการจำหน่ายปลีก เครื่องสำอาง อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ เงินลงทุนเรียกชำระ 98,000 US\$ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49 ของเงินลงทุนเรียกชำระ มูลค่าเงินลงทุน 200,000 บาท (เงินลงทุนทั้งหมด 400,000 US\$) บริษัทดังกล่าวมีระยะเวลาในการดำเนินงาน 50 ปี นับจากวันที่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2558

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

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

เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2556 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัท เต้าเป่า จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องสำอางออนไลน์

ระหว่างไตรมาสสามของปี 2557 บริษัทฯ เต้าเป่า จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เจ คอส แลบริวาทอรีส์ จำกัด และเปลี่ยนประเภทการประกอบธุรกิจมาเป็นกิจการด้านการผลิตแบ่งบรรจุเครื่องสำอางเครื่องหอม อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้เสริมความงามทุกชนิด

บริษัท ดี ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด ประกอบกิจการด้านอสังหาริมทรัพย์ (โรงแรม รีสอร์ทและห้องชุด) บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ดี ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด จำนวน 7,102,999 หุ้น ราคาหุ้นละ 10 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 ของหุ้นที่ออก (ทุนจดทะเบียน 213,090,000 บาท) ในราคาตามมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ และในปี 2559 ได้จัดตั้งบริษัทย่อย 3 บริษัทได้แก่ บริษัท ดี ไอโคนิค จรัญสนิทวงศ์ 13 จำกัด, บริษัท ดี ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ เพชรเกษม จำกัด และบริษัท บางแวก คอนโดมิเนียม จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนบริษัทละ 1 ล้านบาท เพื่อดำเนินการด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

1.3 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

ในรอบปีที่ผ่านมาทางบริษัทฯ มีพัฒนาการสำคัญหลายประการทั้งการพัฒนาสินค้า การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ควบคู่ไปกับการสร้างความเข้มแข็งของแบรนด์ให้กลายเป็นที่รู้จักมากขึ้น และในปี 2563 ทางบริษัทฯ ได้วางแผนในการเดินทางรุกตลาดเครื่องสำอางทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยมีโครงการในการขยายธุรกิจเพื่อบรรลุตามวิสัยทัศน์โดยมี 4 ทิศทางหลัก

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 ยังคงมุ่งมั่นในการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างสรรค์สินค้าที่มีรูปแบบ และคอนเซ็ปต์เฉพาะตัวเพิ่มขึ้น

- สรรหาวัตถุดิบใหม่ๆ

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการสรรหาวัตถุดิบความงามใหม่ๆ อยู่เสมอ ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพสินค้ามากขึ้นเช่นกัน เราเชื่อว่านวัตกรรมใหม่ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าได้สินค้าที่มีความแปลกใหม่ในขณะเดียวกันคุณภาพก็เป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทฯ ยังต้องรักษาไว้ให้กับลูกค้า บริษัทฯ จึงร่วมพัฒนาสินค้าร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพเพื่อสร้างโอกาสและความต่างทางธุรกิจ โดยยังคงตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และยังคงราคาที่เหมาะสม

- การขยายแบรนด์สินค้าและประเภทของสินค้า

บริษัทฯ มีนโยบายในการสร้างสรรค์สินค้าให้มีความหลากหลาย และตอบโจทย์ลูกค้าแต่ละกลุ่มมากขึ้น โดยจะเพิ่มแบรนด์สินค้าใหม่ที่มีรูปแบบ และคอนเซ็ปต์เฉพาะตัว ไม่ซ้ำกับผลิตภัณฑ์เก่าที่มีอยู่แล้ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศเพื่อเพิ่มโอกาสทางการขาย

- เพิ่มศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้า

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

3. เสริมสร้างตราสินค้าให้แข็งแรง

บริษัทฯ เลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ 360 องศาโดยมีการสร้างการรับรู้ และเข้าถึงแบรนด์มากขึ้นทั้ง Above the line และ Below the line เพราะผลิตภัณฑ์ความงามทั้งหลายล้วนแล้วแต่มาจากความเชื่อมั่นจากผู้บริโภค ทั้งจากตัวแบรนด์และคุณภาพของสินค้า บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นไปยังการสร้างการจดจำตราสินค้าในกลุ่มลูกค้ามากขึ้นโดยจะเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดให้เหมาะสมและมีความต่อเนื่องซึ่งนอกเหนือจากสื่อภายนอกอาคารแล้วบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญอย่างมากกับสื่อออนไลน์ที่ในปัจจุบันเข้ามามีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของผู้บริโภคอีกด้วย รวมถึงการใช้ฟรีเซนเตอร์ที่มีความสอดคล้องเหมาะสมกับแบรนด์ เพื่อให้เกิดการจดจำที่ดี แก่ผู้บริโภคในวงกว้างอีกด้วย

4. สร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้กับผู้ถือหุ้น ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ พนักงาน ชุมชน

บริษัทฯ มีนโยบายการดำเนินงานที่โปร่งใส และ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการในระยะยาว ตลอดจนบริหารบริษัท ฯ ด้วยความรอบคอบระมัดระวัง ควบคุมและบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและบริหารงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้นเพื่อก่อประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น ตลอดจนมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ด้วยจิตสำนึกที่สร้างสรรค์ รวมถึงการประสานความร่วมมือภายในองค์กรให้แข็งแกร่ง และบูรณาการความร่วมมือกับผู้ประกอบการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ที่สนใจรวมกิจกรรมซึ่งเป็นพลังและกลไกสำคัญ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาสังคมไทยให้มีความเจริญก้าวหน้า และสร้างผลประโยชน์แก่สังคมไทยอย่างยั่งยืน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

บริษัทฯ มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคปี 2560 – 2562 ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	2562		2561		2560	
	พันบาท	%	พันบาท	%	พันบาท	%
มูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค						
- เครื่องสำอาง						
ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย	189,505	12.57	221,738	14.86	270,304	17.85
ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า	287,076	19.04	318,848	21.37	375,849	24.82
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	937,685	62.19	874,852	58.09	793,435	52.40
- อุปกรณ์เสริมความงาม	20,028	1.33	19,787	1.33	15,203	1.00
- อุปกรณ์ตกแต่งร้านและสื่อส่งเสริมการขายและอื่นๆ	31,991	2.12	21,791	1.46	17,217	1.14
- ผลิตภัณฑ์อาหารและยา	20,363	1.35	22,371	1.50	21,554	1.42
รวมมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค	1,486,648	98.60	1,479,387	98.61	1,493,562	98.63
รายได้จากการให้เช่าคลังสินค้า	21,067	1.40	20,757	1.39	20,757	1.37
รวมรายได้จากการจำหน่ายและบริการ	1,507,715	100.00	1,500,144	100.00	1,514,319	100.00
อัตราเพิ่ม (ลด) ของรายได้		0.50		(0.94)		5.94

2.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจผลิต และนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกประเภทและสินค้าอุปโภคภายใต้คอนเซ็ปท์ Unique Beauty Solution ด้วยความมุ่งมั่นที่จะเป็นแบรนด์เครื่องสำอางที่ตอบโจทย์ครบทุกความต้องการด้านความงามของผู้หญิงทุกคน ผลักดันให้บริษัทฯ สร้างสรรค์แบรนด์สินค้าที่มีเอกลักษณ์ ชัดเจน โดดเด่นครอบคลุมทุกความต้องการของผู้หญิงไทย โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มแบรนด์ที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าเอง โดยบริษัทฯ เป็นผู้ออกแบบ และวางแผนรูปแบบของแต่ละแบรนด์ ภายใต้การดูแลของทีมงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพทั้งที่ไทยและต่างประเทศ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายครอบคลุมทุกหมวด รวมทั้งการนำเอานวัตกรรมความงามใหม่ๆ ที่มีความน่าสนใจมาผสมผสาน ในแพ็คเกจจิ้งสินค้าที่มีสีสันสดใส สวยงาม และตอบโจทย์ต่อทุกความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่นับวันจะมีความหลากหลายมากขึ้น ในราคาที่สมเหตุสมผล

ในส่วนของการพัฒนาและจัดหาสินค้านั้น แบ่งออกได้เป็นสองส่วน คือ สินค้าสำเร็จรูปที่พัฒนาและนำเข้าจากต่างประเทศ ด้วยโรงงานชั้นนำของโลกที่ได้รับการยอมรับจากแบรนด์เครื่องสำอางชั้นนำ และอีกส่วนคือกลุ่ม Semi - Finished นำสินค้าเข้ามาบางส่วนเพื่อแพ็คเกจจิ้งหรือแบ่งบรรจุในประเทศไทย โดยบริษัทฯ มีการขยายในส่วนโรงงานขึ้นใหม่ เพื่อเป็นการลดต้นทุนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ และทำให้สามารถควบคุมกำลังการผลิตที่ตอบโจทย์ต่อความต้องการของตลาดที่เติบโตเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์ต่างประเทศแต่เพียงผู้เดียวอีกหลากหลายแบรนด์ อาทิ Boya เป็นต้น

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้กระจายสินค้าผ่านร้านค้าตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศทั้งค้าส่งและค้าปลีก อาทิเช่น ร้านเครื่องสำอางประจำท้องถิ่น ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น ร้านขายยา ฯลฯ รวมถึงร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทุกรูปแบบ และพัฒนา

ร้านค้าปลีก Karmarts ขึ้นในรูปแบบของธุรกิจแฟรนไชส์ ที่ทางบริษัทฯ เป็นผู้ควบคุมรูปแบบการตกแต่งร้านค้า และใช้ระบบปฏิบัติการขายหน้าร้านแบบเดียวกัน เพื่อตอบสนองความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าของบริษัทฯ

จากการตอบรับที่ดีในตลาดภายในประเทศ ทางบริษัทจึงได้มีการต่อยอดขยายช่องทางการขายเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ความงามไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเริ่มขยายสาขาไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น จีน, สิงคโปร์, กัมพูชา, พม่า, เวียดนาม, ลาว และอินโดนีเซีย เป็นต้น โดยเป้าหมายสูงสุดของบริษัทฯ คือการก้าวเป็นบริษัทเครื่องสำอางอันดับหนึ่งของประเทศไทย และก้าวไกลเป็นอันดับหนึ่งของเอเชียต่อไป

2.2 การตลาด และการขาย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ มีทั้งหมด 5 ช่องทางหลักๆ ได้แก่

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ (Modern Trade)

