



บริษัท อี ฟอร์ แอล เอ็ม จำกัด (มหาชน)

E FOR L AIM PUBLIC COMPANY LIMITED

แบบ 56-1 ประจำปี 2562

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท อี ฟอร์ แอล เอ็ม จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “EFORL”) จัดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนในประเทศไทยและจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2552 ดำเนินธุรกิจหลักเป็นผู้นำเข้าเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์โดยตรงจากผู้ผลิต ผู้แทนจัดจำหน่ายเครื่องมือแพทย์จากผู้ผลิตชั้นนำแต่เพียงผู้เดียว และเป็นผู้ให้บริการในการให้คำแนะนำวิธีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ บำรุงรักษา ซ่อมแซม ตลอดจนให้ความรู้ครอบคลุมการใช้งานเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์แก่หมอ พยาบาล เจ้าหน้าที่ทางการแพทย์ ตลอดจนผู้ป่วยเพื่อประโยชน์สูงสุด

บริษัทย่อยของบริษัทประกอบด้วย 3 บริษัท ประกอบด้วย

- บริษัท สเปซเมด จำกัด (Spacemed Co., Ltd.) เป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้ในบ้าน (home healthcare medical device) และกล้องจุลทรรศน์ (Microscope) และอื่น ๆ โดยบริษัทถือหุ้น ร้อยละ 100
- บริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) (WCI Holding Public Co., Ltd.) เป็นธุรกิจด้านการลงทุน โดยลงทุนร้อยละ 100 ในบริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด (Wuttisak Clinic Intergroup Co., Ltd.) ซึ่งเป็นธุรกิจให้บริการด้านความงาม ธุรกิจแฟรนไชส์ และจำหน่ายเครื่องสำอาง โดยบริษัทถือหุ้นหรือลงทุนผ่านบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 56 และ
- บริษัท สยามสเนล จำกัด (Siam Snail Co., Ltd.) เป็นธุรกิจที่จัดจำหน่ายเครื่องสำอางจากผลิตภัณฑ์เมือกหอยทาก บริษัทถือหุ้นร้อยละ 51

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัทหรือกลุ่มบริษัทในภาพรวม

● วิสัยทัศน์

เรามุ่งมั่นเป็นผู้นำด้านการจัดจำหน่ายและให้บริการผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และสุขภาพ เพื่อการดำรงชีวิตที่ดีของประชาชน (To provide trustworthy and reliable healthcare products for improving wellness)

● พันธกิจ

- นำเข้า จัดจำหน่ายและให้บริการ เครื่องมือทางการแพทย์ วิทยาศาสตร์ และผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพที่มีคุณภาพและทันสมัย เพื่อช่วยในการตรวจวินิจฉัย การป้องกัน การรักษาโรค และการส่งเสริมสุขภาพแก่แพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ และประชาชน ด้วยราคายุติธรรม
- บริหารงานด้วยระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล พร้อมหลักบรรษัทภิบาล เพื่อการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

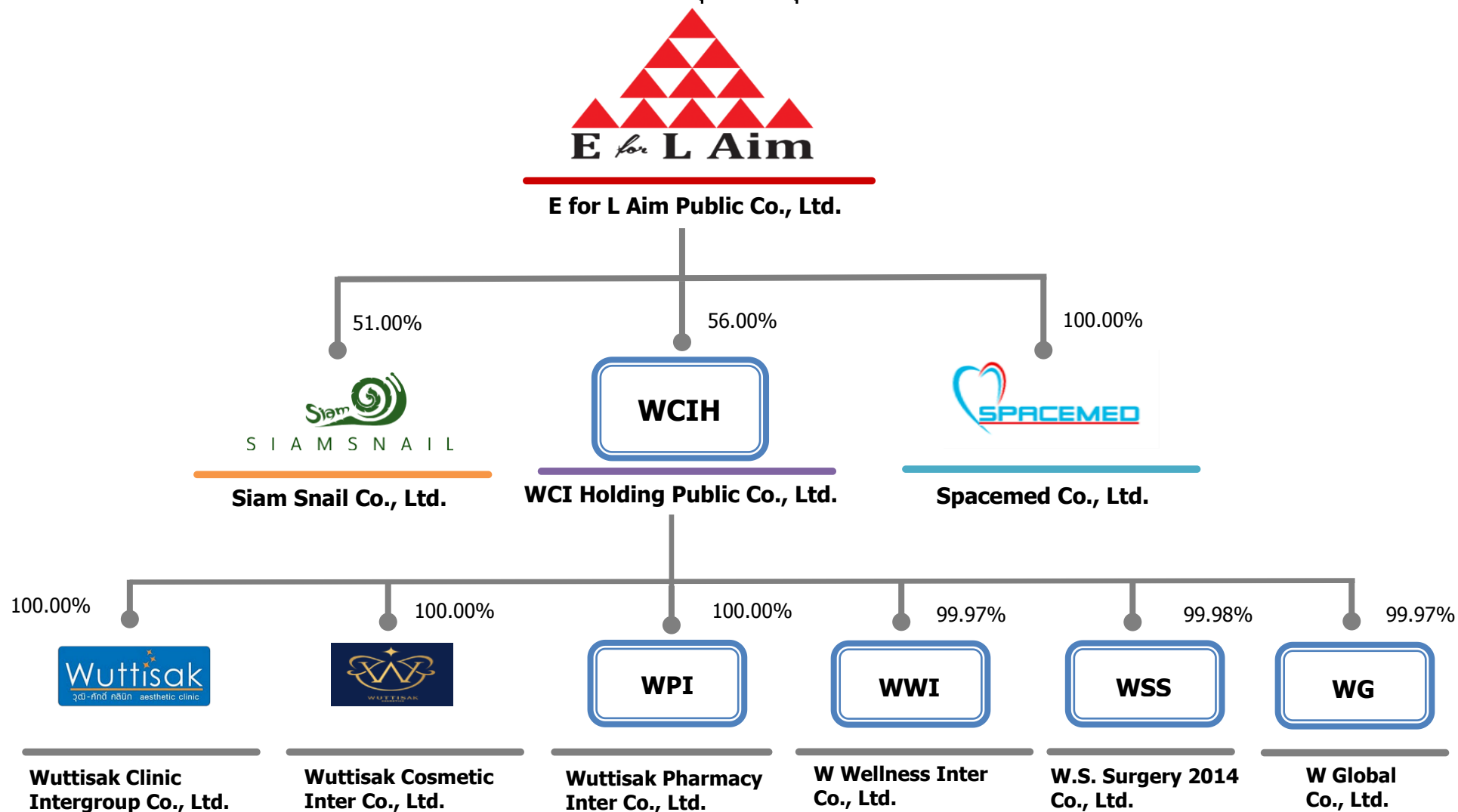
ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2560 - 2562) มีเหตุการณ์ การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญดังนี้

7 เมษายน 2560	<p>ที่ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 มีมติอนุมัติ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 3 (EFORL-W3) รวมจำนวนไม่เกิน 1,379,076,143 หน่วย เพื่อจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 10 หุ้นต่อใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยโดยไม่คิดมูลค่าโดยมีราคาแปลงสภาพ 0.60 บาทต่อหุ้น - ออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทจำนวนไม่เกิน 4,596,920,476 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.075 บาท เพื่อจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท ในอัตราจัดสรร 3 หุ้นสามัญเดิมต่อ 1 หุ้นสามัญใหม่ กำหนดราคาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ราคา 0.14 บาทต่อหุ้น - ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 4 (EFORL-W4) (“ใบสำคัญแสดงสิทธิ EFORL-W4”) รวมจำนวนไม่เกิน 1,532,306,825 หน่วย เพื่อจัดสรรให้แก่ผู้จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิม ในอัตราส่วน 3 หุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยโดยไม่คิดมูลค่าโดยมีราคาแปลงสภาพ 0.50 บาท - ลดทุนจดทะเบียนของบริษัทจากทุนจดทะเบียนเดิม จำนวน 1,035,001,518.75 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 1,034,307,107.25 บาท โดยตัดหุ้นสามัญที่ยังไม่ได้จำหน่าย จำนวน 9,258,820 หุ้น ซึ่งมีมูลค่าที่ตราไว้ 0.075 บาทต่อหุ้น - เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจำนวน 563,122,758.30 บาท จากเดิม 1,034,307,107.25 บาท เป็น 1,597,429,865.55 บาท โดยออกหุ้นสามัญจำนวน 7,508,303,444 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.075 บาท เพื่อจัดสรรและเสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น และรองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ EFORL-W3 และ EFORL-W4 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชำระคืนเงินกู้ประมาณ 500 ล้านบาท และส่วนที่เหลือใช้เป็นทุนหมุนเวียน
1 พฤษภาคม 2560	บริษัทได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือว่าด้วยการดำเนินงานโครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์เวชระเบียนหน่วยโรคไต กับโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์
18 พฤษภาคม 2560	จัดสรรหุ้นเพิ่มทุนแก่ผู้ถือหุ้นสามัญเดิม (Right Offering) จำนวน 4,596,920,476 หุ้น อัตรา (หุ้นเดิม: หุ้นเพิ่มทุน) 3 : 1 ราคาจองซื้อ 0.14 บาทต่อหุ้น โดยมีจำนวนหุ้นที่ขายได้ 2,317,528,396 หุ้น จำนวนหุ้นคงเหลือ 2,279,392,080 หุ้น จำนวนเงินที่ได้รับรวม 324,453,975.44 บาท โดยเริ่มซื้อขายหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าวในวันที่ 29 พฤษภาคม 2560

30 พฤษภาคม 2560	เลิกกิจการและชำระบัญชีบริษัท ไอเฮลธ์ วี-แคร์ จำกัด เนื่องจากความไม่ชัดเจนในการให้สิทธิการจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศอาเซียน ซึ่งไม่เป็นไปตามบันทึกข้อตกลง
2 มิถุนายน 2560	บริษัทเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 3 (EFORL-W3) ซึ่งได้จัดสรรให้ผู้ถือหุ้นสามัญเดิมราคาที่เสนอขาย 0.00 บาทต่อหน่วย ซึ่งขายได้ทั้งหมดจำนวน 1,337,429,167 หน่วย
2 มิถุนายน 2560	บริษัทเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 4 (EFORL-W4) ซึ่งได้จัดสรรให้ผู้ถือหุ้นที่จองซื้อหุ้นเพิ่มทุนราคาที่เสนอขาย 0.00 บาทต่อหน่วย ซึ่งขายได้ทั้งหมดจำนวน 772,508,987 หน่วย
30 มิถุนายน 2560	บริษัทขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนได้จำนวน 2,317,528,396 หุ้น เป็นเงินเพิ่มทุนทั้งสิ้นจำนวน 324,453,975.44 บาท โดยบริษัทนำเงินที่ได้รับจากการเพิ่มทุนดังกล่าวทั้งหมดชำระเงินกู้ยืมจากธนาคารตามวัตถุประสงค์ของการเพิ่มทุน
10 พฤศจิกายน 2560	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 19/2560 มีมติลงมติจองซื้อหุ้นเพิ่มทุนของบริษัท แดทโซเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด ทำให้สัดส่วนในการถือหุ้นของบริษัทลดลงเหลือร้อยละ 12
16 ธันวาคม 2560	บริษัทลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ “ว่าด้วยการดำเนินงานโครงการพัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์เวชระเบียนงานระงับความรู้สึก” (Siriraj Anesthesia Electronic Medical Record : SiA-EMR) กับคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล
21 พฤษภาคม 2561	<p>ในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2561 ที่ประชุมมีมติอนุมัติดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลดทุนจดทะเบียนของบริษัทจำนวน 228,062,767 บาท จากเดิม 1,597,429,666 บาท เป็นจำนวน 1,369,367,099 บาท โดยวิธีการตัดหุ้นสามัญที่ยังไม่ได้จำหน่ายจำนวน 3,040,836,894 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.075 บาท - เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจำนวน 1,208,121,737 บาท จากทุนจดทะเบียนจำนวน 1,369,367,099 บาท เป็น 2,577,488,835 บาท โดยออกหุ้นสามัญจำนวน 16,108,289,826 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.075 บาท เพื่อเสนอขายแก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) จำนวน 5 ราย ในราคาหุ้นละ 0.040 บาท รวม 644,331,593 บาท <p>ในระหว่างปี บริษัทได้รับชำระเงินค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายแก่บุคคลในวงจำกัดจำนวน 5 ราย รวมเป็นเงินทั้งสิ้นจำนวน 644.33 ล้านบาท คิดเป็นจำนวนหุ้นสามัญรวม 16,108 ล้านหุ้น</p>
29 มิถุนายน 2561	ในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ WCIH ครั้งที่ 2/2561 ที่ประชุมมีมติอนุมัติดังนี้ 1) แปรสภาพบริษัทจากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด (ดำเนินการแล้วเสร็จ เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2561) 2) เพิ่มทุนจดทะเบียนของ WCIH จำนวน 870,000,020 บาท จากเดิม 1,160,000,000 บาท เป็น 2,030,000,020 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 87,000,002 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท (ดำเนินการแล้วเสร็จเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2561)
29 มิถุนายน 2561	ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ WCIH ครั้งที่ 2/2561 มีมติจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้นในอัตราส่วน 4 หุ้นเดิมต่อ 3 หุ้นใหม่
14 สิงหาคม 2561	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 15/2561 มีมติจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ WCIH จำนวน 43.65 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท โดยจ่ายชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนใน WCIH จำนวน 436.50 ล้านบาท ในระหว่างไตรมาส 3 ของปี 2561

31 ธันวาคม 2561	WCIH ได้รับชำระเงินเพิ่มทุนจำนวน 438.91 ล้านบาท ทำให้สัดส่วนการลงทุนของบริษัทใน WCIH เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 50.17 เป็นร้อยละ 63.70
2 มกราคม 2562	WCIH ปรับโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อม โดยซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท วุฒิสักดิ์ คอสเมติกอินเตอร์ จำกัด บริษัท ดับบลิว เวลเนส อินเตอร์ จำกัด และ บริษัท ดับบลิว. เอส. เซอร์จี้รี 2014 จำกัด จาก WCIG ในราคาตามมูลค่าที่ตราไว้ (par value)
4 เมษายน 2562	WCIH ได้รับชำระเงินเพิ่มทุนจากผู้ถือหุ้นเดิม (RO) จำนวน 220.00 ล้านบาท ทำให้สัดส่วนการลงทุนของบริษัทใน WCIH ลดลงจากร้อยละ 63.70 เป็นร้อยละ 56.00
5 เมษายน 2562	WCIH ปรับโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อม โดยซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท วุฒิสักดิ์ ฟาร์มาซีอินเตอร์ จำกัด จาก WCIG ในราคาตามมูลค่าที่ตราไว้ (par value)
28 พฤษภาคม 2562	EFORL ร่วมลงนามกับ GE Healthcare Pte. Ltd. ประเทศสิงคโปร์ สำนักงานประจำภาคพื้นเอเชียแปซิฟิกของบริษัท GE Healthcare (NYSE:GE) ประเทศสหรัฐอเมริกา โดย EFORL ได้รับแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ GE ในกลุ่ม Enterprise Digital Solutions ในประเทศไทย
5 พฤศจิกายน 2562	<p>ในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2562 ที่ประชุมมีมติอนุมัติดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจำนวน 604,065,974.85 บาท จากเดิม 2,577,488,835.45 บาท เป็น 3,181,554,810.30 บาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 8,054,212,998 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.075 บาท - อนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Right Offering) ในอัตราส่วน 4 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นสามัญใหม่ โดยกำหนดราคาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ 0.05 บาท ต่อหุ้น

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



E for L Aim Public Co., Ltd.	บมจ. อี ฟอร์ แอล เอ็ม ลักษณะธุรกิจ ดำเนินธุรกิจหลักเป็นผู้นำเข้าและผู้แทนจัดจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์และเป็นผู้ให้บริการ บำรุงรักษา ซ่อมแซม ตลอดจนให้ความรู้ครอบคลุมการใช้งานเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์
Spacemed Co., Ltd.	บจก. สเปซเมด - บริษัทถือหุ้นร้อยละ 100.00 โดยมีทุนจดทะเบียน 50.00 ล้านบาท ลักษณะธุรกิจ: ตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์
WCI Holding Public Co., Ltd.	บมจ. ดับบลิวซีไอโฮลดิ้ง (WCIH) - บริษัทถือหุ้นร้อยละ 56.00 โดยมีทุนจดทะเบียนจำนวน 1,818.90 ล้านบาท ลักษณะธุรกิจ: ลงทุนในกลุ่มบริษัทเวชภัณฑ์
Siam Snail Co., Ltd.	บจก. สยามสเนล - บริษัทถือหุ้นร้อยละ 51.00 ทุนจดทะเบียน 20.00 ล้านบาท ลักษณะธุรกิจ: ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางจากเมือกหอยทาก
Wuttisak Clinic Intergroup Co., Ltd.	บจก. วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป (WCIG) - WCIH ถือหุ้นร้อยละ 100.00 ทุนจดทะเบียน 1.53 ล้านบาท ลักษณะธุรกิจ: ประกอบธุรกิจให้บริการด้านความงามและธุรกิจแฟรนไชส์
Wuttisak Cosmetics Inter Co., Ltd.	บจก. วุฒิสักดิ์ คอสเมติก อินเตอร์ (WCI) - WCIH ถือหุ้นร้อยละ 100.00 ทุนจดทะเบียน 100.10 ล้านบาท ลักษณะธุรกิจ: ซื้อมาขายไปเครื่องสำอาง
Wuttisak Pharmacy Inter Co., Ltd.	บจก. วุฒิสักดิ์ ฟาร์มาซีอินเตอร์ (WPI) - WCIH ถือหุ้นร้อยละ 100.00 ทุนจดทะเบียน 2.00 ล้านบาท ลักษณะธุรกิจ: ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาและอาหารเสริม
W Wellness Inter Co., Ltd	บจก. ดับบลิว เวลเนส อินเตอร์ (WWI) - WCIH ถือหุ้นร้อยละ 99.97 ทุนจดทะเบียน 0.10 ล้านบาท ลักษณะธุรกิจ: สถาบันฝึกอบรม
W.S. Surgery 2014 Co., Ltd.	บจก. ดับบลิว.เอส.เซอร์จี่รี 2014 (WSS) - WCIH ถือหุ้นร้อยละ 99.98 ทุนจดทะเบียน 1.00 ล้านบาท ลักษณะธุรกิจ: ให้บริการเสริมความงาม โดยการทำศัลยกรรมพลาสติกและตกแต่ง
W Global Co., Ltd.	บจก. ดับบลิว โกลบอล (WG) - WCIH ถือหุ้นร้อยละ 99.97 ทุนจดทะเบียน 0.10 ล้านบาท ลักษณะธุรกิจ: เพื่อบริการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในต่างประเทศ

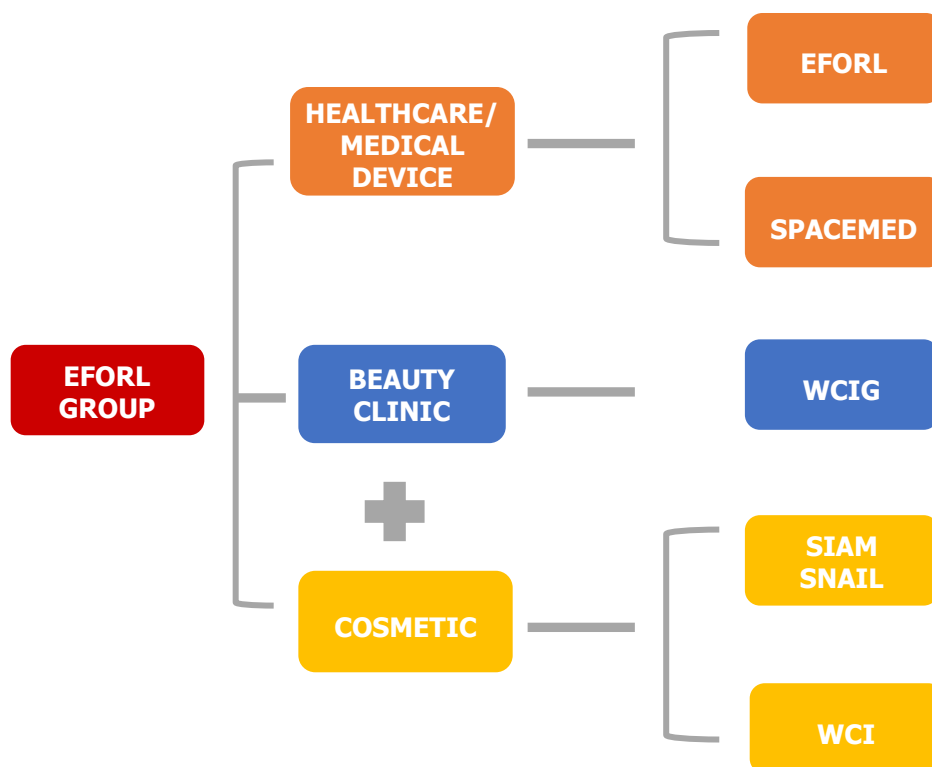
2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

