

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### 1.1 การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาที่สำคัญ

##### ประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

- ปี 2525 จัดตั้งบริษัท เซ็นทรัล ออโตโมบิล จำกัด ดำเนินธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า
- ปี 2537 บริษัทได้จดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์ในนามบริษัท ไคสตาร์ อิเลคทริก คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)
- 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 ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด เพื่อมองหาการลงทุนเพิ่มแบบใหม่ ๆ
- ปี 2558 บริษัทฯ ขยายธุรกิจสู่การส่งออก โดยได้ร่วมการค้ากับ Karmarts Vietnam Company Limited ในประเทศเวียดนาม
- ปี 2559 เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2559 บริษัทฯได้ลงทุนใน บริษัท คาร์มาร์ท เวียดนาม จำกัด ซึ่งจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศเวียดนาม ในอัตราส่วนคิดเป็นร้อยละ 49 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว บริษัทฯได้บันทึกเงินลงทุนในบริษัทดังกล่าวเป็นเงินลงทุนในการร่วมค้า
- 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
- ปี 2563 บริษัทฯ ได้ดำเนินการส่งเครื่องจักรเพื่อผลิตหน้ากากอนามัย เนื่องจากเกิดภาวะการขาดแคลนหน้ากากอนามัยซึ่งมีความจำเป็นในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อ COVID – 19 ในช่วงต้นปี 2563

## 1.2 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคประเภทกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง, กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า, กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย, กลุ่มผลิตภัณฑ์อุปกรณ์ความงาม, กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และอื่นๆ ภายใต้แบรนด์ต่างๆจากหลากหลายประเทศ เช่น เกาหลี, ฮองกง, 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 ประกอบกิจการด้านผลิตภัณฑ์ทั้งแบ่งบรรจุเครื่องสำอาง 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**

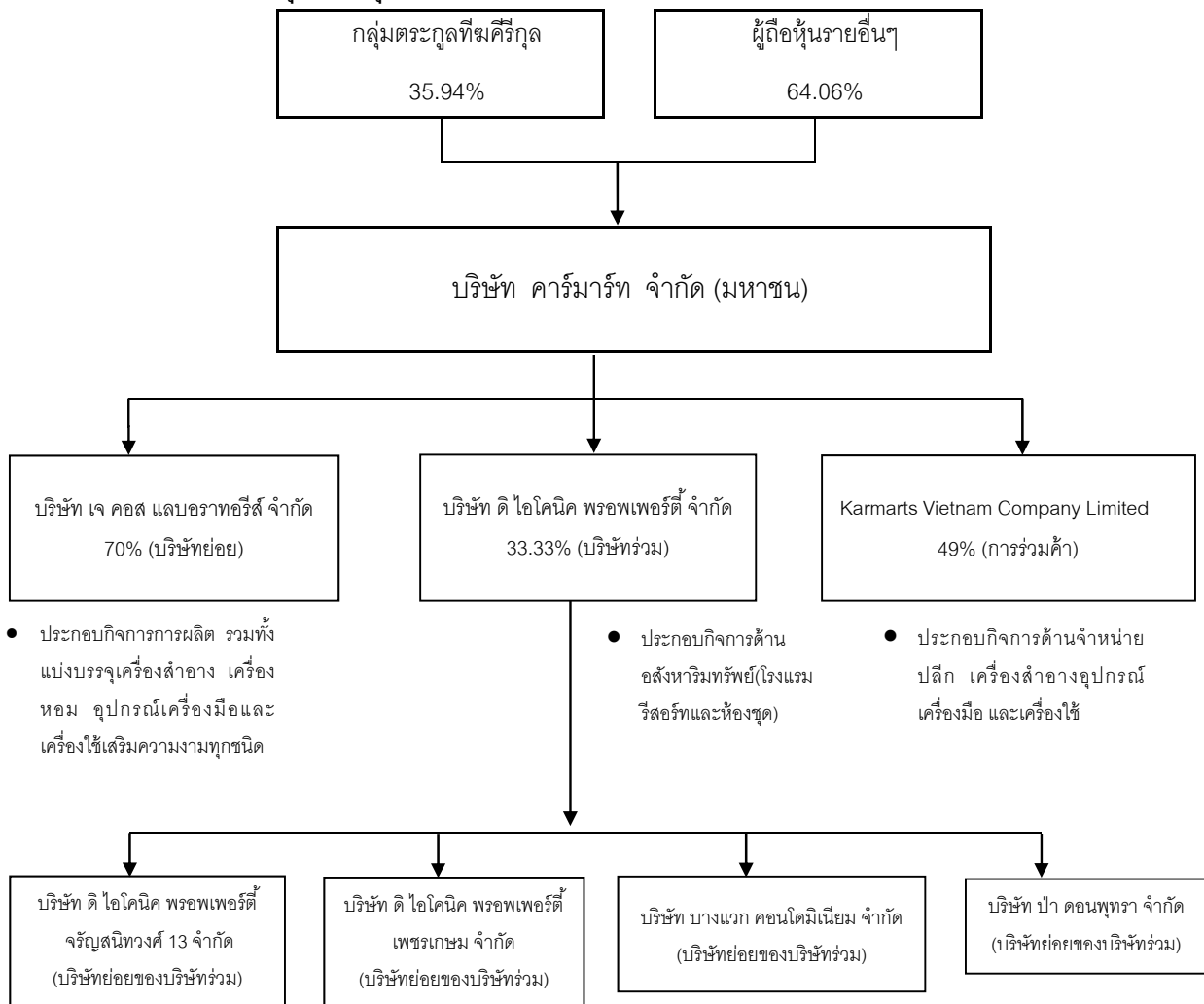
บริษัท ดี ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด ประกอบกิจการด้านอสังหาริมทรัพย์ (โรงแรม รีสอร์ทและห้องชุด) บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ดี ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด จำนวน 7,102,999 หุ้น ราคาหุ้นละ 10 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 ของหุ้นที่ออก (ทุนจดทะเบียน 213,090,000 บาท) ในราคาตามมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ ในปี 2559 ได้จัดตั้งบริษัทย่อย 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท ดี ไอโคนิค จักรูสนิเทศ 13 จำกัด, บริษัท ดี ไอโคนิค พรอพเพอร์ตี้ เพชรเกษม จำกัด และบริษัท บางแวก คอนโดมิเนียม จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนบริษัทละ 1 ล้านบาท เพื่อดำเนินการด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และในปี 2563 ได้จัดตั้งบริษัทย่อยเพิ่ม 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท ป่า ดอนพุทรา จำกัด

### 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 12 กรกฎาคม 2556 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัท เต้าเบา จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องสำอางออนไลน์

ระหว่างไตรมาสสามของปี 2557 บริษัท เต้าเบา จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เจ คอส แลบอราทอรีส์ 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 ในปี 2563 ได้จัดตั้งบริษัท ป่า ดอนพุทรา จำกัด

### 1.3 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

ในรอบปีที่ผ่านมาทางบริษัทฯ มีพัฒนาการสำคัญหลายประการทั้งการพัฒนาสินค้า การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ควบคู่ไปกับการสร้างความเข้มแข็งของแบรนด์ให้กลายเป็นที่รู้จักมากขึ้น และในปี 2564 ทางบริษัทฯ ได้วางแผนในการเดินทางรุกตลาดเครื่องสำอางทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยมีโครงการในการขยายธุรกิจเพื่อบรรลุตามวิสัยทัศน์โดยมี 4 ทิศทางหลัก