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ทั้งหมดของบริษัทฯ ในปัจจุบันมีดังนี้

- ประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store)

เน้นจำนวนสาขา ความสะดวกสบาย โดยสถานที่ตั้งจะอยู่ใกล้กับผู้บริโภค จำหน่ายสินค้าปลีกขนาดพกพาและขนาดเล็ก ธุรกิจรูปแบบนี้ ได้แก่ 7-Eleven, Family Mart, Max Valu, Jiffy, Big C Mini, Lotus Express, Tops Daily, CJ Express และ Lawson108 เป็นต้น

- ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต และดิสเคาท์สโตร์

ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่หลากหลายและมีจำนวนมากให้เลือกสรร ได้แก่ Tops, Home Fresh Mart, Gourmet Market, Food Hall, Tesco Lotus, Big C, Makro เป็นต้น

- ประเภทร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store)

ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้ากลุ่มบิวตี้เน้นสินค้าอุปโภคบริโภคเกี่ยวกับเวชภัณฑ์เครื่องสำอาง ดูแลผิวดูแลเส้นผมมีสินค้าหลากหลายที่พัฒนาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา พร้อมมีการบริการที่สะดวกและเป็นกันเอง ซึ่งในปัจจุบันนับเป็นกลุ่มช่องทางที่มีศักยภาพและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องรวมถึงมีลูกค้ารายใหญ่เกิดขึ้นมากมาย ได้แก่ Watsons, Boots, Beautrium, EVEANDBOY, Hej Street เป็นต้น นอกจากนี้ในปีที่ผ่านมาทางบริษัทฯ เริ่มมีการวางจำหน่ายสินค้าในร้านค้าพาร์ทเนอร์ อาทิเช่น Beauty Buffet โดยมีสาขาในการจำหน่ายมากถึง 200 กว่าสาขา

และกลุ่มร้านยา เน้นสินค้าสำหรับกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ ได้มีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม หรือเวชภัณฑ์เครื่องสำอางบางอย่างที่เหมาะสมกับช่องทางเพื่อจำหน่าย เช่น Save drug และ Pure เป็นต้น

- ประเภทร้านค้าในแคตตาล็อก

เน้นกลุ่มลูกค้าทั่วไป และเลือกสรรสินค้าให้ตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ Friday Catalog, 7-Catalog เป็นต้น

2. ช่องทางคาร์มาร์ทช็อป

คาร์มาร์ทช็อปถือเป็นช่องทางที่สำคัญบริษัทฯ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าทั้งหมดของบริษัทฯ ได้อย่างครบถ้วนและใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้บริษัทฯ สามารถศึกษา และเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความจงรักภักดีให้กับแบรนด์ (Brand Loyalty)

เดิมที่คาร์มาร์ทซื้อเป็นธุรกิจ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1. บริษัทลงทุนเป็นเจ้าของ 2. ระบบแฟรนไชส์ แต่ในปัจจุบันตั้งแต่ต้นปี 2562 บริษัทฯ เริ่มมีการทยอยซื้อคืนจากแฟรนไชส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมจัดการหน้าสาขาให้เป็นระเบียบพร้อมกับการพัฒนาภาพลักษณ์ความสวยงาม อีกทั้งยังสามารถบริหารสต็อกสินค้าให้พร้อมเพียงพอต่อการขายได้ดีกว่าระบบแฟรนไชส์รูปแบบเดิม นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเตรียมแผนการสร้างระบบ CRM เพื่อรักษาสถานลูกค้าในระยะยาวได้ดีกว่ารูปแบบแฟรนไชส์เดิมในด้านระบบการจัดการหลังร้านบริษัทฯ ยังคงใช้ราคาและโปรโมชั่นรวมถึงรายการส่งเสริมการขายอื่น ๆ ในรูปแบบเดียวกัน

ปัจจุบันช่องทางคาร์มาร์ทซื้อในประเทศไทย มีทั้งหมดจำนวน 60 สาขา แบ่งเป็นซื้อประเภท Standalone Shop 27 สาขา และคาร์มาร์ทซื้อในพื้นที่โซนบิวตี้ฮอลล์ของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ได้แก่ The Mall และ Robinson อีก 33 สาขา

3. ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม หรือร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Traditional Trade)

แม้ว่าปัจจุบันการขยายตัวของร้านค้าสมัยใหม่จะเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ช่องทางการค้าแบบดั้งเดิมก็ยังคงเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างยอดขายให้แก่บริษัทฯ ซึ่งปัจจุบันร้านค้าตัวแทนจำหน่ายของคาร์มาร์ทนั้นครอบคลุมร้านค้าปลีกได้อย่างกว้างขวางทั่วประเทศ

จากปีที่ผ่านมาช่องทางการค้าปลีกและส่งดั้งเดิมมีร้านค้าตัวแทนจำหน่ายกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศกว่า 800 ราย เพื่อให้สินค้ากระจายตัว เข้าถึงมือผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยแบ่งประเภทด้วย

- ประเภทค้าปลีก ประกอบด้วย ร้านค้าปลีกเครื่องสำอาง, ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น, ร้านสะดวกซื้อท้องถิ่น ร้านขายอุปกรณ์ทำผมท้องถิ่น และร้านขายยาท้องถิ่น รวมไปถึงกลุ่มโรงแรม ร้านสปา และร้านขายสินค้าฝากในสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น
- ประเภทค้าส่ง ประกอบด้วย ร้านค้าส่งเครื่องสำอาง และร้านค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคประจำท้องถิ่นขนาดใหญ่ และศูนย์กระจายสินค้า เป็นต้น
- ประเภทตัวแทนจัดจำหน่าย (Distributor) เพื่อกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

4. ช่องทางส่งออก

บริษัทฯ ทุ่มเทขยายแบรนด์ไปยังต่างประเทศโดยการลงพื้นที่ศึกษาตลาด และสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกับคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ Sole Distributor, Distributor และ Joint Venture ปัจจุบันบริษัทฯ มีจุดจัดจำหน่ายในต่างประเทศทั้งหมด 14 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์, กัมพูชา, เวียดนาม, เมียนมาร์, จีน, ลาว, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์, มาเลเซีย, ไต้หวัน, อิรัก, สหรัฐอเมริกา, ฮองกง, รัสเซีย และ อินเดีย โดยมีการลงทุนในรูปแบบ Joint Venture ได้แก่ เวียดนาม

5. ช่องทางการค้าธุรกิจออนไลน์

สังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือส่งผ่านข้อมูลที่สำคัญ และผลักดันให้ผู้บริโภคหันมาศึกษาข้อมูลสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนเกิดความนิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลายที่เรียกว่า “E-commerce” ดังนั้นบริษัทฯ จึงต้องมีช่องทางการขายออนไลน์เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว สามารถซื้อขายได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ยังถือเป็นช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์สินค้าได้อีกทางหนึ่งด้วย

ช่องทางการขายออนไลน์ของบริษัทฯ ในปัจจุบันมี 3 ประเภท

- การขายผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ ได้แก่ www.karmarts.com

- การขายผ่าน Social Commerce ได้แก่ Line official account: @karmart , @karmarts_onlineshop ,Facebook และ Instagram official account: Karmartsclub รวมถึง Facebook และ Instagram ของแบรนด์ต่างๆ ในบริษัท
- การขายผ่าน Marketplace ได้แก่ Lazada, Shopee, Konvy, ShopAT24, Looksi, JD Central, Weloveshopping, 411, Line Gift Shop, Shobshop และ Buzzebees เป็นต้น

2.3 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ภายใต้สโลแกนของบริษัทฯ ที่ว่า “Unique Beauty Solution” บริษัทฯ จึงได้สร้างสรรค์และพัฒนาแบรนด์สินค้าที่มีเอกลักษณ์ ชัดเจนโดดเด่น ราคาสินค้าเหมาะสม และมีความครอบคลุมครบทุกความต้องการของคนไทยทั่วประเทศ

ทางบริษัทฯ ไม่หยุดนิ่งที่จะทำการวิจัยตลาดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำเอาแนวคิดที่ได้มาใช้ในการพัฒนาสินค้าใหม่และพัฒนาสินค้าที่มีอยู่เดิมให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่นับวันจะมีความต้องการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการนำอัปเดตเทรนด์ความงามใหม่ๆ จากต่างประเทศ ทั้งเอเชีย และยุโรป รวมถึงนำเอานวัตกรรมความงามใหม่ๆ จาก ชีพพลายเออร์ต่างประเทศที่เทียบเท่าเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ต่างประเทศ และไม่หยุดนิ่งในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้น่าซื้อน่าใช้ ด้วยการให้ทีมงานไปศึกษาดูงานเทรนด์การออกแบบใหม่ๆ ในต่างประเทศ เพื่อนำมาสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับผู้บริโภคด้วยการนำเอาข้อติชมจากผู้บริโภคมาพัฒนาปรับปรุงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจุบันบริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์เพื่อความงามแบบครบวงจรรวมทั้งสิ้นมากกว่า 1,000 รายการโดยมีสินค้าที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของตราสินค้าเอง ได้แก่

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

“เคทีดอลล์” แบรนด์ที่ปฏิวัติวงการเครื่องสำอาง ตอบโจทย์ทุกปัญหาความงามที่อยากจะคาดเดา ให้คุณเล่นอย่างสนุกสนานเหวี่ยงไปกับผลิตภัณฑ์ความงามที่แฝงไปด้วยความมีชีวิตชีวา และมีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัว มอบความสวยทั่วทั้งร่างกาย ตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า ทำให้เป็นผู้นำเทรนด์แฟชั่นแห่งนวัตกรรมความงามในปัจจุบัน เหมาะสำหรับสาวสวยสมัยใหม่ ที่มีความซิค ความเก๋ ทัศนคติดี จิตใจเบิกกว้าง แต่ก็มีมุมซุกซน ซึ่เล่น น่ารักเสน่ห์ล้นเหลือ เป็นการผสมผสานความเปรี้ยวอมหวานได้อย่างลงตัวเช่นเดียวกับตุ๊กตาเคทีดอลล์ ที่พร้อมให้สาว ๆ เผยเสน่ห์ความสวยแบบมีออร่าได้อย่างมั่นใจท่ามกลางผู้คน ซึ่งประกอบไปด้วยประเภทสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์บำรุงและชำระล้างผิวหน้า
- ผลิตภัณฑ์บำรุงและชำระล้างผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
- อุปกรณ์เสริมความงาม

