

## ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เชอร์วิ๊ด เคมีคอล จำกัด มหาชน (“บริษัทฯ”) ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือน อุตสาหกรรม สาธารณสุขชุมชน และเคมีภัณฑ์เพื่อการเกษตร ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2538 ด้วยทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท โดยกลุ่มบริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งประมูลซื้อธุรกิจเคมีเคหะภัณฑ์บางส่วนจากบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดปลวกเชลล์ไดรท์ (Shelldrite) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเนกประสงค์ทีโพล (Teepol) แชมพูสุนัขเชนการ์ด (Chaingard) กลุ่มสารกำจัดแมลงสาหรณสุขชุมชนวาโปนา (Vapona) และน้ำยาฉีดหรือเช็ดรักษาเนื้อไม้ดีวาเทิร์น (Devatern) บริษัทฯ เริ่มรับโอนกิจการและดำเนินธุรกิจตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2539 โดยมีทีมงานเคมีเคหะภัณฑ์ของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยเป็นผู้บริหารและต่อมาได้เข้าร่วมเป็นผู้ถือหุ้น ในช่วงปี 2544 บริษัทฯ ได้เริ่มแผนงานการเปลี่ยนเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ “เชลล์ไดรท์” เป็น “เชนไดรท์” เมื่อสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้าเชลล์ไดรท์สิ้นสุดลง ต่อมาเมื่อธุรกิจขยายตัวขึ้นบริษัทฯ ได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 60 ล้านบาท และ 120 ล้านบาทตามลำดับ และ เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2547 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 120 ล้านบาท เป็น 150 ล้านบาท โดยการนำหุ้นสามัญใหม่เสนอขายให้กับประชาชนทั่วไปพร้อมกับนำบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ และเริ่มทำการซื้อขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2547

บริษัทฯ กำหนดทิศทางระยะยาว วิสัยทัศน์และพันธกิจ ซึ่งสรุปโดยสังเขปได้ ดังต่อไปนี้

**วิสัยทัศน์ (Vision)** เป็นผู้ผลิตเคมีภัณฑ์ชั้นนำที่ยกระดับคุณภาพของสุขภาพและสุขอนามัย

**พันธกิจ (Mission)** ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพระดับสากล และสร้างตราสินค้าของตนเองในกลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง กลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยของสัตว์เลี้ยง และกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสำหรับผู้บริโภคทั่วไป งานสาธารณสุขชุมชน เคมีเกษตรกรรมและผู้ใช้แบบอุตสาหกรรมด้วยความใส่ใจที่จะลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม

**เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ** บริษัทฯ มีแผนในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เพื่อออกวางจำหน่ายในตลาด และขยายตลาดสินค้าของบริษัทไปในต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดในภูมิภาคอาเซียน หรือ AEC

## 1.1 ประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ธันวาคม 2538	จดทะเบียนบริษัทในนาม บริษัท เชอร์วิ๊ด เคมีคอล จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท โดยมีผู้ถือหุ้นคือบริษัท ไทยแสงเจริญ (ปลาดุลาม) จำกัดที่เป็นผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เชลล์ไดรท์ ซึ่งภายหลังได้มีการรวมเข้ากับบริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) กลายเป็นบริษัทเดียวและเป็นผู้ถือหุ้นแทน
มิถุนายน 2539	ทีมงานเคมีเคหะภัณฑ์จากบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด เริ่มเข้าร่วมงานกับบริษัทฯ พร้อมรับโอนและดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์กำจัดแมลง ผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องภายใต้ชื่อการค้าเชลล์ไดรท์ (Shelldrite) เชนการ์ด (Chaingard)

	สเตดฟาสต์ (Stedfast) ดีวาเทิร์น (Devatern) วาโปน่า (Vapona) และทีโพล (Teepol) ต่อจากบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย ที่มีนโยบายที่จะยุติการดำเนินธุรกิจเคมีเกษตรและเคมีเกษตรภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือนเพื่อมุ่งเน้นการประกอบธุรกิจน้ำมันและเคมีอุตสาหกรรม
กรกฎาคม 2539	ทีมงานเคมีเกษตรภัณฑ์จากบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย เข้าเป็นผู้ถือหุ้นร่วมในบริษัท เชอร์วิ๊ด เคมิคอล จำกัด โดยสัดส่วนการถือหุ้นแบ่งเป็นกลุ่มทีโอเอร้อยละ 45 กลุ่มผู้บริหารร้อยละ 30 และกลุ่มผู้ถือหุ้นอื่นอีกร้อยละ 25
กรกฎาคม 2540	สัญญาจ้างผลิตโดยบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย สิ้นสุดลง และการก่อสร้างโรงงานของบริษัท เชอร์วิ๊ด เคมิคอล จำกัด ที่นิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์ แล้วเสร็จ พร้อมการติดตั้งเครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต ซึ่งอุปกรณ์การผลิตบางส่วนได้ประมูลซื้อมาจากบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย บริษัทฯ จึงเริ่มโอนย้ายการผลิตทั้งหมดมาที่โรงงานของบริษัทฯ ในนิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์
กรกฎาคม 2543	ได้รับการรับรองระบบการจัดการคุณภาพ ISO 9001 จาก บริษัท TUV NORD ได้รับการรับรองระบบเป็นเวอร์ชัน 2000 ในปี 2546 และได้รับการต่ออายุปี 2552 และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน
มิถุนายน 2544	เริ่มดำเนินการเปลี่ยนชื่อการค้าใหม่จาก “เชลล์ไดรท์ (Shelldrite)” เป็น “เชนไดรท์ (Chindrite)” ตามสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้าที่สิ้นสุดลง
พฤศจิกายน 2544	ได้รับการรับรองระบบการผลิตตามหลักเกณฑ์ที่ดีในการผลิตวัตถุอันตราย (Good Manufacturing Practice for Hazardous Substance: GMP) จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข และได้รับการต่ออายุปี 2553 และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน
กุมภาพันธ์ 2545	ได้รับการรับรองระบบ การผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 จากบริษัท TUV NORD และได้รับการต่ออายุปี 2554 และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน
กรกฎาคม 2545	เพิ่มทุนจาก 30,000,000 บาทเป็น 60,000,000 บาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 300,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
กุมภาพันธ์ 2547	ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2547 เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2547 ได้มีมติเรียกชำระหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทจากทุนเรียกชำระแล้ว 60,000,000 บาท เป็น 120,000,000 บาท โดยเสนอขายหุ้นสามัญใหม่จำนวน 600,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นตามสัดส่วนการถือหุ้น
มีนาคม 2547	ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2547 เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2547 ได้มีมติให้แปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2547 เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2547 ได้มีมติให้แปลงมูลค่าหุ้นจากมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 5 บาท และเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 120,000,000 บาท เป็น 150,000,000 บาท โดยการนำหุ้นสามัญใหม่จำนวน 6,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท เสนอขายให้กับประชาชนทั่วไปพร้อมกับนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ (Market for Alternative Investment - MAI)



เมษายน 2547	บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท เชอร์วู้ด เคมิคอล จำกัด (มหาชน)
ตุลาคม 2547	เริ่มทำการซื้อขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2547
มกราคม 2548	ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2548 เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2548 ได้มีมติให้แปลง มูลค่าหุ้นจากมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท
เมษายน 2548	ย้ายที่ตั้งสำนักงานใหญ่มาที่ 1061, 1063, 1065, 1067, 1069 ถนนศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
มิถุนายน 2548	สร้างโรงงานอาคารคลังสินค้าหน่วยที่ 5 มีพื้นที่ประมาณ 2,700 ตรม. แล้วเสร็จโดยมีมูลค่ารวมประมาณ 45 ล้านบาท
มีนาคม 2549	เริ่มดำเนินการขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดเคมีสาธารณสุขชุมชน
กันยายน 2549	ซื้อเครื่องบรรจุสเปรย์ (Automatic Aerosol Filling Line) จากประเทศอังกฤษที่มีมูลค่ากว่า 30 ล้านบาทเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตสินค้าสเปรย์กำจัดแมลงในบ้านเรือน
กุมภาพันธ์ 2550	เริ่มดำเนินการขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดเคมีเกษตร
พฤศจิกายน 2550	ได้รับการรับรองทะเบียนผลิตภัณฑ์ Chaindrite 100 EC จากหน่วยงาน Australian Pesticides and Veterinary Medicines Authority (APVMA) ซึ่งเป็นส่วนราชการที่ควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์สารเคมีกำจัดแมลงและยาสำหรับสัตว์ในประเทศออสเตรเลีย
กุมภาพันธ์ 2551	สร้างโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดบนที่ดินใหม่ แล้วเสร็จโดยมีมูลค่ารวมประมาณ 60 ล้านบาท
มีนาคม 2551	เริ่มทำการผลิตผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลงและส่งออกไปยังประเทศออสเตรเลีย สิงคโปร์ และปาปัวนิวกินี
พฤษภาคม 2552	ลงทุนก่อตั้งบริษัท เชอร์วู้ด เคมิคอล ออสเตรเลีย จำกัด ขึ้นในประเทศออสเตรเลีย เพื่อดูแลและส่งเสริมธุรกิจการส่งออกและการลงทุนใหม่ๆ ในต่างประเทศ
ธันวาคม 2553	ได้รับการรับรองระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารทุกกระบวนการ ISO 22000 ในการผลิตสินค้ากลุ่มทำความสะอาด จาก บริษัท TUV NORD
ธันวาคม 2553	ได้รับการรับรองระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (Hazard Analysis Critical Control Point: HACCP) จาก บริษัท TUV NORD

## 1.2 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ มีการลงทุนในบริษัทย่อย คือ บริษัท เซอร์วิค เคมิคอล ออสเตรเลีย จำกัด ที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายเคมีเคะภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือน อุตสาหกรรม และเคมีเกษตรในประเทศออสเตรเลีย โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นในอัตราร้อยละ 50 ของเงินลงทุน

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้จากการจำหน่ายของบริษัทแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์	2558		2557		2556	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้	164.74	13.99	171.94	14.92	189.04	16.49
ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง	808.80	68.69	775.64	67.30	755.82	65.92
ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด	180.03	15.29	178.94	15.53	174.42	15.21
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	21.68	1.84	22.02	1.91	23.23	2.03
รวมรายได้จากการขาย	1,175.25	99.81	1,148.54	99.65	1,142.51	99.65
รายได้อื่น	2.18	0.19	3.99	0.35	3.99	0.35
รวม	1,177.44	100.00	1,152.53	100.00	1,146.50	100.00

โครงสร้างรายได้จากการจำหน่ายของบริษัทใหญ่แบ่งตามกลุ่มตลาดผู้ใช้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตลาดผู้ใช้	2558		2557		2556	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ตลาดผู้บริโภคที่เป็นผู้ใช้ตามบ้าน	991.54	84.51	970.82	85.83	1,002.90	88.40
ตลาดผู้ใช้ในอุตสาหกรรม	103.74	8.84	98.98	8.75	79.39	7.00
ตลาดส่งออกต่างประเทศ	76.71	6.54	60.57	5.36	51.61	4.55
อื่นๆ	1.35	0.11	0.69	0.06	0.65	0.06
รวมรายได้จากการขาย	1,173.34	100.00	1,131.06	100.00%	1,134.55	100.00%

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเคมีเคหะภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือน อุตสาหกรรม สาธารณสุขชุมชน และเคมีภัณฑ์เพื่อการเกษตร ตลอดเวลากว่า 20 ปีหลังที่รับโอนธุรกิจมาจากบริษัทเซลล์แห่งประเทศไทย บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มเติมมาโดยตลอด ปัจจุบันบริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่ออกวางจำหน่ายแล้วมากกว่า 220 ผลิตภัณฑ์ภายใต้ 130 เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนเรียบร้อยแล้ว สามารถแบ่งตามสายธุรกิจของกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ (Wood Preservatives Group)** เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพื้นฐานที่ใช้พิทักษ์ปกป้องรักษาไม้จากการทำลายของปลวก มอด แมลงเจาะ ไม้อื่นๆ และป้องกันเชื้อราทำลายไม้ ประกอบด้วย
  1. **เชนไดรท์/พรีแมกซ์ ผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ (CHAINDRITE and PREMAX : Wood Preservative)**

เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปใช้ง่าย ไม่ต้องผสมน้ำยาหรือน้ำมันอื่นใดอีก ใช้ทาหรือพ่นบนพื้นผิวของไม้ก่อนทาสีเคลือบผิวอื่นๆ เพื่อป้องกัน ปลวก มอด และเชื้อรา อันเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ไม้ผุร่อนเสียหาย เช่น ไคร้ และปริแมกซ์ ผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อ ไม้มีให้เลือก 3 สี คือ

- 1.1 เซนไควรท์ ดีบี และพีรีแมกซ์ ดีบี (DB:Dark Brown) เหมาะสำหรับทาไม้ที่ทำโครงคร่าวหลังคา ถาน โครงฝ้าเพดาน
- 1.2 เซนไควรท์ แอลบี และพีรีแมกซ์ แอลบี (LB:Light Brown) เหมาะสำหรับคร่าวในผนังสำหรับฝ้า เพดาน บัว ด้านในผนัง
- 1.3 เซนไควรท์ ซีแอล และพีรีแมกซ์ ซีแอล (CL:Colorless) ใช้ทารองพื้น ประตู หน้าต่าง วงกบ เฟอร์นิเจอร์ ก่อนทาสีหรือวัสดุเคลือบผิวอื่น ๆ