#### 1. มิติด้านผู้บริโภค

บริษัทฯ ยังคงสานต่อความตั้งใจในการทำการตลาดเชิงรุกโดยพยายามใกล้ชิดกลุ่มลูกค้าเก่า และขยายสู่กลุ่มลูกค้าใหม่

- เพิ่มมาตรฐานการคัดเลือกโรงงานผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานระดับสูง ตลอดจนใส่ใจในการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพสูงและดีที่สุดในทุกสิ่ง ยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจและไว้วางใจในสินค้าของบริษัทฯ
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้า ให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดี โดยมีทั้งกิจกรรมเพื่อสร้างการจดจำในแบรนด์ และกิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคม
- บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสรรหาพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลาย และครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าถึงสินค้าได้โดยง่าย
- เพิ่มมาตรฐานของกระบวนการตรวจสอบคุณภาพสินค้าและอายุสินค้า รวมถึงจัดทำฉลากสินค้าให้ครอบคลุมตามที่ภาครัฐกำหนด ตลอดจนพัฒนาระบบจัดส่งสินค้าให้เท่าทันต่อความต้องการของตลาดทั่วประเทศ

#### 2. มิติด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างสรรค์สินค้าที่มีรูปแบบ และคอนเซ็ปต์เฉพาะตัวเพิ่มขึ้น

- สรรหาวัตกรรมใหม่ๆ

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการสรรหาวัตกรรมความงามใหม่ๆ อยู่เสมอ ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพสินค้ามากขึ้นเช่นกัน เราเชื่อว่านวัตกรรมใหม่ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าได้สินค้าที่มีความแปลกใหม่ในขณะเดียวกันคุณภาพก็เป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทฯ ยังต้องรักษาไว้ให้กับลูกค้า บริษัทฯ จึงร่วมพัฒนาสินค้าร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพเพื่อสร้างโอกาส และความต่างทางธุรกิจ โดยยังคงตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และยังคงราคาที่เหมาะสม

- การเพิ่มประเภทสินค้า

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ผู้บริโภคจำเป็นต้องใส่หน้ากากอนามัย ทำให้สินค้ากลุ่มเครื่องสำอางยอดขายลดลง แต่กลุ่มผลิตภัณฑ์อุปโภค บริโภค (Consumer Product) มีผลกระทบน้อยกว่าและมีแนวโน้มเติบโตขึ้น บริษัทฯ จึงได้ขยายสินค้ากลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้นเพื่อเพิ่มสัดส่วนการขายช่วยบริษัทฯ ลดความเสี่ยงรวมถึงช่วยทดแทนยอดขายกลุ่มเครื่องสำอางที่สูญเสียไป

- การขยายแบรนด์สินค้า

บริษัทฯ มีนโยบายในการสร้างสรรค์สินค้าให้มีความหลากหลาย และตอบใจลูกค้าแต่ละกลุ่มมากขึ้น โดยจะเพิ่มแบรนด์สินค้าใหม่ด้วยกลยุทธ์การจับมือกับพาร์ทเนอร์ที่เป็น Influencer, Celebrity และดารา นอกจากนี้บริษัทฯ มีการเพิ่มแบรนด์ที่มีคอนเซ็ปต์ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างจากแบรนด์เดิมที่บริษัทฯ มีอยู่เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

- เพิ่มศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้า

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

### 3. เสริมสร้างตราสินค้าให้แข็งแรง

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

### 4. สร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้กับผู้ถือหุ้น ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ พนักงาน ชุมชน

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

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

บริษัทฯ มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคปี 2561 – 2563 ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	2563		2562		2561	
	พันบาท	%	พันบาท	%	พันบาท	%
<b>มูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและบริโภค</b>						
- เครื่องสำอาง						
ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย	167,183	12.71	189,505	12.57	221,738	14.86
ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า	263,297	20.02	287,076	19.04	318,848	21.37
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	764,337	58.12	937,685	62.19	874,852	58.09
- อุปกรณ์เสริมความงาม	29,514	2.24	20,028	1.33	19,787	1.33
- อุปกรณ์ตกแต่งร้านและสิ่งส่งเสริมการขายและอื่นๆ	48,783	3.71	31,991	2.12	21,791	1.46
- ผลิตภัณฑ์อาหารและยา	20,874	1.59	20,363	1.35	22,371	1.50
<b>รวมมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและบริโภค</b>	<b>1,293,988</b>	<b>98.39</b>	<b>1,486,648</b>	<b>98.60</b>	<b>1,479,387</b>	<b>98.61</b>
รายได้จากการให้เช่าคลังสินค้า	21,170	1.61	21,067	1.40	20,757	1.39
<b>รวมรายได้จากการจำหน่ายและบริการ</b>	<b>1,315,158</b>	<b>100.00</b>	<b>1,507,715</b>	<b>100.00</b>	<b>1,500,144</b>	<b>100.00</b>
อัตราเพิ่ม (ลด) ของรายได้		(12.77)		0.50		(0.94)

### 2.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจผลิต และนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและสินค้าอุปโภค บริโภค ภายใต้คอนเซ็ปต์ Unique Beauty Solution ด้วยความมุ่งมั่นที่จะเป็นแบรนด์เครื่องสำอางที่ตอบโจทย์ครบทุกความต้องการด้านความงามของผู้หญิงทุกคน ผลักดันให้บริษัทฯ สร้างสรรค์แบรนด์สินค้าที่มีเอกลักษณ์ ชัดเจน โดดเด่นครอบคลุมทุกความต้องการของผู้หญิงไทย

บริษัทฯ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าเอง โดยบริษัทฯ เป็นผู้ออกแบบ พัฒนา และวางแผนรูปแบบของแต่ละแบรนด์ ภายใต้การดูแลของทีมงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพทั้งทีมไทยและต่างประเทศ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายครอบคลุมทุกหมวด รวมทั้งการนำเอานวัตกรรมความงามใหม่ๆ ที่มีความน่าสนใจมาผสมผสาน ในแพ็คเกจจิ้งสินค้าที่มีสีสันสดใส สวยงาม และตอบโจทย์ต่อทุกความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่นับวันจะมีความหลากหลายมากขึ้น ในราคาที่สมเหตุสมผล

ในส่วนของการพัฒนาและจัดหาสินค้านั้น แบ่งออกได้เป็นสามส่วนดังนี้ ส่วนแรก คือสินค้าสำเร็จรูปที่พัฒนาและนำเข้าจากต่างประเทศ ด้วยโรงงานชั้นนำของโลกที่ได้รับการยอมรับจากแบรนด์เครื่องสำอางชั้นนำ ส่วนที่สอง คือกลุ่ม Semi - Finished นำสินค้าเข้ามาบางส่วนเพื่อแพ็คเกจจิ้งหรือแบ่งบรรจุในประเทศไทย ส่วนที่สาม คือสินค้าที่บริษัทฯ ผลิตเอง โดยบริษัทฯ มีการขยายในส่วนโรงงานขึ้นใหม่ เพื่อเป็นการลดต้นทุนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ และทำให้สามารถควบคุมกำลังการผลิตที่ตอบโจทย์ต่อความต้องการของตลาดที่เติบโตเพิ่มมากขึ้น

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้กระจายสินค้าผ่านร้านค้าตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศทั้งค้าส่งและค้าปลีก อาทิเช่น ร้านเครื่องสำอางประจำท้องถิ่น ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น ร้านเครื่องสำอาง ร้านขายยา กลุ่มโรงพยาบาล รวมถึงร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทุกรูปแบบ และพัฒนาร้านค้าปลีกภายใต้ชื่อร้าน Karmarts ซึ่งเป็นการลงทุนและดำเนินการด้วยบริษัทฯ เองเพื่อให้เป็นจุดจำหน่ายสินค้าทุกแบรนด์ของบริษัทฯ ทั้งนี้ทางบริษัทฯ ยังจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในเว็บไซต์ของบริษัทฯ เองและ

