

ส่วนที่ 1
การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเซรามิคประเภทไฟน์ไชน่า (Fine china) โดยจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัทฯ มีการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศในกลุ่มทวีปยุโรป ทวีปออสเตรเลีย และทวีปเอเชีย

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

กลุ่มบริษัทที่มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจระยะยาว (3-5 ปี) คือ เป็นแบรนด์สินค้าบริษัทชั้นนำระดับประเทศในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทไฟน์ไชน่าโดยเน้นกลุ่มลูกค้าโรงแรม และร้านอาหารระดับ 3-5 ดาว รวมถึงการเป็นผู้นำในการจัดจำหน่ายเครื่องใช้ และอุปกรณ์สำหรับธุรกิจบริการด้านอาหารแบบครบวงจร

ทั้งนี้ คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัท ได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายคุณภาพสินค้า ดังนี้

วิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำในการขายและให้บริการสินค้าสำหรับโรงแรม ร้านอาหารแบบครบวงจร”

- พันธกิจ
- มุ่งเน้นที่จะสรรหาพันธมิตรทางการค้า (Business Partners)
 - มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ และการบริการที่เป็นเลิศ
 - ให้ความสำคัญในการพัฒนาองค์กรให้มั่นคง และยั่งยืน

นโยบายคุณภาพสินค้า “ออกแบบดี มีมาตรฐาน งานเรียบร้อย ได้ของไว ร่วมใจพัฒนาคุณภาพ”

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
ปี 2544	<ul style="list-style-type: none">วันที่ 28 มีนาคม 2544 ก่อตั้ง บริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท เรียกชำระเต็มมูลค่า และได้จัดตั้งสำนักงานของบริษัทซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 66 ถนนมนตรี ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
ปี 2545	<ul style="list-style-type: none">วันที่ 3 กรกฎาคม 2545 มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนครั้งแรก โดยการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน (Rights Offering) จากทุนจดทะเบียนเดิม 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) เป็น 15,000,000 บาท (สิบห้าล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 15,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท เรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้เป็นเงินลงทุนสร้างอาคารโรงงานและซื้อเครื่องจักรวันที่ 30 กรกฎาคม 2545 บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม สำหรับการผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องใช้ในครัว ของชำร่วย เครื่องประดับ ประเภทสโตนแวร์และปอร์ซเลน (ประเภท 2.4 กิจการผลิตเครื่องดินเผา)

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
ปี 2547	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 12 เมษายน 2547 ได้มีการจัดเพิ่มทุนจดทะเบียนครั้งที่สอง โดยการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน (Rights Offering) จากทุนจดทะเบียนเดิม 15,000,000 บาท (สิบห้าล้านบาทถ้วน) เป็น 37,000,000 บาท (สามสิบล้านเจ็ดแสนบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 37,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท เรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้เป็นเงินลงทุนในเครื่องจักร ขยายอาคารโรงงาน และเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ
ปี 2549	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 3 พฤศจิกายน 2549 บริษัทได้ผ่านการรับรองระบบการจัดการคุณภาพมาตรฐาน ISO9001:2000 จากบริษัท วิท แอสเซสเมนต์ จำกัด (WIT ASSESSMENT Co.,Ltd.) สำหรับการเป็นผู้ผลิตเครื่องเคลือบดินเผาสำหรับใช้บนโต๊ะอาหาร (หมดอายุวันที่ 2 พฤศจิกายน 2552)
ปี 2551	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 6 มีนาคม 2551 บริษัทได้รับพิจารณาให้จัดระดับเป็นผู้ส่งออกที่ดี โดยสำนักงานสรรพากรพื้นที่ลำปาง ภายใต้กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง วันที่ 9 กันยายน 2551 มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนครั้งที่สาม โดยการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน (Rights Offering) จากทุนจดทะเบียนเดิม 37,000,000 บาท (สามสิบล้านเจ็ดแสนบาทถ้วน) เป็น 100,000,000 บาท (หนึ่งร้อยล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท เรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้เป็นเงินลงทุนในที่ดินและเครื่องจักรที่มีความทันสมัยมากขึ้นเพื่อขยายกำลังการผลิตตามความต้องการผลิตภัณฑ์ในตลาดที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังใช้เงินทุนบางส่วนเพื่อเป็นเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ
ปี 2552	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 3 กรกฎาคม 2552 บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม สำหรับการผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องใช้ในครัวของชำร่วย เครื่องประดับ ประเภทสโตนแวร์และปอร์ซเลน (ประเภท 2.4 กิจการผลิตเครื่องดินเผา)
ปี 2554	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้รับรางวัล “2010 Outstanding Supplier Award” จากลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท
ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2556 บริษัทได้รับตราสัญลักษณ์รับประกันคุณภาพสินค้าคุณภาพไทยแลนด์ (Thailand Trust Mark: TTM) ที่ออกให้โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพของสินค้าซึ่งได้รับการเลือกสรรว่าเป็นสินค้าชั้นเยี่ยม เพราะสินค้าที่ได้รับการติดสัญลักษณ์นี้จะต้องมีมาตรฐานการผลิตที่น่าเชื่อถือและได้คุณภาพตามมาตรฐานสากล
ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 17 มิถุนายน 2557 บริษัทได้เปลี่ยนแปลงที่ตั้งสำนักงานใหญ่เป็น เลขที่ 119 ถนนลำปาง-ตาก ตำบลสบปราบ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง 52170 ซึ่งเป็นที่ตั้งเดียวกับโรงงาน เพื่อความสะดวกและคล่องตัวในการติดต่อประสานงานระหว่างสำนักงานและโรงงาน วันที่ 13 ธันวาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 3/2557 มีมติอนุมัติเรื่องต่างๆที่มีนัยสำคัญดังรายละเอียดต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> - อนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดและเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัด (มหาชน)” - อนุมัติเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 1,000 บาท เป็นหุ้นละ 0.25 บาท ส่งผลให้บริษัทมีจำนวนหุ้นสามัญเป็น 400,000,000 หุ้น - อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100,000,000 บาท เป็น 130,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 120,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท ทำให้บริษัทมีทุน

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
	<p>จดทะเบียนเพิ่มขึ้นเป็น 130,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 520,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชน(Initial Public Offering : IPO)</p> <ul style="list-style-type: none"> วันที่ 30 ธันวาคม 2557 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพื่อแปรสภาพจากบริษัทเป็นบริษัทมหาชน จำกัด และเปลี่ยนแปลงชื่อเป็น บริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัด (มหาชน)
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 12 มิถุนายน 2558 บริษัทได้รับหนังสือจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แจ้งอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering) วันที่ 18 19 และ 22 มิถุนายน 2558 บริษัทได้เสนอขายหุ้นสามัญแก่ประชาชนจำนวน 120 ล้านหุ้น ในราคา 1.00 บาทต่อหุ้น ซึ่งในระหว่างระยะเวลาเสนอขายดังกล่าว มีนักลงทุนสนใจจองซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครบตามจำนวนที่เสนอขาย ทำให้บริษัทได้รับเงินเพิ่มทุนทั้งสิ้นจำนวน 120.00 ล้านบาท วันที่ 29 มิถุนายน 2558 บริษัทได้นำหุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai เป็นวันแรก (First Trading Day) กันยายน 2558 เริ่มดำเนินการทดสอบเตาเผาเคลือบเตาใหม่ ตามโครงการขยายกำลังการผลิต โดยมีการทดสอบระบบการเผา และการขับเคลื่อนรอบตัวเตา ไตรมาส 4 ปี 2558 ปรับปรุงเตาเผาเคลือบเตาใหม่ให้ได้ตามมาตรฐานที่ต้องการ หลังจากการทดสอบระบบในรอบแรก นอกจากการเพิ่มกำลังผลิตในส่วนของเตาเผาแล้ว บริษัทยังได้นำเครื่องจักรที่มีอยู่เดิมมาปรับปรุงให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพผลเพิ่มมากขึ้น โดยเริ่มจากส่วนของแผนกขึ้นรูปผลิตภัณฑ์
ปี 2559	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 12 พฤษภาคม 2559 ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 2/2559 มีมติอนุมัติการลงนามในสัญญาร่วมทุนในกิจการร่วมค้า (Joint Venture) และจัดตั้งบริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิตี้ จำกัด ด้วยเงินลงทุนจำนวน 40 ล้านบาท วันที่ 15 กรกฎาคม 2559 ได้จัดตั้งจดทะเบียน บริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิตี้ จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ที่ 417 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร วันที่ 8 ธันวาคม 2559 บริษัทได้เริ่มเปิดดำเนินธุรกิจบริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิตี้ อย่างเป็นทางการ
ปี 2560	<ul style="list-style-type: none"> ไตรมาส 4 ปี 2560 เพิ่มเติมอาคารสำหรับเก็บวัตถุดิบ, สินค้าคงเหลือ เพื่อรองรับการขยายกำลังการผลิต ลงทุนเพิ่มและปรับปรุงเครื่องจักรในกระบวนการผลิตแผนกขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ ในไตรมาส 3 – 4 ปี 2560 บริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิตี้ จำกัด ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น และมีกำไรจากการดำเนินงาน
ปี 2561	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 เข้ารับรางวัลเกียรติยศแห่งความภาคภูมิใจของเอสเอ็มอีไทย “Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 13” ที่จัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ร่วมกับสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยบริษัทฯ ได้รับรางวัลเกียรติยศ 1 ใน 5 ผู้ประกอบการในมิติความโดดเด่นในด้านการดำเนินธุรกิจด้วยการมุ่งเน้น การบริหารจัดการด้านสินค้าและบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและมีการสร้างธุรกิจด้วยพลังแห่งการเป็นผู้ประกอบการ