## 2. เชนไดรท์วู้ดสเทน สีย้อมไม้ (CHAINDRITE WOODSTAIN : Transparent Wood Coloring)

- 2.1 เชนไครท์ วัสดุสแตน ชนิดเงา (Gloss) และกึ่งเงา (Semi Gloss) ใช้ย้อมสีไม้เฟอร์นิเจอร์ ฝาผนัง วงกบ ประตู หน้าต่าง บัวเชิงชาย ศาลานั่งเล่นไม้ ทั้งภายในภายนอกให้เงางาม คงสภาพลายไม้และได้สีตามต้องการ มีสารปกป้องเนื้อไม้จากเชื้อราและแมลงทำลายไม้ ป้องกันความชื้นและแสงยูวีด้วยการทาเชนไครท์ วัสดุสแตน ชนิดเงาหรือกึ่งเงาเพียงอย่างเดียว เชนไครท์ วัสดุสแตน ได้รับการขึ้นทะเบียนถูกต้องจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีให้เลือกมากกว่า 10 เฉดสี
- 2.2 เชนไครท์ วัสดุสแตน สีเคลือบใสชนิดด้าน (Clear Matt Finishing) เป็นสารเคลือบไม้ที่ผสมสารพิเศษที่ช่วยลดความเงาของสีย้อมไม้ เชนไครท์ วัสดุสแตนชนิดเงาหรือกึ่งเงา ทาทับบนพื้นไม้ที่ไม่ต้องการความเงาหลังการทาสีย้อมไม้เชนไครท์ วัสดุสแตน ชนิดเงาหรือกึ่งเงา โดยที่ไม่ปิดบังความสวยงามของลายไม้และยังเสริมด้วยปกป้องผิวไม้จากการทำลายของเชื้อรา
- 2.3 เชนไครท์ วัสดุสแตน สูดร่น้ำ เป็นสีย้อมไม้ที่สูดร่น้ำที่ไม่มิกลิ้นจน และมีความปลอดภัยต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ด้วยเทคโนโลยีการผลิตที่ใช้ อะคริลิก โพลีเมอร์ ที่ออกแบบให้ฟิล์มสีมีความเงา และต่อสภาวะแวดล้อมสูง
- 2.4 เชนไครท์ เดคสแตน (Deckstain Floor Coloring) สีย้อมพื้นไม้คุณภาพสูง ป้องกันการขีดข่วน ความชื้น และแสงยูวี เหมาะสำหรับทาพื้นไม้ทั้งในและนอกอาคารเพื่อความสวยงามของพื้นลายไม้และทนทาน มีให้เลือกใช้มากกว่า 5 เฉดสี

3. ผลิตภัณฑ์ท่อน้ำมันไม้สัก และไม้เขตร้อน (CHAINDRETE TEAK OIL : Wood Moisturizer)

- 3.1 เชน ไคร้ท์ ทิกอยล์ ผลิตจากการผสมผสานน้ำมันสกัดจากไม้ธรรมชาติที่จะทำหน้าที่เสมือน “สารหล่อลื่นความชื้น” ให้กับไม้เพื่อช่วยป้องกันเพอร์นิเจอร์ไม้นอกจากการจากแสงแดด ไม้สึกและไม้ต่าง ๆ จะสูญเสีย “น้ำมันไม้” ที่มีอยู่ตามธรรมชาติเมื่อทิ้งให้สัมผัสแสงแดดและสภาพอากาศภายนอกอาคาร ทำให้เกิดการ “แห้ง และ แตก” ของเนื้อไม้ การขลิบไม้ด้วย เชน ไคร้ท์ ทิกอยล์ นอกจากจะสามารถรักษาสภาพไม้ให้ดูใหม่ ยังอาจจะช่วยใช้พื้นปูสภาพไม้เก่าให้ดูใหม่ขึ้นได้ระดับหนึ่ง เชน ไคร้ท์ ทิกอยล์ มีส่วนผสมที่ช่วยป้องกันรังสี UV จากแสงแดด, ป้องกันความชื้นจากสภาพอากาศ และสารป้องกันเชื้อราทำลายไม้

#### 4. ผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ที่ใช้งานอุตสาหกรรม (Industrial Wood Preservative)

- 4.1 ควาเทิร์น 10 อีชี (DEVATERN 10 EC) เป็นผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ในงานอุตสาหกรรม ใช้ง่ายโดยผสมควาเทิร์น 10 อีชี 1 ส่วน กับน้ำให้เป็น 100 ส่วน ใช้แช่ รม หรือฉีดพ่นไม้ป้องกัน ปลวก มอด และแมลง

ทำลายไม้อื่นๆ ใช้ได้ทั้งไม้เนื้ออ่อนและไม้เนื้อแข็ง ฉีดพ่นไม้ซุง ในระหว่างการชักลาก แซ่ไม้เสาหลัก แซ่ไม้พาเลต และไม้แปรรูป เช่น หน้าต่าง ประตู รวมถึงวงกบ หรือผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ทำจากไม้

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง (Insecticide Group)** ใช้ป้องกันและกำจัดแมลงต่างๆ ทั้งในบ้านเรือนและในสาธารณะชุมชน ประกอบด้วย

**1. ผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดปลวกใต้ดิน และแมลงรอบๆ อาคาร กลุ่มไพรีทรอยด์ (Pyrethroid Group Soil Treatment Termiticide and Perimeter Treatment)**

เป็นสารออกฤทธิ์ในกลุ่มไพรีทรอยด์ ภายใต้ชื่อทางการค้า เช่น ไคร้ท์ สเตดฟาส (CHAINDRITE STEDFAST) ไบฟอร์ซ (BIFORCE) และไซเปอร์แทค (ZYPERTAC) เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ป้องกันกำจัดปลวกใต้ดินที่มีคุณภาพสูง และเป็นที่ยอมรับกันมานาน เพื่อใช้ราดพื้นใต้บ้านหรืออาคารที่กำลังก่อสร้าง หรืออัดลงใต้บ้านที่สร้างเสร็จแล้ว สร้างชั้นสารเคมีที่มีประสิทธิภาพ ป้องกันการรุกรานของปลวกใต้ดิน มีให้เลือก 3 สูตร คือ

- 1.1 ผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดปลวกและแมลงสูตรน้ำแบบเอสซี (Suspension Concentrate) ที่มีคุณสมบัติพิเศษเพิ่มประสิทธิภาพในการยึดเกาะเม็ดดิน ทนต่อการชะล้างของน้ำ ทนต่อความร้อนระอุของผิวดิน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่มีการปนเปื้อนต่อผู้อยู่อาศัย ให้ผลป้องกันได้ยาวนานกว่า 6 ปี นอกจากนี้ยังไม่ถูกดูดซึมโดยพืชหรือต้นไม้ จึงสามารถใช้กำจัดมดและแมลงที่อยู่อาศัยในพื้นที่รอบๆ อาคารได้ดีมีให้เลือกหลายความเข้มข้น ได้แก่ เช่น ไคร้ท์ สเตดฟาส 8 เอสซี (CHAINDRITE STEDFAST 8 SC) , ไคร้ท์ สเตดฟาส 30 เอสซี (CHAINDRITE STEDFAST 30 SC), ไบฟอร์ซ 10 เอสซี (BIFORCE 10 SC)
- 1.2 ผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดปลวกและแมลงสูตรน้ำมันแบบอีซี (Emulsifiable Concentrate) มีประสิทธิภาพสูง ใช้กำจัดแมลงได้รวดเร็ว เหมาะสำหรับบ้านหรืออาคารที่มีพื้นที่มาก ๆ ป้องกันปลวกยาวนานมากกว่า 4 ปี มีให้เลือกหลายความเข้มข้น ได้แก่ เช่น ไคร้ท์ สเตดฟาส 40 อีซี (CHAINDRITE STEDFAST 40 EC), ไคร้ท์ สเตดฟาส 10 อีซี (CHAINDRITE STEDFAST 10 EC), ไบฟอร์ซ 100 อีซี (BIFORCE 100 EC), ไซเปอร์แทค 25 อีซี (ZYPERTAC 25 EC)
- 1.3 ผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดปลวกและแมลงสูตรน้ำแบบเอ็มซี (Microemulsion Concentrate) ได้แก่ ไซเปอร์แทค 15 เอ็มซี (ZYPERTAC 15 MC) ไม่มีการใช้ราดพื้นป้องกันปลวกใต้ดินระยะยาวนานกว่า 3 ปี 1 ลิตรผสมน้ำได้ 40 ลิตร ราดพื้นที่ 8 ตารางเมตร ถ้าใช้สำหรับการฉีดป้องกันแมลงรอบ ๆ บ้าน 1 ลิตรผสมน้ำ 100 ลิตร

**2. ผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดปลวกใต้ดิน และแมลงรอบๆ อาคาร กลุ่มอื่นๆ (Other Soil Treatment Termiticide and Perimeter Treatment - Non-repellent active ingredients)**

สารออกฤทธิ์ชนิดใหม่มีคุณสมบัติพิเศษสามารถส่งผ่านสารออกฤทธิ์จากปลวกตัวหนึ่งไปยังอีกตัวหนึ่งได้ จึงทำให้เกิดการตายต่อเนื่องได้ โดยที่ปลวกจะไม่รู้ว่าพื้นที่นั้นๆ มีการฉีดพ่นสารเคมีป้องกัน สารออกฤทธิ์ที่สำคัญได้แก่ อิมิดาคลอพริด ฟิโพรนิล ผลิตภัณฑ์ในการกำจัดนี้

- 2.1 อิมิฟอร์ซ 5 เอสซี และ อิมิฟอร์ซ 20 เอสซี สารออกฤทธิ์ คือ อิมิดาคลอพริด 5% และ 20% ตามลำดับ
- 2.2 ฟิปปอร์ซ 5 เอสซี สารออกฤทธิ์ คือ ฟิโพรนิล 5%
- 2.3 ฟิปปอร์ซ 2.5 อีซี สารออกฤทธิ์ คือ ฟิโพรนิล 2.5%
- 2.4 ฟรีแมกซ์ อิมิฟอร์ซ 50 เอสซี สารออกฤทธิ์ คือ อิมิดาคลอพริด 5%

### 3. ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดปลวก มอด มด และแมลงคลานอื่นๆ ชนิดผง เช่นไคร์ท เพาเดอร์ (CHAINDRITE POWDER)

เป็นผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดปลวก มอด มด และแมลงคลานอื่นๆ ชนิดผง ใช้สารออกฤทธิ์เพอร์เมทริน (Permethrin) ซึ่งมีความปลอดภัยกับคนและสัตว์เลี้ยง ใช้โรยบริเวณที่ไม่สามารถฉีดพ่นสารเคมีชนิดน้ำได้ เช่น ขอบประตูและหน้าต่าง รอยต่อปลั๊กไฟ เป็นต้น

### 4. ผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดปลวกใต้ดิน และแมลงรอบๆ อาคารที่ได้รับการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ ที่ประเทศออสเตรเลียแล้ว (Termiticide and Turf & Ornament Insecticide Registered with Australian Pesticide and Veterinary Medicines Authority, APVMA)

4.1 ผลิตภัณฑ์ป้องกัน-กำจัดปลวกและแมลงสูตรน้ำแบบเอสซี (Suspension Concentrate -SC) ที่มีคุณสมบัติพิเศษเพิ่มประสิทธิภาพในการยึดเกาะเม็ดดิน ทนต่อการชะล้างของน้ำและความร้อนระอุของผิวดิน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่มีกลิ่นรบกวนต่อผู้ใช้งาน และผู้อยู่อาศัย โดยให้ผลการป้องกันได้ยาวนานกว่า 6 ปี และไม่มีผลกระทบต่อระบบดูดซึมอาหารของพืช จึงสามารถใช้กำจัดแมลงต่างๆ ในสวนและสนามหญ้า หรือแมลงรอบๆ อาคาร ได้ดี อีกทั้งยังมีสูตร และความเข้มข้นหลายระดับให้เลือกใช้งานอย่างเหมาะสม ได้แก่ เชอร์วู้ด เดลฟอร์ซ เรสซิดวล (SHERWOOD DELFORCE RESIDUAL INSECTICIDE), อิมิฟอร์ซ 200 SC (IMIFORCE 200 SC TERMITICIDE), เช่นไคร์ท เบาเชอร์ 100 เอสซี ทีแอนด์ไอ (CHAINDRITE BOUNCER 100 SC T&O MULTI INSECTICIDE), ไบฟอร์ซ 100 เอสซี (BIFORCE 100 SC TERMITICIDE & INSECTICIDE), ไบฟอร์ซ 200 SC (BIFORCE 200 SC WATER-BASES TERMITICIDE), เช่นไคร์ท ไซยาโนฟอร์ซ 250 เอสซี (CHAINDRITE CYANOFORCE 250 SC TERMITICIDE), ฟิฟอร์ซ อะควา (FIPFORCE AQUA TERMITICIDE & INSECTICIDE) และ อิมิฟอร์ซ 200 SC (IMIFORCE 200 SC TERMITICIDE).