เปิดร้านค้าในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ อาทิเช่น Shopee, Lazada, Konvy เป็นต้นอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ความงามไปสู่ตลาดต่างประเทศ 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 จำหน่ายสินค้าปลีกขนาดเล็กทุกรูปแบบนี้ 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 เป็นต้น นอกจากนี้ในปีที่ผ่านมาทางบริษัทฯ เริ่มมีการวางจำหน่ายสินค้าในร้านค้าพาร์ทเนอร์ อาทิเช่น Beauty Buffet โดยมีสาขาในการจำหน่ายมากถึง 200 กว่าสาขา

และกลุ่มร้านยา เน้นสินค้าสำหรับกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ ได้มีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม หรือเวชภัณฑ์เครื่องสำอางบางประเภทที่เหมาะสมกับช่องทางเพื่อจำหน่าย เช่น Save drug และ Pure เป็นต้น

- ประเภทร้านค้าในแคตตาล็อก

เน้นกลุ่มลูกค้าทั่วไป และเลือกสรรสินค้าให้ตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ Friday Catalog, 7-Catalog เป็นต้น

### 2. ช่องทางร้านค้าคาร์มาร์ท (KARMART SHOP)

คาร์มาร์ทถือเป็นช่องทางที่สำคัญบริษัทฯ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าทั้งหมดของบริษัทฯ ได้อย่างครบถ้วนและใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้บริษัทฯ สามารถศึกษา และเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความจงรักภักดีให้กับแบรนด์ (Brand Loyalty)

เดิมทีคาร์มาร์ทถือเป็นธุรกิจ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1. บริษัทลงทุนเป็นเจ้าของเอง 2. ระบบแฟรนไชส์ แต่ในปัจจุบันตั้งแต่ต้นปี 2562 บริษัทฯ เริ่มมีการทยอยซื้อคืนจากแฟรนไชส์จนทุกสาขาเป็นร้านของบริษัทฯ 100% ในปี 2563 ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมจัดการหน้าสาขาให้เป็นระเบียบพร้อมกับพัฒนาภาพลักษณ์ความสวยงาม อีกทั้งยังสามารถบริหาร

สต็อกสินค้าให้พร้อมเพียงพอต่อการขายได้ดีกว่าระบบแฟรนไชส์รูปแบบเดิม นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเตรียมแผนการสร้างระบบ CRM เพื่อรักษาฐานลูกค้าในระยะยาวได้ดีกว่ารูปแบบแฟรนไชส์เดิมในด้านระบบการจัดการหลังร้าน บริษัทฯ ยังคงใช้ราคาและโปรโมชั่นรวมถึงรายการส่งเสริมการขายอื่น ๆ ในรูปแบบเดียวกัน และปัจจุบันได้มีการริเริ่มโครงการร่วมกับพาร์ทเนอร์ในธุรกิจต่างๆ เพื่อขยายฐานลูกค้า เช่น ร่วมกับสถาบันการเงิน และ เครือข่ายโทรศัพท์ เป็นต้น

ปัจจุบันช่องทางคาร์มาร์ทช็อปในประเทศไทย มีทั้งหมดจำนวน 48 สาขา แบ่งเป็นช็อปประเภท Standalone Shop 21 สาขา และคาร์มาร์ทช็อปในพื้นที่โซนบิวตี้ฮอลล์ของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ได้แก่ The Mall และ Robinson อีก 27 สาขา

### 3. ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม หรือร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Traditional Trade)

แม้ว่าปัจจุบันการขยายตัวของร้านค้าสมัยใหม่จะเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ช่องทางการค้าแบบดั้งเดิมก็ยังคงเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างยอดขายให้แก่บริษัทฯ ซึ่งปัจจุบันร้านค้าตัวแทนจำหน่ายของคาร์มาร์ทนั้นครอบคลุมร้านค้าปลีกได้อย่างกว้างขวางทั่วประเทศ

จากปีที่ผ่านมาช่องทางการค้าปลีกและส่งดั้งเดิมมีร้านค้าตัวแทนจำหน่ายกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศกว่า 800 ราย เพื่อให้สินค้ากระจายตัว เข้าถึงมือผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยแบ่งประเภทด้วย

- ประเภทค้าปลีก ประกอบด้วย ร้านค้าปลีกเครื่องสำอาง, ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น, ร้านสะดวกซื้อท้องถิ่น ร้านขายอุปกรณ์ทำผม ร้านขายยา กลุ่มโรงพยาบาล ร้านค้าสวัสดิการในโรงพยาบาล กลุ่มโรงแรม ร้านสปา และร้านขายสินค้าฝากในสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น
- ประเภทค้าส่ง ประกอบด้วย ร้านค้าส่งเครื่องสำอาง และร้านค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคประจำท้องถิ่นขนาดใหญ่ และศูนย์กระจายสินค้า เป็นต้น
- ประเภทตัวแทนจัดจำหน่าย (Distributor) เพื่อกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

### 4. ช่องทางส่งออก

บริษัทฯ พยายามขยายแบรนด์ไปยังต่างประเทศโดยการลงพื้นที่ศึกษาตลาด และสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกับคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ Sole Distributor, Distributor และ Joint Venture ปัจจุบันบริษัทฯ มีจุดจัดจำหน่ายในต่างประเทศทั้งหมด 16 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 นอกจากนี้ยังถือเป็นช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์สินค้าได้อีกทางหนึ่งด้วย

ช่องทางการขายออนไลน์ของบริษัทฯ ในปัจจุบันมี 3 ประเภท

- การขายผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ ได้แก่ [www.karmarts.com](http://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, JD Central, และ Buzzebees เป็นต้น
- นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เตรียมแผนการสร้างระบบการสั่งซื้อผ่าน Mobile Application เพื่อรองรับการใช้งานของผู้บริโภคให้สะดวก และง่ายยิ่งขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากที่สุด รวมถึงพัฒนาให้มีระบบ CRM เพื่อสร้าง Customer Loyalty

### 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 พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในคอลเลกชั่น Cathy Doll x Disney Tsum Tsum และ Sanrio Wave Hong Kong Co., Ltd. พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในคอลเลกชั่น Cathy Doll x Hello Kitty ช่วยสร้างจุดขายที่แตกต่างและทำยอดขายเติบโตทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

## 2. เบบี้ไบรท์ (BABY BRIGHT): Gift from nature

ด้วยพลังธรรมชาติอันบริสุทธิ์จากเกาะเซจู สูดน้ำกำเนิดความงามอันมหัศจรรย์สวดของขวัญจากธรรมชาติที่นำมาก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และเครื่องสำอางจากพืชพรรณนานาชนิด และแร่ธาตุต่างๆ จนกลายมาเป็น “เบบี้ไบรท์” ของขวัญสุดล้ำค่าจากธรรมชาติ ที่เหมาะสำหรับสาวสมัยใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพ ดูแลตัวเอง เรียบง่าย แต่แฝงไปด้วยคุณค่า ช่วยมอบความสดใส อ่อนโยนให้แก่ทุกสภาพผิว ช่วยฟื้นคืนผิวให้กลับมาดูสวย แข็งแรง มีชีวิตชีวาดุจผิวน้ำ ซึ่งประกอบไปด้วยประเภณลินค้ำดังนี้