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none">• วันที่ 12 กรกฎาคม 2561 บริษัทได้ผ่านการรับรองระบบบริหารงานคุณภาพตามมาตรฐานสากล ISO 9001:2015 จากบริษัท เอเจเอ รีจิสตร้าส์ จำกัด (AJA Registrars Ltd. Thailand) (หมดอายุวันที่ 11 กรกฎาคม 2564)• บริษัทได้เข้าร่วมกิจกรรมอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 2 กับกระทรวงอุตสาหกรรม• บริษัทได้รับผลการประเมินโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2561 (CGR 2018) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยในระดับ “ดีมาก”• ในไตรมาส 4 ปี 2561 บริษัทได้เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิที จำกัด (“CHL”) และจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงข้อมูลกรรมการและผู้ถือหุ้นต่อกระทรวงพาณิชย์
ปี 2562	<ul style="list-style-type: none">• ออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1 (HPT-W1) จำนวนไม่เกิน 110,500,000 หน่วย ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Right Offering)
ปี 2563	<ul style="list-style-type: none">• บริษัทได้รับรางวัล “2021 Outstanding Supplier Award” จากลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท

1.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ไม่มีการดำเนินธุรกิจที่มีนัยสำคัญกับบริษัท หรือกลุ่มของผู้ถือหุ้นใหญ่

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

ลักษณะการประกอบธุรกิจ และโครงสร้างรายได้ของบริษัท

บริษัท โฮม พอตเทอรี่ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเซรามิคประเภทไฟน์ไชน่า (Fine china) โดยจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่ผ่านมามีบริษัทได้มุ่งเน้นลูกค้าต่างประเทศเป็นสำคัญอีกทั้งยังได้รับการตอบรับจากลูกค้าต่างประเทศเป็นอย่างดีและกลายเป็นที่รู้จักแพร่หลายสำหรับลูกค้ากลุ่มต่างประเทศดังกล่าว ปัจจุบันบริษัทส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศในกลุ่มทวีปยุโรป ทวีปออสเตรเลีย และทวีปเอเชีย ซึ่งสามารถบ่งบอกได้จากยอดขายต่างประเทศของบริษัท โดยบริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้าต่างประเทศในปี 2561 – 2563 เท่ากับ 157.37 ล้านบาท 157.71 ล้านบาท และ 78.82 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 87.49 ร้อยละ 81.03 และ ร้อยละ 81.40 ของรายได้จากการขายของบริษัท ตามลำดับ นอกจากนี้บริษัทจะสามารถผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของผู้ส่งผลิตแล้ว บริษัทยังมีการทำการตลาดภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเอง ปัจจุบันตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ ตราสินค้าเพทาย (Petye) นอกจากนี้บริษัทยังมีตราสินค้าอื่นๆ ที่จำหน่ายไปยังต่างประเทศ ได้แก่ ฮาร์ทแอทโฮม (Heart @ Home), วันโฮเทล แอนด์ เรสเทอรองส์ (One hotel & restaurant), โฮเทลแอนด์ฮาร์ท (Hotel&Heart) สำหรับการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราของบริษัทเองบริษัทได้เริ่มดำเนินการประชาสัมพันธ์สร้างตราสินค้าเพทาย (PE'TYE) ให้เป็นที่รู้จัก โดยสินค้าตราเพทาย (Petye) ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าในประเทศ หรือต่างประเทศ ซึ่งนับเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าของบริษัทเพื่อเป็นการสนับสนุนการสร้างตราสินค้าของตนเอง รวมถึงบริษัทฯ ได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ภายใต้บริษัทย่อยชื่อ บริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิตี้ จำกัด

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท

สำหรับโครงสร้างรายได้ของบริษัทโดยแยกตามลักษณะการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า ปี 2561 – 2563 มีรายละเอียด ดังนี้

	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายสินค้า						
รายได้จากการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ^{1/} (OBM)	13.08	13.51	43.87	22.54	31.66	17.60
รายได้จากการขายสินค้าที่มีรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นของบริษัท ^{2/} (ODM)	60.31	62.28	98.27	50.49	102.44	56.95
รายได้จากการขายสินค้าที่ผลิตตามคำสั่งของลูกค้า ^{3/} (OEM)	9.55	9.86	29.56	15.19	34.88	19.39
รายได้จากการซื้อมาขายไป (Trading)	13.89	14.35	22.93	11.78	10.89	6.06
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	96.83	100.00	194.63	100.00	179.87	100.00

หมายเหตุ : ^{1/} รายได้จากการขายสินค้าซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ออกแบบภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเอง

^{2/} รายได้จากการขายสินค้าซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ออกแบบภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า

^{3/} รายได้จากการขายสินค้าที่ผลิตตามคำสั่งของลูกค้า

สำหรับโครงสร้างรายได้ของบริษัทโดยแยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย ปี 2561 – 2563 มีรายละเอียด ดังนี้

	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1) รายได้จากการจัดจำหน่ายผ่าน ผู้แทนจำหน่าย						
1.1 ต่างประเทศ	39.18	40.46	80.78	41.50	57.50	31.97
1.2 ในประเทศ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2) รายได้จากการจัดจำหน่ายไปยัง ลูกค้าโดยตรง						
2.1 ต่างประเทศ	39.64	40.94	76.93	39.53	99.87	55.52
2.2 ในประเทศ	18.01	18.60	36.92	18.97	22.50	12.51
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	96.83	100.00	194.63	100.00	179.87	100.00

สำหรับโครงสร้างรายได้ของบริษัทโดยแยกตามพื้นที่การจัดจำหน่าย ปี 2561 – 2563 มีรายละเอียด ดังนี้

	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท
1) รายได้จากการขายต่างประเทศ	78.82	81.40	157.71	81.03	157.37	87.49
1.1 ทวีปอเมริกา	28.24	29.16	54.71	28.11	70.91	39.42
1.2 ทวีปยุโรป	39.13	40.41	80.78	41.50	57.50	31.97
1.3 ทวีปออสเตรเลีย	8.15	8.42	12.19	6.26	21.57	11.99
1.4 ทวีปเอเชีย	3.30	3.41	10.03	5.15	7.39	4.11
2) รายได้จากการขายในประเทศ	18.01	18.60	36.92	18.97	22.50	12.51
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	96.83	100.00	194.63	100.00	179.87	100.00

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท

โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์เซรามิคสำหรับใช้บนโต๊ะอาหาร จำแนกได้เป็น 4 ประเภทหลักๆ คือ เอิร์ทเทนแวร์ (Earthenware) สโตนแวร์ (Stoneware) พอร์ซเลน (Porcelain) และโบนไชน่า (Bone china) ซึ่งเซรามิคทั้ง 4 ประเภทนี้ มีความแตกต่างกันดังต่อไปนี้

เอิร์ทเทนแวร์ (Earthenware) ทำจากดินเหนียวที่หาได้ในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่ได้จะมีสีน้ำตาลแดง เนื้อหยาบ มีรูพรุนมาก ทึบแสง มีการดูดซึมน้ำสูง ความแข็งแรงต่ำเนื่องจากยังไม่ถึงจุดสุกตัว จึงแตกหักง่าย ทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีราคาถูก ปัจจุบันสามารถพบเซรามิคประเภทนี้ในรูปแบบมือดิน กระถางต้นไม้ รูปปั้นต่างๆ เป็นต้น

สโตนแวร์ (Stoneware) จะมีลักษณะเนื้อดินที่หลอมกันแน่นกว่าเอิร์ทเทนแวร์เนื่องจากเผาที่อุณหภูมิสูงกว่าเนื้อเอิร์ทเทนแวร์ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมีสีขาวออกเทา ทึบแสง เนื้อหยาบ ผิวขรุขระ มีรูพรุนน้อย ดูดซึมน้ำน้อยกว่าเอิร์ทเทนแวร์ ความทนทานต่อการแตกบิ่น เมื่อกระทบกันมากกว่าเอิร์ทเทนแวร์ ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จะเหมาะสำหรับการใช้สอยในบ้านเรือนทั่วไป

พอร์ซเลน (Porcelain) เป็นผลิตภัณฑ์เซรามิคที่มีเนื้อละเอียด ผิวเนียนและมันแวววาว มีสีขาวสว่าง บ้างออกขาวฟ้าขาวเทา หรือ ขาวเหลือง ทึบแสง ไม่ดูดซึมน้ำ สามารถทนต่อการแตกบิ่นเมื่อกระทบกันมากกว่าสโตนแวร์ เนื่องจากเผาที่อุณหภูมิ

สูง เหมาะแก่การเป็นเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารสำหรับภัตตาคาร ร้านอาหาร หรือโรงแรม โดยเซรามิคประเภทพอร์ซเลน สามารถแบ่งประเภทเป็นกลุ่มย่อยตามคุณลักษณะ ดังนี้ เซรามิคประเภทรีดักชั่นพอร์ซเลน (Reduction Porcelain)ซึ่งจะมีสีขาวอมฟ้าหรือสีขาวอมเทา เซรามิคประเภทวิทรีสไชน่า (Vitreous china) จะมีสีขาวเหลือง และเซรามิคประเภทไฟน์ไชน่า (Fine china) มีสีขาวนวล เหมือนสีของ Bone china โดยเซรามิคประเภทไฟน์ไชน่า (Fine china) จะมีเนื้อที่ละเอียด และแวววาวกว่า รีดักชั่นพอร์ซเลน (Reduction Porcelain) และ วิทรีสไชน่า (Vitreous china)