นอกจากนี้แบรนด์ CATHY DOLL ยังได้ร่วมกับ The Walt Disney (Thailand) Company Limited พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในคอลเลกชัน Cathy Doll x Disney Tsum Tsum ช่วยสร้างจุดขายที่แตกต่างและทำยอดขายเติบโตทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

2. เบบี้ไบรท์ (BABY BRIGHT): Gift from nature

ด้วยพลังธรรมชาติอันบริสุทธิ์จากเกาะเซจู สูดน้ำกำเนิดความงามอันมหัศจรรย์สวยดุจของขวัญจากธรรมชาติที่เข้ามาก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และเครื่องสำอางจากพืชพรรณนานาชนิด และแร่ธาตุต่างๆ จนกลายเป็น

มาเป็น “เบบี้โปรท์” ของขวัญสุดล้ำค่าจากธรรมชาติ ที่เหมาะสำหรับสาวสมัยใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพ ดูแลตัวเอง เรียบง่าย แต่แฝงไปด้วยคุณค่า ช่วยมอบความสดใส อ่อนโยนให้แก่ทุกสภาพผิว ช่วยฟื้นคืนผิวให้กลับมาดูสวย แข็งแรง มีชีวิตชีวาดูแจ่มใส ซึ่งประกอบไปด้วยประเภทสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์บำรุงและชำระล้างผิวหน้า
- ผลิตภัณฑ์บำรุงและชำระล้างผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

นอกจากนี้แบรนด์ BABY BRIGHT ยังได้ร่วมกับ The Walt Disney (Thailand) Company Limited พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในคอลเลคชั่น BABY BRIGHT x DISNEY Winnie The Pooh และ Christopher Robin ซึ่งช่วยสร้างยอดขายเติบโตที่ตลาดต่างประเทศได้

3. โบย่า (Boya): Professional care

อีกชั้นแห่งการดูแลระดับมืออาชีพ “Boya” ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการในการดูแลเส้นผมและผิวกาย พร้อมช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้บริโภคทุกคนเผยเสน่ห์ความงามภายนอกได้อย่างมั่นใจ อีกทั้งได้รับการยอมรับว่าเป็นสกินแคร์ที่ดี มีคุณภาพ เหมาะสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย เพราะคัดสรรสารสกัดเป็นพิเศษ เพื่อดูแลปัญหาเส้นผม หนังศีรษะ และผิวพรรณได้อย่างตรงจุด พร้อมทั้งอุดมไปด้วยสารอาหารบำรุงผิว ช่วยดูแลทุกส่วนในร่างกายตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า เผยผิวภายนอกแข็งแรงสุขภาพดี สร้างเสน่ห์ให้คุณสะกดทุกสายตาอย่างมืออาชีพ ซึ่งประกอบไปด้วยประเภทสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์บำรุงและชำระล้างผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม

4. เจจูวิต้า (Jejuvita): Beauty is yummy

อาหารที่มีคุณประโยชน์ รสชาติดีจะไม่ถูกปาก จึงก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีความสมบูรณ์แบบทั้งทางด้านคุณประโยชน์และด้านรสชาติ กลายมาเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร “เจจูวิต้า” ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากความงามสุขภาพดีแบบสาวเกาหลี ผสมผสานด้วยคุณค่าจากวิตามินนาชนิดที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย มาพร้อมกับรูปแบบที่รับประทานง่าย ทั้งพกพาสะดวกและรสชาติถูกปาก ช่วยปรับสมดุลให้ร่างกาย และเติมความสุข สุขภาพดีจากภายในสู่ภายนอก พร้อมมอบความงามที่น่าลิ้มลอง เพราะเราเชื่อว่าความสุขคือความอร่อย

5. รื่นรมย์ (Reunrom): Everyday happiness

ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์และสปาที่มุ่งสืบสานภูมิปัญญาไทยให้คงอยู่ ด้วยการผสมผสานความเป็นไทยสมัยก่อนเข้ากับไทยสมัยใหม่ได้อย่างละมุนละไมและลงตัว โดยการใช้สมุนไพรไทยซึ่งเบรียบดงตำรายาพื้นบ้านจากคุณย่าคุณยายที่สืบทอดกันมาช้านาน เพื่อมอบความรื่นรมย์ให้ทุกวันเป็นวันแห่งความสุข 4 การดังนี้

1.) ความสุขที่ได้ใช้ของผู้บริโภค (Happiness of user)

- ความสุขของผู้บริโภคเมื่อได้เห็นสินค้าและดีไซน์ของรื่นรมย์ และความสุขที่เกิดขึ้นเมื่อได้ใช้สินค้าของรื่นรมย์

2.) ความสุขที่ได้ส่งเสริมการค้าอย่างยุติธรรม (Fair Price & Fair Trade)

- ความสุขที่ได้ช่วยเหลือเกษตรกรไทย อุทิศทุนวัตถุดิบคุณภาพจากประเทศไทย ส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชน

ตลอดจนความสุขที่ได้จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ และราคาที่เหมาะสมให้กับทุกคน

3.) ความสุขของการแบ่งปันและการคืนกำไรสู่สังคม (Sharing)

- ความสุขที่ได้มีโอกาสเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคม ด้วยความตั้งใจที่จะมอบเงินกำไรจากการจำหน่ายสินค้าส่วนหนึ่งให้กับองค์กรการกุศล

4.) ความสุขที่ได้มีโอกาสส่งเสริมการท่องเที่ยวและประเพณีวัฒนธรรมไทย (Promote Thai Tourism)

- ความสุขที่ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมไทยผ่านทางผลิตภัณฑ์ของร้านรมย์ในการออกแบบลวดลายที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของไทยบนบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งมีการถ่ายทอดกลิ่นของประเพณีวัฒนธรรมไทยผ่านผลิตภัณฑ์เครื่องหอมร้านรมย์ นอกจากนี้ยังได้รวบรวมเอกลักษณ์ขนมไทยอันโดดเด่นมาประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์ตามแบบฉบับของร้านรมย์ ซึ่งประกอบไปด้วยประเภหสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า
- ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์เครื่องหอม
- ผลิตภัณฑ์สำหรับดูแลเส้นผม

6. เครยอน (Crayon): Coloring your life

เครื่องสำอางระดับโปรเฟสชันแนลที่แต่งเติมด้วยสีสันทากหลาย พร้อมมอบความโดดเด่นเปล่งประกายในสไตล์ที่เป็นคุณ สามารถเนรมิตลุคจากสาววัยทำงานธรรมดาให้กลายเป็นสาวสวยซิคทันสมัยแบบมืออาชีพไม่ซ้ำใคร และมั่นใจในทุกการเคลื่อนไหว มอบความโมเดิร์นเพอร์เฟ็คสวยสมบูรณ์แบบพร้อมเติมสีสันสดใสให้ชีวิตไม่ซ้ำซากจำเจ ทำให้เหล่าสาว ๆ ต่างหลงใหลไปกับการแต่งเติมสีสันที่สนุกสนานจนหยุดไม่อยู่ ด้วยงานเครื่องสำอางที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือใคร และทรงแทนสีในสไตล์เครยอน ที่ช่วยเพิ่มความสดใสคลั่งเอร์ฟูลให้กับชีวิตคุณ ซึ่งประกอบไปด้วยประเภหสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

7. แคทชู (Cathy Choo): Boutique fusion spa

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสไตล์ฟิวชั่นสปาที่ร้อยเรียงผ่านประสบการณ์อันแสนประทับใจจากการเดินทางทั่วทุกมุมโลกทั้งฝั่งตะวันออกและตะวันตกที่ผสมผสานเข้ากับสปาไทยได้อย่างลงตัว เจือด้วยกลิ่นความหอมจากธรรมชาติ อาทิ กลิ่นเครื่องเทศ กลิ่นสมุนไพร กลิ่นดอกไม้ กลิ่นเปลือกไม้ กลิ่นผลไม้ ก่อกำเนิดกลิ่นนำอัศจรรย์ที่หาไม่ได้จากที่ไหน รังสรรค์มาเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลความงามทั่วทั้งร่างกายและบำบัดอารมณ์ให้ผ่อนคลาย กลายมาเป็นผลิตภัณฑ์สปาที่สะท้อนแง่มุมทางวัฒนธรรมได้อย่างสง่างามเหมาะสำหรับสาว ๆ ที่หลงใหลในกลิ่นหอมของดอกไม้และสมุนไพรธรรมชาติ พร้อมกับบรรจุภัณฑ์อันงดงาม ที่ตั้งวางที่ใดก็มอบความรู้สึกเสมือนอยู่ท่ามกลางความหรูหรา ซึ่งประกอบไปด้วยประเภหสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์บำรุงและชำระล้างผิวกาย

8. โอปป้าสไตล์ (Oppa Style): Be a perfect man

“โอปป้าสไตล์” ผลิตภัณฑ์สร้างแรงบันดาลใจสำหรับผู้ชายที่อยากมีเสน่ห์หล่อเนี้ยบในสไตล์โอปป้าเกาหลีจนสาว ๆ ต้องหลงใหล กลายมาเป็นหนุ่มเพอร์เฟ็คบุคลิกดีในแบบที่เป็นคุณ มาพร้อมกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของ

ผู้ชายตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้าโดยเฉพาะ มีเอกลักษณ์ที่เหมาะสมกับผู้ชายทันสมัย มอบความทันสมัยแบบ สร้างลุคใหม่ให้คุณดูดีถึงขีดสุดในแบบผู้ชายสไตล์โอปป้าเกาหลีที่หลุดออกมาจากย่านกังนัมอย่างแท้จริง ซึ่งประกอบไปด้วยประเภหสินค้านี้

- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

9. สกินแล็บ (SKYNLAB)

Special care for healthiness and wellness ผลิตภัณฑ์เฉพาะทางระดับพรีเมียมเพื่อดูแลผิวแพ้ง่ายและช่องปากอย่างอ่อนโยน ปราศจากสารอันตรายและสารที่อาจก่อให้เกิดอาการระคายเคือง ที่ผ่านการค้นคว้าและวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เพื่อการดูแลอย่างตรงจุด ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและผิวแพ้ง่าย
- ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก

10. เบอร์กามิ (BERGAMO)