- ผลิตภัณฑ์บำรุงและชำระล้างผิวน้ำ
- ผลิตภัณฑ์บำรุงและชำระล้างผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

นอกจากนี้แบรนด์ BABY BRIGHT ยังได้ร่วมกับ The Walt Disney (Thailand) Company Limited พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในคอลเลกชัน BABY BRIGHT x DISNEY Winnie The Pooh และ Christopher Robin รวมถึงเตรียมร่วมกับ Sanrio Wave Hong Kong Co., Ltd. พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์บำรุงผิวน้ำในคอลเลกชัน Baby Bright x Gudetama ซึ่งช่วยสร้างความแปลกใหม่น่าสนใจให้กับแบรนด์ และ เพิ่มยอดขายให้เติบโตที่ตลาดต่างประเทศได้

## 3. บอย่า (Boya): Professional care

อีกขั้นแห่งการดูแลระดับมืออาชีพ “Boya” ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการในการดูแลเส้นผมและผิวกาย พร้อมช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้บริโภคทุกคนเผยเสน่ห์ความงามภายนอกได้อย่างมั่นใจ อีกทั้งได้รับการยอมรับว่าเป็นสกินแคร์ที่ดี มีคุณภาพ เหมาะสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย เพราะคัดสรรสารสกัดเป็นพิเศษ เพื่อดูแลปัญหาเส้นผม หนังศีรษะ และผิวพรรณได้อย่างตรงจุด พร้อมทั้งอุดมไปด้วยสารอาหารบำรุงผิว ช่วยดูแลทุกส่วนในร่างกายตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า เผยผิวภายนอกแข็งแรงสุขภาพดี สร้างเสน่ห์ให้คุณสะกดทุกสายตาวงมือนอาชีพ ซึ่งประกอบไปด้วยประเภณลินค้ำดังนี้

- ผลิตภัณฑ์บำรุงและชำระล้างผิวกาย
- ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม

## 4. เจจูวิต้า (Jejuvita): Beauty is yummy

อาหารที่มีคุณประโยชน์ รสชาติมักจะไม่ถูกปาก จึงก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีความสมบูรณ์แบบทั้งทางด้านคุณประโยชน์และด้านรสชาติ กลายมาเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร “เจจูวิต้า” ที่รับแรงบันดาลใจจากความงามสุขภาพดีแบบสาวเกาหลี ผสมผสานด้วยคุณค่าจากวิตามินนานาชนิดที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย มาพร้อมกับรูปแบบที่รับประทานง่าย ทั้งพกพาสะดวกและรสชาติถูกปาก ช่วยปรับสมดุลให้ร่างกาย และเติมความสวย สุขภาพดีจากภายในสู่ภายนอก พร้อมมอบความงามที่น่าอัศจรรย์ เพราะเราเชื่อว่าความสวยคือความอร่อย ซึ่งประกอบไปด้วยประเภณลินค้ำดังนี้

- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภทลดน้ำหนัก
- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภทบำรุงผิว
- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภท Detox ช่วยกำจัดสารพิษในร่างกาย

## 5. รื่นรมย์ (Reunrom): Everyday happiness

ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์และสปาที่มุ่งสืบสานภูมิปัญญาไทยให้คงอยู่ ด้วยการผสมผสานความเป็นไทยสมัยก่อนเข้ากับไทยสมัยใหม่ได้อย่างละมุนละไมและลงตัว โดยการใช้สมุนไพรไทยซึ่งเปรียบดังยาพื้นบ้านจากคุณย่าคุณยายที่สืบทอดกันมาช้านาน เพื่อมอบความรื่นรมย์ให้ทุกวันเป็นวันแห่งความสุข 4 ประการดังนี้

- 1.) ความสุขที่ได้ใช้ของผู้บริโภค (Happiness of user)
  - ความสุขของผู้บริโภคเมื่อได้เห็นสินค้าและดีไซน์ของรื่นรมย์ และความสุขที่เกิดขึ้นเมื่อได้ใช้สินค้าของรื่นรมย์
- 2.) ความสุขที่ได้ส่งเสริมการค้าอย่างยุติธรรม (Fair Price & Fair Trade)
  - ความสุขที่ได้ช่วยเหลือเกษตรกรไทย อุดหนุนวัตถุดิบคุณภาพจากประเทศไทย ส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชน ตลอดจนความสุขที่ได้จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ และราคาที่เหมาะสมให้กับทุกคน
- 3.) ความสุขของการแบ่งปันและการคืนกำไรสู่สังคม (Sharing)
  - ความสุขที่ได้มีโอกาสเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคม ด้วยความตั้งใจที่จะมอบเงินกำไรจากการจำหน่ายสินค้ารื่นรมย์ส่วนหนึ่งให้กับองค์กรการกุศล
- 4.) ความสุขที่ได้มีโอกาสส่งเสริมการท่องเที่ยวและประเพณีวัฒนธรรมไทย (Promote Thai Tourism)
  - ความสุขที่ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมไทยผ่านทางผลิตภัณฑ์ของรื่นรมย์ในการออกแบบลวดลายที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของไทยบนบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งมีการถ่ายทอดกลิ่นของประเพณีวัฒนธรรมไทยผ่านผลิตภัณฑ์เครื่องหอมรื่นรมย์ นอกจากนี้ยังได้รวบรวมเอกลักษณ์ขนมไทยอันโดดเด่นมาประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์ตามแบบฉบับของรื่นรมย์ ซึ่งประกอบไปด้วยประเภสินค้าดังนี้
    - ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า
    - ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวกาย
    - ผลิตภัณฑ์เครื่องหอม
    - ผลิตภัณฑ์สำหรับดูแลเส้นผม

## 6. เครยอน (Crayon): Coloring your life

เครื่องสำอางระดับโปรเฟสชันแนลที่แต่งเติมด้วยสีสังเคราะห์หลากหลาย พร้อมมอบความโดดเด่นเปล่งประกายในสไตล์ที่เป็นคุณ สามารถเนรมิตลุคจากสาววัยทำงานธรรมดาให้กลายเป็นสาวสวยซิคทันสมัยแบบมีอาชีพไม่ซ้ำใคร และมั่นใจในทุกการเคลื่อนไหว มอบความโมเดิร์นเพอร์เฟ็คสวยสมบูรณ์แบบพร้อมเติมสีสันสดใสให้ชีวิตไม่ซ้ำซากจำเจ ทำให้เหล่าสาว ๆ ต่างหลงใหลไปกับการแต่งเติมสีสันที่สนุกสนานจนหยุดไม่อยู่ ด้วยงานเครื่องสำอางที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือใคร และทรงเสน่ห์ในสไตล์เครยอน ที่ช่วยเพิ่มความสดใสคล่องตัวให้กับชีวิตคุณ ซึ่งประกอบไปด้วยประเภสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

## 7. เคทีชู (Cathy Choo): Boutique fusion spa

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสไตล์ฟิวชั่นสปาที่ร้อยเรียงผ่านประสบการณ์อันแสนประทับใจจากการเดินทางทั่วทุกมุมโลกทั้งฝั่งตะวันออกและตะวันตกที่ผสมผสานเข้ากับสปาไทยได้อย่างลงตัว เจือด้วยกลิ่นความหอมจากธรรมชาติ อาทิ กลิ่นเครื่องเทศ กลิ่นสมุนไพร กลิ่นดอกไม้ กลิ่นเปลือกไม้ กลิ่นผลไม้ ก่อกำเนิดกลิ่นนำอัศจรรย์ที่หาไม่ได้จากที่ไหน รังสรรค์มาเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลความงามทั่วทั้งร่างกายและบำบัดอารมณ์ให้ผ่อนคลาย กลายมาเป็นผลิตภัณฑ์สปาที่สะท้อนแง่มุมทางวัฒนธรรมได้อย่างสง่างาม