โบนไชน่า (Bone china) เป็นเซรามิคที่มีเนื้อละเอียด สีขาวนวลแวววาว เนื่องจากมีส่วนผสมของเถ้ากระดูก จึงทำให้นเนื้อผลิตภัณฑ์มีความสว่าง และโปร่งแสง (Translucent) เนื่องจากวัตถุดิบในการผลิตราคาสูง ทำให้เซรามิคประเภทนี้มีราคาที่สูงตามไปด้วย โดยมากนิยมในการให้เป็นของขวัญ หรือเป็นที่ระลึก

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาประเภทไฟน์ไชน่า (Fine china) เพื่อเป็นเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร โดยการผลิตเครื่องเคลือบดินเผาประเภทไฟน์ไชน่าจะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากการผลิตเซรามิคประเภทอื่นๆในประเทศไทยที่มีอยู่ในปัจจุบัน ส่วนขั้นตอนการผลิตเครื่องเคลือบดินเผาประเภทไฟน์ไชน่าจะมีลักษณะคล้ายกับการผลิตเครื่องเคลือบดินเผาประเภทโบนไชน่า (Bone china) ที่จัดว่าเป็นเครื่องปั้นดินเผาชั้นดีที่สุด เนื่องจากมีส่วนผสมของเถ้ากระดูก(Bone ash) ถึงร้อยละ 50 จึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแวววาวสวยงามและแข็งแกร่ง นอกจากนี้เครื่องเคลือบดินเผาประเภทไฟน์ไชน่ายังมีลักษณะการใช้งานเหมือนเซรามิคประเภทพอร์ซเลน (Porcelain) ที่มีลักษณะโปร่งใสและไม่ดูดซึมน้ำ ดังนั้นการผสมผสานกันระหว่างข้อดีของเซรามิคทั้งสองประเภทนี้ทำให้เซรามิคประเภทไฟน์ไชน่า (Fine china) มีจุดเด่น คือ เนื้อดินมีความแกร่ง แข็งแรงทนทาน ไม่บิ่นง่าย เนื้อเคลือบโปร่งใส มันแวววาว ไม่ราน ไม่ดูดซึมน้ำ ตกแต่งลวดลายได้เคลือบได้ โดยที่ยังสามารถคงความสดใสของสีได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ต้นทุนการผลิตของเซรามิคประเภทไฟน์ไชน่าจะมีต้นทุนต่ำกว่าเซรามิคประเภทโบนไชน่า มีคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่โดดเด่น ดังต่อไปนี้

- ผลิตภัณฑ์สามารถทนทานต่อการใช้งานในไมโครเวฟได้ (Microwave Safe)
- ผลิตภัณฑ์สามารถทนทานต่อการใช้งานในเครื่องล้างจานได้ (Dishwasher Safe)
- ผลิตภัณฑ์สามารถทนทานต่อการใช้งานระหว่างเตาอบและตู้แช่แข็ง (Oven & Freezer Safe)
- ผลิตภัณฑ์สามารถทนต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิได้ระหว่าง 0°C - 220°C (Thermal Shock Resistance)
- ผลิตภัณฑ์สามารถทนต่อรอยขีดข่วนและคราบเปื้อน (Stain Resistance)

จากลักษณะผลิตภัณฑ์ตามที่กล่าวมา บริษัทได้จำแนกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่าย ออกได้เป็น 4 กลุ่ม ตามลักษณะของผลิตภัณฑ์และความสามารถในการใช้งาน ซึ่งทำให้ง่ายต่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของบริษัทและการเลือกใช้งานของลูกค้า โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) Gracious

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้จะมีความเบาบาง น้ำหนักเบา สามารถเพิ่มความสวยงามด้วยการเติมแต่งลวดลายหรือติดรูปลอก(Sticker) เหมาะสำหรับลูกค้าครัวเรือน ร้านอาหาร



Universal

(2) Efficient

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ออกแบบมาสำหรับการใช้งานหนัก มีความคงทน โดยรูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์จะมีความเรียบง่าย ทนทาน เน้นประโยชน์ใช้สอย ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้จึงเหมาะสำหรับร้านอาหารหรือร้านอาหารที่มีอัตราการหมุนเวียนของลูกค้า (Turnover) สูง อีกทั้งผลิตภัณฑ์บางชิ้นในกลุ่มนี้ยังถูกออกแบบให้ประหยัดพื้นที่จัดเก็บในการเรียงซ้อนกันได้ถึงร้อยละ 30 ของพื้นที่จัดเก็บเดิม



Mabel

(3) Inspired

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ได้ถูกออกแบบให้มีรูปทรงพิเศษ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่จะไม่เน้นลวดลายของผลิตภัณฑ์ เหมาะสำหรับร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรมระดับ 3 - 5 ดาว ที่ต้องการความแปลกใหม่ในการนำเสนออาหารให้กับลูกค้าและต้องการสร้างบรรยากาศที่ดีให้กับการรับประทานอาหาร



Element

(4) Expose

เพื่อตอบรับเทรนด์ตลาดที่นิยมสินค้าที่มีสีสัน บริษัทจึงได้พัฒนาการตกแต่งลวดลายด้วยสีสันท่างๆ บนไฟน์ ไชน่าเป็นครั้งแรก สินค้าในกลุ่ม Expose จะมีสีสันหลากหลาย สวยงาม แต่ยังคงฟังก์ชันการใช้งานสำหรับโรงแรม ร้านอาหารได้เหมือนเดิม



Celadon



Amazon



Retro



Shino

ลักษณะการประกอบธุรกิจ และโครงสร้างรายได้ของบริษัทย่อย

บริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิตี้ จำกัด เปิดดำเนินธุรกิจอย่างเป็นทางการ ณ วันที่ 8 ธันวาคม 2559 และได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทแล้วเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2559 ก่อตั้งขึ้นด้วยทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท (ทุนที่เรียกเก็บและชำระแล้ว 40 ล้านบาท (100%) ณ 7 มีนาคม 2560)

เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2561 บริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัด (มหาชน) ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิตี้ จำกัด (CHL) ทำให้บริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัด (มหาชน) มีสัดส่วนที่ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 98 ส่วนอีกร้อยละ 2 ถือหุ้นโดยนางสาวนิจวรรณ เชาววิคิตติโสภณ (1%) และนายนิพัทธ์ เชาววิคิตติโสภณ (1%)

บริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิตี้ จำกัด ดำเนินธุรกิจบริการให้คำปรึกษา และจำหน่ายอุปกรณ์ครัวและเครื่องใช้ สำหรับธุรกิจบริการด้านอาหาร แบบครบวงจร โดยมีกลุ่มผลิตภัณฑ์กว่า 24 กลุ่มผลิตภัณฑ์ และมีสินค้ากว่า 5,000 รายการ นอกจากนี้ยังมีสินค้าส่งผลิตภายใต้ตราสินค้าของตนเอง ซึ่งเป็นสินค้าที่ได้ผ่านการคัดสรรแล้วว่ามีผลผลิตจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐานครอบคลุมทุกลักษณะการใช้งานของลูกค้า โดยลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหารในประเทศไทย และในภูมิภาคอาเซียน (AEC) และช่องทางการจัดจำหน่าย มีด้วยกันทั้งหมด 7 ช่องทาง ได้แก่ ผ่านตัวแทนจำหน่าย (Sale Representative), ลูกค้ามาเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเอง (Cash & Carry), สั่งซื้อผ่านทางเว็บ (Web Order), สั่งซื้อออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee, Lazada, JD CENTRAL, Shopat24 และ Makroclick, โทรสั่งซื้อสินค้า (Call Center Order), สั่งซื้อสินค้าทางโทรสาร (Fax Order) และสั่งซื้อสินค้าทาง E-mail (E-mail Order) โดยโชว์รูมของบริษัทตั้งอยู่เลขที่ 417 ถนนเทพรัตน แขวงบางนาเหนือ เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260 มีพื้นที่กว่า 2,500 ตารางเมตร แบ่งเป็นส่วนจัดแสดงสินค้าและ Cash & Carry 1,000 ตารางเมตร

โครงสร้างรายได้ของบริษัทย่อย

สำหรับโครงสร้างรายได้ของบริษัทย่อยโดยแยกตามประเภทการขายของสินค้า ปี 2561 – 2563 มีรายละเอียด ดังนี้

	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายสินค้า						
- เซรามิก เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	9.09	49.81	23.14	60.12	23.28	57.07
- เครื่องครัว อื่นๆ	8.89	48.69	14.28	37.10	16.56	40.60
รายได้อื่น	0.27	1.50	1.07	2.78	0.95	2.33
รวมรายได้สุทธิ	18.25	100	38.49	100.00	40.79	100.00

หมายเหตุ : รายได้อื่น มาจากค่าบริการ และกำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทและบริษัทย่อยมีนโยบายในการพัฒนาและคัดสรรผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ทั้งทางด้านคุณภาพและรูปลักษณะ ให้มีความทันสมัย รวมถึงการให้บริการแบบครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดไว้ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจและมีความปลอดภัยมากที่สุดจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทย่อย

บริการให้คำปรึกษา และจำหน่าย รวมถึงให้บริการครบวงจรสำหรับธุรกิจบริการด้านอาหาร โดยมีกลุ่มผลิตภัณฑ์กว่า 24 กลุ่มผลิตภัณฑ์ และมีสินค้ากว่า 5,000 รายการ อาทิ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร แก้ว งานชาม ช้อนส้อม อุปกรณ์ประกอบอาหาร หม้อ กระทะ มีดครัว ตู้เย็น เตารอบ ชุดเซฟ และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งครอบคลุมทุกลักษณะการใช้งานของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย และให้บริการของบริษัทได้ผ่านการคัดสรรจากแบรนด์สินค้าชั้นนำ และผู้ผลิตที่มีมาตรฐาน ได้รับการยอมรับระดับโลก อาทิ Delta, Centro, Maestro, Eurochill, Petye, Roma, Fairway, Blue Seal, Turbofan, Fagor, Robot Coupe, Simply Stainless, Suprema, Food Safety, Spar Food, Cobra และแบรนด์ชั้นนำอื่น ๆ อีกมากมาย บริษัทกำหนดขอบเขตการจำหน่ายสินค้า มุ่งเน้นกลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหารในประเทศไทย และประเทศในกลุ่ม AEC