4.2 ผลิตภัณฑ์ป้องกัน-กำจัดปลวกและแมลงสูตรน้ำมันแบบอีซี (Emulsifiable Concentrate -EC) มีประสิทธิภาพสูง สามารถใช้กำจัดแมลงได้รวดเร็ว เหมาะสำหรับบ้านหรืออาคารที่มีพื้นที่มาก ป้องกันปลวกยาวนานมากกว่า 4 ปี โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมคือ เช่นไคร์ท เพอร์ฟอร์ซ 500 เรสซิดวล (CHAINDRITE PERFORCE 500 RESIDUAL INSECTICIDE)

ทั้งนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์ป้องกัน-กำจัดปลวก และแมลงคลานอื่นๆ ชนิดใหม่ที่อยู่ระหว่างดำเนินการขอขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ ที่ประเทศออสเตรเลีย และคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปีพ.ศ. 2559 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบผงเพื่อกำจัดแมลงสาบ อัลตราฟอร์ซ ค็อกโรช พาวเดอร์ (ULTRAFORCE COCKROACH POWDER), ผลิตภัณฑ์ป้องกัน-กำจัดปลวกสูตรน้ำมัน กลิ่นอ่อน ไบฟอร์ซ 200 อีซี โลว์ โอดอร์ (BIFORCE 200 EC LOW-ODOUR) และผลิตภัณฑ์ป้องกัน-กำจัดปลวกสูตรน้ำ อิมิฟอร์ซพลัส (IMIFORCE+)

### 5. ผลิตภัณฑ์กำจัดแมลงเพื่อสาธารณสุขชุมชน (Public Health Insecticide)

5.1 เชอร์วาคไซด์ - ดี (SHERWACIDE - D) เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ป้องกันและกำจัดยุงในบ้านเรือน หรืออาคารสถานที่ โรงแรม โรงภาพยนตร์ โรงงานผลิตอาหาร ตลอดจนบริเวณตลาดสด เป็นต้น โดยฉีดพ่นได้ทั้งแบบหมอกควัน (Fogging) และแบบฝอยละเอียด (ULV) มีประสิทธิภาพในการกำจัดยุงและแมลงบินได้ดี และมีความปลอดภัยต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม



- 5.2 เอาทริกเกอร์ (OUTRIGGER)/ ซับมาริน (Submarine) เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ป้องกันกำจัดยุงและกำจัดแมลงในบ้านเรือน โรงแรม ภัตตาคาร ตลาดสด ฟาร์มปศุสัตว์ เป็นต้น มีความเป็นพิษต่ำ ปลอดภัยต่อมนุษย์ สิ่งแวดล้อมและสัตว์เลี้ยง (เมื่อใช้ตามคำแนะนำบนฉลาก) สามารถใช้ได้ด้วยวิธีฉีดพ่นพื้นผิวแบบหมอกควัน (Fogging) และแบบฝอยละเอียด (ULV)
- 5.3 เพอริท (PERIT) มีสารออกฤทธิ์คือ Cypermethrin ที่มีหลายรูปแบบด้วยกัน เพื่อในการฉีดพ่นแบบพื้นผิวและแบบหมอกควัน (Fogging) เพื่อป้องกันและกำจัดแมลง เช่น ยุง แมลงวัน แมลงสาบและมดรอบๆ บ้านเรือน หรืออาคารสถานที่โล่ง
- 5.4 วาโปน่า 50 อีซี (VAPONA 50 EC) เหมาะสำหรับเครื่องฉีดพ่นแบบพื้นผิว แบบหมอกควัน และแบบฝอยละเอียด โดยผสมวาโปน่า 50 อีซี 1 ส่วนต่อน้ำ 99 ส่วน เพื่อใช้ป้องกันและกำจัดแมลงในบ้านเรือนหรืออาคารสถานที่ เช่น แมลงบิน ยุง และแมลงกลานต่างๆ ไป ซึ่งสารชนิดนี้สามารถสลายตัวได้อย่างรวดเร็ว และไม่ตกค้าง
- 5.5 เซอร์วูด ชิลด์ มอร์ (SHERWOOD SHIELD MORE) ผลิตภัณฑ์ไล่ และป้องกันแมลง ชนิดโลชั่น ใช้ทาบริเวณ แขน ขา และผิวหนัง เพื่อป้องกันยุงได้ยาวนานกว่า 7 ชั่วโมง
- 5.6 สคูเนอร์ (SCHOONER) ใช้ในการป้องกันและกำจัดยุงและแมลงบินในบ้านเรือน หรืออาคารสถานที่ ในโรงงานอุตสาหกรรม โดยการฉีดพ่นแบบหมอกควัน (Fogging) หรือแบบฝอยละเอียด (ULV)
- 5.7 ดเร็กเจอร์ 10 เอสซี (DREDGER 10 SC) เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ป้องกันและกำจัดแมลงในบ้านเรือน หรือบริเวณอาคารสถานที่ ในโรงงานอุตสาหกรรม เช่น ยุง แมลงวัน แมลงสาบ และมด เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้สำหรับชุบมุ้ง เพื่อป้องกันและกำจัดยุงได้อีกด้วย
- 5.8 เซอร์วูด เอาท์ดอร์ ชิลด์ (SHERWOOD OUTDOOR SHIELD) ผลิตภัณฑ์ไล่ และป้องกันแมลงชนิดของเหลว มีสารออกฤทธิ์ คือ DEET 15 % W/W ใช้ฉีดพ่น/ ทาบริเวณ แขน ขา และผิวหนัง เพื่อป้องกันยุงและทาก ได้ยาวนานกว่า 7 ชั่วโมง
- 6. ผลิตภัณฑ์สเปรย์ป้องกันและกำจัดแมลงในบ้านเรือน (Household Insecticide Aerosol)**
- 6.1 เชนไดรท์ 1 (CHAINDRITE 1 Crack and Crevice Aerosol) สเปรย์พืชรปลวก พืชตามด และแมลงสาบในบ้านเรือน ใช้ป้องกันและกำจัดแมลงเฉพาะจุดอย่างง่ายๆ ด้วยตัวคุณเอง โดยเฉพาะจุดที่มีปัญหาเรื่องปลวก หรือบริเวณที่ต้องการป้องกัน ปลวก มอด มด และแมลงสาบ โดยตัวยาไม่ฟุ้งกระจาย เพราะมีหลอดฉีดพ่นนิรภัยขนาดเล็กและยาวเป็นพิเศษ ซอกซอนเข้าฉีดตามรอยแตกรอยต่อ ซอกมุม หลืบ ผนัง ฝ้า 2 ชั้น ฝ้าเพดาน ประตู และวงกบประตูหน้าต่าง รวมทั้งทางเดินของมด แมลงสาบ และแมลงต่าง ๆ ออกฤทธิ์กำจัดเห็นผลทันที เพราะมีส่วนผสมของสารออกฤทธิ์ อัลฟาไซเปอร์เมทรินและไบเพนทรินที่มีความปลอดภัยสูงแต่มีฤทธิ์ในการกำจัดแมลงกลานได้ดี โดยจะออกฤทธิ์ทันทีที่แมลงสัมผัสหรือเดินผ่านบริเวณที่ฉีดเชนไดรท์ 1 สเปรย์ไว้ คงฤทธิ์การกำจัดแมลงกลานได้นาน 4-6 สัปดาห์
- 6.2 เชนไดรท์ เหลือง (CHAINDRITE Mosquito Killer Aerosol) กลิ่นดี-เลมอนนีน สเปรย์กำจัดยุงและแมลงในบ้านเรือน มั่นใจในเรื่องความปลอดภัย กลิ่นบางเบาไม่รบกวน ใช้ฝานิดชนิด Spray Through Cap ป้องกันสารเคมีเลอะเปื้อนมือขณะฉีด กำจัดยุงภายในและรอบๆ บ้านอย่างมีประสิทธิภาพและมั่นใจเรื่องความปลอดภัย เพราะเชนไดรท์ เหลืองสเปรย์กำจัดยุงผสม เอสไบโออัลเลทริน (เอสไบโออัลเลทริน = Esbioallethrin) ซึ่งเป็นสูตรประสิทธิภาพออกฤทธิ์ไวและฆ่ายุงทุกชนิดได้รวดเร็ว

- 6.3 เซนไดรท์อะควา (CHAINDRITE AQUA Mosquito Killer Aerosol) กลิ่นยูคาลิปตัส สเปรย์สูตรน้ำประสิทธิภาพสูงสำหรับกำจัดยุง แมลงบิน และแมลงคลานในบ้านด้วยการเขย่ากระป๋องก่อนฉีดเพียงครั้งเดียวก็ฉีดได้ทั่วบริเวณ สลายตัวเร็ว กลิ่นบางเบา มีคุณภาพและความปลอดภัยเช่นเดียวกับเซนไดรท์เหลืองกำจัดยุง
- 6.4 เซนไดรท์ 2 (CHAINDRITE 2 All Insects killer Aerosol) สเปรย์ใช้กำจัดยุง แมลงวัน รัน แมลงสาบ และแมลงเล็กๆ อื่นๆ ในบ้านเรือน สามารถใช้ในอาคารสถานที่ต่างๆ หรือใช้โรงงานอุตสาหกรรม ออกฤทธิ์ปกป้องนานกว่า 4 สัปดาห์ ป้องกันสารเคมีเลอะเปื้อนมีอณูขณะฉีดเพราะใช้ฝ้านิดชนิดสเปรย์ทูลูแบบ 2 รู (Double Nozzles Spray Through Cap) สามารถฉีดได้ทันทีโดยไม่ต้องเปิดฝา
- 6.5 เซนไดรท์ 2 กลิ่นลาเวนเดอร์ (CHAINDRITE 2 LAVENDER) เป็นผลิตภัณฑ์กำจัดยุง แมลงสาบ แมลงเม่าและแมลงบินขนาดเล็กอื่นๆ สามารถป้องกันสารเคมีเลอะเปื้อนมีอณูขณะฉีดเพราะใช้ฝ้านิดชนิดสเปรย์ทูลู (Spray Through Cap) สามารถฉีดได้ทันทีโดยไม่ต้องเปิดฝา
- 6.6 เซนไดรท์ 3 เป็นผลิตภัณฑ์สเปรย์ ป้องกันและกำจัดแมลง สูตรไร้สารแต่งกลิ่น สามารถออกฤทธิ์ตกค้างในการกำจัดนานถึง 4 สัปดาห์หลังการฉีด มีท่อโลหะสแตนเลสขนาดเล็กและยาว เพื่อใช้ฉีดเข้าซอกมุมลึกๆ ได้ดี
- 6.7 เทอร์แมทริกซ์ โฟม (TERMATRIX FOAM) เป็นผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดปลวกใต้ดินในรูปแบบโฟม ที่อัดแก๊สพร้อมฉีด (Aerosol Foam) โดยมีท่อฉีดขนาดยาวที่สามารถฉีดเข้าไปในรอยเจาะ รอยแตก เฉพาะจุด หรือตามมุมต่างๆ ได้ดี เนื้อโฟมจะขยายตัวอย่างรวดเร็วแพร่กระจายเข้าไปตามรอยเจาะ รอยแตก รอยแยก ได้อย่างทั่วถึง

## 7. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ป้องกันยุง (Repellent)

- 7.1 เซนไดรท์ ยาจูดกันยุง กลิ่นลาเวนเดอร์ (CHAINDRITE MOSQUITO COILS LAVENDER SCENT) ยาจูดกันยุง ใช้จุดป้องกันยุง ด้วยสารสำคัญ เมโทฟลูทริน (Metofluthrin) มีความปลอดภัยสูง กลิ่นบางเบา ไม่ฉุน
- 7.2 โลชั่นทากันยุง มอส อเวย์ (MOS AWAY LOTION) มี 3 กลิ่นให้เลือก ได้แก่ กลิ่นลาเวนเดอร์ กลิ่นบลูมมิ่ง และกลิ่นตะไคร้หอม โดยทั้ง 3 กลิ่นเป็นกลิ่นหอมอ่อนๆ ไม่ฉุน แห้ง ไม่เหนียวเหนอะหนะ ใช้งานง่าย สามารถปกป้องคุณจากยุงได้นาน 7 ชั่วโมง

## 8. ผลิตภัณฑ์เหยื่อกำจัดแมลงสาบ พรีเม็กซ์เจล (PREMAX GEL)

เป็นผลิตภัณฑ์เหมาะสำหรับ การกำจัดแมลงสาบในบริเวณที่ไม่ต้องการฉีดพ่นสารเคมี เช่น ห้องนอน ห้องอาหาร และบริเวณปรุงอาหาร โดยใช้สารออกฤทธิ์ ฟิโปรนิล 0.05%

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยและทำความสะอาด (Cleansers Group)** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดอเนกประสงค์ รวมถึง ผลิตภัณฑ์ล้างจาน แชมพู ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดขูดนมและเครื่องใช้สำหรับเด็ก ผลิตภัณฑ์ขัดห้องน้ำ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยของสุนัข เช่น แชมพู แป้ง สบู่ และสเปรย์สูตรน้ำฉีดพ่นกรงสุนัข

### 1. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (LIQUID CLEANSING AGENTS)

- 1.1 ทีโพลีเพียว ผลิตภัณฑ์สำหรับล้างจาน แชมพูและทำความสะอาดอเนกประสงค์ (TEEPOL PURE : Multipurpose Cleansing Liquid) เป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดชนิดเข้มข้นสูตรอ่อนโยนมือผู้ใช้เป็นพิษปราศจากสารเคมีแต่งจึงไม่มีสารตกค้าง สามารถใช้ชำระล้างจัดกราบสกปรกกราบไขมันต่างๆ ให้ความใสสะอาดแก่ภาชนะอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น ขวดนม ภาชนะของใช้เสื้อผ้าของลูกน้อย ให้ความ

ใส่สะอาดของเครื่องแก้วที่ต้องการทะนุถนอมและไม่ระคายเคืองผิวหนัง ทีโพล์ผลิตด้วยน้ำบริสุทธิ์ที่ผ่านระบบกรองรีเวิร์สออสโมซิส (อาร์โอ) กรองเกลือแร่ในน้ำออกจนหมดก่อนนำไปผลิต

- 1.2 ทีโพล์ดิช ซุปเปอร์ 2 (TEEPOL Dish Super 2 : Dish Washing Liquid) ผลิตกันสำหรับงานล้างจาน ชาม และเครื่องใช้ในครัวสูตรใหม่ ขจัดคราบไขมันหนาได้ดีเป็นพิเศษ ขจัดกลิ่นคาวที่ติดจานชาม เครื่องแก้ว ภาชนะเครื่องครัวต่างๆ มีกลิ่นส้มที่ให้ความสดชื่นของ Tea Tree Oil ที่มีประสิทธิภาพฆ่าเชื้อแบคทีเรีย เพื่อภาชนะสะอาด ถูกอนามัย
- 1.3 ทีโพล์เบบี้ (TEEPOL Baby) ผลิตกันสำหรับล้างขวดนม จุกนม และเครื่องใช้สำหรับเด็ก มีส่วนผสมของสารทำความสะอาดที่สกัดจากมะพร้าวและข้าวโพด ช่วยขจัดคราบนมและกลิ่นนมอย่างสะอาด ไม่ทิ้งกลิ่นและสารตกค้างติดภาชนะ ล้างออกง่าย ปลอดภัย