เหมาะสำหรับสาว ๆ ที่หลงใหลในกลิ่นหอมของดอกไม้และสมุนไพรธรรมชาติ พร้อมกับบรรจุภัณฑ์อันงดงาม ที่ตั้งวางที่ใดก็มอบความรู้สึกเสมือนอยู่ท่ามกลางความหรูหรา ซึ่งประกอบไปด้วยประเภสินค้าดังนี้

- ผลิตภัณฑ์บำรุงและชำระล้างผิวกาย

## 8. สกินแล็บ (SKYNLAB)

Special care for healthiness and wellness ผลิตภัณฑ์เฉพาะทางระดับพรีเมียมเพื่อดูแลผิวแพ้ง่ายและช่องปาก อย่างอ่อนโยน ปราศจากสารอันตรายและสารที่อาจก่อให้เกิดอาการระคายเคือง ที่ผ่านการค้นคว้าและวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เพื่อดูแลอย่างตรงจุด ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและผิวแพ้ง่าย
- ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก

อีกทั้งบริษัทฯ ยังมี Special Brand Project ที่ได้ร่วมพัฒนาด้านสินค้ากับผู้ที่มีชื่อเสียงในวงการความงาม ช่างแต่งหน้า ช่างผม ซึ่งล้วนเป็นผู้เชี่ยวชาญและชำนาญในความงามแขนงต่างๆออกมาเป็นแบรนด์พิเศษเพื่อสร้างความเชื่อมั่นรวมถึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เริ่มต้นด้วยแบรนด์แรกชื่อ BROWIT by Nongchat เป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอางสำหรับตกแต่งคิ้วและรอบดวงตาโดยเฉพาะ ซึ่งได้ร่วมพัฒนากับคุณฉัตรชัย เพ็ญอภิชาติ หรือเป็นที่รู้จักกันในนาม “น้องฉัตร” ช่างแต่งหน้าชั้นนำของประเทศไทยที่ฝากผลงานการแต่งหน้าดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมานับไม่ถ้วน บริษัทฯยังได้ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับ ผู้ที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง และเป็นที่รู้จักในประเทศ อย่างคุณจำ จ. ญัฐฐาวิรุณช ทงมี ที่เป็นทั้งวีเจ นักแสดง นักเขียน นางแบบ พิธีกร รวมถึงวิทยากรบรรยายสอนนักศึกษา ริเริ่มพัฒนาด้านสินค้าภายใต้แบรนด์ J24 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางคุณภาพ ที่เน้นคุณสมบัติติดทนตลอด 24 ชั่วโมง เหมาะสำหรับผู้ที่รักการเดินทาง ชอบทำกิจกรรมตลอดทั้งวัน และ ไม่ชอบความยุ่งยาก

### รางวัลต่างๆ ที่ได้รับจากนิตยสารชั้นนำ

ทั้งนี้คาร์มาร์ทได้รับเกียรติจากนิตยสารด้านความงามชั้นนำของไทยมอบรางวัลการันตีคุณภาพแก่ผลิตภัณฑ์มากมาย ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ BROWIT HIGH TECHNIQUE DUO EYELINER 0.45ml+0.08g ได้รับรางวัล BEST SELLING EYELINER จากการประกวด WATSONS HWB AWARDS 2020 ของ WATSONS

## 2.4 การสื่อสารการตลาด

### 1. ช่องทางการสื่อสาร

บริษัทฯ คัดสรรช่องทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและเพิ่มเติมสื่อที่เป็นระดับมวลชน (Mass Communication) คือใช้การสื่อสารที่มุ่งไปยังผู้รับจำนวนมาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับพร้อมๆ กันโดยสื่อทั้งหมดต้องสอดคล้องกับ Mood&Tone จุดขาย จุดเด่น และข้อได้เปรียบของสินค้า รวมถึงเครื่องหมายการค้าที่ชัดเจน ผ่านช่องทางการเผยแพร่ต่างๆ ได้แก่

#### 1.1 สื่อออฟไลน์ ประกอบด้วย

##### 1.1.1 สื่อสิ่งพิมพ์

ทั้งการลงสื่อโฆษณา ข่าว PR (ประชาสัมพันธ์) ในหนังสือพิมพ์ นิตยสารและหนังสือต่างๆ โดยเลือกใช้การเขียนข่าว ส่งภาพข่าวในคอลัมน์ต่างๆ ตลอดจนการลงข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมของบริษัทฯ พร้อมทั้งเดินทางพบสื่อต่างๆ เพื่อโปรโมทสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง

### 1.1.2 สื่อโทรทัศน์ บริษัทฯ เลือกใช้สื่อโทรทัศน์เพิ่มเข้ามา

1.1.2.1 TV Commercial Spot เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถกระจายข้อมูลได้อย่างทั่วถึงเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับรายได้ สร้างการจดจำตราสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยมีการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์อย่างหลากหลาย ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในส่วนของ Free TV ตลอดจน Digital TV อาทิ ช่อง 3, ช่อง 7, ช่อง 33 HD, ช่องไทยรัฐทีวี, ช่อง Workpoint, ช่อง Amarin TV, ช่อง New18, ช่อง ONE, ช่อง GMM เป็นต้น

1.1.2.2 Product Placement ใช้การวางสินค้าพร้อมทั้งบอกจุดขายในรายการทีวีต่างๆ

1.1.2.3 การออกรายการสัมภาษณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าออกใหม่ผ่านรายการทีวีต่างๆ ความยาว 5 -7 นาที

### 1.1.3 สื่อโฆษณาออกสถานที่ (Out of home)

#### 1.1.3.1 สื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็ก (Mupi)

ป้ายโฆษณาขนาดเล็กหรือ Mupi เป็นสื่อที่สามารถสร้างการจดจำแบรนด์และสร้างการรับรู้ในกลุ่มประชาชนทั่วไปอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีการกระจายตัวของสื่ออยู่ทั่วกรุงเทพฯ และจังหวัดขนาดใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในย่านชุมชนและย่านธุรกิจได้เป็นอย่างดี

#### 1.1.3.2 สื่อป้ายรถประจำทาง (Bus Stop)

ป้ายโฆษณาประจำทาง สามารถมองเห็นได้จากระยะไกล และดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ช่วยสร้างการจดจำแบรนด์ในวงกว้าง มีการกระจายของสื่ออยู่ตามถนนสายหลัก หรือตามจุดสำคัญๆ หรือจุดที่มีคนพลุกพล่านในกรุงเทพฯ

#### 1.1.3.3 สื่อโฆษณาเคลื่อนที่

สื่อเคลื่อนที่ (Bus Wrap) คือการติดสื่อโฆษณาสินค้าที่รถขนส่งของทางบริษัทฯ ซึ่งเป็นสื่อที่มีจำนวนคนเห็นมาก และไม่มีความซ้ำซ้อนในการซื้อสื่อโฆษณา

### 1.1.4 สื่อโฆษณาภายในอาคารสำนักงานคาร์มาร์ท

### 1.2 สื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์ยังคงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถวัดผลการใช้สื่อโฆษณาได้ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการจัดทำสื่อออนไลน์ค่อนข้างมาก โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมบนช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ เช่น หนึ่งโฆษณา Online และจัดทำวีว (Review) สินค้าทาง Facebook , Instagram , Twitter และ TikTok รวมถึงการ Live สดขายของในช่วง COVID-19 โดยช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