Secret of Oriental Beauty เคล็ดลับความงามด้วยปรัชญาแบบชาวตะวันออกและส่วนผสมชั้นสูง ก่อกำเนิดผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าที่อุดมไปด้วยสารสกัดชั้นเยี่ยมจากในอดีตที่ถูกใช้ในราชวังและสาวชนชั้นสูง เช่น โสม สมุนไพร พืชพรรณและดอกไม้ป่านานาชนิด ถูกนำมาพัฒนาต่อยอดให้เหมาะกับผิวของคนในยุคปัจจุบัน เพื่อการปรนนิบัติผิวอย่างล้ำค่าสู่ผิวงามพิสุทธิ์

- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

อีกทั้งบริษัทฯ ยังมี Special Brand Project ที่ได้ร่วมพัฒนาสินค้ากับผู้ที่มีชื่อเสียงในวงการความงาม ช่างแต่งหน้า ช่างผม ซึ่งล้วนเป็นผู้เชี่ยวชาญและชำนาญในความงามแขนงต่างๆออกมาเป็นแบรนด์พิเศษเพื่อสร้างความเชื่อมั่นรวมถึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เริ่มต้นด้วยแบรนด์แรกชื่อ BROWIT by Nongchat เป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอางสำหรับตกแต่งคิ้วและรอบดวงตาโดยเฉพาะ ซึ่งได้ร่วมพัฒนากับคุณฉัตรชัย เพ็ญอภิชาติ หรือเป็นที่รู้จักกันในนาม “น้องฉัตร” ช่างแต่งหน้าชั้นนำของประเทศไทยที่ฝากผลงานการแต่งหน้าดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมานับไม่ถ้วน บริษัทฯยังได้ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับ คุณก้องกฤษฎ์ จิระเกียรติวิวัฒนา เจ้าของร้านทำผม HIVE SALON ซึ่งเป็น Hair Stylist ผู้อยู่เบื้องหลังการจัดแต่งทรงผมของเซเลบดาราในวงการบันเทิงมากมาย ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผมระดับพรีเมียมภายใต้แบรนด์ HIVE PROFESSIONAL นอกจากนี้บริษัทฯยังได้ร่วมกับผู้ที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง และเป็นที่รู้จักในประเทศ อย่างคุณจำ จร. ณัฐฐาวิรุณ ทงมี ที่เป็นทั้งวีเจ นักแสดง นักเขียน นางแบบ พิธีกร รวมถึงวิทยากรบรรยายสอนนักศึกษา ริเริ่มพัฒนาสินค้าภายใต้แบรนด์ J24 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางคุณภาพ ที่เน้นคุณสมบัติติดทนตลอด 24 ชั่วโมง เหมาะสำหรับผู้ที่รักการเดินทาง ชอบทำกิจกรรมตลอดทั้งวัน และไม่ชอบความยุ่งยาก

รางวัลต่างๆ ที่ได้รับจากนิตยสารชั้นนำ

ทั้งนี้คาร์มาร์ทได้รับเกียรติจากนิตยสารด้านความงามชั้นนำของไทยมอบรางวัลการันตีคุณภาพแก่ผลิตภัณฑ์มากมาย ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Clean Enough Makeup Peeling Gel ได้รับรางวัล Followers Favorite Cleansing Gel จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย

2. ผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Micellar Cleansing Water Makeup Wipes ได้รับรางวัล Best Cleansing Wipe จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
3. ผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Skinny Concealer Matt & Bright ได้รับรางวัล Followers Favorites Concealer จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
4. ผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Flash Me Baked Lighting Powder #1 Aura Lights ได้รับรางวัล Best Highlighter & Bronzer จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
5. ผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Soft Brow Pencil & Spoon Brush, สี #04 Dark Brown ได้รับรางวัล Best Eye Brow จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
6. ผลิตภัณฑ์ Skynlab Premium Fresh Smile Toothpaste ได้รับรางวัล Followers Favorite Toothpaste จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
7. ผลิตภัณฑ์ Skynlab Premium Fresh Mint Mouthwash ได้รับรางวัล Followers Favorite Mouthwash จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
8. ผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Ready 2 White Whitener Body Lotion ได้รับรางวัล Best Body Cream จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
9. ผลิตภัณฑ์ Reunrom Silicone Free Shampoo Anti-Damage Formula Pomegranate & Blue Trumpet Vine ได้รับรางวัล Best Shampoo For Damage Hair จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
10. ผลิตภัณฑ์ ReunRom Silicone-Free Shampoo Anti-Hall Fall Formula Charcoal & Phlai ได้รับรางวัล Best Shampoo For Hair Fall Control จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
11. ผลิตภัณฑ์ Reunrom Silicone-Free Hair Mask Anti-Damage Formula Pomegranate & Blue Trumpet Vine ได้รับรางวัล Best Hair Treatment จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
12. ผลิตภัณฑ์ Browit Brow Salon Liquid and Cara #Couture Brown ได้รับรางวัล Best Eye Brow จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
13. ผลิตภัณฑ์ J24 Ink Lipstick & Tint #Lolita Sunshine ได้รับรางวัล Followers Favorite Liquid Lipstick จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
14. ผลิตภัณฑ์ HIVE PROFESSIONAL MAGIC VOLUME STYLING POWDER ได้รับรางวัล Best S.O.S For Hair Styling จากการประกวด Cleo Beauty Hall of Fame 2019 ของนิตยสาร Cleo ประเทศไทย
15. ผลิตภัณฑ์ Cathy Smooth Blur Ctrl-Pore Serum ได้รับรางวัล Best Of Serum จากการประกวด Sudsapda Beauty Awards 2019 ของนิตยสารสุดสัปดาห์
16. ผลิตภัณฑ์ Cathy Magic Dolly Face Two Way Cake Powder SPF 30 PA+++ ได้รับรางวัล Best Of Foundation Powder จากการประกวด Sudsapda Beauty Awards 2019 ของนิตยสารสุดสัปดาห์
17. รางวัล Numero Thailand Best Beauty Brands Products 2018 – 2019 สาขา Best Tint จากผลิตภัณฑ์ Baby Bright Lip and Cheek Matte Tint

รางวัลต่างๆ ที่เคยได้รับ

1. รางวัลชนะเลิศอันดับ 1 ประเภทบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่มีจำหน่ายในท้องตลาด สาขาบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่าย จากการประกวดบรรจุภัณฑ์ไทยประจำปี 2558 (THAISTAR PACKAGING AWARDS 2015) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) จากผลิตภัณฑ์ Cathy Doll No.1 Frink Serise
2. 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 โดดเด่น อันเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์เป็นอย่างดี ได้แก่

1.1 สื่อออฟไลน์ ประกอบด้วย

1.1.1 สื่อสิ่งพิมพ์

ทั้งการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ นิตยสารและหนังสือต่างๆ โดยเลือกใช้การ Tie in สินค้าในคอลัมน์ต่างๆ ตลอดจนการลงข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

1.1.2 สื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ เลือกใช้สื่อโทรทัศน์ (TV Commercial) เพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถกระจายข้อมูลได้อย่างทั่วถึงเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับรายได้ สร้างการจดจำตราสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยมีการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์อย่างหลากหลาย ทั้งในส่วนของ Free TV ตลอดจน Digital TV อาทิ ช่อง 33 HD , ช่องไทยรัฐทีวี , ช่อง New18 , ช่อง ONE , ช่อง GMM เป็นต้น

1.1.3 สื่อโฆษณานอกสถานที่ (Out of home)

1) สื่อโฆษณามัลติมีเดียในรถไฟฟ้า

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

2) สื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็ก (Mupi)

ป้ายโฆษณาขนาดเล็กหรือ Mupi เป็นสื่อที่สามารถสร้างการจดจำแบรนด์และสร้างการรับรู้ในกลุ่มประชาชนทั่วไปอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีกระจายตัวของสื่ออยู่ทั่วกรุงเทพฯ และจังหวัดขนาดใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในย่านชุมชนและย่านธุรกิจได้เป็นอย่างดี

3) สื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard)

ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่สามารถมองเห็นได้จากระยะไกล และดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ช่วยสร้างการจดจำแบรนด์ในวงกว้าง มีการกระจายของสื่ออยู่ตามถนนสายหลัก หรือตามจุดสำคัญๆ เช่น สีแยก ตลาด หรือจุดที่มีคนพลุกพล่านในกรุงเทพฯ

4) สื่อป้ายโฆษณาดิจิทัล

ป้ายโฆษณาในรูปแบบดิจิทัลสามารถฉายภาพโฆษณาแบบเคลื่อนไหวได้เช่นเดียวกับในสื่อโทรทัศน์ ตั้งอยู่ในย่านชุมชนและย่านธุรกิจที่คนพลุกพล่าน ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้เลือกใช้สื่อดังกล่าวโดยใช้ TVC ตัวเดียวกับสื่อโทรทัศน์เพื่อให้เกิดการจดจำแบรนด์ได้แม่นยำมากขึ้น เพื่อจับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มวัยคนทำงาน ซึ่งในปัจจุบันดูสื่อได้จากโทรศัพท์มือถือ และสื่อนอกบ้านเมื่อเดินทาง

5) สื่อโฆษณาเคลื่อนที่

สื่อเคลื่อนที่ (Bus Wrap) คือการติดสื่อโฆษณาสินค้าที่รถโดยสารสาธารณะสายต่างๆ ซึ่งเป็นสื่อที่มีจำนวนคนเห็นมาก โดยบริษัทฯ เลือกใช้กลยุทธ์แบบดาวกระจายด้วยการกระจายไปยังรถโดยสารสาธารณะหลากหลายเส้นทางครอบคลุมพื้นที่ทั้งกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

6) สื่อป้ายโฆษณาในมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ และ สื่อป้ายโฆษณาในแหล่งชุมชนรวมถึงแหล่งพนักงานออฟฟิศในกรุงเทพมหานคร

1.2 สื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์ยังคงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเห็นผลที่สุด บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการจัดทำสื่อออนไลน์ค่อนข้างมาก โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมบนช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการตลาดบนสื่อออนไลน์ เช่น ไวรัลคลิป (Viral video) และจัดทำรีวิว (Review) สินค้าทาง Facebook , Instagram และ Twitter โดยช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

- Facebook: Karmartsclub, Cathy Doll, Baby Bright, Jejuvita, Reunrom Spa Product, Crayon Cosmetics, Missha Thailand, Skynlab_Official, Oppa Style
- Instagram: Karmartsclub, Babybrightclub, Jejuvita_supplement, Reunrom.spaproduct, Crayoncosmetics, Misshathailand, cathydollclub, Skynlab_Official, oppastyleofficial
- Youtube: KarmartsClub
- Line Official: @KARMART
- Twitter : Cathydollclub, Babybrightclub, SKYNLAB_Official , Jejuvita_supplement

2. ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ในปี 2562 บริษัทฯ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องดังต่อไปนี้

- 2.1 จัดงานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ "CATHY DOLL OIL CONTROL FILM PACT" พร้อมเปิดตัวฟรีเซนเตอร์ เป็กผลิตโชค และเปิดตัวฟรีเซนเตอร์นักแสดงซีรีส์บังเอิญรัก ได้แก่ พีรวิชญ์ อรรถชิตสถาพร (มีน), ศิวัช จำลองกุล (มาร์ค), กษมนณัฐ นาม-วิโรจน์ (เอิร์ธ), ธนพนธ์ สุขุมพันธนาสาร (เฟิร์ธ), รัฐวิทย์ กิจวรลักษณ์ (แปลน), ณภัทร ณ ระนอง (กัน), กิรติ พวงมาลี (ไตรเติล), ในวันที่ 24 มกราคม 2562 ณ ลานริเวอร์พาร์ค ศูนย์การค้าไอคอนสยาม เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายสินค้า CATHY DOLL READY 2 WHITE WHITE BOOSTING CREAM, CATHY DOLL READY 2 WHITE LIGHTENING MILKY MASK SHEET, CATHY DOLL BLACKHEADS CLEANSING, CATHY DOLL CHARCOAL NOSE CLEANSING STRIP, CATHY DOLL ALOE VERA & SNAIL, CATHY DOLL INVISIBLE SUN PROTECTION, CATHY DOLL UV ALERT SUN SERUM CUSHION SPF50 PA+++ และ CATHY DOLL SKINNY BROW PENCIL

- 2.2 **กิจกรรม LOVE BY CATHY DOLL SEASON 2 “ดูหนังจิ้นฟินก่อนใคร”** ในวันที่ 5 พฤษภาคม 2562 ณ โรงภาพยนตร์สยามพาราดิสรอยัล แกรนด์เธียเตอร์ ศูนย์การค้าสยามพารากอน ที่มีนักแสดงซีรีย์บังเอิญรัก เป็นพิธีเซเตอร์ ได้แก่ พีรวิชญ์ อรรถชิตสถาพร (มีน), ศิวัช จำลองกุล (มาร์ค), กัษมนธัญญ์ นามวิโรจน์ (เอิร์ธ), ธนพนธ์ สุขุมพันธ์นสาร (เฟิร์ธ), รัฐวิทย์ กิจวรลักษณ์ (แปลน), ณภัทร ณ ระนอง (กัน), กิรติ พวงมาลี (ไต้เต๋) เป็นการกระตุ้นยอดขายสินค้า CATHY DOLL READY 2 WHITE WHITE BOOSTING CREAM, CATHY COLL READY 2 WHITE LIGHTENING MILKY MASK SHEET, CATHY DOLL BLACKHEADS CLEANSING, CATHY DOLL CHARCOAL NOSE CLEANSING STRIP, CATHY DOLL ALOE VERA & SNAIL, CATHY DOLL INVISIBLE SUN PROTECTION, CATHY DOLL UV ALERT SUN SERUM CUSHION SPF50 PA+++ และ CATHY DOLL SKINNY BROW PENCIL
- 2.3 **กิจกรรม LOVE BY CATHY DOLL SEASON 3 “ดูหนังจิ้นฟินถึงได้”** ในวันที่ 18 มิถุนายน 2562 ที่ภาคใต้ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ณ โรงภาพยนตร์ เอส เอฟ ซีเนม่า โคโลจีเนียม สุราษฎร์ธานี ศูนย์การค้าโคโลจีเนียม สุราษฎร์ธานี ตั้งแต่เวลา 18.00 – 20.00 น. พบกับพิธีเซเตอร์ 3 คน ได้แก่ พีรวิชญ์ อรรถชิตสถาพร (มีน), ศิวัช จำลองกุล (มาร์ค), กัษมนธัญญ์ นามวิโรจน์ (เอิร์ธ)
- 2.4 **กิจกรรม LOVE BY CATHY DOLL SEASON 3 “ดูหนังจิ้นฟินถึงอีสาน”** ในวันที่ 23 มิถุนายน 2562 ที่ภาคอีสาน จังหวัดขอนแก่น ณ โรงภาพยนตร์ เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ โลตัส ขอนแก่น ประตูนํ้า ที่เทสโก้ โลตัส สาขา ประตูนํ้า ตั้งแต่เวลา 13.00 – 15.00 น. พบกับพิธีเซเตอร์ 4 คน ได้แก่ ธนพนธ์ สุขุมพันธ์นสาร (เฟิร์ธ), รัฐวิทย์ กิจวรลักษณ์ (แปลน), ณภัทร ณ ระนอง (กัน), กิรติ พวงมาลี (ไต้เต๋)
- 2.5 **กิจกรรม “2P Private Dining By Cathy doll Serum”** ในวันที่ 28 กันยายน 2562 ณ THE GARDENS OF DINSOR PALACE เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายสำหรับสินค้า Cathy Doll Smooth Blur Ctrl-Pore Serum, Cathy Doll Babe Face Youth Space Serum, Cathy Doll Spotlight Shift-White Serum
- 2.6 **งานEVENT @ Big C สาขาอิมพีเรียลเวิลด์ สำโรง With Boy Pakorn** ในวันที่ 29 กันยายน 2562 ณ Big C สาขาอิมพีเรียลเวิลด์ สำโรง เพื่อกระตุ้นยอดขายสินค้า Cathy Doll Ultra Light Sun Fluid SPF50 PA++++, Cathy Doll White Sun L-glutathione Magic Cream SPF50 PA+++ , Cathy Doll Aqua Sun Non Greasy Body Sun Serum SPF50 PA+++
- 2.7 **กิจกรรมชื่อ “CATHY DOLL เลือกหนุ่มคู่ใจ SEASON 2” @VANA NAVA HUAHIN** ในวันที่เสาร์ที่ 9 พฤศจิกายน 2562 ณ สวนน้ำวานา นาวา วอเตอร์ จังเกิ้ล หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ เพื่อกระตุ้นยอดขายของสินค้า Cathy Doll กับ บอย ปกรณ์ เลือกหนุ่มคู่ใจ แบบฉบับ Cathy Doll พร้อมให้แฟนคลับได้มีโอกาสเลือกหนุ่มที่โดนใจกันแบบใกล้ชิด อาทิ ทีมบอย – ปกรณ์ ฉัตรบริรักษ์, ทีมมีน – พีรวิชญ์ และทีมบรู – พงศทิวัตต์ โดยแบ่งทีมเพื่อกระตุ้นยอดขายสินค้าได้แก่ กันแดด Aura, กันแดด Aqua, กันแดด L-Glutathione, กันแดด Fluid, กลุ่มสินค้าในหมวดลิปสติก, กลุ่มสินค้า Serum 3 สูตร , และสินค้าแป้งอัดแข็ง
- 2.8 **กิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับ GOURMET MARKET ในงาน “HELLO BEAUTY 2019 FAIR”** เมื่อในวันที่ 30 ตุลาคม 2562 เวลา 19.00 – 20.00 น. ณ ลานกิจกรรม GRAND HALL ชั้น G เดอะมอลล์ บางแค โดยทาง บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้า โดยทางแบรนด์ CATHY DOLL ได้จัดกิจกรรมสนุกๆ สุดฟิน ให้ผู้ที่มาร่วมซื้อสินค้าในงาน ได้ร่วมลุ้นเป็นผู้โชคดีขึ้นมาเล่นกิจกรรมกระถบไหลหนุ่มสุดฮอต เฟิร์ธ ธนพนธ์ สุขุมพันธ์นสาร ท่ามกลาง

บรรยายภาคความอบอุ่น สนุกสนาน และกระแสนิยมที่ดีจากเหล่า แฟนคลับของหนุ่มเพิร์ธที่มาให้กำลังใจกันแน่นพื้นที่ รวมไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่มาร่วมงานกันอย่างคับคั่ง