กลุ่มบริษัท อี ฟอร์ แอล เอ็ม จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจ 2 ธุรกิจหลัก คือ:-

1. ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายและบริการเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ (Medical Equipment) ซึ่งจัดจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ (Medical Device) ทั้งที่ใช้ในโรงพยาบาล และ ใช้ในชีวิตประจำวัน และน้ำยาที่ใช้วิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ (Reagent) ดำเนินงานโดยบริษัท (EFORL) และ บจก. สเปนเซมด

2. ธุรกิจด้านความงาม (Beauty) ดำเนินงานโดยกลุ่มบริษัทวุฒิศักดิ์ และ บจก. สยามสเนล

โครงสร้างการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท



โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ตามที่ปรากฏในงบการเงินรวม โดยจำแนกตามกลุ่มธุรกิจในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา แสดงได้ดังนี้

หน่วย: ล้านบาท	%ถือหุ้น	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
		รายได้	สัดส่วน	รายได้	สัดส่วน	รายได้	สัดส่วน
เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์	EFORL, Spacemed	1,737	90%	1,828	89%	1,782	72%
บริการด้านความงาม	WCIH, Siam Snail	185	10%	232	11%	692	28%
รวม		1,922	100%	2,060	100%	2,474	100%

จากโครงสร้างรายได้ข้างต้น จะเห็นได้ว่าในปี 2562 โครงสร้างรายได้รวมมีจำนวน 1,922 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน แต่ยังคงสัดส่วนโครงสร้างรายได้หลักในธุรกิจเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยในปี 2562 อยู่ประมาณที่ร้อยละ 90 ของรายได้รวม

กลุ่มธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์

ดำเนินการโดย บริษัท อี ฟอร์ แอล เอ็ม จำกัด (มหาชน) และบริษัท สเปซเมด จำกัด

2.1 บริษัท อี ฟอร์ แอล เอ็ม จำกัด (มหาชน)

ซึ่งโครงสร้างรายได้แบ่งเป็น 2 รูปแบบคือ ตามประเภทผลิตภัณฑ์และตามประเภทลูกค้า

ยอดขายแยกตามหมวดผลิตภัณฑ์ของบริษัท (EFORL)

	ปี 2562		ปี 2561		เพิ่ม/ (- ลด)
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	
เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์	1,068	70.4%	1,138	69.3%	-6.2%
น้ำยาที่ใช้วิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ	450	29.6%	503	30.7%	-10.5%
รวม	1,518	100.0%	1,641	100.0%	-7.5%

เมื่อพิจารณายอดขาย ข้างต้นจะเห็นว่า ยอดขายโดยรวมของกลุ่มธุรกิจลดลง คิดเป็นร้อยละ 7.5 โดยสัดส่วนที่ลดลงส่วนใหญ่มาจากยอดขายในหมวดน้ำยาที่ใช้วิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ โดยลดลงร้อยละ 10.5 เนื่องจากสภาวะการแข่งขันสูง

ยอดขายจำแนกตามประเภทลูกค้า

	ปี 2562		ปี 2561		เพิ่ม/ (ลด)
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	
ยอดขายภาครัฐ	1,048	69.0%	1,180	71.9%	11.2%
ยอดขายภาคเอกชน	470	31.0%	461	28.1%	-2.2%
รวม	1,518	100.0%	1,641	100.0%	7.4%

เมื่อพิจารณายอดขายเปรียบเทียบจำแนกกลุ่มลูกค้าภาครัฐและเอกชนตามตารางข้างต้นจะเห็นว่าแนวโน้มยอดขายที่ได้รับจากการทางภาครัฐมีสัดส่วนลดลงเล็กน้อย จากร้อยละ 71.9 ในปี 2561 เป็นร้อยละ 69.0 ในปี 2562 เนื่องจากความล่าช้าในการออกงบประมาณของภาครัฐ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ตลอดจนน้ำยาที่ใช้ในทางการแพทย์ของบริษัท ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการของบริษัท สามารถแบ่งได้ ดังนี้:-

- กลุ่มเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์
 - 1) ผลิตภัณฑ์ด้านวินิจฉัยทางการแพทย์ (Medical Diagnostics)
 - 2) ผลิตภัณฑ์ด้านการผ่าตัด (Treatment/Operations)
 - 3) ผลิตภัณฑ์ด้านนวัตกรรมทางการแพทย์และเวชสารสนเทศ (Medical Innovative & Medical Information Technology) อันประกอบด้วย:
 - ก. ระบบอิเล็กทรอนิกส์เวชระเบียนงานระงับความรู้สึก (Anesthesia Record System)
 - ข. ระบบการบริหารจัดการเก็บข้อมูลคลื่นไฟฟ้าหัวใจ (ECG Viewer System)
 - ค. ระบบอิเล็กทรอนิกส์เวชระเบียนหน่วยโรคไต (CIS for Hemodialysis)
 - ง. Telemedicine System
 - 4) ผลิตภัณฑ์ด้านการฟื้นฟูสุขภาพและช่วยชีวิตครบวงจร (Health Recovery & Life Healthy Integration)
 - 5) ผลิตภัณฑ์ติดตามประเมินและวิเคราะห์สุขภาพอนามัยผู้ใช้ เช่น iHealth Product
 - 6) ระบบงาน Clean room และ Pendant
 - 7) การพาณิชย์ออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ติดตามประเมินและวิเคราะห์สุขภาพอนามัยผู้ใช้
 - 8) การบริการหลังการขาย (After Sales Services)
- น้ำยาวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ
- Healthcare Medical Device

รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท อี ฟอร์ แอล เอ็ม จำกัด (มหาชน)

สินค้าสำหรับใช้ในห้องผ่าตัด (Operating Room)



Anesthesia System

เครื่องดมยาสลบพร้อมเครื่องช่วยหายใจและเครื่อง
ติดตามสัญญาณชีพขณะดม



เครื่องดมยาสลบ

พร้อมเครื่องช่วยหายใจขณะดมยาสลบ
รุ่น CS620, CS650



Defibrillator รุ่น TEC 8300

เครื่องกระตุกหัวใจด้วยไฟฟ้า



ULTRASOUND SCANNER

เครื่องตรวจอวัยวะภายในด้วยคลื่นเสียงความถี่สูง



Digital OR System

ห้องผ่าตัดปลอดเชื้อ

สินค้าสำหรับใช้ในห้องวินิจฉัยทางรังสี (Radiology)



Anesthesia System

เครื่องดมยาสลบในห้อง MRI



ULTRASOUND SCANNER

เครื่องตรวจอวัยวะภายในด้วยคลื่นเสียงความถี่สูง



MRI Ventilator

เครื่องช่วยหายใจในห้อง

สินค้าสำหรับใช้ในผู้ป่วยเด็กและทารกแรกเกิด (NICU)



Incubator & Radiant Warmer
เครื่องให้ความอบอุ่นแก่ทารกแรกคลอด



Phototherapy
ไฟส่องเด็กตัวเหลือง



Neonatal Ventilator
เครื่องช่วยหายใจสำหรับเด็กอ่อน

สินค้าสำหรับใช้ในห้องผู้ป่วยวิกฤต (ICU, CCU, Recovery Room)



Intelligent Ventilator
เครื่องช่วยหายใจอัจฉริยะสำหรับ
ผู้ป่วยวิกฤต



Central Monitor System
ระบบเครื่องศูนย์กลางสัญญาณชีพ



Patient Monitor
เครื่องตรวจสัญญาณชีพข้างเตียง



18 Lead ECG Recorder
เครื่องตรวจบันทึกคลื่นหัวใจ
ชนิด 18 ลีด

สินค้าสำหรับใช้งานในห้องตรวจโรคผู้ป่วยนอก (OPD)



Spirometer เครื่องตรวจสมรรถภาพปอด



Vitalsign Monitor
เครื่องวัดสัญญาณชีพ



ECG Viewer System
ระบบการบริหารจัดการเก็บข้อมูลคลื่นไฟฟ้าหัวใจ

สินค้าสำหรับใช้ในห้องอุบัติเหตุและฉุกเฉิน (Emergency Room)

NIHON KOHDEN



AED รุ่น 3100
เครื่องกระตุกหัวใจอัตโนมัติ

NIHON KOHDEN



Defibrillator รุ่น TEC-5600
เครื่องกระตุกหัวใจด้วยไฟฟ้า

HAMILTON MEDICAL



Model T1
Transport Ventilator
เครื่องช่วยหายใจสำหรับเคลื่อนย้ายผู้ป่วย

HAMILTON MEDICAL

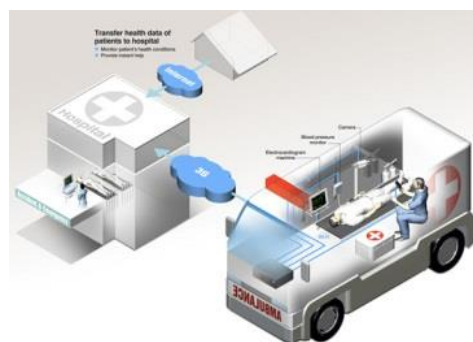


Model C1
Transport Ventilator
เครื่องช่วยหายใจสำหรับเคลื่อนย้ายผู้ป่วย

esaote



ULTRASOUND SCANNER
เครื่องตรวจอวัยวะภายในด้วยคลื่นเสียงความถี่สูง



Telemedicine System
ระบบส่งข้อมูลผู้ป่วยผ่านดาวเทียม

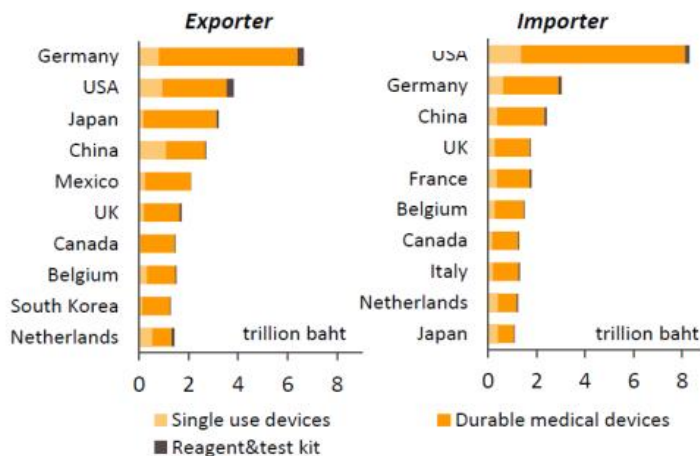
1) **สถานการณ์ตลาดเครื่องมือแพทย์โลก** (ที่มาบทวิจัยกรุงศรี พฤษภาคม 2562 และ ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน))

อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ ครอบคลุมทั้งเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง และมีการเติบโตได้แม้สถานการณ์เศรษฐกิจจะไม่เอื้ออำนวย เนื่องจากเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ซึ่งปัจจุบันอัตราผู้ป่วยและผู้สูงอายุมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นทำให้มีความต้องการเครื่องมือทางการแพทย์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ใน ปี ค.ศ. 2017 อุตสาหกรรมเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ของโลกมีมูลค่าสูงถึง 361 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2020 จะเพิ่มขึ้นเป็น 436 พันล้านเหรียญสหรัฐ ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 6.4

ตลาดเครื่องมือแพทย์ที่ใหญ่ที่สุดอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ตามด้วยตลาดในภูมิภาคยุโรป และตลาดในภูมิภาคเอเชีย โดยประเทศที่มีการส่งออกเครื่องมือแพทย์มากที่สุดคือประเทศเยอรมนี (ร้อยละ 18) ประเทศสหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 11) และ ประเทศญี่ปุ่น (ร้อยละ 9.5) จะเห็นได้ว่า ประเทศที่มีสัดส่วนในตลาดมาก คือ ประเทศที่เป็นผู้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางเครื่องมือแพทย์ ซึ่งสามารถผลิตครุภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ได้มาตรฐานสากลซึ่งมีราคาต่อหน่วยสูง

Importers and Exporters of Medical Devices



Source: MeDIU

ผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์รายใหญ่ของโลกที่มียอดขายสูงจะเป็นบริษัทข้ามชาติ โดยสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีรายได้สูงสุดจากการจำหน่ายอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ จากการมีฐานการผลิตกระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงที่สำคัญได้แก่ เครื่องวินิจฉัยโรคด้วยไฟฟ้า (Electro-diagnostic devices) เครื่องมือแพทย์ที่ใช้ในการศัลยกรรมกระดูก (Orthopedic and fracture devices) เครื่องเอกซเรย์ (X-ray devices) รวมถึงเครื่องมือแพทย์ทางด้านทันตกรรม ในส่วนของภูมิภาคยุโรป ประเทศที่

ผลิตเครื่องมือแพทย์ที่สำคัญ ได้แก่ เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะเยอรมนีถือเป็นผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ที่ได้รับการยอมรับในเรื่องของคุณภาพ รวมถึงการพัฒนาคิดค้นเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

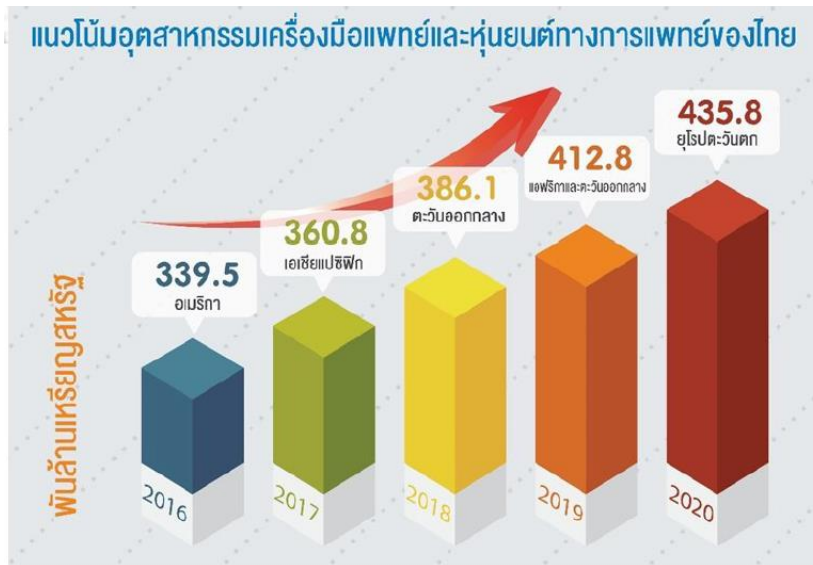
Global Top 10 Medical Device Companies

Company	Country	Revenue 2017 (USD, bn)	% YoY
Medtronic	U.S.	29.71	3.0%
De Puy Synthes (Johnson & Johnson)	U.S.	26.59	5.9%
Fresenius (Medical Care)	U.S.	20.90	7.0%
Philips (Healthcare)	Netherlands	20.89	2.0%
GE Healthcare	U.K.	19.11	5.0%
Siemens (Healthiness)	Germany	16.20	2.0%
Cardinal Health	U.S.	13.52	9.0%
Stryker	U.S.	12.44	9.9%
Becton Dickinson	U.S.	12.09	-3.0%
Baxter International	U.S.	10.56	4.0%

Source: Top-10 Medical Devices companies 2018 – igeaHub (www.igeahub.com)

ส่วนภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตเครื่องมือแพทย์และมีการเติบโตด้านการส่งออกอย่างต่อเนื่องคือ ญี่ปุ่น (ส่งออกอันดับ 3 ของโลก สัดส่วนร้อยละ 8.0) จากการเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยในระดับต้นของเอเชียและได้รับการยอมรับจากทั่วโลก รองลงมาคือ จีน (อันดับ 4 ของโลก สัดส่วนร้อยละ 7.0) ซึ่งอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ในจีนจะเป็นการผลิตเครื่องมือแพทย์ที่ใช้เทคโนโลยีไม่สูงเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ในภูมิภาคอาเซียน ทำให้จีนและอาเซียนต้องนำเข้าเครื่องมือแพทย์ที่ใช้เทคโนโลยีสูงจากต่างประเทศแทบทั้งสิ้น ทั้งจากสหรัฐฯ เยอรมนี และญี่ปุ่น

แนวโน้มของตลาดเครื่องมือการแพทย์ที่น่าสนใจคือ ตลาดหุ่นยนต์ทางการแพทย์ ซึ่งมีมูลค่า 3.56 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี ค.ศ. 2017 และมีแนวโน้มว่าจะเติบโตถึง 1.097 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐในปี ค.ศ. 2023 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 21.9 ระหว่างปี ค.ศ. 2018-2023 หุ่นยนต์ทางการแพทย์ สามารถแบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่ หุ่นยนต์ผ่าตัด หุ่นยนต์ฉายรังสี หุ่นยนต์ช่วยชีวิตกึ่งอัตโนมัติ หุ่นยนต์ เครื่องกลแทนอวัยวะเทียม และหุ่นยนต์บำบัด ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การบำบัดด้านกายภาพ ด้านพฤติกรรม การดูแลบุคคล และส่งเสริมสุขภาพ



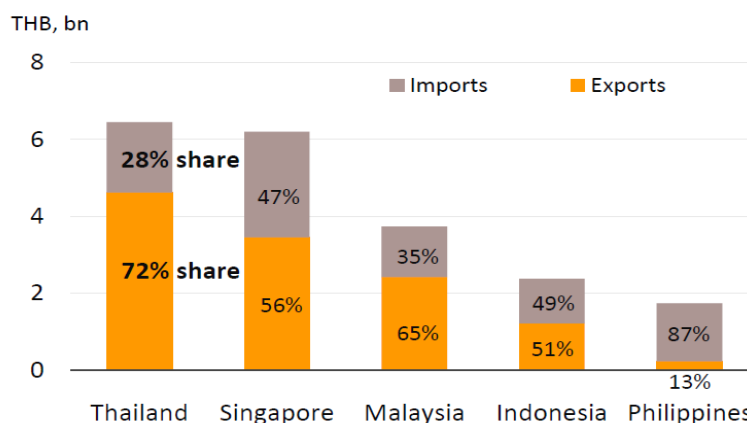
มูลค่าตลาดเครื่องมือแพทย์ (อ้างอิงจากปี ค.ศ. 2016 International Trade Administration)

หุ่นยนต์ที่มีบทบาทอย่างเห็นได้ชัดในการแพทย์ปัจจุบันคือ หุ่นยนต์ช่วยผ่าตัด เช่น Da Vinci Surgical System จากประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นหุ่นยนต์ที่ได้รับรองจากองค์การอาหารและยาของสหรัฐ (Food and Drug Administration, FDA) และถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลก ในปี ค.ศ. 2016 หุ่นยนต์ดังกล่าวมีจำนวน 3,803 เครื่องทั่วโลก โดยอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 2,501 เครื่อง อยู่ในภูมิภาคยุโรปจำนวน 644 เครื่อง อยู่ในภูมิภาคเอเชีย 476 เครื่อง หุ่นยนต์ที่ช่วยในการผ่าตัดแบบส่องกล้อง เป็นหุ่นยนต์อีกประเภทที่มีแนวโน้มในการประยุกต์ใช้สูง โดยเอเชียแปซิฟิกจะเป็นตลาดที่มีโอกาสเติบโตสูง อันสืบเนื่องมาจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นในจีน อินเดีย และญี่ปุ่น หุ่นยนต์เหล่านี้มีข้อจำกัดในเรื่องราคา ความซับซ้อนในการติดตั้งและค่าดูแลรักษา เช่น Da Vinci System นั้นมีราคาขั้นต่ำประมาณ 2 ล้านเหรียญสหรัฐ ต่อเครื่อง ทำให้การประยุกต์ใช้จะจำกัดในผู้ลงทุนรายใหญ่ แต่คุณประโยชน์ของหุ่นยนต์ช่วยผ่าตัดคือความแม่นยำ เพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้สามารถทำการผ่าตัดที่ซับซ้อนได้มากขึ้น ลดภาระของแพทย์ และมีความคุ้มค่าสูงในระยะยาว

2) อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ของไทย

สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ของไทย ปัจจุบันอยู่ภายใต้พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551 โดยมี กองควบคุมเครื่องมือแพทย์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นหน่วยงานกำกับดูแล และรับผิดชอบในการออกใบอนุญาตการผลิต/จำหน่าย/นำเข้าเครื่องมือแพทย์ที่ได้มาตรฐานตามที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กำหนด เพื่อเป็นเครื่องยืนยันว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและนำเข้ามาได้นั้นได้มาตรฐานเดียวกันทั้งหมด และยังเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าให้เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและตลาดส่งออก ไทยมีมูลค่าการส่งออกและนำเข้าเครื่องมือแพทย์รวมกันสูงเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มอาเซียน (สัดส่วนมูลค่าส่งออกต่อมูลค่านำเข้าอยู่ที่ 72:28)