ภาพการจัดแสดง และจำหน่าย สินค้าตราเพทาย ซึ่งผลิตโดย บริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัด (มหาชน)



ภาพภายในโชว์รูม สำหรับแสดงสินค้า



ภาพภายในโชว์รูม สำหรับแสดงสินค้า



ภาพภายในโชว์รูม สำหรับแสดงสินค้า



จำหน่ายและติดตั้งชุดครัวประกอบอาหารในครัวโรงแรม



จำหน่ายและติดตั้งชุดครัวประกอบอาหารในครัวโรงแรม



งานผลิตและติดตั้งชุดครัวสแตนเลส และเคาน์ทูนอาหาร



งานผลิตและติดตั้งชุดครัวสแตนเลสภายในครัว

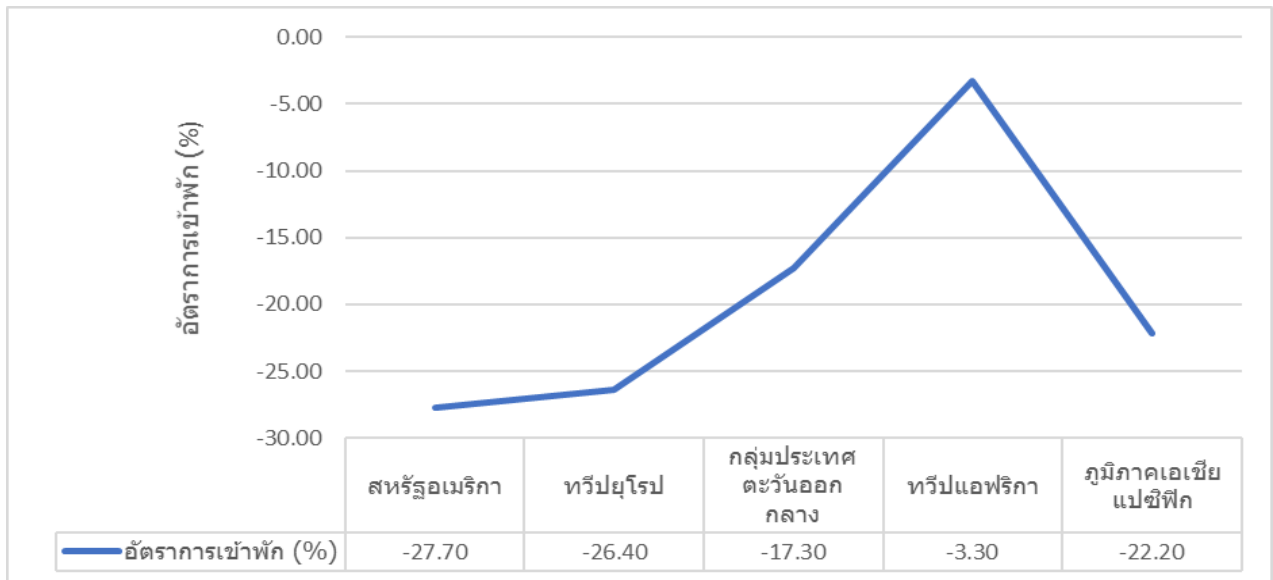
2.2 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาพรวมอุตสาหกรรมโรงแรมและการลงทุนด้านโรงแรม

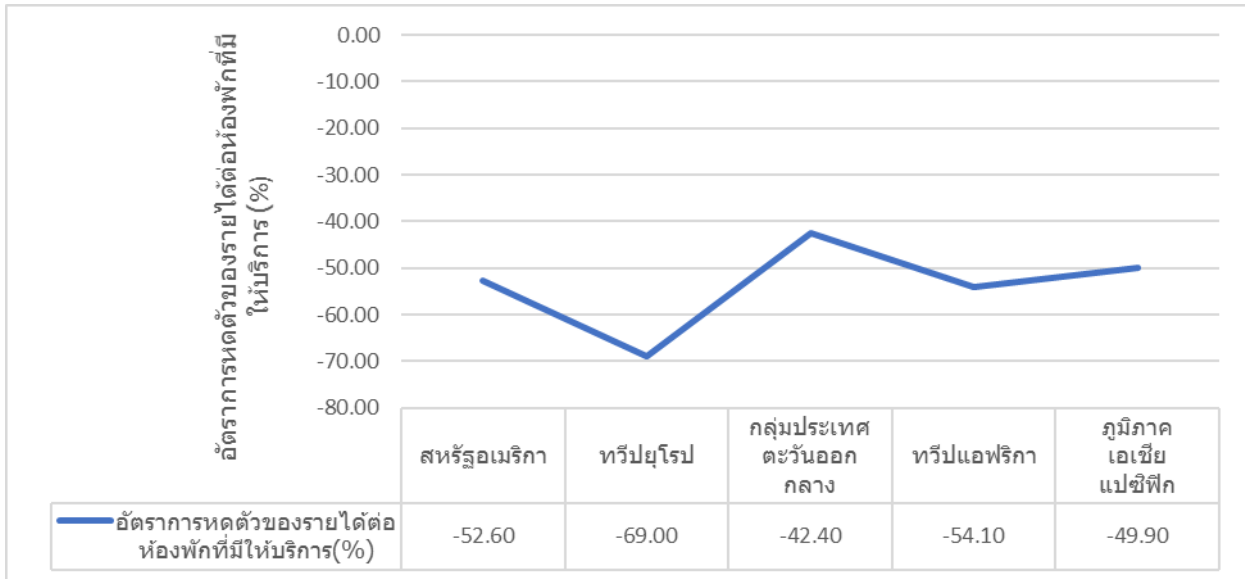
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานในโรงแรมและร้านอาหารเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้ภาวะอุตสาหกรรมการลงทุนด้านโรงแรมจึงเป็นตัวบ่งชี้ที่สามารถสะท้อนถึงแนวโน้มการส่งออกของอุตสาหกรรมเซรามิคประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารสำหรับโรงแรมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

ในปี 2563 มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ซึ่งเกิดขึ้นในประเทศจีนและประเทศอื่น ๆ ในเอเชียที่นำไปสู่การจำกัดการเดินทางของนักท่องเที่ยวจีนและการระงับการเดินทางชั่วคราวของนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นที่กังวลต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จึงส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและระบบเศรษฐกิจอื่น ๆ ทั่วโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยผลกระทบดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว ได้รับผลกระทบในกิจการเนื่องจากรายได้จากนักท่องเที่ยวลดลง และส่งผลกระทบเป็นวงกว้างทำให้เกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจในที่สุด

โดยอุตสาหกรรมที่พักโรงแรมในสหรัฐอเมริกา, ทวีปยุโรป, กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง, ทวีปแอฟริกา และภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีอัตราการเข้าพักลดลง เท่ากับ 27.70%, 26.4%, 17.30%, 3.30% และ 22.20% ตามลำดับ



ส่งผลให้อัตราการหดตัวของรายได้ต่อห้องพักที่มีให้บริการ (Revenue per available room: RevPAR) ในสหรัฐอเมริกา, ทวีปยุโรป, กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง, ทวีปแอฟริกา และภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ลดลง เท่ากับ 52.6% คิดเป็น 36.67 ดอลลาร์สหรัฐ, 69.0% คิดเป็น 27.39 ยูโร, 42.4 % คิดเป็น 53.77 ดอลลาร์สหรัฐ, 54.1% คิดเป็น 29.86 ดอลลาร์สหรัฐ และ 49.9% คิดเป็น 33.39 ดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ (ที่มา: Smith Travel Research (STR,Inc))



อุตสาหกรรมที่พักโรงแรมในประเทศไทย ในปี 2563 จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อภาคท่องเที่ยวของไทยทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติหดตัว 81.4% YoY นำโดยชาวจีน (-87.7% YoY) และอินเดีย (-85.5% YoY) วิจัยกรุงศรีประเมินว่าไทยจะสูญเสียรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติราว 1.5 ล้านล้านบาท ในปี 2563 จากที่เคยได้รับจำนวน 1.9 ล้านล้านบาทในปี 2562 รวมถึงธุรกิจโรงแรมของไทย อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศในช่วง 11 เดือนแรกอยู่ที่ 29.3% เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนที่ 69.7% ขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อห้องพักทั่วประเทศหดตัว 73.6% (ที่มา: วิจัยกรุงศรี ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมหลัง COVID-19/22 มกราคม 2564)

จากข้อมูลเบื้องต้นจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมโรงแรมทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มีแนวโน้มหดตัวเนื่องจากเศรษฐกิจและการค้าโลกที่หดตัว รวมถึงการแพร่ระบาดของ COVID-19

ภาพรวมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องเคลือบดินเผาสำหรับใช้บนโต๊ะอาหารของประเทศไทย