- 2.9 **สนับสนุนการโครงการประกวดไวลด์คลิป์โฆษณาของกลุ่มนักศึกษาทั่วประเทศ** บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) โดยแบรนด์ CATHY DOLL ได้ร่วมสนับสนุนโครงการประกวดไวลด์คลิป์โฆษณาของกลุ่มนักศึกษาทั่วประเทศชื่อโครงการ “X CAMPUS ADS IDEA CONTEST 2019” จัดโดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สารสนเทศไทย ซึ่งเป็นการประกวดค้นหาสุดยอดไวลด์คลิป์โฆษณา สร้างสรรค์ไอเดียใหม่ๆ และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และกระตุ้นการรับรู้รวมทั้งกระตุ้นยอดขายให้แก่สินค้า CATHY DOLL SPEED WHITE CC CREAM ซึ่งใช้เป็นสินค้าในกิจกรรมการแข่งขัน เพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันผลิตไวลด์คลิป์โฆษณา CC CREAM ให้เป็นที่รู้จักและให้ผู้ที่ได้ดูคลิปลอยากทดลองใช้ CC CREAM โดยสนับสนุนในแพ็คเกจ MAIN SPONSOR มูลค่า 400,000 บาท
- 2.10 **สนับสนุนคอนเสิร์ต “มันเหนียวมาก ตอน ตะลุยนาซาส” จังหวัดเชียงใหม่** บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) โดยแบรนด์ CATHY DOLL ได้ร่วมสนับสนุนคอนเสิร์ต “มันเหนียวมาก ตอน ตะลุยนาซาส” จัดที่ลานทุ่งนา ณ ร้าน BRANDNEW FIELD GOOD จ.เชียงใหม่ ในวันที่ 28 ธันวาคม 2562 เวลา 17.00 น. – 24.00 น. นำทีมโดย เป็ก เปรมณัช ที่ยกขบวนศิลปินชาวแก๊งสตูดิโอเมย์มาส์กันกลางทุ่งนาทั้ง นิว-จิ๋ว, เอ็ดด ปราโมทย์, ป๊อปป ปองกุล, อีฟ ปองศักดิ์ และเป็ก ผลิตโชค เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์ CATHY DOLL สู่ภาคเหนือ และอีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมประกอบการภายใต้บริษัทฯ ได้ไปพบเจอกลุ่มลูกค้า เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีขายอยู่ในร้านค้า และเป็นการกระตุ้นยอดขายของสินค้าแบรนด์ CATHY DOLL จากหน้าร้านค้าทุกช่องทางขายที่สามารถออกไปเสริมจรับเงินจากเครื่อง POS ได้ โดยส่งใบเสร็จเข้ามาร่วมลุ้นรับบัตรเข้าชมงานคอนเสิร์ตครั้งนี้อีกด้วย
- 2.11 **กิจกรรม “2Wish Love Intention By Cathy Doll”** กิจกรรมดูหนังสั้นโฆษณาชุด “บั้งเอิญ หรือตั้งใจ” ของ 2 หนุ่ม มิน พีรวิทย์ และ แพลน ฐวิทย์ โดยทางบริษัท คาร์มาร์ท จัดกิจกรรม “2Wish Love Intention By Cathy Doll” กิจกรรมสุดฟินในโรงภาพยนตร์ ร่วมดูหนังสั้นตอนพิเศษครั้งแรก เรื่อง “บั้งเอิญ หรือตั้งใจ” ของ มิน – แพลน ในวันที่ 13 ธันวาคม 2562 เวลา 18.30 – 20.30 น. ณ โรงภาพยนตร์ พารากอน ซีเนเพล็กซ์ สยาม พารากอน โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมกว่า 300 ท่าน
- 2.12 **งานเปิดตัวพรีเซนเตอร์ GRAND OPENING PRESENTERS & LAUNCHING PRODUCTS “BABY BRIGHT PRESENTS COLORS OF NATURE”** โดยบริษัท คาร์มาร์ท จัดงานเปิดตัวพรีเซนเตอร์คนใหม่ อย่างยิ่งใหญ่ถึง 3 คน ได้แก่ แพท ธนภา ตันตระกูล พรีเซนเตอร์ผลิตภัณฑ์ Baby Bright Cotton Matte Lipstick และ Baby Bright Baobab Comfort Moist Lipstick ออฟ จุมพล อุดลภิตติพร พรีเซนเตอร์ผลิตภัณฑ์ หมวดยองพื้น ได้แก่ Baby Bright Aloe Snail AA Smooth Skin Anti-Acne Cream SPF50 PA+++, Baby Bright White Plankton DD Anti-Pollution Daily Defense Cream SPF50 PA+++ และ Baby Bright Watermelon & Tomato Matte BB Cream SPF45 PA++ กัน อรรถพันธ์ พูลสวัสดิ์ พรีเซนเตอร์ผลิตภัณฑ์ หมวคลิปสติก ได้แก่ Baby Bright Plankton Matte Cushion Lip and Moist Tint, Baby Bright MM Mineral Matte Lip Paint และ Baby Bright Lip & Cheek Matte Tint และนอกจากนี้ยังได้พบแขกสุดพิเศษภายในงานเพื่อตอกย้ำความสำเร็จของแบรนด์ การันตียอดขายและรางวัลจากหลายสถาบัน พบกับพรีเซนเตอร์คู่ใจสุดฮอตขึ้นแท่นอันดับ 1 ตลอดกาลทั่วเอเชีย คริส พีรวัส แสงโพธิรัตน์ ตัวแทนของผลิตภัณฑ์หมวดแป้ง และ

สิงโต ปรากฏา เรื่องโรจน์ ตัวแทนของผลิตภัณฑ์หมวดเซรั่ม และพีรีเซนเตอร์นางเอกหน้าหวาน ระดับแถวหน้ามากความสามารถ มีว นิชฐา จิรยั้งยืน ที่มาพร้อมกับความงามเปล่งประกายบนเรียวกปาก ณ ลาน River Park ศูนย์การค้า ICONSIAM เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2562 ที่ผ่านมา โดยมีเหล่าพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ และเซเลบคนดังกว่า 100 ชีวิต มาร่วมแสดงความยินดีอย่างคับคั่ง

- 2.13 **กิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านตัวแทนร้านค้า BABY BRIGHT x SR SUPERMART** แบรินด์ Baby Bright ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางตัวแทนร้านค้า SR SUPERMART สาขาเพชรบูรณ์ นอกจากนี้ยังได้กระทบไหล่พีรีเซนเตอร์นางเอกหน้าหวานระดับแถวหน้ามากความสามารถ มีว นิชฐา จิรยั้งยืน ตัวแทนของผลิตภัณฑ์หมวด Baby Bright Lipstick ที่มาพร้อมกับความสวย สดใส น่ารัก และความงามเปล่งประกายบนเรียวกปาก โดยกิจกรรมนี้จัดขึ้น ณ SR SUPERMART สาขา เพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2562 ที่ผ่านมา ท่ามกลางกระแสการตอบรับที่ดีจากแฟนคลับ รวมไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่มาร่วมงานกันอย่างคับคั่ง
- 2.14 **กิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางร้านค้า HEJ x BABY BRIGHT กับงาน HEJ BEAUTY FESTIVAL MARKET** แบรินด์ Baby Bright ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางร้านค้าชั้นนำอย่าง Hej Street Beauty กับงาน Hej Beauty Festival Market โดยมีการจัดกิจกรรมสนุกๆ ใครอยากฟินต้องมา เพียงซื้อผลิตภัณฑ์ที่ร่วมรายการได้แก่ Baby Bright Aloe Snail AA Smooth Skin Anti-Acne Cream SPF50 PA+++ , Baby Bright White Plankton DD Anti-Pollution Daily Defense Cream SPF50 PA+++ และ Baby Bright Watermelon & Tomato Matte BB Cream SPF45 PA++ ครบ 2,000 บาทก็มีสิทธิ์ลุ้นเป็นผู้โชคดี ที่จะได้ถ่ายรูปคู่สุดฟินกันอย่างใกล้ชิดกับพีรีเซนเตอร์หมวดรองพื้นสุดฮอต ออฟ จุมพล อดุลกิตติพร พร้อมรับของขวัญสุด Exclusive จากทางแบรินด์ โดยกิจกรรมสุดฟินนี้จัดขึ้น ณ ลานโปรโมชัน ชั้น 1 เซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2562 ที่ผ่านมา ท่ามกลางบรรยากาศความอบอุ่น และกระแสตอบรับที่ดีจากเหล่าเบบี๋แฟนคลับของหนุ่มออฟที่มาให้กำลังใจกันแน่นพื้นที่ รวมไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่มาร่วมงานกันอย่างคับคั่ง
- 2.15 **กิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางร้านค้ากับงาน BABY BRIGHT COLOR LIPSTICKS x EVEANDBOY** แบรินด์ Baby Bright ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางร้านค้าชั้นนำอย่าง EVEANDBOY กับงาน BABY BRIGHT COLOR LIPSTICKS x EVEANDBOY โดยทางBABY BRIGHT ได้จัดกิจกรรมสนุกๆสุดฟินร่วมลุ้นเป็นผู้โชคดีขึ้นขึ้นมาเล่นกิจกรรมกระทบไหล่สาวสวยสุดแซ่บตัวแม่ แพท ณปภา ตันตระกูล และหนุ่มหน้าหวานสุดฮอต กัน อรรถพันธ์ พูลสวัสดิ์ โดยกิจกรรมนี้จัดขึ้นหน้า EVEANDBOY สาขา Siam Square One เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2562 ที่ผ่านมา ท่ามกลางบรรยากาศความอบอุ่น สนุกสนาน และกระแสตอบรับที่ดีจากเหล่าเบบี๋ แฟนคลับของหนุ่มกัน และแฟนคลับคุณแม่สุดแซ่บ แพท ณปภาที่มาให้กำลังใจกันแน่นพื้นที่ รวมไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่มาร่วมงานกันอย่างคับคั่ง
- 2.16 **BABY BRIGHT x KRIST – SINGTO Season 2 กับงานเปิดตัวมินิซีรีส์ Season2 พร้อมกิจกรรม “TRUE LOVE WITH KRIST – SINGTO ปักหมุดฟิน IN BANGKOK”** จากความสำเร็จอย่างสูงสุดและ

กระแสเรียกร้องอย่างหนักจากเหล่าแฟนคลับ “พีรญา” ของ 2 หนุมพีเรนเดอร์คู่จิ้นสุดฮอตตลอดกาล คริส พีรวัส แสงโพธิรัตน์ พีเรนเดอร์ผลิตภัณฑ์หมวดแบ่ง ได้แก่ Baby Bright Red Wine Cover Pact, Baby Bright Anti- AC Powder Pact, Baby Bright Snail & Bee Venom 2 Way Powder Pact และ สิ่งโต ปราชญา เรืองโรจน์ พีเรนเดอร์ผลิตภัณฑ์หมวดเซรั่ม ได้แก่ Baby Bright Lime Sakura & Berries Bright Serum, Baby Bright Cica & Lemon Matte Serum จึงเป็นที่มาของกิจกรรม Baby Bright x Krist – Singto Season 2 ที่กลับมาทำให้หัวใจของเหล่าแฟนคลับกระตุ้มกระชวยกันอีกครั้ง พร้อมกับกิจกรรม True Love with Krist – Singto ปักหมุดฟิน In Bangkok ที่พาทุกท่านฟินก่อนใครกับมินิซีรีส์ภาคต่อ My Baby Bright Destiny Calls โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งจากแฟนคลับในประเทศและแฟนคลับจากหลากหลายประเทศ ณ โรงภาพยนตร์ Paragon Cineplex, Siam Paragon เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2562 ที่ผ่านมา

- 2.17 **BABY BRIGHT X OFF – GUN กับงานเปิดตัวมินิซีรีส์ พร้อมกิจกรรม “HAPPY DAY WITH OFF-GUN”** แบนด์ Baby Bright ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้จัดกิจกรรมเปิดตัวมินิซีรีส์ “LOVE FROM OUTTA SPACE” ฟินขั้นสุด Exclusive ก่อนใคร ในชื่อจัดกิจกรรม HAPPY DAY WITH OFF-GUN กับ 2 หนุมคู่จิ้นสุดน่ารักมาแรงแห่งปี ออฟ จุมพล อุดลภิตติพร พีเรนเดอร์ผลิตภัณฑ์หมวดรองพื้น ได้แก่ Baby Bright Aloe Snail AA Smooth Skin Anti Acne Cream SPF50 PA+++, Baby Bright White Plankton DD Anti-Pollution Daily Defense Cream SPF50 PA+++ และ Baby Bright Watermelon & Tomato Matte BB Cream SPF45 PA++ และ กัน อรรถพันธ์ พูลสวัสดิ์ พีเรนเดอร์ผลิตภัณฑ์หมวดลิปสติก ได้แก่ Baby Bright Plankton Matte Cushion Lip and Moist Tint, Baby Bright MM Mineral Matte Lip Paint และ Baby Bright Lip & Cheek Matte Tint โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งจากแฟนคลับในประเทศและแฟนคลับจากหลากหลายประเทศ ณ โรงภาพยนตร์ Paragon Cineplex, Siam Paragon เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2562 ที่ผ่านมา