## 2. แชมพูสำหรับสุนัข และสินค้าเพื่อสุขอนามัยของสุนัข (Dog Shampoo and Pet Care Products)

- 2.1 เชนการ์ด 1 แชมพู (CHAINGARD 1 SHAMPOO) ฉลากสีส้ม แชมพูป้องกันและขจัดเห็บหมัดสำหรับสุนัขตัวใหญ่ ผสมสารเพอร์เมทริน ซึ่งเป็นสารในกลุ่มไพรีทรอยด์ให้ความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองต่อผิวของผู้ใช้และสุนัข
- 2.2 แชมพูสุนัขเล็ก (CHAINGARD SMALL DOG SHAMPOO) ฉลากสีฟ้า สูตรอ่อนโยน ผสมสารเพอร์เมทริน ป้องกันและขจัดเห็บหมัด สำหรับสุนัขตัวเล็ก
- 2.3 เชนการ์ด เฟรช แอนด์ คลีน แชมพู (CHAINGARD FRESH & CLEAN SHAMPOO) ฉลากสีน้ำตาล ผสมเออร์กาซาน ดีพี 300 สามารถกำจัดเชื้อแบคทีเรีย ซึ่งเป็นสาเหตุของกลิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังสามารถอาบน้ำได้บ่อยตามต้องการ
- 2.4 เชนการ์ด เม็ดดิเคเท็ด แชมพู (CHAINGARD MEDICATED SHAMPOO) ฉลากสีเขียว ผสม Tea Tree Oil ช่วยปรับสภาพผิว ลดอาการคันและอักเสบ อันเนื่องมาจากอาการแพ้การกัดของเห็บ หมัด หรือแผลจากการข่วนเกา ทั้งยังป้องกันและขจัดแบคทีเรีย ซึ่งเป็นสาเหตุของกลิ่น
- 2.5 เชนการ์ด พัพปี แชมพู (CHAINGARD PUPPY SHAMPOO) ฉลากสีชมพู แชมพูสูตรอ่อนโยนพิเศษ เพื่อลูกสุนัขโดยเฉพาะ กลิ่นหอมสดชื่น ผสม สารสกัดธรรมชาติจากดอกคาโมมายล์ (Carmomile Extract) และวิตามินคอมเพล็กซ์ (Vitamin Complex) ช่วยบำรุงผิวและขน ทำให้ขนฟู นุ่ม เป็นเงางาม
- 2.6 เชนการ์ด คอนดิชันเนอร์ แชมพู (CHAINGARD CONDITIONER SHAMPOO) ฉลากสีม่วง มีส่วนผสมของ conditioner ช่วยปรับสภาพขนของสุนัขให้มีสุขภาพแข็งแรง ขนนุ่มลื่น และมีส่วนผสมของ Silicone ช่วยลดการพันกันของขนสุนัข ทำให้ขนเงางาม หวีง่าย พร้อมส่วนผสมของเออร์กาซาน ดีพี 300 ช่วยขจัดเชื้อแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของกลิ่นตัวสุนัขได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.7 เชนการ์ด ทราย แชมพู (CHAINGARD DRY SHAMPOO) ผลิตกันทำความสะอาดผิวหนัง และขนของสุนัขโดยไม่ต้องใช้น้ำ ช่วยดูดซับคราบไขมัน สิ่งสกปรกบนผิวหนังและเส้นขนให้หลุดออก ใช้ได้บ่อยครั้งตามต้องการ
- 2.8 เชนการ์ด สเปรย์สูตรน้ำ (CHAINGARD PET BEDDING Water Based Anti Tick and Flea Spray) สเปรย์สูตรน้ำประสิทธิภาพสูง สำหรับฉีดบริเวณที่นอนสุนัข หรือภายในกรง ช่วยกำจัดเห็บ หมัด เพื่อสุขอนามัยที่ดีของสุนัขและเจ้าของ
- 2.9 เชนการ์ด 2 สเปรย์ (CHAINGARD 2 SPRAY) เป็นสเปรย์สูตรน้ำ ใช้ฉีดพ่นบน ตัวสุนัข เพื่อป้องกันกำจัดเห็บ หมัด ที่อยู่บนตัวสุนัข

- 2.10 แป้งเซนการ์ด (CHAINGARD Anti Tick and Flea POWDER) โรยตัวสุนัข เพื่อป้องกัน และกำจัดเห็บหมัด มีกลิ่นหอมของดอกไม้อธรรมชาติ
- 2.11 การ์ดเนอร์ เนเจอร์เรล แอนตี้ฟลี แชมพู (GARDER NATUREL Anti Tick & Flea SHAMPOO) แชมพูสูตรอ่อนโยนผสมสารเพอร์เมทริน ซึ่งเป็นสารในกลุ่มไพรีทรอยด์ ที่ให้ความปลอดภัย ไม่ระคายเคืองต่อผิวของผู้ใช้และสุนัข มีประสิทธิภาพในการป้องกันและกำจัดเห็บหมัดได้ดี
- 2.12 การ์ดเนอร์ เนเจอร์เรล เฟรชแอนด์ฟลuffy แชมพู (GARDER NATURAL Fresh & Fluffy SHAMPOO) พัฒนาขึ้นมาเพื่อสุนัขขนยาวโดยเฉพาะ มีค่า pH เป็นกลางเหมาะกับผิวของสุนัข จึงไม่ระคายเคือง ด้วยสูตรที่อ่อนโยนต่อผิวหนังเป็นพิเศษ จึงสามารถอาบน้ำได้บ่อยตามต้องการ ทั้งยังผสมคอนดิชันเนอร์ กลิ่นหอมทนที่ทำให้ขนสุนัขฟูนุ่มเป็นเงางาม
- 2.13 การ์ดเนอร์ เนเจอร์เรล เทียร์เลส แชมพู (GARDER NATURAL Tearless SHAMPOO) พัฒนาขึ้นมาเพื่อลูกสุนัขโดยเฉพาะ พร้อมส่วนผสมของสารสกัดธรรมชาติไม่มีอาการระคายเคืองต่อตาขณะอาบน้ำ จึงปลอดภัยและอ่อนโยนต่อผิวเป็นพิเศษ สามารถอาบน้ำได้บ่อยตามต้องการ
- 2.14 การ์ดเดียน ซอฟเซนส์ แชมพู (GARDIAN SOFSENSE SHAMPOO) แชมพูทำความสะอาดขนสุนัข มีส่วนผสมของเออร์กาซาน ดีพี 30 สามารถยับยั้งเชื้อแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของกลิ่นตัวสุนัข อ่อนโยนต่อผิวเป็นพิเศษ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับสุนัขขนยาว มีส่วนผสมของคอนดิชันเนอร์ ทำให้ขนสุนัขฟูนุ่มสวยเป็นเงางาม
- 2.15 เซนการ์ด เซอร์เบอร์ เอ็กซ์พีเรียนซ์ สกินแคร์ (CHAINGARD HERBAL EXPERIENCE Skin Care) แชมพูสูตรสมุนไพรธรรมชาติสำหรับ “สุนัขที่มีผิวแพ้ง่าย” ด้วยคุณสมบัติจากพืชสมุนไพรพิเศษ ช่วยป้องกันและบรรเทาผิวจากการอักเสบ ระคายเคือง บวม แดง หรือ ผื่นคัน มีกลิ่นหอมสดชื่นทั้งขณะอาบน้ำและหลังอาบน้ำ ด้วยกลิ่น White tea & Ginger
- 2.16 เซนการ์ด เซอร์เบอร์ เอ็กซ์พีเรียนซ์ คอนดิชันเนอร์ (CHAINGARD HERBAL EXPERIENCE Conditioner) แชมพูสูตรสมุนไพรธรรมชาติสำหรับ “บำรุงขนเป็นพิเศษ” ด้วยสารบำรุงที่ได้จากพืชสมุนไพรช่วยให้ขนไม่จับกันเป็นก้อน ขนลื่น ฟูนุ่ม เป็นเงางาม แปร่งและหวีง่าย มีกลิ่นหอมสดชื่นทั้งขณะอาบน้ำและหลังอาบน้ำ ด้วยกลิ่น Fruit Fusion
- 2.17 เซนการ์ด เซอร์เบอร์ เอ็กซ์พีเรียนซ์ เลิฟลี่ ปับปี้ (CHAINGARD HERBAL EXPERIENCE Lovely Puppy) แชมพูสูตรสมุนไพรธรรมชาติสำหรับ “ลูกสุนัข” ด้วยสารทำความสะอาดที่ผลิตจากข้าวโพดและมะพร้าว จึงไม่ระคายเคือง ดอกคาโมมายล์ช่วยป้องกันการแพ้ไคมาโมไมนคอมเพล็กซ์ช่วยบำรุงและเสริมสร้างให้รากขนแข็งแรงไม่หลุดร่วงง่าย พิเศษด้วยกลิ่นหอมสดชื่นทั้งขณะอาบน้ำและหลังอาบน้ำ ด้วยกลิ่น White Vanilla
- 2.18 เซนการ์ด ฟิฟฟอร์ซ สเปรย์ (CHAINGARD FIPFORCE SPRAY) สเปรย์กำจัดเห็บหมัด สำหรับสุนัขทุกขนาด ช่วยกำจัดเห็บหมัด ได้หลากหลายสายพันธุ์ เห็นผลรวดเร็ว เพราะสารออกฤทธิ์กำจัดในตำแหน่งที่ฉีดพ่นสเปรย์โดยตรง ไม่ต้องรอการกระจายตัว ใช้งานง่ายด้วยหัวฉีดแบบสเปรย์ สามารถฉีดได้ทั้งบนตัวสุนัข และบริเวณที่นอนหรือกรงของสุนัข

### 3. แชมพูจัดเหาและไล่เหาสคัลลี (SCULLY : Anti Lice Shampoo)

ผสมสารเพอร์เมทรินในกลุ่มไพรีทรอยด์ที่สังเคราะห์โมเลกุลเลียนแบบพืชตระกูลดอกเบญจมาศ (Chrysanthemum Flower) ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยกำจัดเหาโดยธรรมชาติ ใช้สะดวก มีกลิ่นหอม ปลอดภัยต่อผู้ใช้สูง

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ (Other Product Group)** เป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท ที่บริษัทได้พัฒนาขึ้น หรือปรับแต่งให้ตรงกับความต้องการในตลาด ได้แก่

#### 1. สะตัน เขื่อยกำจัดหนูแบบเม็ด : STUN Block Bait Rodenticide

เหยื่อกำจัดหนูสำเร็จรูปนำเข้าจากประเทศจีน เป็นเม็ดแข็งรูปไข่ ใช้สะดวกมีส่วนผสมของอาหารที่หนูชอบ แต่งด้วยรสขมเพราะหนูไม่สามารถรับรู้รสขม แต่สัตว์อื่นไม่ชอบ จึงมีความปลอดภัยสูง ไม่ทำให้หนูต้องอาศัยการออกฤทธิ์เป็นไปอย่างช้า ๆ หนูจะตายภายใน 3-5 วัน โดยที่หนูไม่ทราบว่าสะตันเป็นเหยื่อพิษ จึงไม่ขาดเช่นเหยื่อพิษอื่น ๆ

#### 2. ผลิตภัณฑ์เคมีเกษตร (Agrochemical Insecticide)

##### ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง : Insecticide Product

- 2.1 มารีอุส (MARIUS) เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ป้องกันและกำจัดแมลงศัตรูพืชชนิดต่างๆ เช่น หนอนกินใบ หนอนเจาะเปลือกผลไม้จักจั่นมะม่วง หนอนกระทู้ผักในสวนผลไม้ ส้ม มะม่วง ทุเรียน พืชผัก กล้วย ฝรั่ง พืชไร่ นาข้าว ไม้ดอกไม้ประดับ ออกฤทธิ์แบบสัมผัส กำจัดแมลงได้รวดเร็ว ปลอดภัย ฤทธิ์ตกค้างน้อย
- 2.2 มารีอุส 10 (MARIUS 10) เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ป้องกันและกำจัดหนอนเจาะเปลือกผลไม้ หนอนกินใบผัก เพลี้ยจักจั่นมะม่วง หนอนกระทู้ผัก ในไม้ผลต่างๆ พืชผัก พืชไร่ นาข้าว ไม้ดอกไม้ประดับ ออกฤทธิ์แบบสัมผัส
- 2.3 โมโรซาน (MOROSAN) เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ป้องกันและกำจัดแมลงศัตรูพืชชนิดต่างๆ เช่น หนอนชอนใบ ส้ม และ ไร เพลี้ยไฟ ในไม้ผลต่างๆ พืชผัก พืชไร่ นาข้าว ไม้ดอกไม้ประดับ อัตราใช้น้อย ป้องกันและกำจัดแมลงได้ดี
- 2.4 คาบียอน (CABIYON) เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ป้องกันและกำจัดแมลงศัตรูพืชชนิดต่างๆ เช่น เพลี้ยไฟกล้วยไม้ ฝรั่ง มะเขือ แตงโม หนอนม้วนใบถั่ว ในไม้ผลต่างๆ พืชผัก พืชไร่ นาข้าว ไม้ดอกไม้ประดับ ออกฤทธิ์แบบสัมผัสและดูดซึมได้รวดเร็ว ปลอดภัย ฤทธิ์ตกค้างน้อย
- 2.5 ไวต์ออยล์ (VITE OIL) ประกอบด้วยน้ำมันปิโตรเลียม 80% โดยน้ำหนัก เป็นสารป้องกันและกำจัดเพลี้ยหอยต่างๆ เช่น ใช้แช่เหง้าขมิ้น เพลี้ยไฟในใบโพธิ์พา กระเพรา เพลี้ยแป้งใบในน้อยหน่า เพลี้ยไก่แจ้ส้ม ไรแดงแอฟริกัน แมลงหวี่ขาว ยาสีขาว หรือใช้ผสมกับสารเคมีช่วยเสริมฤทธิ์ยา เพื่อประสิทธิภาพออกฤทธิ์ป้องกันได้ดีขึ้นและนาน ปลอดภัย
- 2.6 เชอร์ไมท์ (SHERMITE) เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ป้องกันและกำจัด ไรแดง ไรแมงมุมคันขาว และ ไรศัตรูพืช เช่น ไรแดงแอฟริกัน ไรขาว ในไม้ผลต่างๆ พืชผัก พืชไร่ ไม้ดอกไม้ประดับ ออกฤทธิ์แบบดูดซึมได้ผลรวดเร็ว ปลอดภัย

##### ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดโรคพืช : Fungicide Product

- 2.7 เซอโรส (CIRRO) ป้องกันและกำจัดโรคพืช ชนิดดูดซึม เช่น โรคราแป้งในมะม่วง แอนแทรคโนส ในพืชตระกูลถั่ว นิยมใช้ในไม้ผล พืชผัก พืชไร่ นาข้าว และไม้ดอกไม้ประดับ

##### ผลิตภัณฑ์สารจับเปียกใบ : Wetting Agent for Insecticide Product

- 2.8 พูจิโอ (PUGIO) ป้องกันและกำจัดโรคพืช ชนิดสัมผัส เช่น โรคแคงเกอร์ส้ม โรคสะเก็บ โรคใบไหม้ และโรคขอบใบแห้ง ในพืชตระกูลส้ม, มะนาว นิยมใช้ในไม้ผล พืชผัก พืชไร่ นาข้าว
- 2.9 เชอเรสตอล (SHERESTOL) คุณสมบัติ เป็นสารลดแรงตึงผิวและจับเปียกใบ ช่วยเสริมฤทธิ์ของสารเคมีเกษตร ละลายน้ำได้ดี สภาพเป็นกลาง ไม่มีสารแต่งเติม ไม่ก่อกวนผล

- 2.10 เซอร์ (SIR) เป็นสารลดแรงดึงผิวและจับเปือกใบ ช่วยเสริมประสิทธิภาพของสารเคมีเกษตร ละลายน้ำได้ดี สภาพเป็นกลาง ไม่มีสารแต่งเติม ไม่กัดผิวพืชที่มีนวล
- 2.11 ฟลอราลิส เกรดเอ (FLORALIS A) เป็นสารลดแรงดึงผิวและจับเปือกใบคุณภาพสูง ใช้นิด ดิดไว จับใบ ตีคนาน ช่วยเสริมประสิทธิภาพของสารเคมีเกษตร ละลายน้ำได้ดี สภาพเป็นกลาง ไม่มีสารแต่งเติม ไม่กัดผิวพืชที่มีนวล

**ผลิตภัณฑ์ปุ๋ยเกล็ดและอาหารเสริม : Fertilizer and Supplemental Product**

- 2.12 ปุ๋ยเกล็ด เชอร์วาใจเซอร์ นูทรี ลีฟ สูตร 30-10-10 เป็นปุ๋ยเกล็ดละลายน้ำและพืชสามารถดูดซึมธาตุอาหารเข้าทางรากและทางใบ มีธาตุอาหารเสริมครบ จะช่วยสร้างเสริมความเจริญเติบโต ทางลำต้นและใบ เหมาะสำหรับพืชที่เริ่มเจริญเติบโต ต้นอ่อนพืช หรือพืชนั้นใหม่ (สินค้าสำเร็จรูปนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา)
- 2.13 ปุ๋ยเกล็ด เชอร์วาใจเซอร์ เอ็กเพรส สูตร 18-18-18 เป็นปุ๋ยเกล็ดละลายน้ำและพืชสามารถดูดซึมธาตุอาหารเข้าทางรากและทางใบ ช่วยสร้างเสริมความเจริญเติบโต ทางลำต้น ใบ ราก เหมาะสำหรับพืชนั้นโทรม บำรุงต้น ใบ และพืชที่มีผลอ่อนติดอยู่มาก ป้องกันการร่วงของผลอ่อนที่กำลังเจริญเติบโต (สินค้าสำเร็จรูปนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา)
- 2.14 ปุ๋ยเกล็ด เชอร์วาใจเซอร์ ซูการ์ เอ็กเพรส สูตร 4-10-40 เป็นปุ๋ยเกล็ดละลายน้ำและพืชสามารถดูดซึมธาตุอาหารเข้าทางรากและทางใบ ช่วยสร้างเสริมความเจริญเติบโต กับพืชที่มีผลในช่วงก่อนเก็บเกี่ยว เร่งความหวาน หรือ เร่งสะสมแป้งกับผล มีธาตุอาหารเสริมครบ โดยเฉพาะมีธาตุอาหารรอง ซัลเฟอร์ (S) สูง 7.4% ทำให้เร่งสี มีกลิ่นหอมเพิ่มขึ้น (สินค้าสำเร็จรูปนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา)
- 2.15 ปุ๋ยเกล็ด เชอร์วาใจเซอร์ เอ็กเพรส สูตร 4-41-27 เป็นปุ๋ยเกล็ดละลายน้ำและพืชสามารถดูดซึมธาตุอาหารเข้าทางรากและทางใบ ช่วยสร้างเสริมความเจริญเติบโตทางการเตรียมพร้อมก่อนออกดอก บำรุงตาออกดอกติดดอก ผสมเกสรติดง่าย (สินค้าสำเร็จรูปนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา)

## 2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

### 1. กลยุทธ์ทางการตลาด

#### (1) คุณภาพของผลิตภัณฑ์

คุณภาพของสินค้าที่ดีและมีความสม่ำเสมอเป็นปัจจัยหลักที่สร้างให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือและภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทประสบความสำเร็จในตลาดเคมีภัณฑ์มาโดยตลอด บริษัทจึงให้ความสำคัญอย่างมาก ตั้งแต่ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จนถึงขั้นตอนการผลิต โดยจะมีพนักงานประจำที่เป็นนักเคมีและวิศวกรคอยทำหน้าที่ควบคุมคุณภาพการผลิตด้วยการตรวจสอบคุณสมบัติที่กำหนดไว้ (specification) ในทุกเบตช์ (batch) และเก็บตัวอย่างไว้เพื่อการตรวจสอบย้อนหลังได้ถึง 2 ปี ในขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทจะคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมเป็นหลัก ตั้งแต่การเลือกใช้วัตถุดิบก่อนทำการผสมตามสูตร จากนั้นจึงทำการทดสอบจนแน่ใจในเรื่องความเสถียรของสูตรก่อนส่งต่อไปทดสอบประสิทธิภาพ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ในกรณีที่มีส่วนประกอบของสารออกฤทธิ์ควบคุม บริษัทจะนำรายงานการทดสอบประสิทธิภาพไปขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข

บริษัทได้ลงทุนด้านห้องทดลองเคมีและเครื่องมือตรวจสอบคุณภาพ รวมทั้งอุปกรณ์การผลิต ประกอบด้วยอุปกรณ์การตรวจสอบที่ทันสมัยเช่น Gas Chromatograph (GC) และ High Pressure Liquid Chromatograph (HPLC) ที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพสารเคมีกำจัดแมลงอย่างแม่นยำรวดเร็ว และสามารถใช้ในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าสำเร็จรูป รวมทั้งใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม นอกจากนี้ความรู้ความชำนาญของบุคลากรที่ได้รับประสบการณ์การทำงานจากบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย ทำให้บริษัทสามารถบรรลุถึงนโยบายคุณภาพที่จะ “ยึดถือข้อตกลงกับลูกค้าในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามข้อกำหนดคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ มุ่งมั่นพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สามารถสนองความต้องการหรือดีกว่าความคาดหวังของลูกค้า รวมทั้งคำนึงถึงความปลอดภัยของบุคลากรผู้ผลิต ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์และสภาพแวดล้อม ด้วยการพัฒนาบุคลากรและองค์กรอย่างต่อเนื่อง”

บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานที่จะช่วยเสริมสร้างคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ก่อให้เกิดความมั่นใจแก่ลูกค้าในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มาตรฐานที่บริษัทได้รับมีดังต่อไปนี้

- มาตรฐานระบบ ISO 9001 ในเดือนกรกฎาคม 2543 และปรับเป็นระบบ ISO 9001 : 2000 ในเดือนมิถุนายน 2546 ครอบคลุมตั้งแต่ระบบการขาย การผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ปัจจุบัน ISO 9001 : 2008)
- มาตรฐานสิ่งแวดล้อม ISO 14001 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2545 ครอบคลุมระบบการผลิต และระบบพัฒนาผลิตภัณฑ์



- มาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารทุกกระบวนการ ISO 22000 ในเดือนธันวาคม 2553 ครอบคลุมระบบการผลิตสินค้ากลุ่มทำความสะอาด
- มาตรฐานระบบการผลิตตามหลักเกณฑ์ที่ดีในการผลิตวัตถุอันตรายหรือ GMP (Good Manufacturing Practice for Hazardous Substance) ในเดือนพฤศจิกายน 2544 เป็นมาตรฐานการผลิตตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตวัตถุอันตราย ในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข ครอบคลุมระบบการผลิตสารกำจัดแมลงและสารทำความสะอาด
- มาตรฐานระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (Hazard Analysis Critical Control Point: HACCP) ในเดือนธันวาคม 2553

## (2) ความหลากหลายของสินค้า

ด้วยความคล่องตัวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หลังจากที่ได้ซื้อกิจการมาจากบริษัทเซลล์แห่งประเทศไทย ประกอบกับนโยบายของผู้บริหารที่มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้บริษัทสามารถออกผลิตภัณฑ์ใหม่ได้สอดคล้องตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถมียอดขายที่เติบโตอยู่ในเกณฑ์สูง

บริษัทมีเป้าหมายที่จะเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ต่ำกว่า 2 ผลิตภัณฑ์ต่อปีและพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมไม่ต่ำกว่า 5 ผลิตภัณฑ์ต่อปี ซึ่งรวมถึงการเปลี่ยนวัตถุดิบที่ใช้ในสูตรผสม การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้ดีขึ้น หรือการเพิ่มขนาดบรรจุ ในปี 2539 ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดนับรวมทุกขนาดบรรจุมีเพียง 50 SKU (Stock Keeping Unit) เป็นหน่วยนับรวมจากประเภทผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่าย และขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่มีให้เลือกในแต่ละผลิตภัณฑ์ ซึ่งในปัจจุบันได้เพิ่มขึ้นมากกว่า 300 SKU ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นี้จะทำให้บริษัทสามารถขยายตลาดจากฐานกลุ่มลูกค้าเดิมด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม หรือไปสู่ตลาดตลาดใหม่ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเดิม

จากจำนวน SKU ที่เพิ่มขึ้นแล้ว บริษัทฯ จะเน้นเรื่องการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างความโดดเด่นให้กับ Brand เปลี่ยนความโดดเด่นของบริษัทให้กลายเป็นแบรนด์ โดยที่ผ่านมา บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการสร้างกลุ่มลูกค้าเฉพาะของตนเองขึ้นมาที่จงรักภักดีต่อตราสินค้า Chaiyachon ที่มีประสิทธิภาพในการป้องกันและกำจัดแมลงโดยเฉพาะปลวก ผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความเชื่อในคุณค่าพื้นฐานของ Chaiyachon ดังนั้นบริษัทฯ จึงจะพยายามขยายตัวไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่น ที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์หลักของบริษัทฯ โดยที่สินค้าใหม่เหล่านี้จะยังรักษาคูณค่าของตราสินค้าไว้ได้ โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดตำแหน่งทางคุณค่า (Value Position) เนื่องจากตลาดการแข่งขันมีการเปลี่ยนแปลงสูง ทำให้การนำเสนอคุณค่าที่โดดเด่นมีความสำคัญน้อยลง หรือทำได้ยากมากขึ้น วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สั้นลงเรื่อยๆ ในอนาคตความได้เปรียบในการแข่งขันจะมาจากการนำเสนอคุณค่าที่โดดเด่นกว่า หากไม่แล้วเราก็จะไม่มีทางที่เข้าไปยึดพื้นที่ในจิตใจผู้บริโภคของเราได้อย่างยั่งยืน



### (3) การให้บริการ

นอกจากมุ่งเน้นที่คุณภาพสินค้าแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการบริการที่ดีต่อลูกค้า อาทิ การซื้อแบบเงินสดสำหรับสินค้าจำนวน ไม่มากเมื่อมีความต้องการแบบเร่งด่วนที่สำนักงานบริษัท การให้ความสะดวกสบายในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์หรือโทรสารสำหรับลูกค้าประจำที่เปิดบัญชีซื้อขายไว้ล่วงหน้าและกำหนดการส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้าตรงตามเวลา บริษัทฯ ยังให้บริการฝึกอบรมหลังการขายให้พนักงานของลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม หรือผู้ขายรายใหญ่ เพื่อให้การใช้ผลิตภัณฑ์ถูกต้องเต็มประสิทธิภาพและมีความปลอดภัยควบคู่กันไป

ในส่วนของผู้แทนจำหน่าย บริษัทมีฝ่ายการตลาดที่จะคอยช่วยติดตาม ฝึกอบรมพนักงานขาย และให้อุปกรณ์สนับสนุนการขายให้ผู้แทนจำหน่ายในแต่ละพื้นที่ และเข้าร่วมแก้ปัญหาเมื่อมีความจำเป็น ตลอดจนการรับเอาความคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อความมั่นใจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย และความพึงพอใจอย่างดีที่สุดของลูกค้า