ASEAN Top 5 Markets for Medical Devices (2018)



Source: MeDIU

โดยผลิตภัณฑ์ที่ไทยผลิตเพื่อส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องมือแพทย์ในกลุ่มวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 84 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องมือแพทย์ทั้งหมด กลุ่มสินค้าส่งออกหลัก ประกอบด้วย อุปกรณ์ทางการแพทย์ หลอดสวนและหลอด/เข็มฉีดยา และอุปกรณ์ทำแผล เป็นต้น ผู้ประกอบการที่ทำการผลิตและส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนในไทยและส่งกลับไปขายในประเทศของตน (อาทิ ญีปุ่น สหรัฐฯ ฝรั่งเศส) โดยประเทศที่ไทยส่งออกเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์มากที่สุดคือ สหรัฐฯ (สัดส่วนร้อยละ 29 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องมือแพทย์ทั้งหมด) รองลงมา ได้แก่ ญีปุ่น เนเธอร์แลนด์ และเยอรมนีตามลำดับ ส่วนผลิตภัณฑ์นำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์และครุภัณฑ์ทางการแพทย์ สัดส่วนใกล้เคียงกันที่ ร้อยละ 43 และ ร้อยละ 40 ตามลำดับ เช่น เครื่องอัลตราซาวด์ เครื่องเอ็กซเรย์ เครื่องตรวจวัดคลื่นหัวใจ เครื่องตรวจคลื่นไฟฟ้าในสมอง และผลิตภัณฑ์ทางจักษุวิทยา โดยแหล่งนำเข้าหลักคือ สหรัฐฯ (สัดส่วนร้อยละ 21 ของมูลค่าการนำเข้าเครื่องมือแพทย์ทั้งหมด) รองลงมา ได้แก่ จีน เยอรมนี และญีปุ่น ตามลำดับ

Thai Medical Device Trade (2018)

Exports by Type		Exports by Destination		Imports by Supplier	
Single-use items	84%	U.S.A.	29.0%	U.S.A.	20.6%
Durable items	15%	Japan	12.4%	China	13.3%
Reagents and test kits	1%	Netherlands	7.2%	Germany	9.9%
		Germany	6.5%	Japan	8.8%
		China	3.3%	Ireland	6.2%
		France	4.9%	Vietnam	5.2%
		UK	3.2%	Mexico	3.5%
		Australia	2.7%	South Korea	3.5%
		Others	30.7%	Others	29.1%

Source: MeDIU

การผลิตเครื่องมือแพทย์ของไทยเน้นผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก โดยมูลค่าการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ในประเทศและส่งออกมีสัดส่วนที่ 30:70 เครื่องมือแพทย์ที่ไทยผลิตส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์ขั้นพื้นฐานเน้นการผลิตที่ใช้วัตถุดิบในประเทศเป็นหลัก ได้แก่ ยาง และพลาสติก จำแนกได้ตามประเภทการใช้งาน ดังนี้

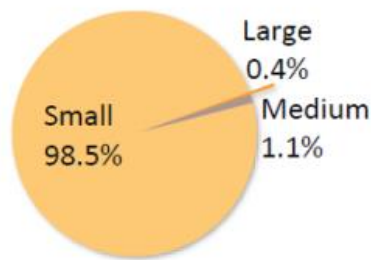
1) กลุ่มวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์ที่ไทยมีศักยภาพในการผลิตสูงและแข่งขันได้ดีในตลาดโลกคือ ถุงมือยางทางการแพทย์ เนื่องจากใช้เทคโนโลยีในการผลิตไม่ซับซ้อน อีกทั้งไทยยังเป็นผู้ผลิตยางพาราที่สำคัญของโลกซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบ หลักทางการผลิต (Resource-based) การผลิตถุงมือยางทางการแพทย์จะเน้นผลิต เพื่อส่งออกในสัดส่วนสูงราวร้อยละ 90 ของปริมาณการจำหน่ายถุงมือยางทางการแพทย์ทั้งหมด ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีการเติบโตต่อเนื่อง เนื่องจากมีความต้องการเพิ่มขึ้นสม่ำเสมอ รองลงมาคือ หลอดสวนและหลอดฉีดยา ใช้พลาสติกเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการผลิต มีต้นทุนไม่สูงนัก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานทั่วไป โดยผู้ผลิตในกลุ่มวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์มีสัดส่วนสูงสุดประมาณร้อยละ 41 ของจำนวนผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ทั้งหมด

2) กลุ่มครุภัณฑ์ทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์ที่ไทยผลิตและการส่งออกส่วนมากเป็นครุภัณฑ์ในการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยและเตียงผู้ป่วย เตียงตรวจ รถเข็นผู้ป่วย ซึ่งใช้เทคโนโลยีในการผลิตไม่สูงมาก โดยผู้ผลิตในกลุ่มครุภัณฑ์มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 23

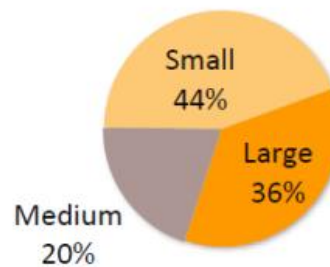
3) กลุ่มชุดน้ำยาและชุดวินิจฉัยโรค ตลาดในประเทศยังมีขนาดเล็กมีจำนวนผู้ผลิตเพียงร้อยละ 5 ของผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ ส่วนใหญ่จะเป็นการร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติที่สนใจเข้ามาลงทุนในไทย โดยผลิตภัณฑ์หลัก อาทิ น้ำยาตรวจโรคเบาหวานโรคไต โรคตับอักเสบ ซึ่ง 1-2 ปีที่ผ่านมา ไทยมีการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ชุดน้ำยาและชุดวินิจฉัยโรคเพื่อเฝ้าระวังการเกิดโรคร้ายแรงที่ไม่ติดต่อในผู้สูงอายุมากขึ้น

สำหรับผู้จำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศมีทั้งที่เป็นตัวแทนจำหน่ายขายส่ง ขายปลีก มีจำนวน 10,000 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายกลางและเล็ก SME เกือบทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 99.6 รายได้รวมกันกว่าร้อยละ 60 ของรายได้รวมทั้งหมด โดยผู้ประกอบการรายสำคัญ เช่น บริษัทซิลลิค ฟาร์มา, บริษัทฟาร์มาซอฟ, บริษัท พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล เทรดิง (ประเทศไทย), บริษัทไบโอเนท-เอเชีย, บริษัทไบโอจีเนเทค เป็นต้น การแข่งขันในกลุ่มจำหน่ายค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากการเข้ามาจดทะเบียนสถานประกอบการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ในประเทศทำได้ไม่ยากนัก (low barrier to entry) อีกทั้งสินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่จะมีลักษณะใกล้เคียงกันทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายอื่นทดแทนได้ง่าย

Number by size



Revenue by size



Source: Business Online, compiled by Krungsri Research

ผู้ผลิตและผู้นำเข้ามีช่องทางการจำหน่าย ดังนี้

- 1) การจำหน่ายโดยตรงกับโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลทั้งของภาครัฐและเอกชน โดยการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ให้กับโรงพยาบาลรัฐจะเป็นไปตามนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ปัจจุบันกระทรวงการคลังได้ปรับเปลี่ยนระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐจากเดิมที่ใช้วิธีตกลงราคา (จัดซื้อไม่เกิน 1 แสนบาท) วิธีสอบราคา (จัดซื้อเกิน 1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 2 ล้านบาท) และวิธีประกวดราคา (จัดซื้อเกิน 2 ล้านบาท) มาเป็นวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic bidding: e-bidding) ส่วนการเข้าไปประมูลในโรงพยาบาลเอกชนจะนำเสนอสิ่งซื้อตามระเบียบของโรงพยาบาลนั้น ๆ
- 2) การจำหน่ายต่อให้กับบริษัทตัวแทนจัดจำหน่าย/ร้านค้า ทั้งที่เป็นบริษัทในเครือของผู้ผลิต/ผู้นำเข้า และร้านค้าทั่วไป เพื่อกระจายสินค้าต่อไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศ ผู้ประกอบการในธุรกิจนี้มักจะเป็นผู้ที่มีความรู้หรืออยู่ในวงการด้านการรักษาสุขภาพ ทำให้มีช่องทางการจำหน่ายกว้างขวาง
- 3) การจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องมือแพทย์ประเภทวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ ตลาดส่งออกหลัก คือ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และเยอรมนี รายสำคัญ คือ บริษัทไทยรับเบอร์ลาเท็กซ์คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สินค้าส่งออกหลักคือ ถุงมือยางที่ใช้ในการแพทย์

โอกาสในการทำกำไรของผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ในประเทศและผู้นำเข้าอาจไม่สูงนัก เนื่องจาก 1) ผู้ผลิตที่จำหน่ายเครื่องมือแพทย์จะเน้นตลาดประมูลในโรงพยาบาล มักมีแรงกดดันจากการแข่งขันด้านราคา 2) การจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่นำเข้าส่วนใหญ่จะมีอายุการใช้งานนาน (ครุภัณฑ์ทางการแพทย์) ทำให้ความถี่ในการเปลี่ยนเครื่องมือและอุปกรณ์ใหม่มีไม่มากนัก และ 3) ผู้ผลิตและผู้ประกอบการนำเข้าวัตถุดิบ ชิ้นส่วน และอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์อาจมีต้นทุนเพิ่มจากการทำป้องกันความเสี่ยงจากค่าเงิน ขณะที่ต้นทุนสินค้านำเข้ายังผันแปรตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี/นวัตกรรมใหม่ๆ การเติบโตของธุรกิจขึ้นอยู่กับความขยายตัวของบริการด้านสาธารณสุขและการสนับสนุนจากภาครัฐ ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ผ่านสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีกับนักลงทุน

อีกทั้งอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ยังเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ของภาครัฐ (New S-curve) ที่มีแผนสนับสนุนการลงทุนในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เพื่อรองรับเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการส่งออกเครื่องมือแพทย์ไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) ที่มีความต้องการสินค้าประเภทนี้มากขึ้น นอกจากนี้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้มีการกำหนดทิศทางการส่งเสริมผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยในระยะแรกเน้นการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ที่มีความต้องการใช้ในประเทศสูง และเป็นอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อนมาก จึงส่งผลให้นักลงทุนสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้มากขึ้นทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมค่อนข้างสูงจากจำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มมากขึ้น

3) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ฝ่ายการตลาดของบริษัทได้ประมาณการขนาดตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ทั่วประเทศแล้วมีมูลค่ารวมไม่น้อยกว่า 20,000 ล้านบาทต่อปี โดยบริษัทประมาณการว่ายอดขายที่บริษัทสามารถเข้าถึงและบรรลุได้ประมาณ 1,750 – 2,020 ล้านบาทต่อปี

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เป็นทั้งโรงพยาบาล สถานพยาบาลภาครัฐและเอกชนทั่วประเทศ โดยบริษัทแบ่งทีมขาย บริการ ซ่อมบำรุง ให้คำปรึกษาออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ส่วนที่ดูแลลูกค้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และส่วนที่ดูแลลูกค้าในต่างจังหวัด โดยมีศูนย์ให้บริการกระจายทั่วทุกภาค

คู่แข่งส่วนเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ (Medical device หรือ Non-Consumable Product) มีหลายกิจการทั้งที่เป็นบริษัทในประเทศและบริษัทในต่างประเทศ เช่น Medi Top, PCL, XOVIC, Roche (Thailand), Abbot เป็นต้น ต่างผลิตภัณฑ์ก็ต่างคู่แข่งกัน แต่โดยรวมแล้วทุก ๆ ส่วนตลาด (Segment) ที่มีการแบ่งส่วนตลาดตามประเภทผลิตภัณฑ์ บริษัทจะเป็นผู้นำตลาด (Market Leader) บางผลิตภัณฑ์จะเป็นผู้นำตลาดร่วม (Co-Market Leader) พร้อม ๆ กับมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น ทั้งที่เป็นคู่แข่งรายเดิมและรายใหม่โดยคู่แข่งมีกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ:-

- มีการเปิด Booth หรือ Kiosk ในสถานพยาบาลหรือโรงพยาบาลที่บริษัททำตลาดอยู่และมีธุรกรรมซื้อขายกันมายาวนานและต่อเนื่อง
- คู่แข่งพร้อมที่จะมีกิจกรรมแข่งคู่ขนาน (Parallel run) ทันที เมื่อบริษัทได้ทำการตลาดอยู่
- คู่แข่งมีการจัดทีมพิเศษพร้อมปรับกลยุทธ์ทีมขายโดยให้ทีมโครงการพิเศษนี้ มีอำนาจเจรจาต่อรอง พร้อมที่จะให้บริการแบบบูรณาการ

ในส่วนที่เป็นน้ำยาในห้องปฏิบัติการ (Consumable Product) ตลาดมีการแข่งขันมากขึ้น ราคาที่เสนอขายมีแนวโน้มลดลง คู่แข่งหลัก ๆ ประกอบด้วย PCL HOLDING, Roche, Mindray, Abbot และ Ortho-Clinical Diagnostics.

ในส่วนที่เป็น Medical & Online Business บริษัทได้พัฒนาเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อรองรับธุรกรรมนี้ คือ www.vcareasia.com “VCARE ASIA” ปัจจุบันเน้นผลิตภัณฑ์ด้าน Medical Health Products (MHP) หลายตราและหลายผลิตภัณฑ์ อาทิ iHealth, Wecardio, AED (Nihon Kohden), Home Care (Servox, AirForceOne, AeroChamber Plus Flow-Vu)

ด้านผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ

บริษัทได้คัดสรรผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ชั้นนำเป็นที่ยอมรับในวงการสาธารณสุขทั่วไป ผลิตภัณฑ์รายการหลัก ๆ ที่บริษัทได้รับให้เป็นผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว เช่น Hamilton, Nihon Kohden, GE และ Carestream เป็นต้น ยอดการจัดจำหน่ายมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

บริษัทเน้นบริการที่ดี การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า การเข้าไปพบพร้อมกับข้อเสนอที่เป็น Solution การเยี่ยมเยียนที่สม่ำเสมอ บริษัทมี Service plan ที่เรียกว่า Golden Service Program โดยให้บริการ

- On call 24 hrs.
- Backup plan within 48 hrs.: BKK and within 72 hrs.: Upcountry

บริษัทพยายามหาตลาดที่เป็น Niche (เฉพาะกลุ่ม) และ/หรือที่เป็นตลาดใหม่ (Emerging market) พร้อมทั้งจะเข้าวางผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นที่ยอมรับทันทีเช่น ผลิตภัณฑ์ทางด้านทันตกรรม (Dental Product) ต่าง ๆ (กล้อง เครื่อง X-ray ภายนอก) รวมทั้งเจาะตลาดใหม่ที่เป็นคลินิกขนาดเล็ก และบางผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีปานกลาง ราคาไม่สูงนัก เข้าเจาะตลาดโรงพยาบาลขนาดเล็กถึงกลาง

ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์มีการเชื่อมโยงกับระบบสารสนเทศของโรงพยาบาลมากขึ้น บริษัทได้พัฒนา Software ในรูปแบบบน Web Application พัฒนา Software สำหรับรองรับในแผนกโรคหัวใจของโรงพยาบาล

Software อันเป็นนวัตกรรมที่บริษัทได้พัฒนาและปรับปรุงขึ้นมีดังนี้

- ระบบอิเล็กทรอนิกส์เวชระเบียนงานรับความรู้สึก (Anesthesia Record System)
- ระบบการบริหารจัดการการเก็บข้อมูลคลื่นไฟฟ้าหัวใจ (ECG Viewer System)
- ระบบอิเล็กทรอนิกส์เวชระเบียนหน่วยโรคไต (CIS for Hemodialysis) และ
- Telemedicine System

ซึ่งระบบงานและ Software เหล่านี้ กำลังมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้หลักให้กับบริษัทต่อไป

ด้านราคา

บริษัทเน้นราคาที่เหมาะสม แข่งขันได้ บริษัทพยายามผลักดันนโยบายการตั้งราคา ที่ราคามาจากคุณค่าที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ (Value Base) มากกว่าการตั้งราคาขายบนฐานของต้นทุนสินค้า (Cost base)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

บริษัทจัดวางบุคลากรทั้งคุณภาพและปริมาณที่เหมาะสมในแต่ละตลาด เพิ่มความถี่ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มแรงจูงใจ และแพ็คเกจทางการตลาดใหม่ ๆ พร้อมกับจัด Events การสัมมนาการอบรมทางวิชาการ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ Road Show สาธิต (On-Site Demonstration) ช่วยเหลือสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของลูกค้า ให้ลูกค้าตระหนักว่า บริษัทเป็นผู้มีส่วนได้เสียร่วมกันในกลุ่มห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chains)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระบบการขายโดยผ่านตัวแทน ยังถือเป็นช่องทางการจำหน่ายหลักของบริษัท ในระยะต่อไปบริษัทจะเน้นช่องทางการขายด้านระบบ Customer Relationship Management-CRM ผ่านเว็บไซต์ หรือ Blog ต่าง ๆ ของบริษัทให้มากขึ้น บางผลิตภัณฑ์ (โดยเฉพาะเครื่องวินิจฉัยเกี่ยวกับโรคหัวใจ) เจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นแพทย์เฉพาะทาง เจาะกลุ่มลูกค้าโรงพยาบาล แผนกฉุกเฉิน (ER)

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายนั้น เป็นการนำเข้ามาจากต่างประเทศ อาทิ กลุ่มประเทศในยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ เป็นต้น

สำหรับบริษัทใหญ่ ๆ ที่ให้บริษัทเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยนั้น ได้มีการจัดวางระบบสารสนเทศ (ซอฟต์แวร์เฉพาะ และการมี Email Loop) ติดต่อสื่อสาร ทราบความเคลื่อนไหว ความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย และสามารถกำหนดแผนงานและกลยุทธ์ เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตามกำหนด

แผนงานในอนาคตเพื่อเพิ่มรายได้จากการขายและบริการและศักยภาพในอนาคต

กลุ่มบริษัทเครื่องมือแพทย์มีแผนการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนี้

- Early Warning Score Program (EWS) โปรแกรมระบบเตือนและเฝ้าระวังป้องกันการติดเชื้อในกระแสโลหิตล่วงหน้า
- ระบบเชื่อมต่ออุปกรณ์ทางการแพทย์อื่น ๆ กับระบบอิเล็กทรอนิกส์เวชระเบียนงานระดับความรู้สีก (Anesthesia Record System) เป็นโครงการระยะที่สองร่วมกับคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล
- โปรแกรมระบบการดู ส่งต่อ และเก็บข้อมูลคลื่นไฟฟ้าหัวใจ (ECG) ร่วมกับระบบเวชระเบียนของโรงพยาบาล (HIS) แบบอัตโนมัติ
- โปรแกรมระบบส่งต่อข้อมูลของเครื่องวัดความดันโลหิต ร่วมกับระบบเวชระเบียนของโรงพยาบาล (HIS) แบบอัตโนมัติ
- สร้างและพัฒนาระบบควบคุมและติดตามสถานะของเครื่องกระตุ้นหัวใจแบบ AED (AED Networking Control System)

- ระบบ Smart OPD และ Smart IPD
- บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบริหารจัดการข้อมูลด้านหัวใจ และหลอดเลือดแบบครบวงจรกับ GE Healthcare

นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนงานในอนาคตโดยมีแผนร่วมลงทุนผลิตและจำหน่ายเครื่องมือแพทย์บางรายการกับบริษัทต่างประเทศชั้นนำของโลก

2.2 ธุรกิจของบริษัทย่อย: บริษัท สเปซเมด จำกัด (Spacemed Co., Ltd.)