- 2.18 **กิจกรรม “Feel Good with Jejuvita” กับ บาส SBFIVE** โดยทางบริษัท คาร์มาร์ท จัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพดีภายใต้แบรนด์ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร Jejuvita ที่ชวนผู้ที่รักสุขภาพมาร่วมทำกิจกรรมสุด Exclusive ไปพร้อมกับบาส SBFIVE ในวันที่ 2 พฤศจิกายน 2562 เวลา 14.00 – 17.00 น. ณ TRIA Medical Wellness Center สถาบันสุขภาพและความงามตริยา พระราม 9 มีผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 50 ท่าน ภายในงานบรรยากาศเป็นกันเองสนุกสนาน จากกิจกรรมเดินออกกำลังกาย และกิจกรรมทายน้ำผักผลไม้สด ทั้งยังได้รับข้อมูลของผลิตภัณฑ์จากผู้บริหารแบรนด์เอง เสริมความมั่นใจด้วยความรู้ในการลดน้ำหนักจากเภสัชกร

- 2.19 **กิจกรรม “Jejuvita ทำเปลี่ยนไซส์ใน 30 วัน Season 2” แข่งลดน้ำหนักเงินรางวัล 50,000 บาท ด้วยผลิตภัณฑ์ Jejuvita B-JIM** โดยทางบริษัท คาร์มาร์ทจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพดี ภายใต้แบรนด์ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร Jejuvita ที่ชวนผู้ที่รักสุขภาพมาร่วมสมัครเข้าร่วมกิจกรรมแข่งลดน้ำหนักด้วยการทานผลิตภัณฑ์ Jejuvita B-JIM ภายใน 30 วัน ซึ่งจัดขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 แล้ว มีผู้สมัครเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 50 ท่าน

- ระยะเวลากิจกรรมเปิดรับสมัครได้ตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม 2562 - 30 เมษายน 2562
- เริ่มแข่งขันวันที่ 2 พฤษภาคม 2562 - 31 พฤษภาคม 2562 (ทาน Jejuvita B-JIM 30 วัน)
- และจัดกิจกรรมในวันคัดเลือกรอบสุดท้าย ในวันที่ 8 มิถุนายน 2562 ณ บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เพื่อมอบเงินรางวัล 50,000 บาท ให้แก่ผู้ชนะเลิศ

- 2.20 **กิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางร้านค้ากับงาน CRAYON x BEAUTRIUM**
 แแบรนด์ CRAYON COSMETICS ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางร้านค้าชั้นนำอย่าง BEAUTRIUM กระบะบโหลเมคอัพอาร์ตติสชื่อดังระดับแถวหน้าของประเทศไทย คุณฮอลลี่ฮั่ว กานต์นิพัทธ์ สนั่นวงศ์ โดยจัดกิจกรรมสนุกๆร่วมลุ้นเป็นผู้โชคดีเพียง 1 ท่าน One & Only ขึ้นมารับการแต่งหน้าฟรี! ที่หาจากที่ไหนจากโลกนี้ไม่ได้อีกแล้วกับการแต่งหน้า Makeup ตัวต่อตัวกับพี่ฮั่ว โดยกิจกรรมนี้ประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดีจากผู้คนที่ยกย่องไปมา และมีความสนใจในเมคอัพ รวมไปถึงต้องการรู้เทคนิคเด็ด เคล็ดลับการแต่งหน้าจากสุดยอดเมคอัพ อาร์ตติสชื่อดัง บริเวณ Beautrium สาขาเซ็นเตอร์พ้อยท์ สยามสแควร์ เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2562 ที่ผ่านมา
- 2.21 **SKYNLAB ร่วมส่งต่อมอบรอยยิ้มสวย มั่นใจ ลมหายใจหอมสดชื่น กับเวทีการประกวด MISS THAILAND WORLD 2019** แแบรนด์ SKYNLAB ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้เข้าร่วมส่งต่อรอยยิ้มสวย มั่นใจ ลมหายใจหอมสดชื่นกับเวทีการประกวดนางงาม MISS THAILAND WORLD 2019 โดยมีรางวัลพิเศษ MISS CONFIDENCE SMILE BY SKYNLAB ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปากระดับพรีเมียม มอบให้แก่นางงามหนึ่งเดียวที่ยิ้มสวย มั่นใจ และสามารถพิชิตหัวใจกรรมการได้ นั่นก็คือ คุณเกรซ ชวัลลักษณ์ อังเกอร์ ผู้ที่สามารถคว้ารางวัลจาก SKYNLAB ไปครอบครอง เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2562 ณ พาราเดียม ฮอลล์ โรงแรมเดอะ เบอร์เคลีย์ ประตูน้ำ
- 2.22 **กิจกรรม “KARMART Asian Beauty Blogger Contest 2019”** โดยทางบริษัท คาร์มาร์ท จัดกิจกรรมประกวดค้นหาบิวตี้บล็อกเกอร์ตัวจริง เพื่อเปิดโอกาสให้เหล่าบิวตี้บล็อกเกอร์หน้าใหม่ทั่วเอเชียได้โชว์ลีลาการแต่งหน้า แข่งขันกันอย่างเข้มข้น โดยหลังจากจบการประกวดแล้วผู้ที่ได้รับรางวัลจะทำการรีวิวสินค้าของบริษัทฯ เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ซึ่งทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้หญิงที่รักสวยรักงาม โดยได้รับความสนใจมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมกว่า 12 ประเทศ ได้แก่ Malaysia, Indonesia, Taiwan, China, Singapore, Thailand, Philippines, Vietnam, Laos, Myanmar, Korea and Cambodia และสำหรับปีนี้ 2562 พิเศษมากยิ่งขึ้นด้วยการเปลี่ยนรูปแบบการแข่งขันเป็นแบบเรียลไทม์โชว์ ให้มีเนื้อหาสนุกสนานเข้มข้น และยิ่งใหญ่มากกว่าเดิม ด้วยการแบ่งการแข่งขันออกเป็น 5 ภารกิจ และทำการคัดออกผู้ที่ตกรอบจนได้ผู้ชนะหนึ่งเดียวของเอเชีย และในภารกิจชิงชนะเลิศรอบสุดท้ายได้จัดขึ้นอย่างยิ่งใหญ่และจบลงอย่างสง่างามที่ ICONSIAM โดยได้ผู้ชนะคือ มินท์ นวินดา เบอร์ต๊อตตี ตัวแทนจากประเทศไทย โดยใน 5 ภารกิจแบ่งเป็น 5 Episodes และได้ทำการออนไลน์ที่ช่องทาง Facebook : Karmartsclub และ Youtube : Karmarts Club ทั้งหมดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

3. ปัจจัยความเสี่ยง

นโยบายการบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงดังนี้

ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับลูกหนี้การค้า ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าทางการเงิน เงินให้กู้ยืม และลูกหนี้อื่น ฝ่ายบริหารควบคุมความเสี่ยงนี้โดยการกำหนดให้มียุทธศาสตร์และวิธีการในการควบคุมสินเชื่อที่เหมาะสม ดังนั้น บริษัทฯ และบริษัทย่อยจึงไม่คาดว่าจะได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการให้สินเชื่อ นอกจากนี้ การให้สินเชื่อของบริษัทฯ ไม่มีการกระจุกตัวเนื่องจากบริษัทฯ มีฐานของลูกค้าที่หลากหลายและมีอยู่จำนวนมาก ราย จำนวนเงินสูงสุดที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยอาจต้องสูญเสียจากการให้สินเชื่อคือมูลค่าตามบัญชีของลูกหนี้การค้า ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าทางการเงิน เงินให้กู้ยืม และลูกหนี้อื่นที่แสดงอยู่ในงบแสดงฐานะการเงิน

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องจากการซื้อสินค้าและอุปกรณ์เป็นเงินตราต่างประเทศ และการชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่บริษัทฯ จำหน่ายเป็นเงินบาททั้งหมดทำให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ในกรณีเงินบาทอ่อนค่าลง อย่างไรก็ตาม มูลค่าหนี้สินทางการเงินในปี 2562 และ 2561 จำนวนเงิน 3, 4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มิได้มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น หากมูลค่าการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้นในอนาคตบริษัทฯ จะพิจารณาจัดทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward contract) ตามความเหมาะสม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มียอดคงเหลือของสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่สำคัญที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ 2.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย 30.1540 (2561 : 4.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย 32.4498)

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินฝากธนาคาร เงินให้กู้ยืม เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นที่มีดอกเบี้ย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด หรือมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาดในปัจจุบัน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยของบริษัทฯ และบริษัทย่อยจึงอยู่ในระดับต่ำ

สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่สำคัญสามารถจัดตามประเภทอัตราดอกเบี้ย และสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่สามารถแยกตามวันที่ครบกำหนด หรือ วันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ (หากวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ถึงก่อน) ตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 35.1 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูง และการลอกเลียนแบบสินค้า

เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง มีผู้ประกอบการรายใหม่ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยเฉพาะเครื่องสำอางจากประเทศในแถบเอเชีย เช่น เกาหลี และญี่ปุ่น ที่ดึงดูดลูกค้าเป้าหมายใกล้เคียงกับบริษัทฯ ทำให้บริษัทต้องพบกับภาวะการแข่งขันที่สูงอาจมีผลต่อผลประกอบการ และยังมีผู้ประกอบการรายย่อยที่ขายสินค้าลอกเลียนแบบและสินค้านำเข้าอย่างผิดกฎหมาย ซึ่งอาจทำให้กระทบต่อยอดขายของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้เพิ่มความแข็งแกร่งโดยการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำ และรักษาฐานลูกค้าในระยะยาว เพิ่มการประชาสัมพันธ์ ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขัน และให้ความสำคัญของบรรจภัณฑ์ คุณภาพสินค้า เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น และคู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง

เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เป็นสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงความนิยมอยู่เสมอ ในระหว่างปี 2562 และ 2561 บริษัทฯ มีสินค้าคงคลังเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 19.51 และ 26.73 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ มีระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยอยู่ช่วง 124 วัน