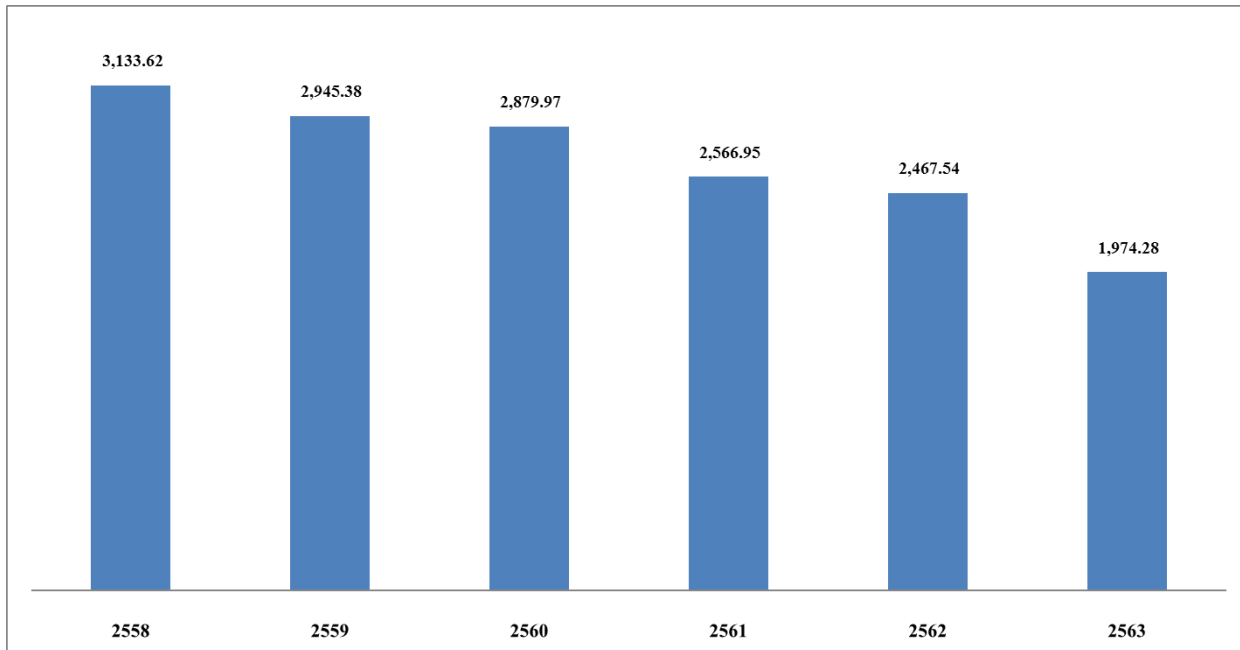
อุตสาหกรรมเซรามิกนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย เนื่องจากเป็นแหล่งสร้างอาชีพของคนในท้องถิ่น เป็นแหล่งจ้างงานสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจไทยและยังนำเงินตราเข้าประเทศจากการส่งออกอีกด้วย สำหรับสถานที่ตั้งของโรงงานผลิตส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่ทางภาคเหนือของประเทศไทยโดยเฉพาะในจังหวัดลำปางซึ่งมีโรงงานเซรามิกมากที่สุดในประเทศไทยเนื่องจากมีความได้เปรียบที่อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบและการคมนาคมขนส่งที่สะดวก

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารทำด้วยเซรามิกมีตลาดภายในประเทศที่ค่อนข้างจำกัด ดังนั้นการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้จำเป็นต้องพึ่งพาการส่งออกเป็นสำคัญ ซึ่งภาวะอุตสาหกรรมของการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาสำหรับใช้บนโต๊ะอาหารที่มีลักษณะเดียวกับของบริษัท มีรายละเอียดดังนี้

FOB Value

HS.6911.10 Tableware and Kitchenware of Porcelain or china

หน่วย: ล้านบาท



ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

จากสถิติการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารทำด้วยเซรามิคประเภทพอร์ซเลนและไชน่า พิกัดกรมศุลกากร 6911.10 (HS.6911.10) ของประเทศไทยตั้งแต่ปี 2558 – 2563 จะเห็นได้ว่าในปี 2563 มูลค่าการส่งออก ลดลงเล็กน้อยจากปี 2562 จาก 2,467.54 ล้านบาท ลดลงเหลือ 1,974.28 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 19.99 ซึ่งการส่งออกลดลงเกือบทุกผลิตภัณฑ์ตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวนและเปราะบาง

สำหรับความท้าทายในปี 2564 นั้น นอกจากปัจจัยความเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่ยังคงมีความเปราะบาง อาทิ สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน แนวโน้มการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก รวมถึงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งส่งผลด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความต้องการสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ และช่องทางใหม่ ก็ยังคงเป็นความท้าทายที่บริษัทจะต้องพัฒนาและปรับกลยุทธ์ในการขายและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในปี 2544 บริษัทเริ่มต้นธุรกิจด้วยการลงทุนก่อสร้างโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิคส์สำหรับใช้บนโต๊ะอาหารและเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือนประเภทวิเทรียสไชน่า (Vitreous china) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เซรามิคส์ประเภทที่มีความใกล้เคียงกับไฟน์ไชน่า (Fine china) แต่ความขาวของตัวผลิตภัณฑ์ยังด้อยกว่า โดยบริษัทใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างโรงงาน และพัฒนากระบวนการผลิตจนถึงกลางในปี 2547 และสามารถจำหน่ายสินค้าไปยังทวีปยุโรปได้เป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2547 ซึ่งหลังจากนั้นบริษัทก็มียอดผลิตและจำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่องทุกปี เฉลี่ยปีละประมาณ 500 ตัน หรือประมาณ 1.2 ล้านชิ้น โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในทวีปอเมริกาและทวีปยุโรปจนกระทั่งในปี 2552 ได้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นในสหรัฐอเมริกาและประเทศในโซน

ทวีปยุโรป และปี 2563 ได้รับผลกระทบจากการโรคระบาดของโควิด-19 ทั่วโลก ส่งผลให้ยอดขายสินค้าของบริษัทมีการปรับตัวลดลง

ปัจจุบันบริษัทมียอดการผลิตและจำหน่ายต่อปีประมาณ 800 ตัน หรือประมาณ 1.6 ล้านชิ้น ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสั่งซื้อ

2.3.1 การผลิต

บริษัทมีโรงงานผลิตจำนวน 1 แห่ง บนเนื้อที่ทั้งหมด 30-3-4 ไร่ ตั้งอยู่เลขที่ 119 หมู่ที่ 15 ถนนลำปาง-ตาก ตำบลสบปราบ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง 52170 นอกจากนี้พื้นที่ดังกล่าวยังถูกใช้เป็นส่วนสำนักงาน สถานที่เก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปและศูนย์กระจายสินค้า โดยมีสิ่งปลูกสร้าง คือ

- อาคารโรงผลิต	1 อาคาร	พื้นที่รวม	6,285 ตารางเมตร
- อาคารวัตถุดิบ	1 อาคาร	พื้นที่รวม	1,378 ตารางเมตร
- อาคารโรงอัดดิน	1 อาคาร	พื้นที่รวม	695 ตารางเมตร
- อาคารประปาโรงงาน	1 อาคาร	พื้นที่รวม	1,035 ตารางเมตร
- สถานีแก๊ส	1 สถานี	พื้นที่รวม	154 ตารางเมตร
- อาคารเก็บวัตถุดิบ(ปูน)	1 อาคาร	พื้นที่รวม	144 ตารางเมตร
- อาคารเก็บวัตถุดิบ,อุปกรณ์	1 อาคาร	พื้นที่รวม	633 ตารางเมตร
- อาคารคลังสินค้า	1 อาคาร	พื้นที่รวม	528 ตารางเมตร
- อาคารตลาดและออกแบบ	1 อาคาร	พื้นที่รวม	84 ตารางเมตร

ในกระบวนการผลิตของบริษัทมีรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้เครื่องจักร แรงงาน และกำลังการผลิต ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เครื่องจักร	จำนวน (เครื่อง)
1.เครื่องกวนดิน (Blunger)	2
2.เครื่องบดดิน (Ball Mill)	2
3.เครื่องอัดดิน (Filter Press)	2
4.เครื่องนวดดิน (Extruder)	3
5.เครื่องขึ้นรูป (Forming)	22
6.เครื่องอบแห้ง (Dryer)	15
7.เตาเผา (Roller Kiln)	3
8.เครื่องขัด (Vibro Polishing Machine)	2
9.เครื่องปั๊มโลโก้ (Back Stamp Machine)	4
10.เครื่องเจียร (Polishing (Grinding) Machine)	7
11.เครื่องพ่นเคลือบ (Glaze Spraying Machine)	2
12.เครื่องล้างจาน	1
13.เครื่องขัดขอบจาน Automatic Finishing	2
14.เครื่องขัดขอบ Fetting 6 ตำแหน่ง	5

กำลังการผลิต

ปัจจุบัน บริษัทมีเตาเผาทั้งหมด 3 เตา โดยเป็นเตาเผาปิסקิต 1 เตา และเตาเผาเคลือบ 2 เตา ซึ่งสามารถรองรับการผลิตชิ้นงานสูงสุด (Full Capacity) เฉลี่ยประมาณ 15,000 ชิ้นต่อวัน ซึ่งประกอบด้วย การเผาของดี ของซ่อม และชิ้นงานตกแต่ง ในภาวะปกติบริษัทจะผลิตได้ต่างจากค่าเฉลี่ยซึ่งอยู่ในเกณฑ์มากกว่าหรือน้อยกว่าค่าเฉลี่ยประมาณร้อยละ 20 ซึ่งขึ้นอยู่กับขนาดของชิ้นงานที่ผลิต กล่าวคือ หากชิ้นส่วนที่ต้องการผลิตมีขนาดเล็กจะทำให้ผลิตได้เร็ว จำนวนชิ้นงานที่ผลิตได้ก็จะมากกว่าค่าเฉลี่ย ในทางตรงกันข้ามหากชิ้นส่วนที่ต้องการผลิตมีขนาดใหญ่หรือมีการตกแต่งเพิ่มเติม (Decoration) เช่น การตกแต่งด้วยสี สติกเกอร์ หรือ รูปลอก เป็นต้น จะทำให้ผลิตได้ช้าลงและจำนวนที่ผลิตได้ก็จะน้อยกว่าค่าเฉลี่ย