สเปซเมด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว สเปซเมดจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2548 สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 402 ซอยจรัญสนิทวงศ์ 66/1 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงบางพลัด เขตบางพลัด กรุงเทพฯ ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 50.0 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 500,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท

สเปซเมด ประกอบธุรกิจหลักเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ยี่ห้อ A&D, Olympus, Cardinal Detecto, hawkmed, Devilbiss, radimed, Omron, Eco Medics เป็นต้น โดยสเปซเมดได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

1) ลักษณะผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ

มีลักษณะธุรกรรมและการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์เหมือนบริษัท เพียงแต่มุ่งเน้นส่วนที่เป็นกล้องจุลทรรศน์ เครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้า วิจัย เครื่องมือในห้องชันสูตรโรค อุปกรณ์ทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยนอก และผู้ป่วยใช้งานตามบ้าน ที่มีราคาจำหน่ายไม่สูง ขนาดเล็ก กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ ได้แก่ โรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน สถาบันการศึกษา มูลนิธิ รวมถึง องค์กรอิสระทั่วประเทศ ขนาดตลาดและการแบ่งส่วนตลาดก็เป็นไปในทางเดียวกันกับบริษัท

รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท สเปซเมด จำกัด



เครื่องวัดความดันโลหิตชนิดสอดแขน



เครื่องตรวจวินิจฉัยสภาวะเส้นเลือดของร่างกาย



เครื่องวัดอุณหภูมิ



กล้องจุลทรรศน์สำหรับการเรียนการสอนทั่วไป และงานวิจัยขั้นสูง

Mindray China



เครื่องควบคุมการให้สารละลายแก่ผู้ป่วย



เครื่องช่วยหายใจขณะนอนหลับ นอนกรน
เครื่องพ่นยาขยายหลอดลม
เครื่องผลิตออกซิเจน เครื่องดูดเสมหะ



เครื่องตรวจวินิจฉัยอาการ
ภูมิแพ้ในทารก

IRadimed Corporation



เครื่องควบคุมการให้สารละลายแก่ผู้ป่วยใน
ห้อง MRI
เครื่องเฝ้าติดตามสภาวะผู้ป่วยในห้อง MRI

ยอดขายจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

	ปี 2562		ปี 2561		เพิ่ม/ (ลด)
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	
กล้องจุลทรรศน์	135.23	56.99%	136.61	69.40%	-1.01%
ผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ (Med)	102.05	43.01%	71.72	34.40%	42.29%
เครื่องสำอาง	0.00	0.00%	0.42	0.02%	-100.00%
รวมยอดขาย	237.28	100.00	208.75	100.0%	13.67%

จากตารางที่แสดงไว้ข้างต้น จะเห็นได้ว่ายอดขายโดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.7 เนื่องจากการขยายช่องทางการขาย โดยจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย

ยอดขายจำแนกตามประเภทลูกค้า

	ปี 2562		ปี 2561		เพิ่ม/ (ลด)
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	
ยอดขายภาครัฐ	104.19	43.91%	110.71	53.03%	-5.89%
ยอดขายภาคเอกชน	133.09	56.09%	98.04	46.97%	35.75%
รวม	237.28	100.00%	208.75	100.00%	13.67%

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่า ยอดขายรวมเพิ่มกว่าปีก่อนนั้น จะเป็นการเพิ่มขึ้นของยอดขายจากภาคเอกชน เนื่องจากการขายผ่านร้านขายยามากขึ้น ขณะที่ยอดขายภาครัฐมียอดลดลงเนื่องจากงบประมาณมีการอนุมัติล่าช้า

2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การทำตลาดและการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับบริษัท ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มบริษัทเดียวกัน ผู้บริหารและคณะกรรมการจึงมียุทธศาสตร์ในการทำตลาดที่คล้ายคลึงกัน

3) การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายนั้น เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ กลุ่มประเทศในยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ เป็นต้น

กลุ่มธุรกิจบริการเสริมความงาม

2.3 กลุ่มธุรกิจบริการเสริมความงาม บริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) โดย

2.3.1 บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด

เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2557 บริษัทได้ลงทุนในบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (“WCIH”) ร้อยละ 60.0 ของทุนจดทะเบียน เพื่อให้ WCIH เข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของ บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด ปัจจุบัน WCIH แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และปัจจุบันบริษัทมีส่วนการลงทุนในบริษัท WCIH อยู่ร้อยละ 56

ธุรกิจบริการความงาม ดำเนินการโดย บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด (“วุฒิสักดิ์คลินิก”) ถือหุ้นโดยบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งกลุ่มบริษัทวุฒิสักดิ์มีรายได้หลักมาจากคลินิกความงาม

บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด (“WCIG” หรือ “วุฒิสักดิ์คลินิก”) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2555 เป็นกลุ่มธุรกิจที่ดำเนินงานทางธุรกิจที่ให้บริการด้านความงามและผิวพรรณ โดยเป็นผู้ให้บริการเสริมความงามอย่างครบวงจร ที่เน้นให้คำปรึกษาและตรวจรักษาปัญหาผิวพรรณ และลดการชะล้างสัดส่วน ภายใต้อัฒิ “วุฒิสักดิ์ คลินิก” ซึ่งมีสาขาให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ และมีการให้บริการลักษณะแฟรนไชส์ (Franchise)

WCIH ยังมีบริษัทย่อย อีก 5 บริษัท ประกอบด้วย:-

- 1) บจก.วุฒิสักดิ์ คอสเมติกอินเตอร์ (“WCI”) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ความงาม เครื่องสำอาง และเครื่องสำอางเพื่อสุขภาพ
- 2) บจก.วุฒิสักดิ์ ฟาร์มาซีอินเตอร์ (“WPI”) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
- 3) บจก. ดับบลิว เวลเนส อินเตอร์ (“WWI”) เดิมชื่อ บจก.วุฒิสักดิ์ แกรนด์อินเตอร์ (“WGI”) ปัจจุบัน ดำเนินธุรกิจสถาบันฝึกอบรม
- 4) บจก. ดับบลิว.เอส.เซอร์จี้ 2014 จำกัด (“WSS”) ดำเนินธุรกิจให้บริการเสริมความงามโดยการ ทำศัลยกรรมพลาสติก/ตกแต่ง ปัจจุบันไม่มีการดำเนินธุรกิจ
- 5) บจก. ดับบลิว โกลบอล (“WG”) ดำเนินธุรกิจเพื่อรองรับการประกอบธุรกิจความงามในรูปแบบแฟรนไชส์ในต่างประเทศ (ยังไม่เปิดดำเนินการ)

ยอดขายและรายได้ของกลุ่มบริษัทย่อยของ WCIG

	ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
รายได้ของ WCIG	161	84.7%	365	94.4%
รายได้ของ WCI	26	13.6%	17	4.4%
รายได้ของ WPI	-	-	-	-
รายได้ของ WWI	3	1.7%	5	1.2%
รายได้ของ WSS	-	-	-	-
รายได้ของ WG	-	-	Na	Na
ยอดขายรวม	190	100.0%	387	100.0%

หมายเหตุ: ข้อมูลก่อนตัดรายการระหว่างกัน

จำนวนสาขาที่บริษัทบริหารงานเอง และ สาขาแฟรนไชส์

	ปี 2562	ปี 2561
	จำนวนสาขา	จำนวนสาขา
สาขาที่บริหารงานเอง		
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	4	4
ต่างจังหวัด	15	5
รวม	19	19
แฟรนไชส์		
กรุงเทพฯและปริมณฑล	20	29
ภาคกลาง	4	8
ภาคเหนือ	1	3
ภาคใต้	-	2
อื่นๆ	5	13
รวม	30	55
รวมทั้งสิ้น	49	74

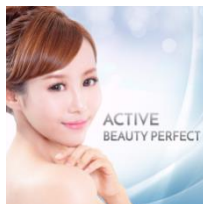
WCIG มีรายได้ในปี 2562 จำนวน 161 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 55.89 จากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากในปี 2561 WCIG เปลี่ยนรูปแบบการบริหารงานจากการเป็นเจ้าของสาขา (Company owned) เป็นรูปแบบแฟรนไชส์ (Franchise model) ซึ่งจะรับรู้รายได้ในรูปแบบสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า (Royalty fee) อีกทั้งตลาดธุรกิจความงามมีการแข่งขันสูง ซึ่งส่วนใหญ่จะมีรูปแบบการให้บริการและเครื่องมืออุปกรณ์ที่คล้ายคลึงกัน จึงส่งผลให้ตลาดคลินิกเสริมความงามมีการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้นมากอีกทั้งคู่แข่งมีพัฒนาการในการแข่งขันโดยการขยายบริการในการทำศัลยกรรม และมีการรักษาเฉพาะทางในการดูแลผิวพรรณ เช่น มีการเกิดขึ้นของ

โรงพยาบาลเฉพาะทางด้านความงามและศัลยกรรม โรงพยาบาลหลายแห่งเริ่มขยายธุรกิจโดยการเปิดศูนย์ผิวพรรณ ศูนย์ศัลยกรรมความงาม และ ศูนย์ Anti-aging มากขึ้น ทำให้หลายสาขาของวุฒิสกดิ์ต้องปิดตัวลง

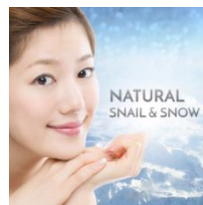
1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัท WCIG คือการเป็นผู้ให้บริการเสริมความงามอย่างครบวงจรด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เน้นให้คำปรึกษาและตรวจรักษาปัญหาด้านผิวพรรณ ภายใต้ชื่อ “วุฒิสกดิ์ คลินิก” และดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องสำอาง เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของกลุ่มบริษัทในเครือ ซึ่งยาและเวชสำอาง ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาที่ยื่นทะเบียนถูกต้อง

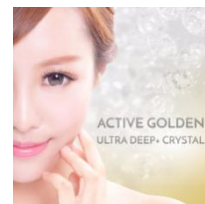
รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท วุฒิสกดิ์ อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด



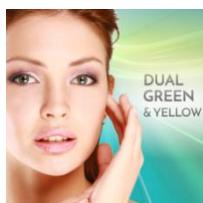
ACTIVE BEAUTY PERFECT



NATURAL SNAIL & SNOW



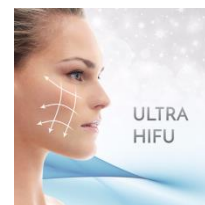
ACTIVE GOLDEN THERAPY ULTRA
DEEP LAYER + CRYSTAL



DUAL GREEN & YELLOW



Botulinum toxin



ULTRA HIFU

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของ วุฒิสกดิ์ คลินิก เป็นกลุ่มผู้หญิง และขยายไปครอบคลุมกลุ่มผู้ชายที่เป็นคนรุ่นใหม่ ที่ให้ความสนใจเรื่องความสวยความงามเป็นพิเศษ (Metrosexual) ที่มีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีการใช้จ่ายเงินเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเอง ซึ่งเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่กำลังซื้อ ตลอดจนกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่มีปัญหาผิวพรรณ เป็นต้น

วุฒิสกดิ์ คลินิกมีจุดเด่นคือ ในการรักษาทุกครั้งจะต้องพบแพทย์เพื่อให้คำแนะนำในการรักษาทุกครั้ง บริการหลัก ๆ ที่ทางวุฒิสกดิ์ เสนอให้กับลูกค้า โดยสังเขปมีดังนี้ :-

- ลดรอยสิว (Acne/Scars)
- ลดริ้วรอย (Aging)
- หน้าขาวใส ฟันฟุสภาพผิว และปรับลดความเสื่อมสภาพผิว (Whitening / Rejuvenating)
- ลดกระชับสัดส่วน (Body Shaping)

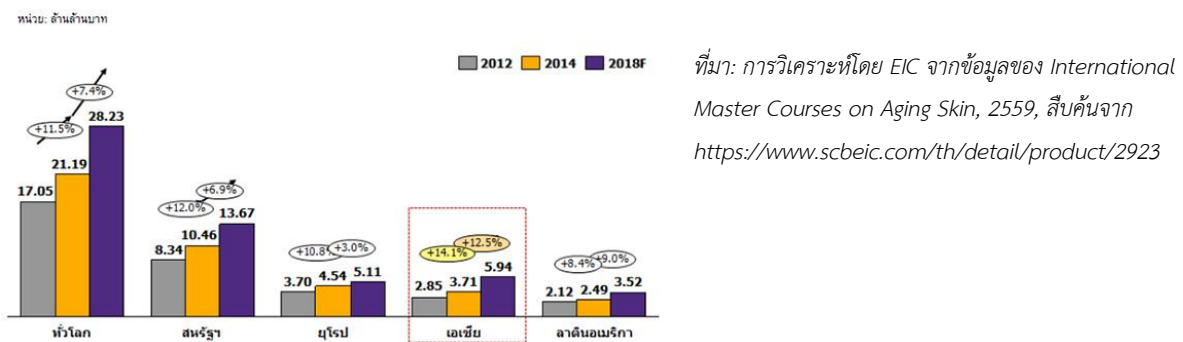
นอกจากนี้ยังให้บริการรับผลิตภัณฑ์กลับไปใช้เองที่บ้านอีกด้วย

2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

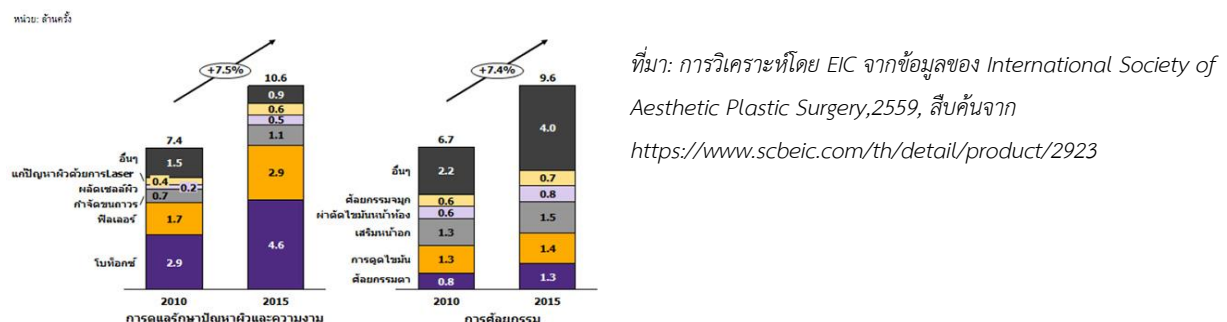
ภาพรวมของตลาดเสริมความงามเติบโตขึ้นทุกปี โดยกลุ่มที่ให้บริการครบวงจรทั้งการดูแลรักษาผิวและศัลยกรรมมีแนวโน้มเติบโตมากกว่ากลุ่มที่เน้นการรักษาผิวเพียงอย่างเดียวเนื่องจากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นและเทคโนโลยีที่ทันสมัย อย่างไรก็ตาม แนวโน้มโรงพยาบาลที่หันมาเจาะตลาดเฉพาะทางด้านความงามมีเพิ่มขึ้น ส่งผลให้คลินิกเสริมความงามมีแนวโน้มต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงทั้งในด้านการราคาและการให้บริการที่มีมาตรฐานและครอบคลุม

ตลาดเสริมความงามทั่วโลกมีมูลค่าประมาณ 21 ล้านล้านบาท เติบโตร้อยละ 7 ต่อปี ในขณะที่ตลาดในเอเชียมีมูลค่าราว 1 ใน 5 ของตลาดเสริมความงามทั่วโลก ทั้งนี้ การให้บริการในตลาดเสริมความงามที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่มีแนวโน้มมุ่งไปสู่การใช้บริการ ด้านการชะลอวัย ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ต่อปี โดยเฉพาะการฉีดโบ톡ซ์ ฟิเลเลอร์ ขณะที่ตลาดศัลยกรรม ยังมีแนวโน้มเติบโตมีการใช้บริการเติบโตร้อยละ 7.4 ต่อปี อาทิ ศัลยกรรมตา จมูก และเสริมหน้าอก

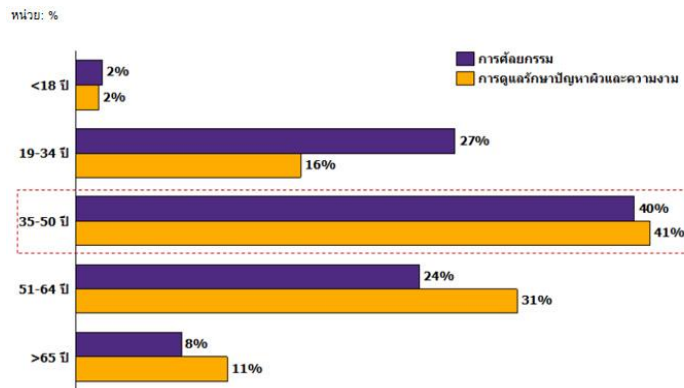
มูลค่าตลาดเสริมความงามแบ่งตามภูมิภาคปี พ.ศ. 2555 - 2561 (ค.ศ. 2012 - 2018)



จำนวนการใช้บริการแต่ละส่วนของตลาดเสริมความงามทั่วโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 - 2558 (ค.ศ. 2010 - 2015)



สัดส่วนการเข้ารับบริการด้านการเสริมความงามแบ่งตามช่วงอายุ

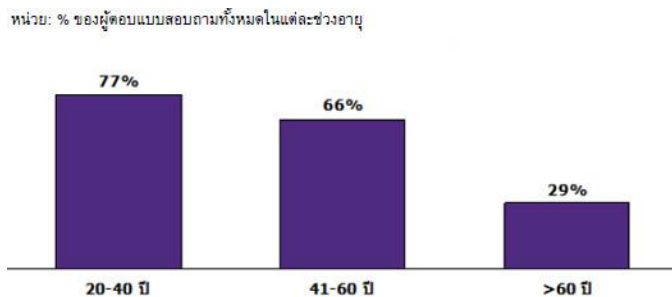


ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ American

Society of Plastic Surgeons, 2559, สืบค้นจาก

<https://www.scbeic.com/th/detail/product/2923>

สัดส่วนการใช้ผลิตภัณฑ์ความงามตามช่วงอายุ



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากผลสำรวจการใช้ผลิตภัณฑ์ความ

งามตามช่วงอายุ, 2559, สืบค้นจาก

<https://www.scbeic.com/th/detail/product/2923>

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเดินทางเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพ โดยรัฐบาลไทยได้ผลักดันร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพ ระยะ 10 ปี ตั้งเป้าให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก 4 ด้าน ได้แก่ ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ Wellness hub, ศูนย์กลางทางการแพทย์ Medical Hub, ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย Academic Hub, และ ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ Product hub

ด้านตลาดความงามไทยมีมูลค่าสูงถึง 180,000 ล้านบาท โดยมีกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงดูแลผิว หรือ Skin Care เป็นตลาดความงามที่ใหญ่ที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45 ของมูลค่าตลาดรวมทั้งหมด โดยตลาดความงามในปี 2560 จำนวน 180,000 ล้านบาท และในปี 2561 จำนวน 198,000 ล้านบาท ซึ่งคลินิกความงาม ในปี 2560 มีสัดส่วนอยู่ที่ 30,000 ล้านบาท และปี 2561 เติบโต 36,000 ล้านบาท หรือ เติบโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ซึ่งเป็นเพราะ ผู้บริโภคหันมาใส่ใจด้านความสวยความงามมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม Millennial อายุ 23 - 39 ปี ที่มีพฤติกรรมเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นจาก 3 - 5 ปีก่อน กลุ่ม Millennial อยู่ระดับร้อยละ 20 จากลูกค้าทั้งหมดของตลาด แต่ปัจจุบันกลุ่มนี้อยู่ที่ร้อยละ 45 - 50 นอกจากนี้ยังมีเทรนด์การดูแลสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยมในไทย ทำให้ผู้คนจำนวนมากหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพตนเองมากขึ้น เพื่อให้มีสุขภาพร่างกายรวมทั้งภาพลักษณ์ภายนอกที่ดี ดังนั้น นอกเหนือจากการออกกำลังกาย กลุ่ม Millennial ต้องการมีภาพลักษณ์ภายนอกที่ดีขึ้น จึงนิยมหันมาเข้าคลินิกความงามมากขึ้น นอกจากนี้ ตลาดศัลยกรรมและการชะลอวัยของไทยมีศักยภาพเติบโต

สูงจากความนิยมของกลุ่ม Medical Tourist เนื่องจากไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีชื่อเสียงด้านการทำศัลยกรรม โดย สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยนานาชาติ (ISAPS) ได้จัดอันดับให้ไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้าน ศัลยกรรมเป็นอันดับที่ 8 ของโลก และยังมีจำนวนศัลยแพทย์ต่อประชากรมากเป็นอันดับที่ 25 อีก ด้วย เนื่องจาก มีประสิทธิภาพในการให้บริการและค่าบริการที่ถูกกว่าประเทศคู่แข่งหลายประเทศ เช่น การทำศัลยกรรมตา 2 ชั้นในไทยมีราคาถูกกว่าเกาหลีประมาณ 3 - 4 เท่า จึงดึงดูดให้คนในประเทศ และต่างประเทศนิยมทำศัลยกรรม ในไทยมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ตลาดเสริมความงามที่เติบโตทำให้คลินิกเสริมความงามเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจาก ภาวะล้นตลาด การเติบโตของตลาดเสริมความงามได้สร้างความสนใจให้กับนักลงทุนหน้าใหม่เข้ามาลงทุนมากขึ้น โดยเฉพาะ ด้านการดูแลรักษาผิวและศัลยกรรม อีกทั้งมีการขยายสาขาและการพัฒนาของผู้ประกอบการเดิม เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นคลินิก เสริมความงาม โรงพยาบาลเฉพาะทางด้านความงามและศัลยกรรม รวมทั้ง โรงพยาบาลได้เริ่มหันมาเปิดศูนย์ผิวพรรณ ศูนย์ศัลยกรรมความงาม และศูนย์ anti-aging มากขึ้น ซึ่งส่วนมากจะมีรูปแบบการให้บริการและเครื่องมืออุปกรณ์ที่คล้ายคลึงกัน จึงส่งผลให้ตลาดคลินิกเสริมความงามมีการแข่งขัน ด้านราคาที่สูงขึ้น และผลักดันให้สถานบริการเสริมความงามเริ่มหันมาจับตลาดเฉพาะ กลุ่ม (niche market) มากขึ้น โดยการสร้างจุดเด่นในการเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น ศัลยกรรมแปลงเพศ ซึ่งไทยเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในตลาดโลกมากขึ้น

ตลาดของ WCIG เน้นลูกค้าระดับกลางถึงระดับล่าง ซึ่งถือได้ว่ามีอำนาจซื้อขนาดใหญ่ที่สุด WCIG มีกลยุทธ์ในการขายและบริการหลากหลาย อาทิ การขายและบริการ เป็น Package เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผูกพัน และไม่ แพงเกินไป แต่ยังคงมีการขายและบริการเป็นครั้งคราวขึ้นกับความพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการจำหน่าย ครีม บำรุง อาหารเสริม และยา อยู่ในคลินิกอีกด้วย เพื่อให้บริการที่หลากหลาย

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำแนกได้ดังนี้

1. นักเรียน นักศึกษา
2. คนวัยทำงาน
3. แม่บ้าน และ
4. คนวัยเกษียณอายุ

3) การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ในการให้บริการคลินิกเสริมความงามวัตถุดิบหลักของการดำเนินงานลักษณะดังกล่าว ประกอบด้วย 1) อุปกรณ์เวชภัณฑ์และเครื่องมือทางการแพทย์และ 2) ยา/เวชสำอาง

อุปกรณ์ที่ WCIG สั่งซื้อส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องเลเซอร์, Dual green and yellow, IPL, Hifu ซึ่งเป็น เครื่องที่มีบริษัทไทยเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยนำเข้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศ หรือ บริษัทไทยเป็นผู้ผลิตที่มีความ น่าเชื่อถือ

ในส่วนของการจัดซื้อยาของคลินิกเสริมความงามโดยทั่วไปจะเป็นการซื้อขายผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ได้รับการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) ว่าเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานและสามารถใช้ในการให้บริการคลินิกได้

WCIG ไม่มีนโยบายที่ผลิตยาด้วยตนเอง แต่จะใช้นโยบายจัดหาและเวชภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตถูกต้องจากทางราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดความเสี่ยงจากที่สินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีปัญหาต่อผู้บริโภค

2.3.2 บริษัท วุฒิสักดิ์ คอสเมติก อินเตอร์ จำกัด

บริษัท วุฒิสักดิ์ คอสเมติก อินเตอร์ จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อมของบริษัท) ถือหุ้นร้อยละ 100 ซึ่งมีทุนจดทะเบียน 100.10 ล้านบาท ปัจจุบันบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ปรับกลยุทธ์เน้นการรุกตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านความงาม ดำเนินการโดยบริษัท วุฒิสักดิ์ คอสเมติก อินเตอร์ จำกัด (“วุฒิสักดิ์ คอสเมติก”) ภายใต้แนวคิดบิวตี้ลีฟวิ่ง เน้นการขายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงาม ตลอดจนการบริการด้านความงามที่ไม่ใช่แพทย์ภายใต้ “แบรนด์วุฒิสักดิ์” โดยเปิดตัววุฒิสักดิ์บิวตี้ สเตชัน เป็นคอนเซ็ปต์สโตร์แห่งแรกของวุฒิสักดิ์ คอสเมติก ในรูปแบบป๊อปอัปสโตร์ ภายในสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสราชดำริ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้นโดยให้บริการตั้งแต่บริการนวดหน้า สปาเล็บ บริการต่อขนตา และบริการเครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำผักสกัด

รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท วุฒิสักดิ์ อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด



บริษัท วุฒิสักดิ์ คอสเมติก อินเตอร์ จำกัด ปัจจุบันพัฒนาธุรกิจแบ่งเป็น 3 หลักใหญ่ ๆ คือ การขายสินค้า ภายใต้แบรนด์ “Wuttisak” และเป็น exclusive dealer ของผลิตภัณฑ์ “Siam snail” การให้บริการทรีตเมนต์ (ที่ไม่ใช่แพทย์) บริการทำเล็บ ต่อขนตา และบริการเครื่องดื่มน้ำผลไม้และน้ำผักสกัด

2.3.3 ธุรกิจของบริษัทย่อย (บริษัท สยามสเนล จำกัด)

บริษัท สยามสเนล จำกัด ก่อตั้งเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2557 ได้รับสิทธิบัตรการผลิตและจำหน่ายเมือกหอยทากจากสถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้นำผลงานวิจัยมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่มีส่วนผสมหลักจากเมือกหอยทากสายพันธุ์ไทย และคิดค้นจนได้เป็นผลิตภัณฑ์จากเมือกหอยทากที่มีสารออกฤทธิ์ในการดูแลผิวสูงกว่าผลิตภัณฑ์จากหอยต่างประเทศถึง 30 เท่า

	ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
รายได้	15	100.0%	22	100.0%
รายได้	15	100.0%	22	100.0%

ลักษณะธุรกิจ

เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางจากผลิตภัณฑ์เมือกหอยทากโดยนำผลงานที่ทำการศึกษาค้นคว้าข้างต้น เป็นจุดเด่นสำคัญของธุรกิจด้วยผลงานวิจัยได้นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมแห่งความงามจากหอยทากไทยเป็นนวัตกรรมการผลิตสู่ SNAIL8 ซึ่งมีความโดดเด่น ดังนี้

1. คิดค้นโดยทีมนักวิจัยที่มีประสบการณ์ด้านหอยทากในระดับนานาชาติมากกว่า 30 ปี
2. คัดเลือกมาเพียง 2 - 3 สายพันธุ์ ที่ให้เมือกคุณภาพสูงสุดสำหรับบำรุงผิวพรรณ จากหอยทากไทยที่ค้นพบแล้วกว่า 600 สายพันธุ์
3. เลือกใช้เมือกเฉพาะส่วนที่สร้างจากชั้นแมนเทิล ซึ่งเป็นเมือกที่มีคุณภาพสูงสุดในการบำรุงผิวพรรณ
4. มีกระบวนการเก็บเมือกที่ไม่เป็นอันตรายต่อหอยทาก
5. มีเทคโนโลยีการคัดกรองเฉพาะเมือกที่มีสารโมเลกุลขนาดเล็ก สามารถซึมเข้าผิวหนังได้ลึกและรวดเร็ว
6. ปรับส่วนผสมให้ได้เมือกที่มีความเข้มข้นสูง เพื่อการออกฤทธิ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด
7. ผลิตด้วยมาตรฐาน GMP และได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์โดย SAMSUNG

การตลาดและการขาย

- ช่องทางการจัดจำหน่าย ผ่านบริษัทผู้จัดซื้อ คอสเมติก อินเตอร์ จำกัด
- ผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายแล้ว 7 ชนิด ได้แก่

- Snail8 Age Defense Advanced Serum
- Snail8 Age Defense Skin Repair Daily Cream
- Snail8 Age Defense Ultimate Night Repair
- Snail8 UV Protection Sunscreen
- Snail8 Age Defense Face Mask

- Snail8 Intensive Whitening Face Mask
- Snail8 Age Defense Ultra Lift & Firm Overnight Mask

รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท สยามสเนล จำกัด



จะเห็นได้ว่ายอดขายในปี 2562 ลดลงขึ้นเมื่อเทียบกับก่อนร้อยละ 31.8 เนื่องจากการแข่งขันด้านการตลาดสูง และมีสินค้าทดแทนให้เลือกมาก หากต้องการเพิ่มยอดขาย ต้องมีงบประมาณด้านการตลาดที่สูง

การตลาดและสภาวะการแข่งขัน

อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (Cosmetic Industry)

ตลาดเครื่องสำอางคาดว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.62 ในระหว่างปี พ.ศ.2557 - 2562

- ผู้นำตลาดเครื่องสำอางของโลกในปี พ.ศ.2560 คือ
 - ตลาดเอเชียแปซิฟิก ร้อยละ 34
 - ทวีปอเมริกา ร้อยละ 33
 - ทวีปยุโรป ร้อยละ 29
 - ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ร้อยละ 4
- โดยในปี พ.ศ.2560 ตลาดเครื่องสำอางสามารถแบ่งออกเป็น
 - กลุ่ม Skin care ร้อยละ 62
 - กลุ่ม Hair care ร้อยละ 5
 - กลุ่ม Injectable ร้อยละ 4

ข้อมูลจาก Euromonitor ระบุว่าตลาดเครื่องสำอางในประเทศไทยปี 2560 มีมูลค่ารวมกว่า 1.68 แสนล้านบาท และมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 7.8 โดยตลาดรวมแบ่งเป็น กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (skincare) สัดส่วนร้อยละ 47 ผลิตภัณฑ์ผม (hair) สัดส่วนร้อยละ 18 เครื่องสำอาง (makeup) สัดส่วนร้อยละ 14 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดร่างกาย (hygiene) สัดส่วนร้อยละ 16 และน้ำหอม (fragrance) สัดส่วนร้อยละ 5

ภาพรวมอุตสาหกรรมความงาม

เติบโต 7.8% มูลค่ารวม 1.68 แสนล้านบาท แบ่งเป็น



ที่มา Euromonitor, สืบค้นจาก

<https://www.brandbuffet.in.th/2018/06/>

beauty-market-in-set-2018/

จากแผนภาพจะเห็นได้ว่าตลาดเครื่องสำอางเติบโตต่อเนื่องทุกปีและเติบโตอีกทั้งมากกว่าจีดีพีของประเทศ เหตุผลสำคัญเป็นเพราะเครื่องสำอางได้กลายมาเป็นสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เพื่อใช้ดูแลตัวเองให้ดูดี และเป็นเรื่องของไลฟ์สไตล์คนยุคปัจจุบัน ตลอดจนการเริ่มต้นใช้ผลิตภัณฑ์อายุน้อยลงเรื่อยๆ

แนวโน้มตลาดและแนวโน้มผู้บริโภคไทยของอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (Market and Thai Consumer Trend of Cosmetic Industry)

แนวโน้มในปี 2562 - 2566 พฤติกรรมผู้บริโภคและตลาดความงามจะเริ่มเปลี่ยนไปจากการให้ความสนใจเรื่อง Wellness ไปสู่ Holistic health หรือ การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม เนื่องจากตลาดทั่วโลกกำลังเข้าสู่เทรนด์ผู้สูงอายุมากขึ้น ซึ่งผู้บริโภคจะให้ความสนใจและดูแลสุขภาพภายในมากขึ้น โดยจะเห็น 4 เทรนด์สำคัญ ได้แก่ เทรนด์ที่ 1. ยอมรับสภาพร่างกายที่เป็นจริงมากขึ้น จากเดิมที่กระแสเรื่องของแอนตี้ เอจจึงมาแรง แต่ต่อไปจะถูกให้ความสำคัญน้อยลงเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มยอมรับความจริงได้มากขึ้น และจะเห็นสินค้ากลุ่มความงามต่าง ๆ นำเสนอความเป็นธรรมชาติเพิ่มขึ้น เทรนด์ที่ 2 การผสมผสานระหว่างสินค้าความงามกับเทคโนโลยี โดยใช้เทคโนโลยีด้าน AI และ Big data เข้ามาประมวลผลเพื่อใช้ออกแบบสินค้าให้ตรงความต้องการของลูกค้าเฉพาะบุคคลมากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมาเริ่มเห็นในบางแบรนด์ เทรนด์ที่ 3 ด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากกระแสโลกร้อนที่เข้ามาส่งผลให้อุณหภูมิและสภาพอากาศทั่วโลกเปลี่ยนแปลง ไม่สามารถกำหนดตายตัวได้ ดังนั้น ในอนาคตแบรนด์จึงจำเป็นต้องหาและดูแลวัตถุดิบเฉพาะสำหรับแบรนด์เองเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ ดังนั้น จะเห็นแบรนด์ทั่วโลกให้ความสำคัญเรื่องวิศวกรรมชีวแพทย์ (Biomedical Engineering) เพิ่มขึ้น เทรนด์ที่ 4 Co-Beauty ในอนาคตจะเริ่มเห็นการทำงานของกลุ่มแบรนด์ความสวยงาม หรือ เครื่องสำอางผสมผสานกับเรื่องของเทคโนโลยีที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือประกอบไม่ใช่แค่ส่วนผสม โดยต้องการสร้างรอยัลตี้ให้กับลูกค้า ซึ่งตลาดในประเทศไทยเริ่มเห็นการนำกระแสธรรมชาติเข้ามาเป็นคีย์ชัคเซสแล้ว

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจุบันบริษัทประกอบธุรกิจ 2 ประเภท คือ ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัท และธุรกิจบริการเสริมความงาม ทั้งนี้ ในการประกอบธุรกิจดังกล่าวย่อมมีความเสี่ยงต่างๆ จากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคตได้ อย่างไรก็ตามนอกเหนือจากปัจจัยความเสี่ยงที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ อาจมีความเสี่ยงอื่นๆ ซึ่งบริษัทไม่อาจทราบได้ในขณะนี้หรือเป็นความเสี่ยงที่บริษัทพิจารณาในขณะนี้ว่าไม่เป็นสาระสำคัญบริษัทจำแนกความเสี่ยงเป็น 5 ด้าน ดังนี้

3.1 ความเสี่ยงทางด้านกลยุทธ์

3.1.1 ความเสี่ยงด้านการไม่มีอำนาจควบคุมเบ็ดเสร็จในกิจการของบริษัท วุฒิศักดี คลินิก อินเตอร์กรุป จำกัด

บริษัทถือหุ้นในบริษัท วุฒิศักดี คลินิก อินเตอร์กรุป จำกัด (WCIG) ทางอ้อมผ่านการถือหุ้นในบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) (“WCIH”) ร้อยละ 56.00 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของ WCIH โดยสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวเป็นสัดส่วนที่น้อยกว่าร้อยละ 75 ทำให้บริษัทไม่สามารถควบคุมกิจการ WCIG ได้เบ็ดเสร็จทั้งหมด โดยมีมติสำคัญๆ ที่กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น เช่น การเพิ่มทุน การลดทุน เป็นต้น บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงจากผู้ถือหุ้นเพื่อบริหารงานในมติที่สำคัญๆ ได้

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

เนื่องจากธุรกิจเสริมความงามมีการแข่งขันรุนแรง ทำให้ WCIG ประสบปัญหาขาดทุนอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงได้มีการพิจารณาขายเงินลงทุนของ WCIH เพื่อลดผลกระทบเชิงลบกับงบการเงินรวมและภาพรวมของบริษัท

3.2 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.2.1 ความเสี่ยงในด้านการเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์

การเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะมาจัดจำหน่ายและให้บริการ บริษัทจะคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง เป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีและการบริการ เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพที่จะเติบโตในอนาคต ซึ่งการเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์นั้น จะต้องมีการเจรจาตกลงกับทางผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ โดยการตกลงดังกล่าวจะมีกรอบระยะเวลาในการทำธุรกิจ ซึ่งทางผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์อาจจะแต่งตั้งตัวแทนใหม่มาทำธุรกิจในเขตการขายเดียวกัน

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้เจรจาต่อรองกับผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้บริษัทได้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Distributor) ในประเทศไทยให้ได้มากที่สุด และเจรจาให้ผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวออกเอกสารเพื่อยืนยันการจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ (Free Sales Certificate) ให้แก่บริษัทแต่เพียงผู้เดียว เพื่อให้บริษัทจะดำเนินการจดทะเบียนผลิตภัณฑ์กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของประเทศไทยภายใต้ชื่อบริษัททำให้ง่ายต่อการเปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้กรณีที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์หลายยี่ห้อกับคู่ค้ารายใหญ่ ๆ เพื่อเพิ่มรายได้จากการขายให้กับบริษัทแล้ว ยังเป็นการป้องกันหากทางผู้ผลิตหรือทางเจ้าของผลิตภัณฑ์รายใดมีปัญหา หรือเกิดข้อขัดข้องในการทำธุรกิจ บริษัทสามารถปรับไปทำธุรกิจกับผู้ผลิตหรือทางเจ้าของผลิตภัณฑ์รายอื่นได้ทันที และปัจจุบันบริษัทได้ปรับปรุงและเพิ่มทีมขายให้มีประสิทธิภาพในการขายเพิ่มขึ้น มุ่งขยายตลาดในฐานลูกค้าเดิมและฐานลูกค้าใหม่ ทั้งผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น

- Medical Software (EMR for CIS, LIS, POC)
- Anesthesia Record System (ระบบอิเล็กทรอนิกส์เวชระเบียนงานระงับความรู้สึก)
- Tele-medicine, ECG Viewer System (ระบบการบริหารจัดการเก็บข้อมูล, คลื่นไฟฟ้าหัวใจ), Clean Room, OR, Ceiling Pendant
- เครื่องช่วยหายใจรุ่นใหม่ ๆ บริการสำหรับผู้ป่วยหนักและผู้ป่วย COVID 19
- Early Warning Score Program (EWS) (โปรแกรมระบบเตือนและเฝ้าระวังป้องกันการติดเชื้อในกระแสโลหิตล่วงหน้า)
- Anesthesia Record System (ระบบเชื่อมต่ออุปกรณ์ทางการแพทย์อื่น ๆ กับระบบอิเล็กทรอนิกส์เวชระเบียนงานระงับความรู้สึก)
- โปรแกรมระบบการดู ส่งต่อและเก็บข้อมูลคลื่นไฟฟ้าหัวใจ (ECG) ร่วมกับระบบเวชระเบียนของโรงพยาบาล (HIS) แบบอัตโนมัติ
- โปรแกรมระบบส่งต่อข้อมูลของเครื่องวัดความดันโลหิตร่วมกับระบบเวชระเบียนของโรงพยาบาล (HIS) แบบอัตโนมัติ
- สร้างและพัฒนาระบบควบคุมและติดตามสถานะของเครื่องกระตุ้นหัวใจแบบ AED (AED Networking Control System)
- ระบบ Smart OPD และ Smart IPD

นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนร่วมลงทุนผลิตและจำหน่ายเครื่องมือแพทย์บางรายการกับบริษัทต่างประเทศชั้นนำของโลก

3.2.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากร

ธุรกิจของบริษัทเป็นการขายและบริการ ซึ่งต้องพึ่งพิงบุคลากรค่อนข้างสูงในการติดต่อลูกค้าและสร้างสรรค์ผลงานต่าง ๆ เพื่อนำเสนอต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความประทับใจและตกลงใช้บริการ บริษัทให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายต่อกลุ่มเป้าหมายของบริษัทลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งได้รับการตอบรับด้วยดีมาโดยตลอดจึงจัดหาบุคลากรและทีมงานที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ในธุรกิจนี้มาร่วมงานในการบริหารจัดการ ถือเป็นทรัพย์สินที่สำคัญที่ช่วยส่งเสริมความสำเร็จให้แก่บริษัท ทั้งนี้ หากบริษัทสูญเสียบุคลากรเหล่านี้ไปไม่ว่าด้วยเหตุผลใด ๆ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้รวมของบริษัทได้

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทมีมาตรการในการลดความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรดังกล่าว โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานและเติบโตไปพร้อมๆ ความสำเร็จของบริษัทรวมทั้งมีการจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่เหมาะสมเพื่อจูงใจบุคลากรดังกล่าวให้ทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากอดีตที่ผ่านมา อัตราหมุนเวียนของบุคลากรในตำแหน่งที่สำคัญดังกล่าวอยู่ในระดับที่ต่ำมาก ซึ่งสะท้อนถึงความภักดีของบุคลากรที่มีต่อองค์กร รวมถึงความเชื่อมั่นในศักยภาพขององค์กร

นอกจากนี้ บริษัทยังจะพัฒนาระบบการจัดการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationship management –CRM) เพื่อให้บริษัทสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าต่อไป

3.2.3 ความเสี่ยงด้านการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจเสริมความงาม

ธุรกิจเสริมความงามเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันรุนแรงหากพิจารณาพฤติกรรมผู้บริโภคที่สนใจดูแลผิวพรรณดูแลตัวเองเพิ่มมากขึ้นและอยากเห็นผลลัพธ์อย่างรวดเร็วการใช้เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอและไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้เกิดความนิยมในการใช้บริการสถานเสริมความงามหรือคลินิกความงามเพื่อดูแลผิวหน้าและผิวพรรณเพิ่มมากขึ้นดังจะเห็นได้จากจำนวนของผู้ประกอบการรายเดิมและรายใหม่ que เข้าสู่ตลาดมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมาก บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงด้านการแข่งขันดังกล่าว จึงได้ดำเนินการเพื่อขยายธุรกิจให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้

ในปี 2562 WCIG อยู่ระหว่างการดำเนินงานเพื่อขยายธุรกิจ ดังนี้

- 1) Surgery Center: อยู่ระหว่างการเจรจากับพันธมิตรต่างชาติ
- 2) Wuttisak Clinic: การพัฒนาและปรับปรุง Course ใหม่ จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ให้ครบถ้วนสมบูรณ์ รวมถึงด้านบุคลากรและอยู่ระหว่างการดำเนินการเพื่อเปิดสาขาใหม่ที่มียศกภาพ

- 3) Cosmetic, Supplement, Anti-Aging: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จัดหา และนำสินค้าที่มีอยู่มาศึกษาและจัดช่องทางการจำหน่ายให้เหมาะสม
- 4) Beauty Center: การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อพิจารณาความเหมาะสม สำหรับสาขาดันแบบ เพื่อเตรียมขยายสาขาในรูปแบบแฟรนไชส์ในอนาคต
- 5) Academy and Training: พัฒนาหน่วยงานด้านการพัฒนาบุคลากร รวมถึงคณะกรรมการด้านการแพทย์ เพื่อดูแลให้คำปรึกษาสำหรับธุรกิจในอนาคต

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทอยู่ระหว่างการพิจารณาขายเงินลงทุนของ WCIG เพื่อลดผลกระทบเชิงลบกับงบการเงินรวมและภาพรวมของบริษัท เนื่องจาก WCIG ยังคงประสบปัญหาขาดทุนอย่างต่อเนื่อง

3.2.4 ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจและปัจจัยภายนอกอื่น

การเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวหรือมีแนวโน้มขยายตัวลดลงจะส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคและความกังวลถึงความไม่แน่นอนของรายได้ในอนาคตผู้บริโภคต่างประหยัดและลดค่าใช้จ่ายประจำวันลง เพื่อออมเงินไว้ใช้ในอนาคต ปัจจัยภายนอกดังกล่าวมีผลกระทบเป็นวงกว้างในหลายอุตสาหกรรม เช่น การท่องเที่ยวธุรกิจด้านบันเทิงการค้าปลีกธุรกิจโฆษณาผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยต่าง ๆ เป็นต้น รวมถึงส่งผลกระทบต่อบริษัทด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ สาขาส่วนหนึ่งของ WCIG ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าต่าง ๆ การที่จำนวนผู้มาจับจ่ายใช้สอยภายในห้างสรรพสินค้าที่ลดลงในยามที่ภาวะเศรษฐกิจไม่ดี อาจส่งผลกระทบต่อจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการของ WCIG อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไรก็ตาม WCIG มีการวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจให้เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ รวมทั้งการสร้างแบรนด์อย่างแข็งแกร่งให้เป็นที่ยอมรับและรักษาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกต่อบริษัทลดลงและน้อยกว่าคู่แข่ง

ในขณะที่ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ในช่วงปี 2562 - 2564 มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 8.5 ถึงร้อยละ 10 โดยมีปัจจัยมาจาก 1) นโยบายภาครัฐสนับสนุนด้านสิทธิพิเศษการลงทุน และตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการส่งออก (Medical Hub) ภายในปี 2563 2) การเจ็บป่วยที่เพิ่มขึ้นของคนไทยโดยเฉพาะจำนวนผู้ป่วยจากโรคหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง โรคมะเร็ง และโรคเบาหวาน ส่วนหนึ่งเนื่องจากจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีมากขึ้น 3) สัดส่วนจำนวนผู้ป่วยต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากความเชื่อมั่นในมาตรฐานการรักษาและเติบโตของกลุ่ม Expatriate และ Medical Tourists และ 4) แผนขยายการลงทุนของธุรกิจโรงพยาบาลทั้งการสร้างโรงพยาบาลใหม่และการลงทุน

ทางด้านเครื่องมือทางการแพทย์ จะยิ่งสนับสนุนให้ความต้องการอุปกรณ์ทางการแพทย์ในไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ธุรกิจของบริษัทจะได้รับผลกระทบในเชิงบวกต่อยอดขายในอนาคต

รวมทั้งการเข้ามาลงทุนของบริษัทผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์จากต่างประเทศจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนของ BOI รวมถึงมาตรการการยกเว้นอากรขาเข้าชิ้นส่วน/วัตถุดิบ เพื่อใช้ในการวิจัยและพัฒนา จะเป็นปัจจัยหนุนให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ในไทยมากขึ้น

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทอยู่ระหว่างการพิจารณาขายเงินลงทุนของ WCIG เพื่อลดผลกระทบเชิงลบกับงบการเงินรวมและภาพรวมของบริษัท เนื่องจาก WCIG ยังคงประสบปัญหาขาดทุนอย่างต่อเนื่อง

3.2.5 ความเสี่ยงจากสัญญาแฟรนไชส์

ตามที่บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด ทำสัญญาขายสิทธิแฟรนไชส์และขายสินทรัพย์ ธุรกิจ “ร้านวุฒิสักดิ์ คลินิก” (“สาขา”) จำนวน 55 สาขา สัญญาขายสิทธิแฟรนไชส์มีระยะเวลาประมาณ 8 ปี และสามารถต่ออายุได้อีก 4 ปี WCIG ได้รับค่าสิทธิร้อยละ 6 และค่าการตลาดร้อยละ 4 ของรายได้ต่อเดือน โดยมีเงื่อนไข สำหรับ 34 สาขา จะเริ่มจ่ายชำระค่าสิทธิหลังจากวันที่ 1 มกราคม 2563 และ สำหรับ 21 สาขา WCIG รับประกันผลตอบแทนกำไรจากการดำเนินงานของสาขาจำนวนไม่ต่ำกว่า 17 ล้านบาทต่อปี เป็นเวลา 10 ปี ซึ่งสัญญาดังกล่าวมีประเด็นโต้แย้งระหว่างกลุ่มบริษัทความงาม และผู้ซื้อสิทธิแฟรนไชส์ ทำให้ผู้สอบบัญชีแสดงความเห็นอย่างมีเงื่อนไขสำหรับตัวเลขบางรายการ

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทตรวจสอบรายละเอียดข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องแล้วเห็นว่า การทำนิติกรรมสัญญาระหว่าง บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด และบริษัทเอกชนสองแห่ง มิได้มีการปฏิบัติให้ไปโดยชอบด้วยกฎหมาย ประกาศ กฎกระทรวง ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้สัญญาดังกล่าวไม่ชอบด้วยกฎหมาย และไม่มีผลผูกพันบริษัทตามกฎหมาย ปัจจุบันคดียังอยู่ในกระบวนการศาลชั้นต้น

3.2.6 ความเสี่ยงจากอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ (Cyber Crime)

Cyber crime หรือ อาชญากรรมด้านไซเบอร์ คือ กิจกรรมที่ผิดกฎหมายใด ๆ ที่ใช้หรือรุกรานระบบและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ รวมไปถึงอินเทอร์เน็ตซึ่งได้จัดอาชญากรรมด้านไซเบอร์เป็น 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

1. การทำให้ธุรกิจหยุดชะงักหรือล่มสลาย (Business disruption and misuse) เช่น การทำให้ระบบคอมพิวเตอร์หยุดการทำงานหรือทำงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ เป็นต้น
2. การหลอกลวงทางออนไลน์ (Online scam) เช่น การทำให้ผู้ใช้หลงเชื่อเพื่อที่จะเข้าถึงข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลสำคัญทางการเงิน และการหลอกลวงขายสินค้าออนไลน์ เป็นต้น

3. การลักขโมยและฉ้อฉลฉ้อโกงเพื่อผลประโยชน์ (Theft and fraud) เช่น การขโมยอัตลักษณ์ของผู้ใช้เพื่อใช้ในการเปิดบัญชีกับธนาคารการขโมยทรัพย์สินทางปัญญาหรือความลับทางธุรกิจ หรือ การทำให้เกิดความเสียหายกับหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น

ซึ่งในปัจจุบันการอาศัยกระบวนการทางกฎหมายอาจไม่สามารถป้องกันหรือรับมือกับ Cyber Crime ได้ทัน เพราะกฎหมายและกระบวนการของแต่ละประเทศยังมีความแตกต่างกัน

โดยปัจจุบันบริษัทพึ่งพิงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น โดยมีการใช้งานข้อมูลการจัดเก็บ และการสื่อสารผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งข้อมูลบางอย่างนั้นเป็นข้อมูลลับของบริษัท เช่น ข้อมูลทางการค้า ข้อมูลส่วนตัวของพนักงาน ทำให้มีความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์มากขึ้น

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทมีกระบวนการในการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ทั้งการใช้เครื่องมือและมาตรการต่าง ๆ เช่น การติดตั้ง Firewall การใช้งานระบบป้องกันไวรัส มีการสำรองข้อมูล มีการตรวจสอบและติดตามการเข้าใช้ระบบโดยผู้ที่ไม่ได้รับอนุญาต รวมถึงการให้ความรู้และสร้างความตระหนักในเรื่องภัยคุกคามทางไซเบอร์ให้กับพนักงานทุกคนในบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ที่ไม่หวังดีจะไม่สามารถโจมตีผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทได้

3.3 ความเสี่ยงทางด้านปฏิบัติการ

3.3.1 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับและมาตรฐานสากล

ภาครัฐมีกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อควบคุมดูแลการประกอบธุรกิจและเพื่อคุ้มครองความปลอดภัยและสิทธิของประชาชน ได้แก่ พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ร.บ.อาหารและยา ประกาศคณะกรรมการการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ปปช.) เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำและแสดงบัญชีรายการรับจ่ายของโครงการที่บุคคลหรือนิติบุคคลเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ.2554 และการร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติ (Collective Action Coalition) ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ประกาศ กฎเกณฑ์และระเบียบข้อบังคับต่างๆ และให้บุคลากรของบริษัทคอยติดตามตรวจสอบและเข้าอบรม สัมมนาเพื่อรับทราบข่าวสารใหม่ๆ ของภาครัฐ เพื่อที่จะได้ปฏิบัติตามกฎระเบียบได้อย่างถูกต้อง รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทั้งยังมีการส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติหน้าที่ตามจรรยาบรรณทางธุรกิจ ตามหลักบรรษัทภิบาล และปฏิบัติตามกฎหมาย เสริมสร้างความโปร่งใสในการทำงานและสร้างความเชื่อถือจากสังคม

3.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.4.1 ความเสี่ยงด้านหนี้สินและอัตราดอกเบี้ย

บริษัทมีความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในตลาดในอนาคต ซึ่งส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดของบริษัทและบริษัทย่อย เนื่องจากเงินกู้ยืมส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว บริษัทและบริษัทย่อยมีความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยของกระแสเงินสดที่เกิดจากเงินกู้ยืม โดยความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยดังกล่าวเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในตลาด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินที่มีความเสี่ยงด้านราคา และด้านกระแสเงินสดอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยสรุปได้ดังนี้

หน่วย : พันบาท

	2562					
	งบการเงินรวม					
	เงินทุน			อัตราดอกเบี้ยถัวเฉลี่ย (ร้อยละ)		
	อัตราดอกเบี้ยปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด	อัตราดอกเบี้ยคงที่	ไม่มีดอกเบี้ย	อัตราดอกเบี้ยปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด	อัตราดอกเบี้ยคงที่	
สินทรัพย์						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5,375	-	-	5,375	0.125% - 0.50%	-
ลูกหนี้การค้า - ลูกค้าทั่วไป	-	-	461,589	461,589	-	-
เงินให้กู้ยืมระยะสั้น - บุคคลและบริษัทอื่นๆ	-	100,000	-	100,000	-	6.50%
ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าการเงิน	-	11,824	-	18,824	-	3.00% - 5.00%
หนี้สิน						
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	512,173	308,853	-	821,026	MOR -1.00%	2.00% - 15.00%
เจ้าหนี้การค้า - ผู้ค้าทั่วไป	-	-	455,551	455,551	-	-

หน่วย : พันบาท

	2562					
	งบการเงินเฉพาะของบริษัท					
	เงินทุน			อัตราดอกเบี้ยถัวเฉลี่ย (ร้อยละ)		
	อัตราดอกเบี้ย ปรับขึ้นลง ตามอัตรา ตลาด	อัตราดอกเบี้ย คงที่	ไม่มี ดอกเบี้ย	รวม	อัตราดอกเบี้ยปรับ ขึ้นลงตามอัตรา ตลาด	อัตราดอกเบี้ยคงที่
สินทรัพย์						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	1,894	-	-	1,894	0.125% - 0.50%	-
ลูกหนี้การค้า - ลูกค้าทั่วไป	-	-	407,343	407,343	-	-
					MLR - 1.00%,	
เงินให้กู้ยืมบริษัทย่อย	368,000	-	-	368,000	4.50%	-
ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าการเงิน	-	11,824	-	11,824	-	3.00% - 5.00%
หนี้สิน						
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	-	413,103	-	413,103	-	2.00% - 4.00%
เจ้าหนี้การค้า - ผู้ค้าทั่วไป	-	-	245,854	245,854	-	-
เงินกู้ยืมบริษัทย่อย	-	17,000	-	17,000	-	4.50%
เงินกู้ยืมระยะสั้น-บุคคลและบริษัท อื่นๆ	-	25,000	-	25,000	-	6.00%
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบัน การเงิน	409,996	-	-	409,996	MLR - 6.00% - 1.00%	-

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทมีแหล่งเงินทุนที่จะใช้ในการชำระคืนเงินกู้ยืมจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานของบริษัท และบริษัทได้มีการออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทรายละเอียดดังนี้

1. ในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2562 ที่ประชุมมีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 2,577,488,835 บาท เป็น 3,181,554,810 บาท โดยออกหุ้นสามัญจำนวน 8,054,212,998 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.075 บาท โดยเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นแต่ละรายถืออยู่ (Right Offering) ในอัตรา 4 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ ในราคาหุ้นละ 0.050 บาท มูลค่ารวม 402,710,650 บาท

บริษัทมีการขยายระยะเวลาการจองซื้อหุ้นเพิ่มทุนจากวันที่ 2 ธันวาคม 2562 ถึงวันที่ 9 ธันวาคม 2562 เป็นวันที่ 2 ธันวาคม 2562 ถึงวันที่ 18 มีนาคม 2563 ซึ่งบริษัทได้รับชำระเงินค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายแก่ผู้ถือหุ้น รวมเป็นเงินทั้งสิ้นจำนวน 158,675 บาท คิดเป็นจำนวนหุ้นสามัญรวม 3,173,512 หุ้น

2. ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ รุ่นที่ 3 (EFORL-W3) จำนวน 1,377,156,827 หน่วย ราคาการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิจะเท่ากับ 0.60 บาทต่อหุ้น กำหนดวันที่สามารถใช้สิทธิครั้งต่อไปเป็นวันที่ 21 มิถุนายน 2562, 20 ธันวาคม 2562 และวันสุดท้ายของการใช้สิทธิ คือ วันที่ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุครบ 3 ปี ซึ่งตรงกับวันที่ 1 มิถุนายน 2563 (“วันกำหนดการใช้สิทธิครั้งสุดท้าย”)

3. ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ รุ่นที่ 4 (EFORL-W4) จำนวน 772,508,987 หน่วย ราคาการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิจะเท่ากับ 0.50 บาทต่อหุ้น กำหนดวันที่สามารถใช้สิทธิครั้งต่อไปเป็นวันที่ 21 มิถุนายน 2562, 20 ธันวาคม 2562 และวันสุดท้ายของการใช้สิทธิ คือ วันที่ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุครบ 3 ปี ซึ่งตรงกับวันที่ 1 มิถุนายน 2563 (“วันกำหนดการใช้สิทธิครั้งสุดท้าย”)

และบริษัทมีแผนปรับโครงสร้างทุน ปรับโครงสร้างหนี้และแผนธุรกิจ ซึ่งจะทำให้บริษัทมีความสามารถในการชำระหนี้ที่ดีขึ้น

3.4.2 ความเสี่ยงด้านการให้เงินกู้ยืมและการค้าประกันให้กับบริษัทย่อย

บริษัทให้เงินกู้ยืมกับบริษัทย่อยยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 100.00 ล้านบาท ในระหว่างปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 รายการเคลื่อนไหวของเงินให้กู้ยืมบริษัทที่เกี่ยวข้องกันมีดังต่อไปนี้

(หน่วย : พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะของบริษัท	
	2562	2561
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม	747,961	1,014,714
จัดประเภทเงินทดรองจ่าย	-	64,635
บวก ให้กู้เพิ่ม	-	19,000
หัก รับชำระ	(32,313)	(87,060)
บวก ตัดจำหน่ายค่าธรรมเนียมทางการเงิน		
รอดัดบัญชี	2,582	1,391
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่า	(350,230)	(264,719)
	368,000	747,961
ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	(268,000)	(48,000)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม	100,000	699,961

บริษัทยังไม่ได้รับรู้รายได้ดอกเบี้ยของเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทย่อยบางส่วนในงบการเงิน เนื่องจากยังมีความไม่แน่นอนในการรับชำระ

ในปี 2562 บริษัทบันทึกค่าเผื่อการด้อยค่าเงินให้กู้ยืมบริษัทย่อยจำนวน 350.23 ล้านบาท เนื่องจากมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชี

ในระหว่างเดือนกรกฎาคมและเดือนตุลาคม 2560 บริษัทและบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) (“WCIH”) ถูกบริษัทจัดการกองทุนแห่งหนึ่งฟ้องร้องเป็นคดีแพ่งฐานผิดนัดชำระหนี้ตามตั๋วแลกเงินและค้ำประกันการออกตั๋วแลกเงิน

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

ปัจจุบันบริษัทและ WCIH อยู่ระหว่างการเจรจาไกล่เกลี่ยและเสนอแผนการชำระหนี้แก่บริษัทจัดการกองทุนแห่งหนึ่ง เพื่อมิให้บริษัทจัดการกองทุนแห่งหนึ่งบังคับคดีกับบริษัทซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินของบริษัทและ WCIH หรือส่งผลกระทบน้อยที่สุด

3.4.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทและบริษัทย่อยมีซื้อสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริษัทได้ป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนบางส่วนแล้ว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีหนี้สินที่เป็นเงินตราต่างประเทศดังนี้

	งบการเงินรวม		
	31 ธันวาคม 2562		
	จำนวนเงิน ตราต่างประเทศ	อัตราแลกเปลี่ยนที่ บันทึกบัญชี	จำนวนเงินเทียบเท่า เงินบาท
<u>เจ้าหนี้การค้า</u>			
ดอลลาร์สหรัฐ	1,067,482	30.3313	32,378,106
สวิตเซอร์แลนด์	1,922,996	31.2793	60,149,969
ยูโร	241,437	34.0846	8,229,283
ดอลลาร์สิงคโปร์	435,976	22.5935	9,850,223

	งบการเงินเฉพาะของบริษัท		
	31 ธันวาคม 2562		
	จำนวนเงิน ตราต่างประเทศ	อัตราแลกเปลี่ยนที่ บันทึกบัญชี	จำนวนเงินเทียบเท่า เงินบาท
<u>เจ้าหนี้การค้า</u>			
ดอลลาร์สหรัฐ	1,015,219	30.3313	30,792,912
สวิตเซอร์แลนด์	1,922,996	31.2793	60,149,969
ยูโร	241,392	34.0846	8,227,750

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่มีผันผวนสูง โดยบริษัทได้ปิดความเสี่ยงของภาระหนี้เงินตราต่างประเทศที่ต้องชำระ เช่น ภาระหนี้ T/R, Open Account และ L/C

ด้วยมติที่ประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริหารของบริษัท ได้มีมติให้บริษัทจัดการความเสี่ยงอันเนื่องมาจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ด้วยมาตรการต่าง ๆ ดังนี้

1. ใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ผลิตรหัสจากต่างประเทศ – ดำเนินการปิดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ร้อยละ 80 และปล่อยภาระหนี้ลอยตัวได้ไม่เกินร้อยละ 20 โดยเริ่มนับตั้งแต่ Delivery date
2. Import L/C ได้ใช้เงื่อนไขเดียวกับ Purchase Order โดยปิดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ร้อยละ 80 และสามารถ ปล่อยภาระหนี้ลอยตัวได้ไม่เกินร้อยละ 20 โดยเริ่มนับตั้งแต่ Delivery date เช่นเดียวกัน
3. จัดการกับภาระหนี้ T/R, Open Account และ L/C ด้วยมาตรการย่อยดังนี้
 - 1) Forward Contract ภาระหนี้สกุลเงินต่างประเทศที่มีกำหนดชำระเงิน 1 เดือน ด้วยบริษัทเลือกใช้วิธีนี้เพราะได้กำหนดราคา Forward Rate ที่แน่นอน และบริษัทไม่ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเริ่มต้น บริษัทสามารถจ่ายชำระได้ก่อนครบกำหนดสัญญาได้ เพื่อประหยัดค่าธรรมเนียม
 - 2) Call Option ซื้อเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนของภาระหนี้สกุลเงินต่างประเทศที่มีกำหนดชำระเงินตั้งแต่ 2 เดือนถึง 6 เดือน บริษัทจะเลือกวิธีนี้ในการปิดความเสี่ยง (ตัวอย่างเช่น มาตรการย่อยนี้ บริษัทสามารถทำกำไรได้ โดยคำนวณจาก Settlement Rate เทียบกับ Spot at Exercise or Expiry Date โดยคิดรวม Premium ที่บริษัทจะต้องชำระ
 - 3) แปลงสกุลเงินต่างประเทศ เป็นสกุลเงินบาท เพื่อป้องกันความเสี่ยงอันเนื่องมาจากอัตราแลกเปลี่ยนที่คาดว่าจะสูงขึ้น (เงินบาทมีค่าอ่อนตัวลง) และเมื่อคิดรวมกับดอกเบี้ยเงินบาทต่อปี บริษัทสามารถประหยัดต้นทุนที่ต่ำลงได้ เมื่อเปรียบเทียบความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนที่มีความผันผวน และบริษัทได้รับทราบต้นทุนสินค้าที่แน่นอนด้วย (Fixed Rate)

3.5 ความเสี่ยงทางกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

3.5.1 ความเสี่ยงจากคดีฟ้องร้องของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัทและบริษัทย่อยมีความเสี่ยงที่จะมีภาระหนี้สินอันอาจเกิดขึ้นจากคดีฟ้องร้อง เช่น หนี้สินจากคดีที่บริษัทถูกบริษัทจัดการกองทุนแห่งหนึ่งฟ้องในฐานะเป็นผู้ค้าประกันตัวแลกเงิน คดีที่นักลงทุนรายหนึ่งซึ่งตกลงซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (“WCIH”) เมื่อปี 2558 ฟ้องบริษัทในข้อหาการซื้อขายหุ้นสามัญของ WCIH เป็นโมฆะ และเรียกเงินคืน รวมทั้งคดีฟ้องร้องอื่น ๆ ของบริษัทย่อยที่อาจก่อภาระหนี้สินให้แก่กลุ่มบริษัทและบริษัทในอนาคต

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทพยายามรักษาผลประโยชน์ของบริษัทอย่างเต็มที่ โดยดำเนินการตามขั้นตอนที่จำเป็นทั้งในส่วนของการต่อสู้คดี และการบริหารจัดการด้านการเงินและการบัญชีเพื่อลดความเสี่ยงจากหนี้สินอันอาจเกิดขึ้นจากคดีฟ้องร้องในแต่ละคดี

สามารถอ่านรายละเอียดเกี่ยวกับคดีฟ้องร้องเพิ่มเติมได้ที่ส่วนที่ 1 ข้อ 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะที่สำคัญของทรัพย์สิน

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนหลัก

บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนหลักประกอบด้วย ที่ดิน อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร ส่วนปรับปรุงพื้นที่เช่า อุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ เครื่องมือและอุปกรณ์ เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน ยานพาหนะ และสินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี ตามที่ปรากฏในงบการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (พันบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน	บริษัทย่อยทางอ้อม คือ WCIG เป็นเจ้าของ	166,000	ติดจำนองกับสถาบันการเงิน ภาระหลักประกัน มูลค่า 679 ล้านบาท
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	บริษัท บริษัทย่อยอ้อม และ บริษัทย่อย คือ WCIG และสยามสเนล เป็นเจ้าของ	47,500	ติดจำนองกับสถาบันการเงิน ภาระหลักประกัน มูลค่า 679 ล้านบาท
3. ส่วนปรับปรุงพื้นที่เช่า	บริษัทย่อย และ บริษัทย่อยทางอ้อม คือ สเปนเซเมต, สยามสเนล และ WCIG เป็นเจ้าของ	998	ไม่มีภาระผูกพัน
4. อุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์	บริษัทเป็นเจ้าของ	90,673	ไม่มีภาระผูกพัน
5. เครื่องมือและอุปกรณ์	บริษัท บริษัทย่อย และบริษัทย่อยทางอ้อม คือ สเปนเซเมต, สยามสเนล และ WCIG เป็นเจ้าของ	11,284	ไม่มีภาระผูกพัน
6. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัท บริษัทย่อย และบริษัทย่อยทางอ้อม คือ สเปนเซเมต, สยามสเนล และ WCIG เป็นเจ้าของ	7,187	ไม่มีภาระผูกพัน
7. ยานพาหนะ	บริษัท และบริษัทย่อยทางอ้อม คือ WCIG เป็นเจ้าของ	16,913	ไม่มีภาระผูกพัน
8. สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	บริษัทย่อยทางอ้อม คือ WCIG เป็นเจ้าของ	11	ไม่มีภาระผูกพัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 2561 บริษัทและบริษัทย่อย มีอุปกรณ์ตามสัญญาเช่าการเงินโดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีของสินทรัพย์ดังกล่าว จำนวนเงินประมาณ 9.32 ล้านบาท และ 14.81 ล้านบาท ตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 2561 บริษัทและบริษัทย่อยมีอุปกรณ์ส่วนหนึ่ง ที่คิดค่าเสื่อมราคาเต็มมูลค่าและยังใช้งานอยู่ มีราคาทุนประมาณ 280.55 ล้านบาท และ 313.86 ล้านบาท ตามลำดับ

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เครื่องหมายการค้า และสินทรัพย์ทางปัญญา โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี ตามงบการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ดังต่อไปนี้

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (พันบาท)	ภาระผูกพัน
1. โปรแกรมคอมพิวเตอร์	บริษัท บริษัทย่อย และบริษัทย่อยทางอ้อม คือ สเปนเมต, สยามสเนล และ WCIG เป็นเจ้าของ	22,014	ไม่มีภาระผูกพัน
2. เครื่องหมายการค้า	บริษัทย่อยทางอ้อมคือ WCIG เป็นเจ้าของ	709,120	ไม่มีภาระผูกพัน
3. สินทรัพย์ทางปัญญา	บริษัทย่อยคือ สยามสเนล ผู้ได้รับสิทธิ์	4,230	ไม่มีภาระผูกพัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 2561 บริษัทและบริษัทย่อยมีโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ส่วนหนึ่งที่ดีดจำหน่ายเต็มมูลค่า และยังใช้งานอยู่ โดยมีราคาทุนประมาณ 31.60 ล้านบาท และ 18.46 ล้านบาท ตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีแผนจะซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างตามมูลค่ายุติธรรม จำนวน 305.00 ล้านบาท บริษัทตกลงวางมัดจำ จำนวนเงิน 52.50 ล้านบาท และชำระราคาส่วนที่เหลือด้วยหุ้นบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) มูลค่า 252.50 ล้านบาท (ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนของเงินลงทุนร้อยละ 56) ซึ่งมูลค่าหุ้นดังกล่าวเป็นมูลค่าอ้างอิงสำหรับการคำนวณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน (เงินลงทุนทั้งหมดร้อยละ 100 ของบริษัทดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)) คิดเป็นเงินจำนวน 450.89 ล้านบาท เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบกับมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ (เครื่องหมายการค้า) ทำให้เกิดค่าเผื่อการด้อยค่าของเครื่องหมายการค้าจำนวน 455.56 ล้านบาท ในงบการเงินรวม

บริษัทและบริษัทย่อยมีสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ในประเทศไทยที่สำคัญ ดังนี้

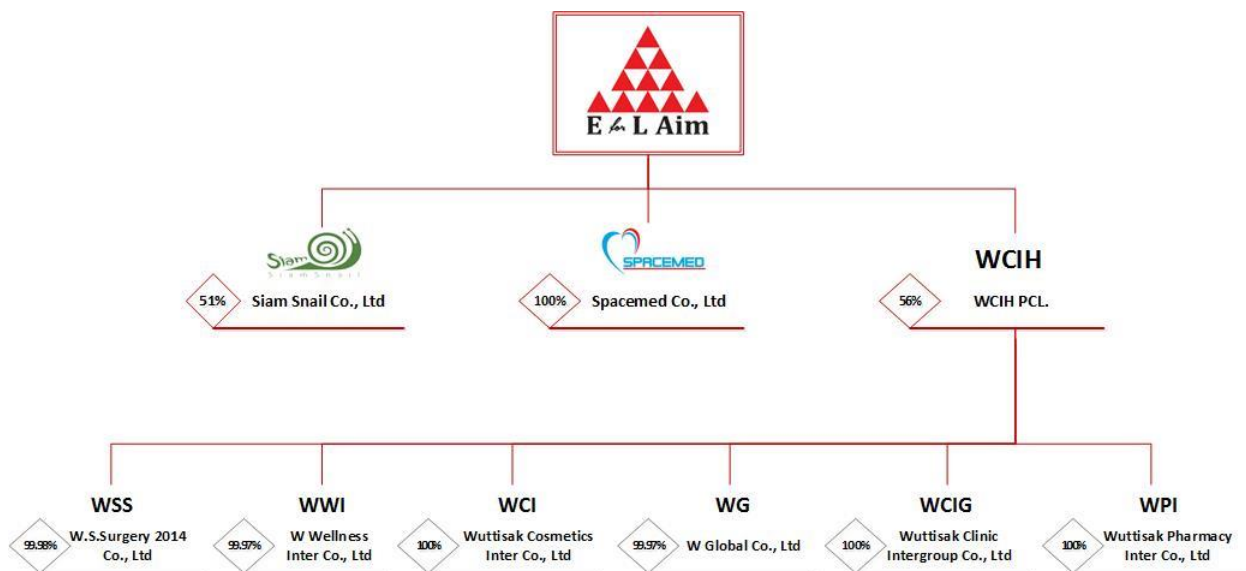
- GE Healthcare, USA
- Esaote, Italy
- Betterlife, China
- Carestream, USA
- Dirui, China
- Neurotronics, USA
- Hawkmed, China
- Olympus, Japan
- DeVilbiss, USA
- Siemens, Germany
- Hamilton Medical, Switzerland
- Haisheng Medical, China
- Wecardio Technologies, China
- Boditech, Korea
- Diagast, France
- Iredimed, USA
- ECO Medics, Switzerland
- Omron, Japan
- Vyaire Medical, USA, Germany
- Nihon Kohden, Japan
- Airon, USA
- iHealth, USA
- Eove, France
- BioSystems, Spain
- Cardinal Detecto, USA
- A&D, Japan

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทมีนโยบายมุ่งเน้นในการลงทุนธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ สุขภาพและความงาม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอไม่ผันแปรตามสภาพทางเศรษฐกิจมากนัก เนื่องจากการใช้จ่ายด้านการรักษาสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีโดยมีปัจจัยมาจาก 1) นโยบายภาครัฐสนับสนุนด้านสิทธิพิเศษการลงทุน และตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการส่งออก (Medical Hub) ภายในปี 2563 2) การเจ็บป่วยที่เพิ่มขึ้นของคนไทยโดยเฉพาะจำนวนผู้ป่วยจากโรคหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง โรคมะเร็ง และโรคเบาหวาน ส่วนหนึ่งเนื่องจากจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีมากขึ้น 3) สัดส่วนจำนวนผู้ป่วยต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในไทยที่แนวโน้มเพิ่มขึ้น จากความเชื่อมั่นในมาตรฐานการรักษาและการเติบโตของกลุ่ม Expatriate และ Medical Tourists และ 4) แผนขยายการลงทุนของธุรกิจโรงพยาบาลทั้งการสร้างโรงพยาบาลใหม่และการลงทุนทางด้านเครื่องมือทางการแพทย์ จะยังสนับสนุนให้ความต้องการอุปกรณ์ทางการแพทย์ในไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทได้ลงทุนในธุรกิจผ่านทางบริษัทย่อย โดยลงทุนในธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ผ่านทาง บจก.สเปซเมด โดยถือหุ้นร้อยละ 100 และลงทุนในธุรกิจบริการด้านความงามผ่านทาง บมจ.ดับบลิวซีโอ โฮลดิ้ง ซึ่งบริษัทถือหุ้นร้อยละ 56 เพื่อไปลงทุนเข้าถือหุ้นใน บจก. วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป และ บจก.สยามสเนล ซึ่งบริษัทถือหุ้นร้อยละ 51

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยสรุปตามตารางดังนี้

ผังแสดงกลุ่มบริษัท EFORL ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562



ทั้งนี้ เป็นการลงทุนในการลักษณะของหุ้นสามัญทั้งหมด

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ข้อพิพาททางกฎหมาย ซึ่งเป็นคดีหรือข้อพิพาทที่ยังไม่สิ้นสุดและเป็นคดีที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีรายละเอียดดังนี้ ดังนี้:-

1) ในระหว่างปี 2558 บริษัทถูกฟ้องเป็นจำเลยที่ 9 และบริษัทวุฒิสกดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม) ถูกฟ้องเป็นจำเลยที่ 4 ในคดีแพ่งข้อหาละเมิด, เรียกค่าเสียหาย

โจทก์ฟ้องเรียกค่าเสียหายจากบริษัทเป็นเงินจำนวน 5,199,600.39 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 15 ต่อปี จากต้นเงินจำนวน 4,479,769 บาท โจทก์อ้างว่าโจทก์เป็นผู้รับโอนสิทธิจากจำเลยที่ 1 ฟ้องเรียกค่าเสียหายจากบริษัทในฐานะนายจ้างของจำเลยที่ 10 ซึ่งเป็นอดีตพนักงานของบริษัทช่วงระยะ 1 - 2 ปีและจำเลยที่ 10 ลาออกจากบริษัทก่อนมูลเหตุคดีนี้เกิดและเป็นเพียงพนักงานระดับล่าง มิได้เป็นกรรมการบริษัท ไม่มีหน้าที่ความรับผิดชอบ หรือมีส่วนเกี่ยวข้อง หรือมีอำนาจหน้าที่ในการจัดซื้อ จัดจ้าง หรือทำสัญญาว่าจ้าง แต่อย่างใด

โจทก์ฟ้องเรียกค่าเสียหายจากบริษัท วุฒิสกดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด ในฐานะนายจ้างของจำเลยที่ 5 และจำเลยที่ 6 เป็นเงินจำนวน 12,667,094.35 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 15 ต่อปี จากต้นเงิน 10,913,465.00 บาท

เดือนสิงหาคม 2561 ศาลอุทธรณ์มีคำพิพากษายืนตามคำพิพากษาศาลชั้นต้นซึ่งพิพากษายกฟ้องโจทก์ กล่าวคือจำเลยในคดีทั้ง 13 คน ไม่ต้องรับผิดชอบตามฟ้องโจทก์ โจทก์ยื่นฎีกาคัดค้านคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ และบริษัทต่อสู้คดีแก้คำฟ้องฎีกาของโจทก์ ปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลฎีกา

2) ในระหว่างเดือนกรกฎาคมและเดือนตุลาคม 2560 บริษัทและบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (บริษัทย่อย) (แปรรูปเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2561) ถูกบริษัทจัดการกองทุนแห่งหนึ่งฟ้องร้องเป็นคดีแพ่งฐานผิดนัดชำระหนี้ตามตั๋วแลกเงินและค้ำประกันการออกตั๋วแลกเงิน รวม 3 คดี ดังนี้

คดีที่ 1 บริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (บริษัทย่อย) และบริษัทถูกฟ้องร้องเป็นคดีแพ่งฐานผิดนัดชำระหนี้ตามตั๋วแลกเงินและค้ำประกันการออกตั๋วแลกเงินจำนวนทุนทรัพย์ตามคำฟ้อง 153,589,041.11 บาท เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2561 ศาลชั้นต้นมีคำพิพากษาให้บริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (จำเลยที่ 1) ชำระเงินจำนวน 150,125,000 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 5 ต่อปี ของต้นเงินจำนวน 150,000,000 บาท นับแต่วันที่ 17 มีนาคม 2560 เป็นต้นไปจนกว่าจะชำระเสร็จแก่โจทก์ โดยให้นำเงินที่จำเลยที่ 1 นำไปหักชำระหนี้ที่ค้างในส่วนดอกเบี้ยและค่าชดเชยส่วนลดก่อนเหลือเท่าใดให้นำไปหักชำระเงินต้น หากจำเลยที่ 1 ไม่ชำระ ให้บริษัทซึ่งเป็นจำเลยที่ 2 ชำระเงินจำนวนข้างต้นแก่โจทก์ เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2563 ศาลอุทธรณ์มีคำพิพากษายืนตามคำพิพากษาศาลชั้นต้น

คดีที่ 2 บริษัทและบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (บริษัทย่อย) ถูกฟ้องร้องเป็นคดีแพ่งฐานผิดนัดชำระหนี้ตามตั๋วแลกเงิน และค้ำประกันการออกตั๋วแลกเงินจำนวนทุนทรัพย์ตามคำฟ้อง 107,677,739.73 บาท และ

เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2561 ศาลชั้นต้นมีคำพิพากษาให้บริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) (จำเลยที่ 1) ชำระเงินจำนวน 107,677,739.73 บาทพร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 15 ต่อปี ในต้นเงิน 105,000,000 บาท นับแต่วันที่ 27 กันยายน 2560 เป็นต้นไปจนกว่าจะชำระเสร็จแก่โจทก์ หากจำเลยที่ 1 ไม่ชำระให้บริษัทซึ่งเป็นจำเลยที่ 2 ชำระเงินจำนวนข้างต้นแก่โจทก์ เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2562 ศาลอุทธรณ์มีคำพิพากษายืนตามศาลชั้นต้น

คดีที่ 3 บริษัท ดับบลิว ซีไอโฮลดิ้ง จำกัด (บริษัทย่อย) ถูกฟ้องร้องเป็นคดีแพ่งฐานผิดนัดชำระหนี้ตามตั๋วแลกเงินทุนทรัพย์จำนวน 100,166,666.67 ปรากฏว่าเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2561 ศาลชั้นต้นมีคำพิพากษาให้บริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด ชำระเงินจำนวน 100,166,666.67 พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 5 ต่อปี ของต้นเงิน 100,000,000 บาท นับแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2561 เป็นต้นไปจนกว่าจะชำระเสร็จแก่โจทก์ โดยให้นำเงินที่จำเลยที่ 1 ชำระแก่โจทก์แล้วไปหักชำระหนี้ที่ค้างในส่วนดอกเบี้ยแล้วให้นำไปหักชำระเงินต้น เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2562 ศาลอุทธรณ์มีคำพิพากษายืนตามศาลชั้นต้น

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริษัทและบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) อยู่ระหว่างการเจรจาไกล่เกลี่ยและเสนอแผนการชำระหนี้แก่โจทก์ เพื่อมิให้โจทก์บังคับคดีกับบริษัทซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินของบริษัทและ บริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) หรือส่งผลกระทบน้อยที่สุด

3) ในระหว่างเดือนกันยายน 2560 นักลงทุนรายหนึ่งซึ่งตกลงซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด เมื่อปี 2558 เป็นโจทก์ฟ้องบริษัทเป็นจำเลยที่ 1 และบุคคลอื่นอีก 5 คนรวม 6 คนในคดีแพ่งข้อหา/ฐานความผิด การซื้อขายเป็นโมฆะ เพิกถอนการโอนหุ้นที่เป็นโมฆะ ร่วมกันคืนเงินทั้งหมดจำนวนทุนทรัพย์ 385,769,233 บาท ซึ่งการฟ้องร้องคดีดังกล่าวบริษัทในฐานะจำเลยที่ 1 ทำสัญญาซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด จำนวน 4,400,000 หุ้น ราคาซื้อขายรวมทั้งสิ้น 242,000,000 บาท ให้แก่โจทก์ตามคำแนะนำของจำเลยที่ 2 อย่างไรก็ตามบริษัทดำเนินการตามขั้นตอนที่เกี่ยวข้อง ได้รับเงินตามสัญญาและดำเนินการโอนหุ้นให้แก่โจทก์ครบถ้วนถูกต้อง โดยเจตนาสุจริตตามหลักการทำสัญญาซื้อขาย

เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2562 ศาลชั้นต้นมีคำพิพากษาว่าการซื้อขายและการโอนหุ้นเป็นโมฆะ ให้โจทก์คืนหุ้นจำนวน 4,400,000 หุ้น แก่บริษัทและให้บริษัทคืนเงินพร้อมดอกเบี้ยถึงวันฟ้องจำนวน 275,275,000 บาท และดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ต่อปี ของต้นเงิน 242,242,000 บาท นับจากวันฟ้อง (ฟ้องวันที่ 15 ส.ค.2560) จนกว่าชำระเสร็จแก่โจทก์ อย่างไรก็ตามบริษัทไม่เห็นด้วยกับคำพิพากษาของศาลชั้นต้นจึงยื่นอุทธรณ์คัดค้านคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์

4) ในระหว่างปี 2561 นักลงทุนรายหนึ่งซึ่งตกลงซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ดับบลิว ซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด เมื่อปี 2558 เป็นโจทก์ฟ้องบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (บริษัทย่อย) ในฐานะนายทะเบียนหุ้น เป็นจำเลยที่ 1 และบุคคลอื่นอีก 3 ราย รวม 3 คดี โดยฟ้องขอศาลมีคำสั่งเพิกถอนการโอนหุ้น ติดตามทรัพย์สินและขอให้จำเลยร่วมกันหรือแทนกันชดใช้ค่าเสียหายทั้ง 3 คดีรวมเป็นเงินจำนวน 173,110,000 บาท ซึ่งทั้ง 3 คดี บริษัทย่อยในฐานะจำเลยที่ 1 การปฏิเสธคำฟ้องโจทก์ เนื่องจากไม่ได้ร่วมกับจำเลยอื่นอีก 3 ราย ไม่ได้ใช้กลฉ้อฉลหลอกลวงโจทก์ ซึ่งบริษัทย่อยเป็นเพียงนายทะเบียนหุ้นมีหน้าที่ออกใบหุ้นให้แก่ผู้ได้รับโอนหุ้นตามเอกสารหลักฐานตราสารการโอนหุ้นระหว่างผู้โอนกับผู้รับโอนตามกฎหมายเท่านั้น มิได้ร่วมหรือรู้เห็นถึงการกระทำระหว่างโจทก์กับจำเลยที่ 2 - 4 แต่อย่างใด ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2562 ศาลชั้นต้นมีคำพิพากษายกฟ้องโจทก์ จำนวน 2 คดี และโจทก์ถอนฟ้องจำนวน 1 คดี ปัจจุบันทั้ง 3 คดีถึงที่สุดแล้ว บริษัทย่อยจึงไม่ต้องรับผิดชอบตามฟ้องโจทก์แต่อย่างใด

5) ในระหว่างปี 2561 บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด “WCIG” (บริษัทย่อยทางอ้อม) ถูกคู่สัญญาผู้รับสิทธิแฟรนไชส์ในต่างประเทศเป็นโจทก์ฟ้องเป็นคดีแพ่งฐานลามิควรได้ เรียกเงินคืน และเรียกค่าเสียหาย โดยอ้างมูลเหตุแห่งคดีว่าตามสัญญาแฟรนไชส์โจทก์ไม่มีหน้าที่ต้องชำระหนี้ค่าส่งเสริมการขายแต่โจทก์ชำระหนี้ไปเกินกว่าส่วนที่โจทก์ต้องรับผิดชอบตามสัญญา รวมเป็นเงินจำนวน 6,928,211.95 บาท โจทก์จึงขอเรียกร้องให้ WCIG คืนเงินจำนวนดังกล่าวฐานลามิควรได้พร้อมดอกเบี้ย WCIG ต่อสู้คดีว่าการชำระเงินของโจทก์เป็นการชำระหนี้ซึ่งมีมูลหนี้ตามสัญญา WCIG ไม่มีหน้าที่ต้องชำระคืนแก่โจทก์แต่อย่างใด เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2562 ศาลชั้นต้นมีคำพิพากษายกฟ้องโจทก์ แต่โจทก์ไม่ยอมรับคำพิพากษาศาลชั้นต้น จึงยื่นอุทธรณ์คัดค้านคำพิพากษาศาลชั้นต้น ปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์ และปัจจุบัน WCIG ยังไม่ได้บันทึกหนี้สินดังกล่าวเนื่องจากเชื่อว่าการเรียกร้องไม่ถูกต้อง

6) ในระหว่างปี 2561 บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด “WCIG” (บริษัทย่อยทางอ้อม) ถูกคู่สัญญาผู้รับสิทธิแฟรนไชส์ในต่างประเทศเป็นโจทก์ฟ้องเป็นคดีแพ่งข้อหา ผิดสัญญา เรียกค่าเสียหาย โดยโจทก์อ้างว่า WCIG ไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ตามสัญญาแฟรนไชส์ หลายประการ เช่น ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานระบบแฟรนไชส์การบริหารงานสาขากพร่อง เป็นต้น โจทก์จึงเรียกค่าเสียหายเป็นเงินจำนวน 591,034,223 บาท พร้อมดอกเบี้ย WCIG พิจารณารายละเอียดคำฟ้องโจทก์แล้วเห็นว่าคำฟ้องโจทก์ไม่ถูกต้องตรงกับความจริงหลายประการ ตลอดจนไม่มีพยานหลักฐานในการกล่าวอ้าง WCIG เชื่อว่าไม่มีหน้าที่ต้องชำระคืนแก่โจทก์แต่อย่างใด จึงไม่ได้บันทึกหนี้สินดังกล่าวเนื่องจากเชื่อว่าการเรียกร้องไม่ถูกต้อง ปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลชั้นต้น

7) ในระหว่างเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคม 2561 บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด “WCIG” (บริษัทย่อยทางอ้อม) และกรรมการผู้มีอำนาจถูกเจ้าหนี้ฟ้องเป็นคดีแพ่ง 1 คดี เรียกเงินตามตัวเงิน และถูกฟ้องเป็นคดีอาญา ในข้อหาฐานความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 จำนวน 2 คดี รวม 3 คดี เป็นเงินจำนวน 60.22 ล้านบาท เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2562 คดีแพ่งซึ่งโจทก์เรียกเงินตามตัวเงินโจทก์และ WCIG ตกลงทำสัญญาประนีประนอมยอมความกันและศาลพิพากษาตามสัญญาประนีประนอมยอม

ความโดย WCIG ตกลงชำระหนี้แก่โจทก์ จำนวน 40 ล้านบาท โจทก์จึงถอนฟ้องคดีอาญา ข้อหาฐานความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 ทั้ง 2 คดี แต่ต่อมา WCIG ผิดนัดชำระหนี้ตามสัญญาประนีประนอมยอมความ ปัจจุบันอยู่ระหว่างการบังคับคดีตามสัญญาประนีประนอมยอมความ

8) ในระหว่างเดือน กันยายน 2561 บริษัทและบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด เป็นโจทก์ ฟ้อง บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด และบริษัทเอกชนสองแห่ง แยกเป็น 2 คดี ตามมูลเหตุแห่งคดีซึ่ง บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด ตกลงทำสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์และขายทรัพย์สินให้แก่บริษัทเอกชนสองแห่ง โดยขอให้ศาลมีคำสั่งเพิกถอนนิติกรรมสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์ และขายทรัพย์สินให้แก่บริษัทเอกชนสองแห่ง เนื่องจากบริษัทตรวจสอบรายละเอียดข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องแล้วเห็นว่า การทำนิติกรรมสัญญาระหว่าง บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด และบริษัทเอกชนสองแห่ง มิได้มีการปฏิบัติให้ไปโดยชอบด้วยกฎหมาย ประกาศ กฎกระทรวง ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้สัญญาดังกล่าวไม่ชอบด้วยกฎหมาย และไม่มีผลผูกพันบริษัทตามกฎหมาย ปัจจุบันคดียังอยู่ในกระบวนการศาลชั้นต้น

9) ในระหว่างปี 2561 บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด “WCIG” (บริษัทย่อยทางอ้อม) ถูกกรรมการและผู้บริหารเดิมท่านหนึ่งฟ้องเป็นจำเลยที่ 1 ในคดีแพ่งฐานความผิดละเมิด และเรียกค่าเสียหายจำนวน 77,221,852.17 บาท และฟ้องกรรมการบริษัทอีกท่านหนึ่งเป็นจำเลยที่ 2 โจทก์กล่าวอ้างโดยอาศัยมูลเหตุเกิดจากกรณีซึ่งโจทก์ถูกคู่ค้าของ WCIG ฟ้องร้องเป็นคดีตามพระราชบัญญัติความรับผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 และตัวเงิน ทั้งคดีแพ่งและคดีอาญา อันเกิดจากการบริหารงานของบริษัทและจำเลยที่ 2 จนเป็นเหตุทำให้เกิดความเสียหายแก่โจทก์ เพราะเหตุการณ์การอีกท่านหนึ่งยื่นฟ้อง WCIG และโจทก์ในคดีนี้ โดยขอศาลมีคำสั่งเพิกถอนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ WCIG ซึ่งมีมติให้เพิ่มทุน โดยโจทก์อ้างว่าการเพิ่มทุนดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและใช้ในการบริหารงานของบริษัท การฟ้องขอให้ศาลเพิกถอนมติการเพิ่มทุนของ WCIG เป็นเหตุทำให้ WCIG ประสบปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงินจนไม่สามารถชำระหนี้แก่คู่ค้าได้ WCIG ตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่องดังกล่าวแล้วเห็นว่า WCIG ขณะที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของคณะกรรมการและผู้บริหารชุดเดิม ซึ่งมีโจทก์เป็นหนึ่งในผู้มีอำนาจ เห็นว่าข้ออ้างของโจทก์ไม่เป็นความจริง ปัจจุบันศาลสั่งจำหน่ายคดีชั่วคราว เพื่อรอผลการชำระหนี้ของจำเลยกับเจ้าหนี้ตามสัญญาประนีประนอมยอมความในคดีอื่น ๆ ที่โจทก์เป็นจำเลยในคดีด้วย

10) เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2561 บุคคลอื่นฟ้องร้องดำเนินคดีกับบริษัท ดับบลิว ซีไอโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) และกรรมการ 1 รายร่วมกับบุคคลอื่นอีก 10 รายข้อหาผิดสัญญาเข้าหุ้นส่วน ละเมิด ค่าแข่งหุ้นส่วนและเรียกค่าเสียหาย รวมจำนวน 605,688,500 บาท โดยโจทก์กล่าวอ้างว่าจำเลยที่ 1 ถึง 7 ตกลงเข้าเป็นหุ้นส่วนในการจัดการประกวดนางงามจักรวาล ประจำปี 2561 เพื่อจะแบ่งปันกำไรจากการจัดการประกวดตามสัดส่วน โดย WCIG ตกลงจะลงหุ้นด้วยเงินตามสัดส่วนที่ตกลงกัน เพื่อชำระค่าสิทธิ์การจัดการประกวดนางงามจักรวาล แต่ต่อมา WCIG ไม่ลงเงินตามที่ตกลงไว้ทำให้โจทก์ถูกบอกเลิกสัญญาการให้สิทธิจัดการประกวด โจทก์กล่าวอ้าง การ

กระทำของจำเลยถือว่าสมคบคิดวางแผนจงใจผิดสัญญาเข้าหุ้นส่วนและจงใจแย่งสิทธิการจัดงานประกวดนางงามจักรวาลปี 2561 โจทก์จึงฟ้องเรียกให้จำเลยร่วมกันชดเชยค่าเสียหายแก่โจทก์ ปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลชั้นต้น ศาลชั้นต้นนัดฟังคำพิพากษาวันที่ 27 พฤษภาคม 2563 บริษัท ดับบลิว ซีไอโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ยังไม่ได้บันทึกหนี้สินดังกล่าวเนื่องจากเชื่อว่าการเรียกร้องของโจทก์ไม่ถูกต้อง

11) ระหว่างปี 2561 บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด “WCIG” ถูกคู่สัญญาแฟรนไชส์ฟ้อง เป็นคดีแพ่งฐานผิดสัญญาแฟรนไชส์ ขอให้ปฏิบัติตามสัญญาแฟรนไชส์ ภายใต้ชื่อทางการค้า เครื่องหมายบริการและเครื่องหมายการค้าของ “วุฒิสักดิ์ คลินิก” และสัญญาซื้อขายทรัพย์สินที่เกี่ยวข้อง โจทก์กล่าวอ้างเหตุแห่งการฟ้องว่า WCIG ผิดสัญญาและทำให้โจทก์ได้รับความเสียหายเป็นมูลค่ากว่า 260,000,000 บาท เนื่องจากไม่สามารถประกอบกิจการตามสิทธิตามสัญญาแฟรนไชส์ได้ ขอให้ WCIG ปฏิบัติตามสัญญาแฟรนไชส์ WCIG พิจารณาข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องแล้วเห็นว่าสัญญาแฟรนไชส์ ไม่ชอบด้วยกฎหมาย WCIG โจทก์จึงไม่มีนิติสัมพันธ์กัน และไม่มีผูกพันตามสัญญาดังกล่าว จึงถือว่าบริษัทไม่ได้ผิดสัญญาแฟรนไชส์ และโจทก์ไม่ได้ถูกโต้แย้งสิทธิแต่อย่างใดปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลชั้นต้น

12) ในช่วงต้นปี 2562 บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด “WCIG” ถูกโจทก์ซึ่งเป็นคู่สัญญาคู่สัญญาแฟรนไชส์ ฟ้องเป็นคดีแพ่งข้อหาผิดสัญญา และเรียกค่าเสียหายจำนวน 187,177,874.58 บาท โจทก์กล่าวอ้างเหตุแห่งการฟ้องว่าโจทก์ไม่ได้รับการสนับสนุน การส่งเสริมและสิ่งอื่นใดจากบริษัทตามสัญญาแฟรนไชส์ อีกทั้งโจทก์เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่โจทก์ให้บริการลูกค้าที่อยู่ในความรับผิดชอบของบริษัทและเรียกชำระค่าบริการที่ลูกค้าของโจทก์ใช้บริการกับโจทก์ อีกทั้ง โจทก์เรียกค่าเสียหายจากเหตุอื่น ๆ หลายประการ WCIG เห็นว่าสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์ไม่ชอบด้วยกฎหมาย มีเงื่อนไขสัญญาที่ไม่เป็นธรรม WCIG ไม่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อค่าเสียหายตามที่โจทก์กล่าวอ้าง ปัจจุบันคดียังอยู่ในกระบวนการของศาลชั้นต้น

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

1) ข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่ออกหลักทรัพย์

บริษัท อี ฟอร์ แอล เอ็ม จำกัด (มหาชน)

ชื่อย่อในตลาดหลักทรัพย์ฯ	EFORL
ประเภทธุรกิจ	เป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์
เลขทะเบียนบริษัท	0107551000142
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	184 ถนนราชมรรค์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
โทรศัพท์	02-8830871-9, 02-4342748-9
โทรสาร	02-4338695
เว็บไซต์	https://www.eforl-aim.com/
ทุนจดทะเบียน	3,181,554,810.30 บาท
ทุนชำระแล้ว	2,416,263,899.40 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ 32,216,851,992 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	0.075 บาท

2) ข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่เกี่ยวข้อง

บริษัท สเปซเมด จำกัด

ประเภทธุรกิจ	ตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์
เลขทะเบียนบริษัท	0105548031031
ที่ตั้งสำนักงาน	402 ซอยจรัญสนิทวงศ์ 66/1 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงบางพลัด เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
โทรศัพท์	02-8835081-4
โทรสาร	02-8835085
เว็บไซต์	https://www.spacemed.co.th/
ทุนจดทะเบียน	50,000,000.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	50,000,000.00 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ 500,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	100.00 บาท
สัดส่วนการลงทุนโดยบริษัท	ร้อยละ 100.00 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

บริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)

ประเภทธุรกิจ	ลงทุนในบริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด
เลขทะเบียนบริษัท	0107561000331
ที่ตั้งสำนักงาน	160 ถนนงามวงศ์วาน ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์	02-8446600
โทรสาร	02-8446678
เว็บไซต์	-
ทุนจดทะเบียน	1,818,906,220.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	1,818,906,220.00 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ 181,890,622 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	10.00 บาท
สัดส่วนการลงทุนโดยบริษัท	ร้อยละ 56.00 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด

ประเภทธุรกิจ	ให้บริการด้านความงามและธุรกิจแฟรนไชส์
เลขทะเบียนบริษัท	0125555004451
ที่ตั้งสำนักงาน	160 ถนนงามวงศ์วาน ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์	02-8446600
โทรสาร	02-8446678
เว็บไซต์	https://www.wuttisakclinic.com/
ทุนจดทะเบียน	1,533,950.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	1,533,950.00 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 153,395 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	10.00 บาท
สัดส่วนการลงทุน	ถือหุ้นโดยบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 100.00 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

บริษัท วุฒิสักดิ์ คอสเมติกอินเตอร์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
เลขทะเบียนบริษัท	0125555004604
ที่ตั้งสำนักงาน	160 ถนนงามวงศ์วาน ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์	02-8446600
โทรสาร	02-8446667
เว็บไซต์	https://wuttisakcosmetic.com/
ทุนจดทะเบียน	100,100,000.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	100,100,000.00 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ 10,010,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	10.00 บาท
สัดส่วนการลงทุน	ถือหุ้นโดยบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 100.00 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

บริษัท วุฒิสักดิ์ ฟาร์มาซีอินเตอร์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
เลขทะเบียนบริษัท	0125555004621
ที่ตั้งสำนักงาน	160 ถนนงามวงศ์วาน ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์	02-8446600
โทรสาร	02-8446678
เว็บไซต์	-
ทุนจดทะเบียน	2,000,000.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	2,000,000.00 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ 200,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	10.00 บาท
สัดส่วนการลงทุน	ถือหุ้นโดยบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 100.00 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

บริษัท ดับบลิว เวลเนส อินเตอร์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเกี่ยวกับสถาบันฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากร
เลขทะเบียนบริษัท	0125555004612
ที่ตั้งสำนักงาน	160 ถนนงามวงศ์วาน ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์	02-8446600
โทรสาร	02-8446678
เว็บไซต์	-
ทุนจดทะเบียน	100,000.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	100,000.00 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ 10,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	10.00 บาท
สัดส่วนการลงทุน	ถือหุ้นโดยบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 99.97 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

บริษัท ดับบลิว.เอส.เซอร์จี้ 2014 จำกัด

ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเสริมความงามโดยการทำศัลยกรรมตกแต่ง
เลขทะเบียนบริษัท	0105556193621
ที่ตั้งสำนักงาน	4, 4/1-2, 4/4 อาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ห้องเลขที่ ปี 506/2 ชั้น 5 ถนนราชดำริห์ แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์	02-8446600
โทรสาร	02-8446678
เว็บไซต์	-
ทุนจดทะเบียน	1,000,000.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	1,000,000.00 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ 10,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	100.00 บาท
สัดส่วนการลงทุน	ถือหุ้นโดยบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 99.98 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

บริษัท ดับบลิว โกลบอล จำกัด

ประเภทธุรกิจ	เพื่อรองรับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในต่างประเทศ
เลขทะเบียนบริษัท	0125562016671
ที่ตั้งสำนักงาน	4, 4/1-2, 4/4 อาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ห้องเลขที่ ปี 506/2 ชั้น 5 ถนนราชดำริห์ แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์	02-8446600
โทรสาร	02-8446678
เว็บไซต์	-
ทุนจดทะเบียน	100,000.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	100,000.00 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ 10,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	10.00 บาท
สัดส่วนการลงทุน	ถือหุ้นโดยบริษัท ดับบลิวซีไอ โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 99.97 ของทุน จดทะเบียนที่ชำระแล้ว

บริษัท สยามสเนล จำกัด

ประเภทธุรกิจ	เป็นผู้วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเมือกหอยทาก
เลขทะเบียนบริษัท	0105557174752
ที่ตั้งสำนักงาน	942/122 อาคารชาณูอิสสระทาวเวอร์ 1 ชั้น 4 ถนนพระราม 4 แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์	02-6328958
โทรสาร	02-6328958
เว็บไซต์	www.siamsnail.com
ทุนจดทะเบียน	20,000,000.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	20,000,000.00 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	10.00 บาท
สัดส่วนการลงทุนโดยบริษัท	ร้อยละ 51.00 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

6.2 ข้อมูลของบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 93 ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร
10400
โทรศัพท์ : 02-0099999
เว็บไซต์ <http://www.set.or.th/tsd>

ผู้สอบบัญชี

นายธีรศักดิ์ ฉั่วศรีสกุล
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 6624
บริษัท แกรนท์ธอร์ตัน จำกัด
87/1 อาคารแคปปิตอล ทาวเวอร์ฮอลล์ ซีซั่นส์เพลส ชั้น 18 ถนนวิทยุ แขวง
ลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์ : 02-2058222
โทรสาร : 02-6543339
เว็บไซต์ <https://www.grantthornton.co.th/>