- Facebook: Karmartsclub, Cathy Doll, Baby Bright, Jejuvita, Reunrom Everyday, Skynlab\_Official
- Instagram: Karmartsclub, Babybrightclub, Jejuvita\_supplement, Reunromeveryday, cathydollclub, Skynlab\_Official,
- Youtube: KarmartsClub
- Line Official: @KARMART
- Twitter : Cathydollclub, Babybrightclub, SKYNLAB\_Official , Jejuvita\_supplement
- Tiktok : CathyDollclub, Babybrightclub, SKYNLAB\_Official

#### 1.2.1 สื่อ Influencers/ KOL (Key Opinion Leaders)

Influencer / KOL

- บล็อกเกอร์ด้านความงาม
- อินสตาแกรมเมอร์

- ยูทูบเบอร์
- ดาวตลกตลก
- เฟสบุ๊คแฟนเพจ ชัยนาที่มีชื่อเสียง
- เน็ตไอดอล
- ผู้นำเสนอผลงานบนสื่อโซเชียล

#### สื่อออนไลน์

- โฆษณาในยูทูบ
- โฆษณาในกูเกิล
- โฆษณาเฟสบุ๊ค
- โฆษณาในอินสตาแกรม
- โฆษณาในทวิตเตอร์

## 2. ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ในปี 2563 บริษัทฯ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องดังต่อไปนี้

**2.1 กิจกรรม BABY BRIGHT x KRIST-SINGTO Season2 “ปักหมุดฟินอินจันท์@CHIANGMAI”** เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าแบรนด์ BABY BRIGHT สู่ภาคเหนือ และกระตุ้นยอดขายสินค้าแบรนด์ BABY BRIGHT หมวดเมคอัพ สินค้าแปรงรองพื้นผสมสารกันแดด และหมวดสกินแคร์ สินค้าเซรั่มบำรุงผิวหน้า อย่างต่อเนื่อง โดยจากความสำเร็จอย่างสูงสุดของกิจกรรมดูหนึ่งสัปดาห์โฆษณากิจกรรม BABY BRIGHT x KRIST-SINGTO Season1 และ Season 2 ในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังทนกระแสเรียกร้องจากเหล่าแฟนคลับ “พีรญา” ในต่างจังหวัดไม่ไหว ของคู่จิ้นที่ขึ้นแท่นฮอตที่สุดตลอดกาลไปแล้ว พีรเชนเตอร์ Baby Bright คริสต์ พีรวิธ แสงโพธิ์รัตน์ และสิงโต ปรายญา เรืองโรจน์ BABY BRIGHT จึงพาทุกท่านไปม่วนอีกม่วนใจ๋ เปิดประสบการณ์ความฟินกันถึงเชียงใหม่กับกิจกรรม BABY BRIGHT x KRIST-SINGTO Season2 “ปักหมุดฟินอินจันท์@CHIANGMAI” โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจากแฟนคลับในประเทศและแฟนคลับจากหลากหลายประเทศ ณ โรงภาพยนตร์ เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ เซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่ เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2563

**2.2 กิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านตัวแทนร้านค้า BABY BRIGHT COLOR LIPSTICK x HISO COSMETICS LOPBURI** แบรนด์ Baby Bright ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางตัวแทนร้านค้า HISO COSMETICS สาขาหลพบุรี ทั้งยังจัดกิจกรรมร่วมลุ้นเป็น 8 ท่านผู้โชคดีขึ้นมาสร้างสรรคัลลุคใหม่ด้วยลิปสติกโดยพีรเชนเตอร์คุณแม่สุดแซ่บยีนหนึ่ง แพท ธนภา ดันตระกูล เพียงซื้อสินค้าที่ร่วมรายการ (Baby Bright Baobab Comfort Moist Lipstick / Baby Bright Cotton Matte Lipstick / Baby Bright Watermelon & Tomato Matte BB Cream SPF45 PA++) ที่ร้าน HISO COSMETICS สาขาหลพบุรี ทั้งยังได้ถ่ายรูปใกล้ชิดกับแฮกรับเชิญหนุ่มฮอตเป็นกระแสร้อนแรง กอล์ฟ คนาวุฒิ ไตรพิพัฒน์พงษ์ โดยกิจกรรมนี้ แบบนี้จัดขึ้น ณ ร้าน HISO COSMETICS สาขาหลพบุรี เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 ท่ามกลางความอบอุ่น และกระแสบรรยากาศจากแฟนคลับแม่แพท แฟนคลับหนุ่มกอล์ฟ รวมไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่มาให้กำลังใจ ส่งแรงเชียร์กันอย่างคึกคักแน่นเต็มพื้นที่ ทั้งยังเป็นประชาสัมพันธ์และกระตุ้นยอดขายแบรนด์ BABY BRIGHT ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

**2.3 กิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านตัวแทนร้านค้า BABY BRIGHT x EVEANDBOY**  
 แบนด์ Baby Bright ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้จัดกิจกรรม Facebook Live สด เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และกระตุ้นยอดขายสินค้าแบรนด์ BABY BRIGHT หมวดลิปสติก สินค้า Baobab Comfort Moist Lipstick / Cotton Matte Lipstick ผ่านช่องทางร้านค้าชั้นนำอย่าง EVEANDBOY อีกทั้งยังร่วมแชร์เทคนิคการแต่งหน้าสุดปังของฟรีเซนต์อร์คูนแม่สุดแซ่บ แพท ฌปาภา ตันตระกูล ร่วมกับแขกรับเชิญสุดพิเศษ มายด์ Minddmakeup - Makeup Artistชื่อดัง ที่กระแสนาแรงที่สุดตอนนี้ ณ EVEANDBOY สาขา Siam Square1 เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2563

**2.4 งานเปิดตัวฟรีเซนต์อร์คูนและผลิตภัณฑ์ Cathy Doll Super Clean Super Protection เพิ่มความฟินกับ 2 ฟรีเซนต์อร์คูนใหม่** แบนด์ Cathy Doll ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) โดยเปิดตัวฟรีเซนต์อร์คูนใหม่ คุณ“เวียร์ ศุกลวัฒน์” ที่มาพร้อม กลุ่มผลิตภัณฑ์ลอกผิวเสียซึ่งมีทั้งหมด 3 สูตรได้แก่ Cathy Doll Whiteheads Cleansing Black Clay Mask , Cathy Doll BlackHeads Cleansing White Clay Mask และ Charcoal Nose Cleansing Strip ที่ช่วยขจัดสิ่งสกปรกที่อุดตันตามร่องรูขุมขนที่จมูกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผิวหน้าสะอาดใส ไร้สิวเสี้ยน และกระตุ้นรูขุมขน และคุณสายป่าน จากเพจ Sp Saypan ที่มาพร้อมกับผลิตภัณฑ์ ULTRA LIGHT SUN FLUID SPF50 PA++++ กันแดดเนื้อฟลูอิด SPF50 PA++++ ที่ช่วยปกป้องผิวจากแสง UV ที่โหดร้ายใช้สำหรับออกแดดแรง และสารสกัดจากว่านหางจระเข้ ปราศจากสี และพาราเบน เพื่อผิวหน้ากระจ่างใส พร้อมรับแสงแดดอย่างมั่นใจตลอดทั้งวัน โดยภายในงานสองฟรีเซนต์อร์คูนมีการแลกเปลี่ยนบอกเคล็ดลับการดูแลและบำรุงผิวหน้าให้กระจ่างใสไร้สิวให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน พร้อมวิธีการดูแลผิวปกป้องจากแสงแดดและมลภาวะสภาพอากาศในเมืองไทย รวมไปถึงถ่ายภาพร่วมกับคณะผู้บริหาร กลุ่มลูกค้า และผู้โชคดีในกิจกรรม Lucky Draws เพิ่มความฟินแบบ CLEAN & CLOSE UP ณ.บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ในวันพุธที่ 15 กรกฎาคม 2563 เวลา 17.30 -18.30 น.