### (4) ราคาของสินค้า

บริษัทได้ตระหนักถึงภาวะการแข่งขันที่สูงมากในธุรกิจนี้ จึงต้องกำหนดราคาของสินค้าให้อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับราคาของสินค้าคู่แข่ง โดยเฉพาะในตลาดที่มีผลิตภัณฑ์อื่นเป็นผู้นำตลาด สำหรับในตลาดที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเองเป็นผู้นำตลาด การกำหนดราคาจะอิงกำไรมาตรฐานของบริษัทและระดับราคาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยอมรับได้ ข้อมูลราคาจะมาจากทั้งผู้แทนจำหน่ายและจากฝ่ายการตลาดของบริษัทฯ ซึ่งจะช่วยกันตรวจสอบราคาของสินค้าของคู่แข่งในท้องตลาด

### (5) เพิ่มช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีเป้าหมายที่ขยายช่องทางการจำหน่าย ที่ผ่านมามีบริษัทได้แต่งตั้งผู้แทนจำหน่าย 7 ราย เพื่อให้ครอบคลุมทุกภาคของประเทศ สำหรับปีนี้อาจเพิ่มทางบริษัทฯ มีนโยบายการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืนให้บริษัทมีเครือข่ายครบทุกจังหวัดในประเทศไทย ครอบคลุมร้านค้าปลีกทุกประเภท ซึ่งเป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยให้กระจายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่าย, ได้สะดวกมากขึ้น และสามารถกระจายผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ผู้บริโภคได้ทดลองซื้อใช้ จนเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคได้เข้าถึงมากยิ่งขึ้น ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงมีนโยบายแบ่งพื้นที่และขยายจำนวนผู้แทนจำหน่ายในอนาคตเพื่อผลักดันการกระจายให้มีประสิทธิภาพเชิงลึกยิ่งขึ้น โดยเน้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะเป็นเขตพื้นที่ที่กว้างและจำนวนผู้บริโภคมากกว่าภาคอื่น สามารถเพิ่มฐานลูกค้าได้กว้าง

ในปัจจุบันทางบริษัทฯ มีผู้แทนจำหน่ายรวม 7 ราย ในหลากหลายประเภทร้านค้าเช่น ร้านค้าปลีก ร้านขายผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง ร้านขายยา และอุปกรณ์ก่อสร้าง เป็นต้น ผู้แทนจำหน่ายเขตเป็นกลไกที่สำคัญในการกระจายสินค้าให้เข้าถึงร้านค้าปลีกย่อยๆ ในเขตชนเมือง ตำบล หมู่บ้าน หรือตามตรอกซอกซอยในเขตเมือง ตามเขตพื้นที่ที่มอบหมาย จะอำนวยความสะดวกกับร้านค้าปลีกเล็กๆ ที่สามารถซื้อสินค้าได้เพียงจำนวนน้อยได้อีกทางด้วย รวมถึง Modern trade ที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ

### (6) แผนการส่งเสริมการจำหน่าย

ในธุรกิจเคมีเกษตรที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง การทำให้ลูกค้าตระหนักในตราสินค้า (Brand Awareness) นั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่ง บริษัทจึงมีการตั้งงบประมาณในส่วนนี้ประมาณร้อยละ 8-9 ของยอดขายเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและเครื่องมือส่งเสริมการขายอื่นๆ เช่น สื่อโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ Out of Home และสื่อ Online รวมถึงชั้นวางสินค้า โบรชัวร์ แผ่นพับ แบนเนอร์ เสื้อยืด และสติ๊กเกอร์ เป็นต้น

## 2. ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าหรือผู้บริโภค ผลผลิตภัณฑ์ของบริษัท (End Users) แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้ดังนี้

### (1) ผู้บริโภคทั่วไปที่เป็นผู้ใช้ตามบ้าน

เป็นกลุ่มลูกค้าหลักและเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยที่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ผลิตเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ รายได้ให้กับลูกค้ากลุ่มนี้มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 90 ของทั้งหมด โดยประมาณ ส่วนใหญ่เป็นการขายทางอ้อมคือขายให้กับผู้แทนจำหน่ายซึ่งจะนำไปกระจายต่อกับร้านค้าต่างๆ อาทิเช่น ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีกทั่วไป ร้านฮาร์ดแวร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น ส่วนของตลาดเคมีเกษตรจะขายผ่านร้านค้าเคมีเกษตรในต่างจังหวัด

### (2) ลูกค้าอุตสาหกรรม

บริษัทขายผลิตภัณฑ์โดยตรงให้กับลูกค้าประเภทนี้ ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มตามผลิตภัณฑ์ที่ซื้อคือ

- กลุ่มที่ซื้อผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดปลวก และแมลง (เช่น ไครัท สเตคฟาส 8 เอสซี, เซน ไครัท สเตคฟาส 10 อีซี, ไชเปอร์แทค, ไบฟอร์ซ และวาโปนา) ได้แก่ บริษัทรับจ้างป้องกันและกำจัดแมลง (Pest Control Operator : PCO) และโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่
- กลุ่มที่ซื้อผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่โพลี หรือ แอลดีไอ-21 ได้แก่ กลุ่มบริษัทรับจ้างทำความสะอาด ผู้ประกอบการประเภทโรงพยาบาล โรงงานผลิตยา โรงงานผลิตอาหาร โรงงานผลิตยางรถยนต์ โรงงานผลิตถุงมือยาง และโรงงานผลิตเครื่องแก้ว
- ตลาดเคมีสาธารณสุขชุมชนจะขายผ่านตัวแทนที่มีความชำนาญในการทำธุรกิจทางด้านนี้ ซึ่งจะต้องมีการนำเสนอโครงการต่างๆ เข้าแข่งขันประกวดราคากันให้แก่หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการดูแลป้องกันและกำจัดพาหะนำโรคต่างๆ

ลูกค้าประเภทนี้ประมาณกึ่งหนึ่งเป็นลูกค้าเดิมมาตั้งแต่ก่อนแยกออกมาจากบริษัทเซลล์แห่งประเทศไทย ยอดขายลูกค้ากลุ่มนี้คิดเป็นประมาณร้อยละ 10 ของรายได้รวมโดยประมาณ

### 3. การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ประมาณร้อยละ 90 ของรายได้รวมของบริษัทเป็นการขายผ่านผู้แทนจำหน่ายแบบขายขาด โดยที่ผู้แทนจำหน่ายจะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปกระจายขายตามร้านค้าต่างๆ ทั่วประเทศ การขายผ่านผู้แทนจำหน่ายนั้นเป็นไปตามนโยบายที่มีมาตั้งแต่ก่อนโอนกิจการมาจากบริษัทเซลล์แห่งประเทศไทย รวมทั้งเป็นไปตามลักษณะปฏิบัติของเจ้าของสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Product) ทั่วไปที่ใช้บุคคลภายนอก (Outsource) เป็นผู้แทนจำหน่ายบางส่วนหรือทั้งหมด

นอกจากเป็นการลดต้นทุนในการกระจายสินค้าแล้ว ปัจจัยหลักที่ทำให้การดำเนินงานเป็นลักษณะนี้มาโดยตลอดคือการที่ผู้แทนจำหน่ายสามารถกระจายขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่า จากความชำนาญในพื้นที่ ประกอบกับความชำนาญในช่องทางการจัดจำหน่าย และความคุ้นเคยกับร้านค้าย่อย ส่งผลให้บริษัทสามารถมุ่งเน้นไปยังความชำนาญหลักคือการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ สนับสนุนผู้แทนจำหน่ายโดยจัดให้ฝ่ายขายและการตลาดที่ทำหน้าที่บริหารผลิตภัณฑ์บริหารงานโฆษณา จัดการเรื่องส่งเสริมการขาย รวมทั้งช่วยผู้แทนจำหน่ายแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ

บริษัทมีช่องทางการจำหน่าย 3 ประเภทดังต่อไปนี้

#### (1) ผู้แทนจำหน่ายเฉพาะช่องทาง

เป็นผู้แทนจำหน่ายตั้งแต่ช่วงก่อนโอนกิจการจากบริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย มีอยู่ 2 รายคือ

- บริษัท ทีโอเอ เฟ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (“TOA”) เป็นหนึ่งในผู้นำด้านผลิตภัณฑ์สีทำให้มีเครือข่ายร้านค้าเครื่องมือและวัสดุก่อสร้างทั่วประเทศ มากกว่า 5,000 ร้านค้า ด้วยช่องทางนี้บริษัทจึงสามารถกระจายผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ และผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดปลวกได้กว่า 3,000 ร้านค้าทั่วประเทศ
- บริษัท วิคเตอร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (“Victor”) เป็นช่องทางการจำหน่ายไปสู่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ทั่วประเทศ และร้านค้าปลีกทั่วไปในกรุงเทพและจังหวัดใกล้เคียงรวม 19 จังหวัดในภาคกลางและภาคตะวันตก รวมแล้วมีเครือข่ายร้านค้ามากกว่า 8,000 ร้านค้าย่อย



## สรุปสาระสำคัญของสัญญาการเป็นผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์และข้อตกลงอื่นๆ

รายละเอียด	TOA	Victor
ผลิตภัณฑ์	6 ผลิตภัณฑ์ได้แก่ Stedfast 30 SC, Chaindrite W/P LB, Chaindrite W/P DB, Chaindrite W/P CL, Stedfast 40 EC (ขนาด 1 ลิตร และ 4 ลิตร), Chaindrite 1 Aerosol (ขนาด 450 ซีซี และ 600 ซีซี)	ทุกผลิตภัณฑ์ที่ TOA ไม่ได้เป็นผู้แทนจำหน่าย ยกเว้น Chaindrite 1 Aerosol และ Stedfast 40 EC
เขตพื้นที่มอบหมาย	ร้านค้าประเภทฮาร์ดแวร์ ร้านขายเครื่องมือและวัสดุก่อสร้าง ทั้งที่เป็นร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งทั่วประเทศ	ร้านค้าประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าของชำ ร้านขายอุปกรณ์ก่อสร้าง ร้านขายยาทั้งที่เป็นร้านค้าปลีกและส่ง ในเขตภาคกลาง และภาคตะวันตก
อายุสัญญา	ตั้งแต่วันที่ 3 ม.ค. 46 เป็นต้นไป ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดสามารถแจ้งเลิกสัญญานี้ในเวลาใดก็ได้ โดยแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 90 วัน	ลงวันที่ 26 ธ.ค. 46 มีผลบังคับใช้จาก 1 ม.ค. 47 ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดสามารถแจ้งเลิกสัญญานี้ในเวลาใดก็ได้ โดยแจ้งให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 90 วัน
ส่วนลด	ได้รับส่วนลดเป้าหมายการขาย (Target Rebate) และส่วนลดแถมพิเศษ (การแถมสินค้าในการสั่งซื้องวดถัดไป) ซึ่งทั้ง 2 ประเภท TOA จะได้รับเมื่อมียอดซื้อสูงถึงระดับที่ตกลงไว้	ได้รับส่วนลดเป้าหมายการขาย (Target Rebate) เมื่อมียอดซื้อสูงถึงระดับที่ตกลงไว้ และส่วนลดส่งเสริมการขาย (Promotional Rebate)

หมายเหตุ: TOA จะไม่ขายผลิตภัณฑ์ของบริษัท หากผลิตภัณฑ์นั้นมีลักษณะที่แข่งขันกัน เช่น ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสี ไม้ (Wood Stain)

## (2) ผู้แทนจำหน่ายท้องถิ่น (Zone Distributors)

แต่งตั้งขึ้นสำหรับแต่ละพื้นที่หรือท้องถิ่นเพื่อทำการกระจายสินค้าให้ลูกค้ารายย่อย ปัจจุบันบริษัทฯ มีตัวแทนท้องถิ่น 5 รายทั่วประเทศ มีเครือข่ายอยู่มากกว่า 30,000 ร้านค้า ในการคัดเลือกผู้แทนจำหน่ายบริษัทจะพิจารณาจากประสบการณ์และความชำนาญเป็นที่รู้จักทั่วไปในเขตนั้นๆ ความพร้อมในด้านการเงิน บุคลากรและระบบงาน รวมทั้งความสามารถในการลงทุนหน่วยรถเงินสด

## (3) การขายตรง

บริษัทขายตรงให้กับลูกค้าบริษัทรับจ้างกำจัดแมลง กลุ่มอุตสาหกรรม ตลาดเคมีเกษตรและสารพิษชุมชน โดยมีฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และขายอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการติดต่อขายและดูแลให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้

#### 4. ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ธุรกิจเคมีเคหะภัณฑ์ในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงจากการที่มีผู้ประกอบการจำนวนหลายรายในแต่ละผลิตภัณฑ์ทั้งจากบริษัทข้ามชาติและบริษัทภายในประเทศ บริษัทได้วางตำแหน่งทางการตลาดเป็นผู้ผลิตสินค้าคุณภาพสูงจากการได้รับรองมาตรฐานต่างๆ โดยระดับราคาของสินค้าจะอยู่ในระดับกลาง-สูง ภาวะการแข่งขันใน 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทเป็นดังนี้

- กลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ เป็นกลุ่มที่บริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดเนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายแรกๆ ในกลุ่มสินค้าประเภทนี้ตั้งแต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทเซลล์แห่งประเทศไทย ชื่อผลิตภัณฑ์จึงเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั่วไป นอกจากนี้ ในปัจจุบันผู้ประกอบการในตลาดยังคงมีจำนวนน้อยรายหากเทียบกับผลิตภัณฑ์เคมีเคหะภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ปัจจัยที่ทำให้บริษัทเป็นผู้นำตลาดคือผลิตภัณฑ์เป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภคมานาน และความสามารถในการกระจายสินค้าไปยังร้านค้าปลีก ร้านขายเครื่องมือและวัสดุก่อสร้าง อย่างทั่วถึงทั่วประเทศ
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง ในส่วนของสเปรย์กำจัดแมลงโดยรวมมีการแข่งขันสูงมาก เพราะมีอยู่หลายเครื่องหมายการค้าที่วางขายอยู่ อย่างไรก็ตาม จะมีเพียง 4-5 รายที่มีส่วนแบ่งตลาดอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ไบคอน ซิลส์ท็อกซ์ อาท คินโซ เป็นต้นโดยบริษัทเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการกลุ่มนี้ แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะสเปรย์กำจัดแมลงประเภทปลวก ผลิตภัณฑ์เช่นไดร์ท 1 สเปรย์ของบริษัทจัดได้ว่าเป็นผู้นำตลาดเนื่องจากชื่อเสียงด้านของผลิตภัณฑ์ที่มีมานานและส่วนแบ่งการตลาดที่สูงสุด ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทราดพื้นป้องกันปลวก ผลิตภัณฑ์เช่นไดร์ท สเตดฟาส ชนิด 30 SC ของบริษัทถือว่าเป็นหนึ่งในผู้นำตลาด โดยที่ผู้ประกอบการรายอื่นซึ่งส่วนใหญ่คือบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายสารเคมีกำจัดแมลงเพื่อการเกษตร และบริษัทข้ามชาติ ยังไม่มีการกระจายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าทั่วไปในลักษณะสินค้าอุปโภค (Consumer products) แต่จะใช้วิธีการขายตรงกับลูกค้า หรือขายเข้าเฉพาะร้านค้าเคมีเกษตร
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เป็นกลุ่มที่มีการแข่งขันสูงในทุกกลุ่มสินค้า ในกลุ่มแชมพูสุนัขจะมีผู้นำตลาด 2 รายคือผลิตภัณฑ์สติกกี้ แบร์รี่ สำหรับผลิตภัณฑ์เชนคาร์คของบริษัทถือว่าเป็นรายแรกๆ ที่มีแนะนำผลิตภัณฑ์แชมพูสุนัขเข้าสู่ตลาดตั้งแต่ช่วง 20 ปีก่อน ส่วนผลิตภัณฑ์ ทีโพล์ สำหรับทำความสะอาดบริษัทมียอดขายเพียงพอที่จะยังคงการกระจายสินค้าไปยังเครือข่ายร้านค้าปลีกได้เพราะมีฐานลูกค้าประจำซึ่งมีความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)

#### 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

##### 1. การผลิต

บริษัทฯ มีโรงงานผลิตอยู่ 2 แห่ง โรงงานแห่งแรกตั้งอยู่บนเนื้อที่ 9 ไร่ 3 งาน 93 ตารางวา ที่นิคมอุตสาหกรรมเวทโกรว์ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อทำการผลิตกลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ กลุ่มกำจัดแมลง และกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น และโรงงานแห่งที่ 2 ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 18 ไร่ 51 ตารางวา ในนิคมอุตสาหกรรมเวทโกรว์ ห่างจากโรงงานแรกประมาณ 1.5 กม. เพื่อทำการผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ปัจจุบันมีกำลังการผลิตรวมและอัตราการใช้กำลังการผลิตรวมในกลุ่มต่างๆ ดังนี้

	2558	2557	2556
<b>ผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ :</b>			
กำลังการผลิตเต็มกำลัง (ลิตร/ปี) <sup>1/</sup>	3,573,600	3,573,600	3,573,600
ปริมาณผลิจจริง (ลิตร/ปี)	2,130,121	2,189,978	2,692,473
อัตราการใช้กำลังการผลิต	60%	61%	75%
<b>ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง :</b>			
กำลังการผลิตเต็มกำลัง (ลิตร/ปี)	2,928,000	2,928,000	2,928,000
ปริมาณผลิจจริง (ลิตร/ปี)	3,379,244	3,092,246	3,228,478
อัตราการใช้กำลังการผลิต	115%	106%	110%
<b>ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด :</b>			
กำลังการผลิตเต็มกำลัง (ลิตร/ปี)	5,244,000	5,244,000	5,244,000
ปริมาณผลิจจริง (ลิตร/ปี)	3,812,275	3,734,352	4,470,214
อัตราการใช้กำลังการผลิต	73%	71%	85%
<b>ผลิตภัณฑ์อื่นๆ :</b>			
กำลังการผลิตเต็มกำลัง (ลิตร/ปี)	300,000	300,000	300,000
ปริมาณผลิจจริง (ลิตร/ปี)	150,439	207,303	158,323
อัตราการใช้กำลังการผลิต	50%	69%	53%

หมายเหตุ: 1/ กำลังการผลิตสูงสุดคำนวณจากการผลิตวันละ 1 กะ (8 ชั่วโมง และคนงานประมาณ 120 คน)

โรงงานทั้ง 2 แห่งนี้ดำเนินการผลิตอยู่วันละ 1 กะ หรือ 8 ชั่วโมงต่อวัน ทำงานวันจันทร์-ศุกร์และเสาร์ เว้นเสาร์ โดยจะมีการทำงานล่วงเวลาบ้างประมาณวันละ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน

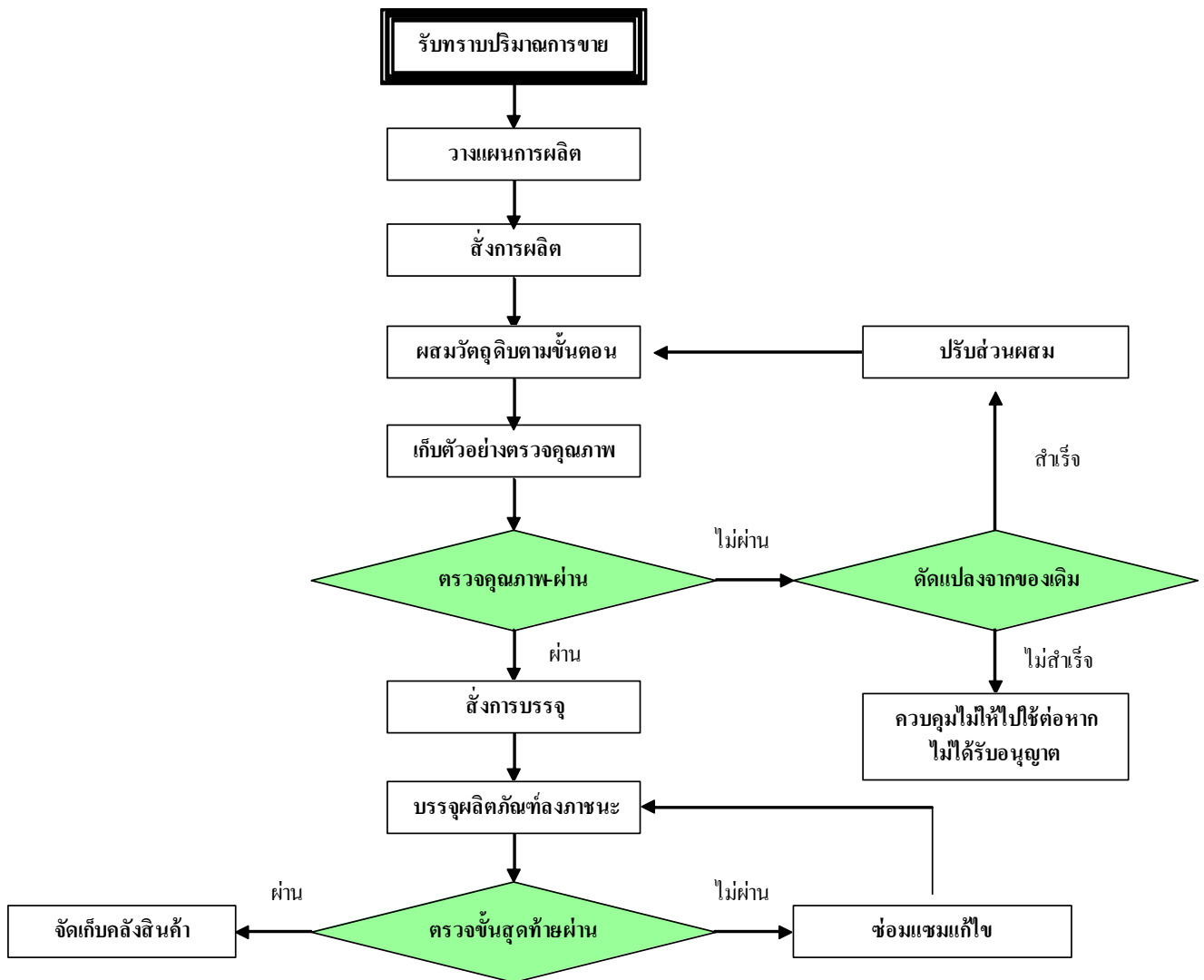
โรงงานแห่งแรกมีอาคารผลิตแบ่งเป็น 5 อาคาร คือ

- อาคารที่ 1 พื้นที่ 2,400 ตรม. เป็นสำนักงานของโรงงาน ห้องทดลองเคมี 600 ตรม. พื้นที่ที่เหลือ 1,800 ตรม. เป็นส่วนที่ผลิตผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้และผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลงอื่นๆ
- อาคารที่ 2 พื้นที่ 375 ตรม. เป็นโรงงานบรรจุแอมโบล สเปรย์กำจัดแมลงเซนไดร์
- อาคารที่ 3 พื้นที่ 600 ตรม. เป็นโรงงานบรรจุแอมโบล สเปรย์กำจัดแมลงเซนไดร์ที่สายการผลิตใหม่
- อาคารที่ 4 พื้นที่ 1,800 ตรม. เป็นโรงงานผลิตกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นและสำนักงานแผนกวิศวกรรม
- อาคารที่ 5 พื้นที่ 2,700 ตรม. เป็นสำนักงานและคลังสินค้า

โรงงานแห่งที่ 2 มีอาคารแบ่งเป็น 2 อาคาร คือ

- อาคารที่ 1 พื้นที่ 550 ตรม. เป็นสำนักงานและโรงอาหารของโรงงาน
- อาคารที่ 2 พื้นที่ 2,880 ตรม. เป็นโรงงานผลิตกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและคลั่งสินค้า

กระบวนการผลิตมีขั้นตอนดังต่อไปนี้



## 2. การจัดหาวัตถุดิบและสภาพปัญหา

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 86 ของต้นทุนรวม วัตถุดิบที่สำคัญประกอบด้วย สารออกฤทธิ์เข้มข้น (Active Technical Materials) ร้อยละ 34.81 สารทำละลาย (Solvent) ร้อยละ 18.52 และบรรจุภัณฑ์ ร้อยละ 46.67

นอกจากราคาที่เหมาะสม วัตถุดิบที่เลือกซื้อจะต้องมีคุณภาพที่ได้มาตรฐานตรงตามที่บริษัท กำหนด รวมทั้งมีคุณสมบัติเป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และมีแหล่งผลิตที่แน่นอนพร้อมมีใบรับรองหรือใบประกันคุณภาพทุกล็อตที่จัดซื้อเข้ามาเพื่อการผลิต บริษัทฯ ไม่มี

นโยบายที่จะผูกขาดการซื้อวัตถุดิบแต่ละชนิดจากผู้จัดจำหน่ายกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพื่อความยืดหยุ่นในการเลือกแหล่งวัตถุดิบทั้งส่วนที่นำเข้าและทั้งซื้อในประเทศ วัตถุดิบสำคัญส่วนใหญ่โดยเฉพาะในส่วนของการออกฤทธิ์เข้มข้นนั้น มีผู้จัดจำหน่ายหลายราย ดังนั้นเมื่อประกอบกับการวางแผนการผลิตที่รัดกุม ที่ผ่านมามีบริษัทฯ จึงยังไม่เคยประสบกับปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ

บรรจุภัณฑ์และวัตถุดิบอื่นๆ สั่งซื้อภายในประเทศจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายมากกว่า 50 ราย ในขณะที่วัตถุดิบในส่วนของการเคมีออกฤทธิ์จะเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ บริษัทได้มีการสั่งซื้อจากหลายแหล่งทั้งจากยุโรป ญี่ปุ่น อินเดีย และจีน โดยพิจารณาจากคุณภาพสินค้าและราคาที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ รวมทั้งการบริการหรือการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีบางประการจากผู้ขายบางรายด้วย ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลที่บริษัทฯ ยังคงซื้อวัตถุดิบจากแหล่งที่มีราคาสูงกว่าอย่างยุโรปและสหรัฐอเมริกาในบางกรณี เพื่อคงความต่อเนื่องของการถ่ายทอดข้อมูลทางด้านเทคนิค

### 3. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันบริษัทฯ ไม่เคยมีปัญหาส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ โรงงานของบริษัทฯ มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยอยู่ภายใต้การควบคุมของกรมอุตสาหกรรมการแข่งขันประเทศไทย และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001: 2008 มาตรฐานสิ่งแวดล้อม ISO 14001 มาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร ISO 22000 มาตรฐานระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (Hazard Analysis Critical Control Point: HACCP) และได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตวัตถุดิบอันตรายในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (GMP) โดยบริษัทมีนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมดังนี้

1. ปฏิบัติตามข้อกำหนดและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด
2. การเฝ้าระวัง การป้องกัน และการแก้ไข รวมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงการกำจัดของเสียจะได้รับการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากนี้บริษัทมีแนวทางการจัดการกับมลภาวะจากโรงงานดังนี้