หากพิจารณากำลังการผลิตเฉพาะของดี (ชิ้นงานที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามที่กำหนด) ปัจจุบันบริษัทมีกำลังการผลิตสูงสุด (Full Capacity) เฉลี่ยอยู่ที่ 1,880 ตันต่อปี หรือประมาณ 5 ล้านชิ้นต่อปี ขึ้นอยู่กับขนาดและรูปทรงของชิ้นงานที่ผลิต

อัตราสูญเสียจากการผลิต

บริษัทคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในทุกๆ ชิ้นงาน ทั้งด้านประสิทธิภาพในการผลิตและความปลอดภัยของผู้บริโภค อาทิ รูปร่างไม่ได้ตามที่ต้องการ รอยต่างๆที่ทำให้ชิ้นงานมีตำหนิ (เช่น เกิดจุดดำ ผิดสีม เป็นต้น) ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ชิ้นงานที่ไม่ได้คุณภาพตามที่กล่าวบางส่วนสามารถจะนำไปแก้ไขในจุดที่ไม่ได้มาตรฐานตามที่บริษัทกำหนดไว้ โดยจะนำชิ้นงานดังกล่าวกลับไปเผาซ่อม (Re-fire) อีกครั้ง เพื่อทำให้ชิ้นงานที่มีตำหนิดังกล่าว (ของซ่อม) กลับมาเป็นชิ้นงานที่มีคุณภาพและพร้อมจำหน่าย (ของดี) โดยบริษัทมีอัตราการสูญเสียจากการเผาปิסקิตหรือเผาเคลือบอยู่ที่ประมาณร้อยละ 5.85 ในขณะที่อัตราการสูญเสียจากการเผาเคลือบอยู่ที่ประมาณร้อยละ 0.69 ประกอบกับผู้บริหารได้ให้ความสำคัญกับการควบคุมประสิทธิภาพการผลิตในทุกๆ ขั้นตอน ตั้งแต่ต้นน้ำ (การคัดเลือกวัตถุดิบ การผสมวัตถุดิบ และการขึ้นรูป) กลางน้ำ (การเผาปิסקิตและการชุบเคลือบ) และปลายน้ำ (การเผา) เพื่อเป็นการควบคุมอัตราการสูญเสียจากการผลิตให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด

ตารางแสดงปริมาณอัตราการสูญเสียการผลิต ตั้งแต่ปี 2561 - 2563

- ตารางแสดงอัตราการสูญเสียในขั้นตอนการเผาปิסקิต (การเผาดี)

	2563		2562		2561	
	จำนวน(ชิ้น)	ร้อยละ	จำนวน(ชิ้น)	ร้อยละ	จำนวน(ชิ้น)	ร้อยละ
ของดี	1,588,929	85.28	3,142,645	85.17	3,434,600	80.29
ของซ่อม	187,818	10.08	363,023	9.84	593,097	13.86
ของเสีย	86,417	4.64	184,254	4.99	250,292	5.85
รวม	1,863,164	100.00	3,689,922	100.00	4,277,989	100.00

- ตารางแสดงอัตราการสูญเสียในขั้นตอนการเผาเคลือบ

	2563		2562		2561	
	จำนวน(ชิ้น)	ร้อยละ	จำนวน(ชิ้น)	ร้อยละ	จำนวน(ชิ้น)	ร้อยละ
ของดี	1,712,138	50.88	3,346,945	50.02	3,495,335	49.77
ของซ่อม	1,639,860	48.73	3,306,694	49.42	3,479,490	49.54
ของเสีย	13,230	0.39	37,597	0.56	48,345	0.69
รวม	3,365,228	100.00	6,691,236	100.00	7,023,170	100.00

บุคลากรฝ่ายผลิต

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีบุคลากรฝ่ายผลิตจำนวน 109 คน บุคลากรแต่ละคนทำงาน 1 กะต่อวัน ชั่วโมงแรงงาน 8 ชั่วโมง เริ่มตั้งแต่ 08.00 น. – 17.00 น. (รวมเวลาพักเที่ยง 60 นาที)

ทั้งนี้ในส่วนของฝ่ายผลิตที่ควบคุมการทำงานของเตาเผาและการขึ้นรูป(บางส่วน) จะแบ่งช่วงเวลางานออกเป็น 3 กะต่อวัน โดยบุคลากรส่วนที่ควบคุมเตาเผาและการขึ้นรูปส่วนนี้จะแบ่งช่วงเวลางานออกเป็น 3 กะ ดังนี้

- กะที่ 1 : 08.00 น. – 16.00 น.
- กะที่ 2 : 16.00 น. – 24.00 น.
- กะที่ 3 : 24.00 น. - 08.00 น.

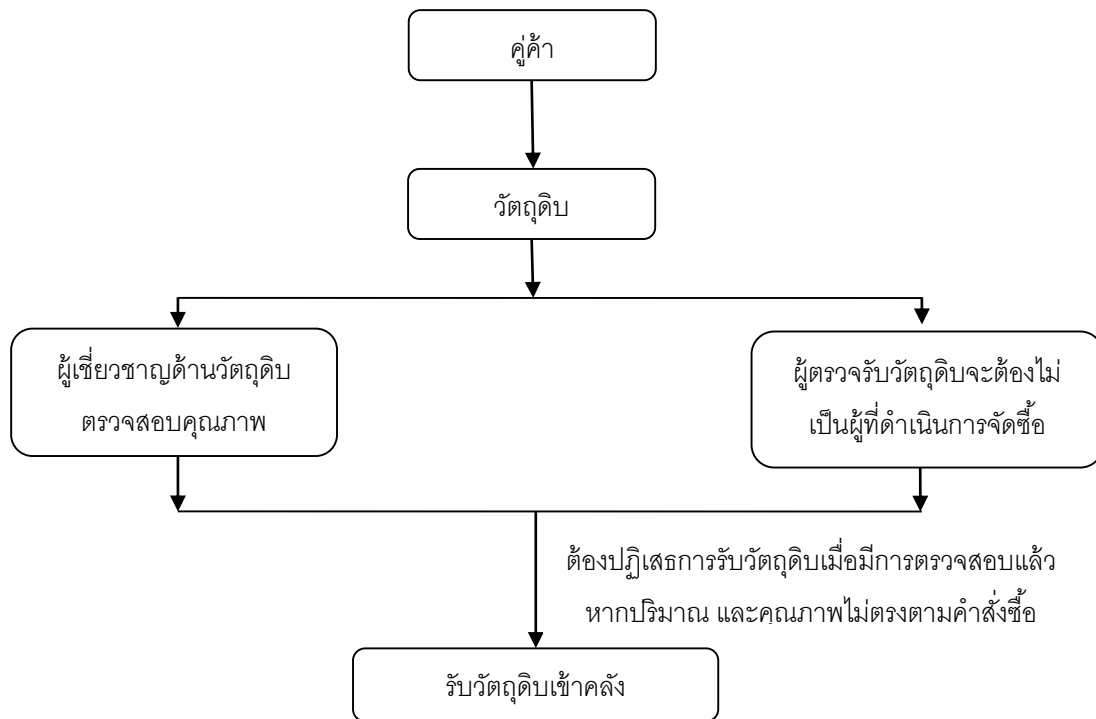
2.3.2 การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผา ประกอบด้วย ดินขาว (Kaolinate) ดินเหนียว (Clay) หินฟันม้า (Feldspar) หินควอร์ต (Quartz) และแร่อื่นๆที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตเซรามิก ซึ่งบริษัทสามารถจัดซื้อได้ภายในประเทศทั้งหมด ก่อนที่บริษัทจะสั่งซื้อวัตถุดิบแต่ละชนิดนั้นผู้จัดจำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายวัตถุดิบ อาทิ ดินขาว ดินเหนียว หินฟันม้า และหินควอร์ต จะต้องส่งตัวอย่างวัตถุดิบดังกล่าวที่จะจัดส่งให้บริษัทเข้ามาตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบเพื่อให้มีความมั่นใจว่าวัตถุดิบดังกล่าวที่จะส่งซื้อนั้นมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ก่อนที่จะตัดสินใจสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายทุกครั้ง บริษัทจะไม่สั่งซื้อวัตถุดิบนั้นๆหากไม่ผ่านตามมาตรฐานที่ได้กำหนด นอกจากนี้หลังจากที่มีการตกลงสั่งซื้อแล้ว บริษัทยังคงจะทำการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่เข้ามาในโรงงานทุกครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าวัตถุดิบที่นำมาเป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องเคลือบดินเผาจะมีมาตรฐานตามที่บริษัทกำหนด การคัดเลือกวัตถุดิบจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก และถือเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการผลิต เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าและปริมาณของเสียที่อาจจะเกิดขึ้น รวมถึงยังส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต ความเชื่อถือในบริษัทของลูกค้า ตลอดจนอาจส่งผลถึงความสามารถในการแข่งขันในอนาคตต่อไป