บริษัทฯ ตั้งสำรองจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลังอายุ 1 – 3 ปี 18 ล้านบาท 3 ปีขึ้นไป 27 ล้านบาท และฝ่ายการตลาดและปฏิบัติการขายจะกระตุ้นการขายสินค้าดังกล่าวจะทำส่งเสริมการขายเพื่อเร่งการขาย บริษัทฯ คาดว่าผลกระทบจากความเสียดังนี้ค่อนข้างน้อย

4. สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรและสิทธิการเช่าของบริษัท

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (บาท)	ภาระผูกพัน
1. งานระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ		
- สำนักงานและโรงงาน		7,999,126.98	
2. ส่วนปรับปรุงที่ดิน			
- สำนักงาน		4,156.16	
3. ที่ดิน			
- ที่ดิน (ส่วนถนน-หอพัก) - 1 ไร่ 140 หมู่ 4 ต.มาบยางพร	เป็นเจ้าของ	541,100.55	
- งาน 25.9 ตรว. อ.ปลวกแดง จ.ระยอง			
- ที่ดินโรงงาน - 14 ไร่ - งาน 70.10 140/1 หมู่ 4 ต.มาบยางพร	เป็นเจ้าของ	56,701,000.00	*
- ตร.ว. อ.ปลวกแดง จ.ระยอง			
- ที่ดินสำนักงาน - 2 ไร่ 2 งาน 29 81-81/1 เพชรเกษม 54 แยก 3	เป็นเจ้าของ	53,508,000.00	*
- ตร.ว. เขตภาษีเจริญ กทม.			
- ที่ดิน (โรงงาน – กทม.) 1 ไร่ 1 งาน 261/1 เพชรเกษม 54 แยก 3	เป็นเจ้าของ	35,280,000.00	*
- 4 ตร.ว. เขตภาษีเจริญ กทม.			
- ที่ดิน (จอตรง) - 2 งาน 45 ตร.ว. โฉนดเลขที่ 13611, 21158 –	เป็นเจ้าของ	7,350,000.00	*
		59 และ 64699	
- ที่ดิน (จอตรง – โรงงาน กทม.) โฉนดเลขที่ 57469 และ	เป็นเจ้าของ	5,395,000.00	
- 83 ตร.ว. 142036 – 38			
- ที่ดิน 129 ตร.ว. 270/1 เพชรเกษม 54 แยก 3	เป็นเจ้าของ	7,095,000.00	
		เขตภาษีเจริญ กทม.	
- ที่ดิน 3 ไร่ 60.90 ตร.ว. 263, 265, 267 เพชรเกษม 54	เป็นเจ้าของ	73,103,200.00	
		แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	
- ที่ดิน 120 ตร.ว. โฉนดเลขที่ 57381 บ้านเลขที่	เป็นเจ้าของ	7,143,925.23	
		117 เพชรเกษม 54 แยก 3 เขต	
		ภาษีเจริญ กทม.	
- ที่ดิน (จอตรง) 153 ตร.ว. โฉนดเลขที่ 56835 – 36	เป็นเจ้าของ	10,000,000.00	
รวมที่ดิน		264,120,508.92	
4. ส่วนปรับปรุงที่ดินและอาคารสำนักงาน		20,517,175.39	

หมายเหตุ : * สินทรัพย์ที่ติดจำนองเพื่อไปค้ำประกันสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ(ต่อ)

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน		ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (บาท)	ภาระผูกพัน
5. อาคาร				
5.1 อาคารสำนักงาน	81-81/1 เพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.		3.00	*
5.2 อาคารโรงงาน	140 หมู่ 4 ต. มาบยางพร อ. ปลวกแดง จ. ระยอง		29,561,700.47	*
5.3 อาคารใหม่ 5 ชั้น	81-81/1 เพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	46,613,120.95	*
5.4 อาคารสำนักงาน 3 ชั้น	270/1 ซอยเพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	7,489,780.00	
	263 ซอยเพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	2,744,147.98	
	265 ซอยเพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	10,061,875.56	
	267 ซอยเพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	17,379,603.13	
รวมอาคาร			113,850,231.09	
6. เครื่องจักรและอุปกรณ์	140, 140/1 หมู่ 4 ต. มาบยางพร อ. ปลวกแดง จ. ระยอง 81-81/1 เพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	48,982,889.81	
7. ยานพาหนะ		เป็นเจ้าของ	18,141,996.72	
รวมทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น			<u>465,612,801.93</u>	

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	68,059,950.00	*
- ที่ดินโรงงาน - 6 ไร่ - งาน 57.00 ตรว. 140, 140/1 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เป็นเจ้าของ	-	*
รวมที่ดิน		68,059,950.00	
2. อาคาร			
- อาคารโรงงานและสำนักงาน 140 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เป็นเจ้าของ	54,240,050.00	*
รวมอาคารและสิ่งปลูกสร้าง		54,240,050.00	
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนทั้งสิ้น		122,300,000.00	

หมายเหตุ : * สินทรัพย์ที่ติดจำนองเพื่อไปค้ำประกันสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

สินทรัพย์ที่ใช้เป็นหลักประกัน

บริษัทฯ ได้นำที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ใช้ในการประกอบธุรกิจมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 229.01 ล้านบาท ไปค้ำประกันสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 122 ล้านบาท ไปวางเป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน)

บริษัทฯ ได้ซื้อโปรแกรม ERP เป็นเงิน 13,329,010.60 บาท เพื่อรองรับการทำงานและการรวบรวมข้อมูลของบริษัทให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 2,291,732.38 บาท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

สืบเนื่องจากในปี 2552 ศาลภาษีอากรกลางได้มีคำพิพากษาให้บริษัทฯ (ภายใต้ชื่อเดิมคือ บริษัท ไດสตาร์ อิเลคทริก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)) ชำระเงินค่าภาษีอากรพร้อมทั้งเงินเพิ่มที่เกี่ยวข้องในคดีเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าในอดีตรวมเป็นเงิน 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 ในฐานความผิดร่วมกันสำแดงเท็จเพื่อเลี่ยงอากรดังกล่าว

เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2557 บริษัทฯ ได้จ่ายค่าปรับทางภาษีจำนวนรวม 28 ล้านบาท ให้กับโจทก์ตามคำพิพากษาของศาลชั้นต้นแล้ว

ปี 2558 - ไม่มี -

ปี 2559 - ไม่มี -

ปี 2560 คดีของศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลางระหว่างไมโครซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น (Microsoft Corporation) ที่ 1 กับพวกรวม 4 คน โจทก์กับบริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ที่ 1 กับพวกรวม 9 คน

ปี 2561 คดีของศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลางระหว่างไมโครซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น (Microsoft Corporation) ผลของคดีปัจจุบัน ศาลชั้นต้นพิพากษาเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2561 ให้จำเลยชำระเงินรวมเป็นค่าเสียหายเงินต้น 1,688,000 บาท ดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ต่อปีนับแต่วันที่ 21 สิงหาคม 2558 – 27 กุมภาพันธ์ 2562 รวมเป็นค่าเสียหายในส่วนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยจำนวน 2,134,046.44 บาท และในวันที่ 24 พฤษภาคม 2561 จำเลยได้ยื่นอุทธรณ์นัดฟังคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ในวันที่ 25 มีนาคม 2562 ต่อไป

ปี 2562 เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2562 ได้มีคำพิพากษาของศาลอุทธรณ์คดีชั้นอุทธรณ์พิเศษให้บริษัทฯ ชำระค่าเสียหายเป็นจำนวนเงินรวมทั้งสิ้น 16.74 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2562 บริษัทฯ ได้ยื่นเสนอฎีกาเพื่อโต้แย้งคำพิพากษาศาลอุทธรณ์คดีชั้นอุทธรณ์พิเศษต่อศาลฎีกา ผู้บริหารของบริษัทฯ โดยอาศัยความเห็นของที่ปรึกษากฎหมายคาดว่าจะทราบผลว่าศาลฎีกาจะพิจารณาสั่งในคำร้องขออนุญาตฎีกาว่าจะอนุญาตรับฎีกาไว้พิจารณาหรือไม่ ภายในระยะเวลา 6 ถึง 8 เดือน นับจากวันที่บริษัทฯ ได้ยื่นฎีกา

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น	
ชื่อที่ตั้ง	บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) สำนักงาน 81 – 81/1 ซอยเพชรเกษม 54 แยก 3 ถนนเพชรเกษม แขวงบางด้วน เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160 โทรศัพท์ 0-2805-2756-60 โทรสาร 0-2805-2751-2 โรงงานและคลังสินค้า 140 – 140/1 หมู่ 4 ตำบลมาบยางพร อำเภอบลวกแดง จังหวัดระยอง 21140 โทรศัพท์ 038-891-811-15 โทรสาร 038-891-821-22
ประกอบธุรกิจ	การจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ให้เช่าและให้บริการคลังสินค้า
ทุนจดทะเบียน	528,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว	527,998,810 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	นางสาวพิมพ์ใจ มานิตขจรกิจ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4521 บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	ทุนเรียกชำระ	สัดส่วนการลงทุน
บริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ จำกัด <u>สถานที่ตั้ง</u> 261/1 ซอยเพชรเกษม 54 แขวง 3 ถนนเพชรเกษม แขวงบางด้วน เขต ภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160 <u>โทรศัพท์</u> : 0-2805-2756-60 <u>โทรสาร</u> : 0-2805-2751-2	ประกอบกิจการการผลิต รวมทั้ง แบ่งบรรจุเครื่องสำอาง เครื่อง หอม อุปกรณ์เครื่องมือและ เครื่องใช้เสริมความงามทุกชนิด	10,000,000	10,000,000	70.00%
บริษัท ดี ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด <u>สถานที่ตั้ง</u> 83 ซอยเพชรเกษม 54 แขวง 3 ถนนเพชรเกษม แขวงบางด้วน เขตภาษี เจริญ กรุงเทพมหานคร 10160 <u>โทรศัพท์</u> : 0-2805-2756-60 <u>โทรสาร</u> : 0-2805-2751-2	ประกอบกิจการด้าน อสังหาริมทรัพย์ (โรงแรม รีสอร์ท และห้องชุด)	213,090,000	213,090,000	33.33%
Karmarts Vietnam Company Limited <u>สถานที่ตั้ง</u> ประเทศเวียดนาม	ประกอบกิจการด้านจำหน่ายปลีก เครื่องสำอาง อุปกรณ์เครื่องมือ และเครื่องใช้	400,000US\$	200,000US\$	49.00%