- น้ำทิ้งที่เกิดจากการใช้เพื่อทำความสะอาดทั่วไป เช่น จากห้องน้ำ โรงอาหาร การทำความสะอาดพื้นและอื่นๆ บริษัทใช้ระบบบำบัดเป็นเซปติกแทงค์ (Septic Tank) พร้อมเติมอากาศเพื่อให้ค่าควบคุมต่างๆเป็นไปตามกฎหมายที่กำหนด
- สำหรับอากาศ ฝุ่น และกลิ่น บริษัทใช้ระบบดูดอากาศ (HOOD) โดยผ่านถึงกรองฝุ่น และถึงกรองกลิ่นด้วยผงถ่านขจัดกลิ่น (Activated Carbon)



- เสี่ยงที่เกิดจากการบรรจุผลิตภัณฑ์แอโรโซลในโรงงานอาคารที่ 2 และอาคารที่ 3 บริษัทใช้มาตรการจัดการครบทั้งการป้องกันที่แหล่ง การป้องกันที่ทางผ่าน และการป้องกันที่ตัวพนักงาน โดยให้ใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล
- ขยะอันตรายที่เกิดจากกระบวนการผลิต บริษัทว่าจ้างให้ บมจ. บริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (GENCO) และบริษัท อัคริปรการ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการขนส่ง และนำไปบำบัดกำจัดด้วยวิธีที่ถูกต้องตามกฎหมาย  
โดยในปี 2558 บริษัทมีค่าใช้จ่ายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมโรงงานประมาณ 9.8 ล้านบาท

#### 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ไม่มี

### 3. ปัจจัยเสี่ยง

#### 3.1 ความเสี่ยงที่เกิดจากการพึ่งพาผู้แทนจำหน่ายรายใหญ่

ผู้แทนจำหน่ายหลักแต่เดิมทั้ง 2 บริษัท คือ บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท วิคเตอร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ต่างยังคงทำหน้าที่กระจายสินค้าอย่างเข้มแข็งต่อเนื่องมานานกว่า 20 ปี ตั้งแต่ก่อนที่บริษัท เซอร์วิค เคมิคอล จะรับมอบธุรกิจมาดำเนินการต่อจาก บริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ทั้ง 2 บริษัท ในปี 2558 มี ยอดสั่งซื้อรวมกันเท่ากับร้อยละ 57.43 ของยอดขายทั้งหมด ในขณะที่ผู้แทนจำหน่ายเขตในแต่ละภาคอีก 5 บริษัท มียอดสั่งซื้อรวมกันเท่ากับร้อยละ 27.08 ของยอดขายทั้งหมด จะเห็นได้ว่าการพึ่งพาผู้แทนจำหน่ายรายใหญ่ได้ กระจายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 7 บริษัท ที่สร้างยอดขายรวมกันถึงร้อยละ 84.51 ของยอดขายของบริษัท เซอร์วิค เคมิคอล ทั้งหมด ที่เหลือเป็นการขายตรงถึงผู้ใช้อุตสาหกรรม บริษัทรับจ้างทำความสะอาด และบริษัทผู้ขายงานบริการ รับจ้างกำจัดแมลง ตลาดเคมีเกษตร ตลาดสาธารณสุขชุมชน ตลาดส่งออก และตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คาดว่า ในส่วนขายตรงนี้จะสามารถเพิ่มส่วนแบ่งในยอดขายของบริษัทได้มากขึ้นในปีต่อไป

#### 3.2 ความเสี่ยงจากการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ และการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

ธุรกิจเคมีเคหะภัณฑ์หลายกลุ่มในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง โดยมีผู้ประกอบการจำนวนมากภายในแต่ละผลิตภัณฑ์ ทั้งจากบริษัทข้ามชาติและบริษัทภายในประเทศ กลุ่มผลิตภัณฑ์กำจัดแมลงและกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจัดอยู่ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงมาก แต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์มีคู่แข่งกว่า 10 เครื่องหมายการค้า หากการแข่งขันทวีความรุนแรงขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อด้านราคา ทำให้บริษัทมีรายได้หรือกำไรลดลง อย่างไรก็ตาม มีผู้ประกอบการรายใหญ่อยู่จำนวนน้อยรายที่สามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้เป็นเพราะความสำเร็จของเครื่องหมายการค้าของแต่ละผลิตภัณฑ์เป็นผลมาจากองค์ประกอบการตลาดที่ถูกต้อง คือมีระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีการใช้บิโอสโสมและส่งเสริมการขายหลากหลายรูปแบบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความภักดีในการใช้สินค้า และความสามารถในการกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นโอกาสที่จะมีเครื่องหมายการค้าใหม่ประสบความสำเร็จในการครอบครองส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นมาอีกนั้นต้องอาศัยเวลาพอสมควร โดยเฉพาะการผลิตสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์กำจัดแมลง จะต้องใช้เทคนิคความรู้ และความชำนาญเป็นพิเศษในกระบวนการนำเข้าวัตถุดิบ การค้นคว้าวิจัย การทดลองผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ จนถึงขั้นนำออกจำหน่ายได้นั้นจะต้องผ่านขั้นตอนการทดสอบประสิทธิภาพ นำผลที่ได้ไปขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ และขออนุญาตผลิตจากคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข และหรือส่วนราชการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆ สามารถใช้ได้ตามคุณสมบัติที่ระบุ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้ใช้ และไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อใช้ตามข้อแนะนำบนฉลาก

#### 3.3 ความเสี่ยงทางด้านความผันผวนของราวัตถุดิบ

ต้นทุนวัตถุดิบถือเป็นค่าใช้จ่ายหลักในการผลิตซึ่งคิดเป็นร้อยละ 86 ของต้นทุนขาย และความผันผวนของราวัตถุดิบส่งผลกระทบต่อต้นทุนสินค้าและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทฯ ไม่สามารถปรับราคาขายสินค้าให้สอดคล้องกับราวัตถุดิบที่ผันผวนได้ทันทีทันใด ดังนั้นสำหรับวัตถุดิบหลักประเภทสารออกฤทธิ์เข้มข้น (Active Technical Materials) ซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศนั้น บริษัทฯ จึงสั่งซื้อจากแหล่งผลิตสารออกฤทธิ์ที่สำคัญหลายแหล่ง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น อินเดีย และจีน โดยมีนโยบายที่จะกระจายการ

ซื้อวัตถุดิบไว้กับผู้ผลิตหลายราย เพื่อลดความเสี่ยงของการขาดแคลนวัตถุดิบ รวมทั้งการเพิ่มอำนาจการต่อรองทั้งด้านราคาและคุณภาพ ในส่วนของวัตถุดิบหลักอื่น อาทิเช่น ก๊าซหุงต้ม (LPG) และตัวทำละลาย(Solvent) ซึ่งราคาเปลี่ยนแปลงไปตามอุปสงค์และอุปทานทั้งในภูมิภาคและตลาดโลกนั้นอยู่เหนือความควบคุมของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังได้ใช้กลยุทธ์การออกสินค้าที่หลากหลายออกขาย ทำให้ต้นทุนสินค้ามีการกระจายตัว รวมถึงการบริหารต้นทุนวัตถุดิบและ โครงสร้างราคาสินค้าให้มีความสัมพันธ์ในเชิงกำไร

วัตถุดิบขึ้นราคายังเป็นปัญหาที่มีผลกระทบไม่มากเท่าปัญหาวัตถุดิบขาดสต็อก เพื่อที่จะป้องกันปัญหาวัตถุดิบขาดที่มักจะเกิดขึ้นในช่วงที่วัตถุดิบกำลังจะขึ้นราคา ฝ่ายจัดซื้อจะต้องรับรู้รับทราบความเปลี่ยนแปลงให้ทันกับเหตุการณ์ และปรับเปลี่ยนปริมาณการสั่งซื้อเพื่อเก็บเป็นสินค้าคงคลังมากขึ้นในรายการวัตถุดิบที่คาดว่าจะมีปัญหาขาดแคลน

### 3.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน

วัตถุดิบส่วนใหญ่ที่เป็นประเภทสารออกฤทธิ์เข้มข้นของบริษัทต้องนำเข้าจากต่างประเทศโดยมีการกำหนดราคาเป็นสกุลเหรียญสหรัฐ ในบางกรณี บริษัทจะทำสัญญาซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเป็นช่วงเวลาสั้นๆ ก่อนถึงกำหนดชำระเงิน โดยเฉพาะในกรณีที่บริษัทคาดว่าจะเกิดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และหากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนมีผลต่อราคาวัตถุดิบ ก็จะไม่มีการกระทบต่อกำไรขั้นต้นของบริษัทมากนัก

### 3.5 ความเสี่ยงจากการออกสินค้าใหม่

บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะออกสินค้าใหม่ปีละอย่างน้อย 2 ผลิตภัณฑ์ ก่อให้เกิดความเสี่ยงที่อาจมาจากความล้มเหลวในการสร้างตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ ทำให้สูญเสียทรัพยากรในขบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สูญเสียงบประมาณทางการตลาด และอาจมีปัญหากับสต็อกสินค้าตลอดจนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่คงค้างและระบายออกไปไม่ได้

ทางบริษัทฯ จึงพยายามลดความเสี่ยง ด้วยการผสมผสานการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดใหญ่บ้างเล็กบ้าง โดยใช้ข้อได้เปรียบของตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอย่างดีแล้ว และสร้างเครือข่ายการกระจายสินค้าให้ได้ลึกและทั่วถึงในเวลาที่ยั่งยืนที่สุด

ผู้แทนจำหน่ายเขตในแต่ละภาคทั้ง 6 บริษัท จะมีบทบาทสำคัญในการลดความเสี่ยงของการออกสินค้าใหม่ และทำให้สินค้าใหม่แจ้งเกิดในตลาดได้รวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้พยายามพัฒนาสินค้าใหม่โดยใช้ประโยชน์จากสต็อกวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ให้มากที่สุด เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดสต็อกคงค้างเคลื่อนไหวช้า หรือระบายออกไปไม่ได้ถ้าหากผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ประสบความสำเร็จดังที่คาดหวัง

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรหลักที่สำคัญของ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีดังต่อไปนี้

หน่วย : บาท

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชี	ภาระผูกพัน
ที่ดิน 1 แปลง เป็นที่ตั้งโรงงาน ตั้งอยู่ที่อำเภอ บางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา เนื้อที่ 9 ไร่ 3 งาน 93 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	33,940,500	ไม่มี
ที่ดิน 1 แปลง ตั้งอยู่ที่ อำเภอบางปะกง จังหวัด ฉะเชิงเทรา เนื้อที่ 18 ไร่ 51 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	80,000,500	ไม่มี
อาคารโรงงานแห่งที่ 1 ตั้งอยู่ที่อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา	เป็นเจ้าของ	46,792,901	ไม่มี
อาคารโรงงานแห่งที่ 2 ตั้งอยู่ที่อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา	เป็นเจ้าของ	99,315,355	
เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน	เป็นเจ้าของ	61,064,830	
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	2,608,475	
เครื่องใช้และเครื่องตกแต่งสำนักงาน	เป็นเจ้าของ	7,678,549	
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง		2,600,000	
<b>รวมที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ – สุทธิ</b>		<b>334,001,110</b>	

##### 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในธุรกิจเคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจปัจจุบันของบริษัทเพื่อที่จะสามารถต่อยอดการขยายตัวของบริษัทต่อไปในอนาคต โดยบริษัทฯ มีนโยบายที่จะแต่งตั้งตัวแทนเข้าไปดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการที่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อยเพื่อควบคุมการบริหารงานของบริษัทย่อยให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ ณ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยมูลค่ารวม 277,400 บาท โดยมีสัดส่วนของเงินลงทุนในบริษัทย่อยในอัตราส่วนร้อยละ 50

#### 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของ ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 หรือคดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

## 6. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	: บริษัท เชอร์วู้ด เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “บริษัท”)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ผลิตและจำหน่ายเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือน ในอุตสาหกรรม สาธารณสุข ชุมชน และเคมีภัณฑ์เพื่อการเกษตร
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 1061,1063,1065,1067,1069 ถนนศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
ที่ตั้งโรงงาน 1	: นิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์ กม.36 บางนา-ตราด 90/1 ม.9 ต.บางวัว อ.บางปะกง ฉะเชิงเทรา 24180 (ผลิตกลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ กำจัดแมลง และผลิตภัณฑ์อื่น)
ที่ตั้งโรงงาน 2	: นิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์ กม.36 บางนา-ตราด 109 ม.9 ต.บางวัว อ.บางปะกง ฉะเชิงเทรา 24180 (ผลิตกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด)
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107547000346
โฮมเพจบริษัท	: <a href="http://www.sherwood.co.th">www.sherwood.co.th</a>
โทรศัพท์	: 0-2320-2288
โทรสาร	: 0-2320-2670
ทุนเรือนหุ้น	: ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว หุ้นสามัญ 150,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
ชื่อบริษัทย่อย	: บริษัท เชอร์วู้ด เคมิคอล ออสเตรเลีย จำกัด
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: จำหน่ายเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือน และอุตสาหกรรม
ที่ตั้งสำนักงาน	: ชั้น 3 เลขที่ 1060 ถ.เฮย์เพิร์ธตะวันตก ประเทศออสเตรเลีย
โฮมเพจบริษัท	: <a href="http://www.sherwoodchemicals.com.au">www.sherwoodchemicals.com.au</a>
โทรศัพท์	: +61 892194683
โทรสาร	: +61 892194672
ทุนเรือนหุ้น	: ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว หุ้นสามัญ 2,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 เหรียญออสเตรเลีย สัดส่วนเงินลงทุนอัตราร้อยละ 50
นายทะเบียนหลักทรัพย์	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง	: 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	: 0-2009-9000
ผู้สอบบัญชี	: นางวิไลรัตน์ ไรจน์ครินทร์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 3104
ที่ตั้ง	: สำนักงานสอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล 316/32 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์	: 0-2259-5300
โทรสาร	: 0-2260-1553