สำหรับการบริหารจัดการและการสั่งซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทุกประเภทในแต่ละครั้งนั้นบริษัทได้พิจารณาถึงปริมาณวัตถุดิบที่เหมาะสมสอดคล้องกับปริมาณที่จะใช้ในการผลิต ช่วงเวลาในการจัดส่งวัตถุดิบของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และระยะเวลาในการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าของบริษัทที่จะเกิดขึ้น เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในการขาดแคลนวัตถุดิบที่จะใช้ในกระบวนการผลิตและยังอาจส่งผลถึงการส่งสินค้าให้กับลูกค้าของบริษัทที่จะต้องล่าช้าออกไปหากเกิดปัญหาวัตถุดิบไม่เพียงพอที่ผ่านมารบริษัทไม่ได้มีการจัดทำสัญญาซื้อขายกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบแต่อย่างใด เนื่องจากมีการติดต่อซื้อขายร่วมกันมานานและทางบริษัทยังมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบและตัวแทนจำหน่ายวัตถุดิบตลอดระยะเวลาที่มีการซื้อขายกัน บริษัทไม่เคยประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบแต่อย่างใด จึงทำให้มั่นใจได้ว่าผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจะสามารถจัดเตรียมวัตถุดิบได้เพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ อย่างไรก็ตามผู้บริหารของบริษัทมีประสบการณ์และมีความคุ้นเคยในวงการเซรามิกอย่างยาวนานจึงทำให้สามารถทราบถึงแหล่งวัตถุดิบสำรอง นอกจากนี้ทีมจัดซื้อของบริษัทก็ยังเสาะหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อไม่ให้เกิดความเสี่ยงในกรณีผู้จัดจำหน่ายรายเดิมไม่สามารถจำหน่ายวัตถุดิบให้บริษัทหรือคุณภาพของวัตถุดิบไม่ผ่านตามเกณฑ์มาตรฐาน รวมทั้งวางข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดซื้อวัตถุดิบแต่ละประเภทให้มีผู้จัดจำหน่ายมากกว่า 1 ราย จึงทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายมากขึ้น

ผู้บริหารเล็งเห็นความสำคัญของการลดต้นทุน และจึงได้มีการพัฒนาสูตรการผลิต และสรรหาแหล่งวัตถุดิบที่ถูกกลงโดยได้นำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ นำมาผสมกับวัตถุดิบเดิม แต่ยังคงคุณภาพของสินค้าไว้ ทำให้ได้สูตรการผลิตที่สามารถลดต้นทุนลงมาได้

ขั้นตอนการรับวัตถุดิบ

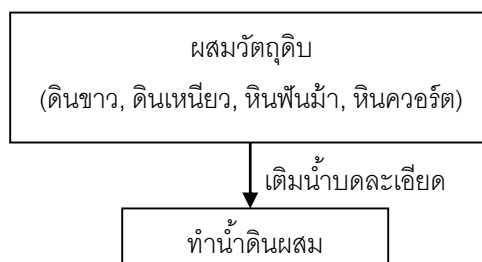


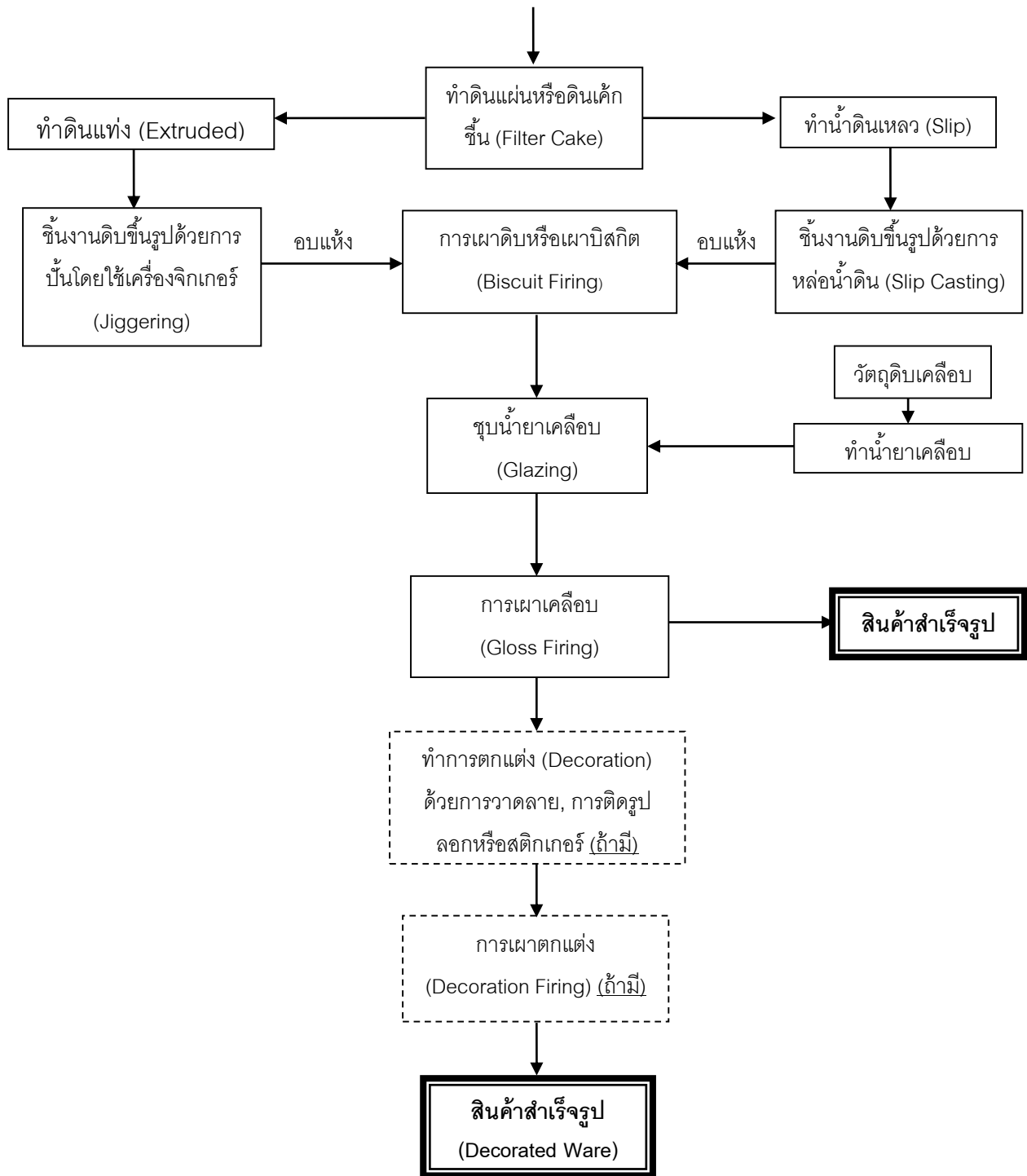
ตารางแสดงปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบแต่ละประเภท ตั้งแต่ปี 2561 - 2563

ประเภทวัตถุดิบ	2563		2562		2561	
	ปริมาณ(kg)	ร้อยละ	ปริมาณ(kg)	ร้อยละ	ปริมาณ(kg)	ร้อยละ
ดินขาว	210,576.00	19.18	977,257.00	38.77	1,060,488.00	40.63
ดินเหนียว	127,000.00	11.57	46,000.00	1.83	65,000.00	2.49
หินฟันม้า	203,300.00	18.52	385,000.00	15.27	367,480.00	14.08
หินควอร์ตซ์	210,000.00	19.13	690,000.00	27.38	600,000.00	22.99
อะลูมินา	86,000.00	7.83	266,000.00	10.55	238,000.00	9.12
ฟrit	99,100.00	9.03	127,000.00	5.04	252,000.00	9.65
แร่(อื่นๆ)	161,797.00	14.74	29,291.00	1.16	27,272.00	1.04
รวม	1,097,773.00	100.00	2,520,548.00	100.00	2,610,240.00	100.00

ขั้นตอนการผลิต

แผนภาพขั้นตอนแสดงการผลิต





ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมดินปั้นและการเตรียมน้ำเคลือบ

บริษัทจะผสมวัสดุดินตามสูตรดินและสูตรน้ำเคลือบ เติมน้ำแล้วบดในหม้อบด (Ball Mill) (น้ำดินใช้เวลาบดนาน 8 ชั่วโมง ส่วนน้ำเคลือบใช้เวลาบดนาน 18 ชั่วโมง)

ขั้นตอนที่ 2 การนวดดิน (สำหรับงานปั้น) และการเตรียมน้ำดิน (สำหรับงานหล่อ)

สำหรับงานปั้นต้องเอาดินแผ่นหรือดินเค้กขึ้น (Filter Cake) ที่ได้มาทำการนวดด้วย เพื่อให้ดินเป็นเนื้อเดียวกัน ส่วนกรณื่องานหล่อจากการนำดินแผ่นมาผสมน้ำและสารเคมีแล้วปั้นให้เป็นน้ำดินแล้วปรับคุณสมบัติให้ได้ตามมาตรฐานสำหรับงานหล่อ

ขั้นตอนที่ 3 การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ (Forming)

ขั้นตอนการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์แบ่งออกวิธีการได้เป็น 2 แบบคือ

1. การขึ้นรูปโดยใช้เครื่องจักร (Jiggering): สำหรับงานปั้นผลิตภัณฑ์ ประกอบจาน, ถ้วย, แก้ว ซึ่งขึ้น โดย มีแป้นหมุนและมีหัวโรลเลอร์และพิมพ์ปูนพลาสเตอร์เป็นตัวกำหนดรูปร่างของผลิตภัณฑ์แต่ละรายการ
2. การขึ้นรูปด้วยวิธีการหล่อหน้าดินลงในแม่พิมพ์ (Slip Casting) สามารถแบ่งได้เป็น 3 วิธี ดังต่อไปนี้
 - 2.1 การหล่อด้วยมือ (Low Pressure Casting) โดยการเทน้ำสลิปลงในแบบปูนพลาสเตอร์ที่จะเป็น ตัวกำหนดรูปร่างของผลิตภัณฑ์แต่ละรายการ
 - 2.2 การหล่อแบบแรงดันปานกลาง (Medium Pressure Casting) โดยใช้แรงดันน้ำดิน 16 บาร์ อัด น้ำดินเข้าไปในพิมพ์ปูนชนิดพิเศษ ซึ่งจะมีระบบไฮดรอลิก (Hydraulic) ที่ทำหน้าที่ประกบยึดพิมพ์เอา 80 บาร์
 - 2.3 การหล่อแบบแรงดันสูง (High Pressure Casting) โดยใช้แรงดันน้ำดินถึง 40 บาร์ อัดน้ำเข้าไป ในพิมพ์เรซิน ซึ่งจะมีระบบไฮดรอลิก (Hydraulic) ที่ทำหน้าที่ประกบยึดพิมพ์เอา 270 บาร์