**2.5 กิจกรรม CATHY DOLL LOVE INTENTION WITH เฟิร์ธ-มิน-แปลน ON TOUR ครั้งที่ 1** ในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 ที่จังหวัดเชียงใหม่ พบกับฟรีเซนต์อร์คูน 3 คน ได้แก่ เฟิร์ธ-ธนพนธ์ สุขุมพันธ์นาศาร, มิน-พีรวิทย์ อรรถชิตสถาพร และ แปลน-รัฐวิทย์ กิจวรลักษณ์

**2.6 กิจกรรม CATHY DOLL LOVE INTENTION WITH เฟิร์ธ-มิน-แปลน ON TOUR ครั้งที่ 2** ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2563 ที่จังหวัดขอนแก่น พบกับฟรีเซนต์อร์คูน 3 คน ได้แก่ เฟิร์ธ-ธนพนธ์ สุขุมพันธ์นาศาร, มิน-พีรวิทย์ อรรถชิตสถาพร และ แปลน-รัฐวิทย์ กิจวรลักษณ์

**2.7 กิจกรรมฉลองยอดขาย 1 ล้านแท่ง Skinny Brow Pencil ใน Live สด เฟิร์ธ-ธนพนธ์ สุขุมพันธ์นาศาร** ฟรีเซนต์อร์คูนในหมวดคิ้ว ในวันเสาร์ที่ 2 พฤษภาคม 2563 ณ บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายสินค้า Cathy Doll Skinny Brow Pencil

**2.8 กิจกรรม Cathy Doll Exclusive FB Live with PLAN** ในวันอาทิตย์ที่ 19 กรกฎาคม 2563 ณ บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ พบกับฟรีเซนต์อร์คูน 1 คน ได้แก่ แปลน-รัฐวิทย์ กิจวรลักษณ์ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายสินค้า Cathy Doll Speed White CC Cream SPF50+ PA+++

**2.9 งานเปิดตัวสินค้า #CATHYDOLLใช้คุ้มกันฟินยิ่งกว่า เปิดตัวสินค้าคอลเลกชันใหม่ CATHY DOLL NUDE MATTE SERIES** พร้อมเปิดตัวฟรีเซนต์อร์คูนได้แก่ “ไบร์ท-วชิรวิทย์ ชีวอารี” และ “วิน-เมธวิน โอภาสเอี่ยมขจร” ในวันศุกร์ ที่ 24 กรกฎาคม 2563 เวลา ณ โรงแรม อนันตรา กรุงเทพฯ (ราชดำริ) ห้องแกรนด์บอลรูม ชั้น 1 เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายสินค้า CATHY DOLL NUDE MATTE SERIES อาทิ CATHY DOLL SKIN FIT NUDE MATTE FOUNDATION, CATHY DOLL SKIN FIT NUDE MATTE POWDER PACT SPF30 PA+++, CATHY DOLL NUDE MATTE LIPSTICK, CATHY DOLL LIP & CHEEK NUDE MATTE TINT, CATHY DOLL GLOW GEL TINT และ CATHY DOLL NUDE MATTE BLUSHER



2.10 งานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ CATHY DOLL CC SERIES #CATHYDOLLCCฉิวไฉยีน1 พร้อมเปิดตัวพรีเซนเตอร์ “เป็ก - ผลิตโชค อายนบุตร” ในวันพฤหัสบดีที่ 8 ตุลาคม 2563 ณ ICONSIAM ชั้น 7 @MEETING ROOM 1-3 เป็นการกระตุ้นยอดขายสินค้า CATHY DOLL CC SERIES อาทิ CATHY DOLL SPEED WHITE CC CREAM SPF50 PA+++, CATHY DOLL SPEED WHITE CC POWDER PACT SPF40 PA+++ และ CATHY DOLL CC CUSHION STICK

2.11 กิจกรรมพรีเซนเตอร์ นิโคลีนแจกใน LIVE สดช่อง ANNA CELEBEAUTY ในวันที่ 18 กันยายน 2563 เพื่อเป็นการโปรโมทและกระตุ้นยอดขายสินค้า JEJUVITA หมวดผิว

2.12 กิจกรรม VDO CALL FIN FROM HOMELIVE สดกับพรีเซนเตอร์ เก้า-สุภัทสร ธนาชาติ ผ่านช่องทาง IG : SUPASSRA\_SP ในวันที่ 18 กันยายน 2563 เพื่อกระตุ้นยอดขายสินค้าของแบรนด์ JEJUVITA

2.13 งานสัมมนาผลิตภัณฑ์เจจูวิต้า (JEJUVITA) ร่วมกับผู้ประกอบการ TRADITIONAL TRADE ในวันที่ 2 ตุลาคม 2563 ณ โรงแรม ROYAL ORCHID SHERATON พร้อมพรีเซนเตอร์ ได้แก่ เก้า-สุภัทสร ธนาชาติ เพื่อเผยแพร่แผนกลยุทธ์การตลาดสินค้า JEJUVITA

2.14 กิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านตัวแทนร้านค้า BABY BRIGHT COLOR LIPSTICK x LOVE YOU BEAUTY แบรนด์ Baby Bright ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางตัวแทนร้านค้า LOVE YOU BEAUTY สาขาจังหวัดชัยภูมิ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และกระตุ้นยอดขายสินค้าแบรนด์ BABY BRIGHT หมวดลิปสติก สินค้า Baobab Comfort Moist Lipstick / Cotton Matte Lipstick ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังร่วมลุ้นเป็นผู้โชคดีขึ้นมาเล่นกิจกรรมกระแทกหลอดแม่ของวงการ คุณแม่สวยแซ่บ แพท ญาภา ตันตระกูล พรีเซนเตอร์ Baby Bright ณ ร้าน LOVE YOU BEAUTY สาขาจังหวัดชัยภูมิ เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563 ท่ามกลางบรรยากาศความอบอุ่น สนุกสนาน และกระแสน้ำที่ดีจากเหล่า แฟนคลับของแม่แพทที่มาให้กำลังใจกันแน่นพื้นที่ รวมไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่มาร่วมงานกันอย่างคับคั่ง

2.15 กิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านตัวแทนร้านค้า BABY BRIGHT LIVE WITH GUN FUN & FIN #3 แบรนด์ Baby Bright ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าหมวดลิปสติก ในรูปแบบ Mini Event โดยมี LIVE สดผ่านช่องทาง Facebook Fan Page : Baby Bright ทั้งยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อคัดเลือกผู้โชคดีผ่าน Facebook Fan Page : Baby Bright ที่จะมาเข้าร่วม Mini Event ในครั้งนี้ ร่วมฟิน สนุกสนานไปกับพรีเซนเตอร์ Baby Bright หนุ่มหน้าหวาน กัน อรรถพันธ์ พูลสวัสดิ์ ณ KARMART HEADQUARTERS เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2563 แม้จะเป็น Mini Event เล็กๆ แต่ก็อบอุ่นไปด้วยบรรยากาศของความรัก และความอบอุ่นตลอดทั้งงาน

2.16 SKYNLAB ร่วมส่งต่อมอบรอยยิ้มสวย ลมหายใจหอมสดชื่น มั่นใจตลอดวัน ตลอดทริปใน บังเอิญรัก THAILAND TOUR เชียงใหม่ แบรนด์ SKYNLAB ภายใต้บริษัท คาร์มาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมส่งต่อมอบรอยยิ้มสวย ลมหายใจหอมสดชื่น มั่นใจตลอดทริปใน VLOG บังเอิญรัก THAILAND TOUR จังหวัดเชียงใหม่ โดยสมาชิกนักแสดงบังเอิญรัก Season 2 นักแสดงหลักได้แก่ เฟอร์ ธนพนธ์ สุขุมพันธนาสาร, แพลน รัฐวิทย์ กิจวรลักษณ์, มิน พีรวิทย์ อรรถชิตสถาพร และ เอส รวิพล สง่าวรงค์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และกระตุ้นยอดขายสินค้าแบรนด์ SKYNLAB ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น



### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### นโยบายการบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงดังนี้

##### ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

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

##### ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องจากการซื้อสินค้าและอุปกรณ์เป็นเงินตราต่างประเทศ และการชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่บริษัทฯ จำหน่ายเป็นเงินบาททั้งหมดทำให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ในกรณีเงินบาทอ่อนค่าลง อย่างไรก็ตามมูลค่าหนี้สินทางการเงินในปี 2563 และ 2562 จำนวนเงิน 4, 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มิได้มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น หากมูลค่าการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้นในอนาคตบริษัทฯ จะพิจารณาจัดทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward contract) ตามความเหมาะสม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มียอดคงเหลือของสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่สำคัญที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ 3.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรืออเมริกา อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย 30.0371 (2562 : 2.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรืออเมริกา อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย 30.1540)

##### ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินฝากธนาคาร เงินให้กู้ยืม เงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาว และเงินเบิกเกินบัญชี เนื่องจากสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด หรือมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาดในปัจจุบัน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยของบริษัทฯ และบริษัทย่อยจึงอยู่ในระดับต่ำ

สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่สำคัญสามารถจัดตามประเภทอัตราดอกเบี้ย และสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่สามารถแยกตามวันที่ครบกำหนด หรือ วันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ (หากวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ถึงก่อน) ตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 36.1 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

##### ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูง และการลอกเลียนแบบสินค้า

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

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้เพิ่มความแข็งแกร่งโดยการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำ และรักษาสถานลูกค้าในระยะยาว เพิ่มการประชาสัมพันธ์ ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขัน และให้ความสำคัญของบรรพบุรุษ คุณภาพสินค้า เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น และคู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

**ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง**

เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เป็นสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงความนิยมอยู่เสมอ ในระหว่างปี 2563 และ 2562 บริษัทฯ มีสินค้าคงคลังเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 21.56 และ 19.72 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ มีระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยอยู่ช่วง 124 วัน

บริษัทฯ ตั้งสำรองจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลังอายุ 1 – 3 ปี 14 ล้านบาท 3 ปีขึ้นไป 25 ล้านบาท และฝ่ายการตลาดและปฏิบัติการขายจะกระตุ้นการขายสินค้าดังกล่าวจะทำส่งเสริมการขายเพื่อเร่งการขาย บริษัทฯ คาดว่าผลกระทบจากความเสียดังนี้ค่อนข้างน้อย

## 4. สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### 4.1 ทรัพย์สินถาวรและสิทธิการเช่าของบริษัท

#### ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (บาท)	ภาระผูกพัน
1. งานระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ		
- สำนักงานและโรงงาน		22,322,641.01	
2. ส่วนปรับปรุงที่ดิน			
- สำนักงาน		3.00	
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 (จอดรถ) - 2 งาน 45 ตร.ว. โฉนดเลขที่ 13611, 21158 –	เป็นเจ้าของ	7,350,000.00	*
		59 และ 64699	
- ที่ดิน (จอดรถ – 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 (จอดรถ) 153 ตร.ว. โฉนดเลขที่ 56835 – 36	เป็นเจ้าของ	10,000,000.00	
รวมที่ดิน		278,439,869.79	
4. ส่วนปรับปรุงที่ดินและอาคารสำนักงาน		14,855,667.26	

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		27,606,818.32	*
5.3 อาคารใหม่ 5 ชั้น	81-81/1 เพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	44,015,692.06	*
5.4 อาคารสำนักงาน 3 ชั้น	270/1 ซอยเพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	7,089,479.32	
	263 ซอยเพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	2,593,840.05	
	265 ซอยเพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	9,510,746.27	
	267 ซอยเพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	—	
รวมอาคาร			90,816,579.02	
6. เครื่องจักรและอุปกรณ์	140, 140/1 หมู่ 4 ต. มาบยางพร อ. ปลวกแดง จ.ระยอง 81-81/1 เพชรเกษม 54 แยก 3 เขตภาษีเจริญ กทม.	เป็นเจ้าของ	49,854,468.17	
7. ยานพาหนะ		เป็นเจ้าของ	13,235,204.70	
รวมทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น			<u>447,201,788.94</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	68,115,600.00	*
- ที่ดินโรงงาน - 6 ไร่ - งาน 57.00 ตรว. 140, 140/1 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เป็นเจ้าของ	—	*
<b>รวมที่ดิน</b>		<b>68,115,600.00</b>	
2. อาคาร			
- อาคารโรงงานและสำนักงาน 140 หมู่ 4 ต.มาบยางพร อ.ปลวกแดง จ.ระยอง	เป็นเจ้าของ	54,284,400.00	*
<b>รวมอาคารและสิ่งปลูกสร้าง</b>		<b>54,284,400.00</b>	
<b>รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนทั้งสิ้น</b>		<b>122,400,000.00</b>	

หมายเหตุ : \* สินทรัพย์ที่ติดจำนองเพื่อไปค้ำประกันสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

### สินทรัพย์ที่ใช้เป็นหลักประกัน

บริษัทฯ ได้นำที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ใช้ในการประกอบธุรกิจมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 224.46 ล้านบาท ไปค้ำประกันสินเชื่อที่ได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 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 2563 จำนวน 1,878,784.26 บาท

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

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 ให้จำเลยชำระหนี้รวมเป็นค่าเสียหายเงินต้น 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 ได้มีคำพิพากษาศาลอุทธรณ์คดีชำนัญพิเศษให้บริษัท ชำระค่าเสียหายเป็นจำนวนเงินรวมทั้งสิ้น 16.74 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2562 บริษัทฯ ได้ยื่นเสนอฎีกาเพื่อโต้แย้งคำพิพากษาศาลอุทธรณ์คดีชำนัญพิเศษต่อศาลฎีกา ในระหว่างปีปัจจุบัน ศาลฎีกาได้พิจารณาไม่รับการเสนอฎีกาดังกล่าว บริษัทฯ ได้บันทึกค่าเสียหายรวมดอกเบี้ยเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 19.79 ล้านบาทตามคำพิพากษาศาลอุทธรณ์คดีชำนัญพิเศษแล้ว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น	
ชื่อ ที่ตั้ง	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 <u>โรงงานและคลังสินค้า</u> 140 – 140/1 หมู่ 4 ตำบลมาบยางพร อำเภอปลวกแดง 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	<a href="http://www.karmarts.co.th">www.karmarts.co.th</a>
E-commerce Website	<a href="http://www.karmarts.com">www.karmarts.com</a>
นายทะเบียนหุ้น	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ผู้สอบบัญชี	นางสาวพิมพ์ใจ มานิตขจรกิจ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4521 บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

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