ขั้นตอนที่ 4 การอบแห้งผลิตภัณฑ์ก่อนเผา

บริษัทจะนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการขึ้นรูปเข้าตู้อบแห้งเพื่อลดความชื้นของชิ้นงานและให้ชิ้นงานเป็นรูปทรงมีความอยู่ ตัว โดยใช้อุณหภูมิในการอบแห้งประมาณ 60-70 องศาเซลเซียส และใช้เวลาไม่น้อยกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นอยู่กับความหนาของ ประเภทของผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 5 การเผาดิบหรือเผาบิสกิต (Biscuit Firing)

การเผาบิสกิตเป็นการเผาผลิตภัณฑ์เซรามิกหลังจากการขึ้นรูปโดยวางบนวัสดุทนไฟแล้วเผาแบบโรลเลอร์ให้มีการ แข็งตัวหรือสุกตัวเพื่อไล่ความชื้นคงเหลือ, ขจัดมลทินในเนื้อดิน โดยจะใช้อุณหภูมิประมาณ 1,250 - 1,290 องศาเซลเซียส และ ใช้เวลาเผาประมาณ 8 -16 ชั่วโมง

ขั้นตอนที่ 6 การล้างขัดผิวก่อนเคลือบ

บริษัทจะนำผลิตภัณฑ์บิสกิตที่ได้จากการเผาและผ่านการคัดเลือกคุณภาพแล้วมาล้างขัดผิวโดยเครื่องขัด (Vibro Polishing Machine) ซึ่งจะมีหินขัดทำหน้าที่ขัดเอาเศษผงหรือสิ่งสกปรกที่เกาะอยู่บนผิวผลิตภัณฑ์ออกโดยใช้น้ำเป็นตัวกลาง

ขั้นตอนที่ 7 การเคลือบ (Glazing)

หลังจากการบ่มไล่ความชื้นของผลิตภัณฑ์เรียบร้อยแล้ว จะเข้าสู่กระบวนการเคลือบ โดยปกติจะมีรูปแบบการเคลือบอยู่ 2 แบบ คือ แบบเช็ดชา (โดยการเช็ดเอาน้ำเคลือบที่เคลือบส่วนขาออกไปก่อนนำไปเผาเคลือบ) และแบบไม่เช็ดชา ทั้งนี้มีวิธีการเคลือบ อยู่ 3 วิธีคือ

1. แบบสเปรย์ (Auto-Glaze) สำหรับเคลือบจานและกลุ่มภาชนะทรงตื้น
2. แบบชุบด้วยมือ (Manual Glazing) สำหรับแก้วหรือกลุ่มภาชนะทรงลึก
3. แบบสเปรย์ด้วยมือ (Hand-Spray) สำหรับเคลือบสีและงานซ่อมผิวเคลือบ

ขั้นตอนที่ 8 การเผาเคลือบ (Gloss Firing)

บริษัทจะทำการเผาผลิตภัณฑ์บิสกิตหลังการเคลือบ โดยจะวางผลิตภัณฑ์บนวัสดุทนไฟ และใช้เตาเผาแบบโรลเลอร์ โดยใช้อุณหภูมิประมาณ 1,100 องศาเซลเซียส ใช้เวลาเผา 5-9 ชั่วโมงโดยประมาณ เพื่อให้เคลือบหลอมเป็นเนื้อแก้วติดแน่นอยู่บน ผิวผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความมันวาวของผิวเคลือบและผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม

ขั้นตอนที่ 9 การตกแต่งผลิตภัณฑ์ (Decoration) (ถ้ามี)

ในกรณีที่ลูกค้ามีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีการแต่งเติมสีส้น นอกเหนือจากเนื้อสีขาวทั่วไป บริษัทจะทำการตกแต่งด้วยการติดรูปลอกหรือสติ๊กเกอร์ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการนำศิลปะแบบหัตถกรรมเข้ามาผสมผสาน เช่น การวาด และเทคนิคการทำสีแบบต่างๆ

ขั้นตอนที่ 10 การเผารูปลอก(ถ้ามี)

ในกรณีที่มีการตกแต่งผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม บริษัทจะทำการเผาผลิตภัณฑ์หลังจากติดรูปลอกหรือสติ๊กเกอร์ โดยใช้อุณหภูมิประมาณ 1,000 องศาเซลเซียส และใช้เวลาเผาประมาณ 5 ชั่วโมง

ขั้นตอนที่ 11 การบรรจุกล่อง (Packing)

ขั้นตอนสุดท้ายคือการบรรจุผลิตภัณฑ์ใส่กล่องตามประเภทของผลิตภัณฑ์และ(หรือ)ตามที่ลูกค้ากำหนด และจัดลงพาเลต(Pallet) เพื่อรอการจัดส่งตามเวลาที่ลูกค้าแต่ละรายกำหนด

ปัจจุบันบริษัทมีสายการผลิต 1 สายการผลิต โดยมีเครื่องจักรบางส่วนทำงานตลอด 24 ชั่วโมง และเพื่อเป็นการป้องกันปัญหาเครื่องจักรชำรุด บริษัทจึงมีการกำหนดแผนงานในการซ่อมบำรุงสายการผลิตที่ชัดเจน สำหรับการผลิตสินค้าบริษัทมีการควบคุมกระบวนการผลิตด้วยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญซึ่งจะควบคุม ตรวจสอบตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบจนถึงขั้นตอนการผลิต เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าส่วนผสมต่างๆ มีความถูกต้องและได้ผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานที่บริษัทได้วางไว้ อันจะส่งผลให้ลูกค้าของบริษัทสามารถมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาของบริษัททุกชิ้น

2.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากในกระบวนการผลิตของบริษัทใช้วัตถุดิบหลัก คือ ดินขาว, ดินเหนียว, หินฟันม้า, หินควอร์ต, ฟrit (สำหรับเคลือบ) และแร่ต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนผสมที่มาจากธรรมชาติ อีกทั้งกระบวนการเผาไหม้เป็นแบบการเผาไหม้สมบูรณ์(Complete combustion) จะไม่ก่อให้เกิดก๊าซที่อันตรายเช่นเดียวกับการเผาไหม้ไม่สมบูรณ์(Incomplete combustion) สำหรับฝุ่นละอองที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต บริษัทมีการติดตั้งเครื่องกรองอากาศ (Filter) จึงไม่ได้มีอันตรายหรือมีสารตกค้างใดๆที่อาจก่อให้เกิดอันตรายและส่งผลกระทบต่อทั้งสุขภาพของพนักงานและสิ่งแวดล้อม

ในการดำเนินการผลิตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน บริษัทไม่เคยถูกร้องเรียนหรือมีข้อพิพาทกับประชาชนในพื้นที่หรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับมลภาวะทางสิ่งแวดล้อมหรือผลกระทบใดๆอันเกิดจากการกระบวนการผลิตของบริษัท

2.5 งานที่ไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทที่มีปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญ ดังต่อไปนี้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่รายเดียวในทวีปอเมริกา

ในช่วงปี 2561 – 2563 บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้าในทวีปต่างๆ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้กระจายสินค้ารายใหญ่ (Distributor) ดังจะเห็นได้จากโครงสร้างรายได้ของบริษัทระหว่างปี 2561 – 2563 ตามที่ปรากฏในตาราง

โครงสร้างรายได้แยกตามพื้นที่การจำหน่าย ปี 2561 – 2563

	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท
1) รายได้จากการขายต่างประเทศ	78.82	81.40	157.71	81.03	157.37	87.49
1.1 ทวีปอเมริกา	28.24	29.16	54.71	28.11	70.91	39.42
1.2 ทวีปยุโรป	39.13	40.41	80.78	41.50	57.50	31.97
1.3 ทวีปออสเตรเลีย	8.15	8.42	12.19	6.26	21.57	11.99
1.4 ทวีปเอเชีย	3.30	3.41	10.03	5.15	7.39	4.11
2) รายได้จากการขายในประเทศ	18.01	18.60	36.92	18.97	22.50	12.51
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	96.83	100.00	194.63	100.00	179.87	100.00

จากตารางโครงสร้างรายได้ของบริษัทแยกตามพื้นที่การจำหน่ายตามที่กล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่ารายได้ในการจำหน่ายสินค้าของบริษัท เป็นการจำหน่ายไปยังลูกค้าที่ทวีปอเมริกา ซึ่งมียอดจำหน่ายตั้งแต่ปี 2561 – 2563 คิดเป็นร้อยละ 39.42 ร้อยละ 28.11 และร้อยละ 29.16 ของรายได้จากการขายสุทธิ ตามลำดับ โดยในปี 2561 ปี 2562 และปี 2563 รายได้ดังกล่าวเป็นรายได้ที่เกิดจากการจำหน่ายสินค้าไปยังบริษัทใหญ่แห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกา ซึ่งคิดเป็น ร้อยละ 34.50 ร้อยละ 26.05 และร้อยละ 26.70 ของรายได้จากการขายสุทธิ ตามลำดับ ซึ่งจากการตรวจสอบข้อมูลของบริษัทรายนี้ พบว่าเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ Glass Tableware Products ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำ และเป็นที่ยอมรับในสหรัฐอเมริกาและเม็กซิโก รวมทั้งมีการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศต่างๆ อีกกว่า 100 ประเทศ

การที่บริษัทเลือกจำหน่ายสินค้าของบริษัทให้กับบริษัทใหญ่ที่สหรัฐอเมริกาดังกล่าว ก็เนื่องจากเห็นว่าลูกค้ารายนี้สามารถที่จะนำสินค้าของบริษัทไปขายในสหรัฐอเมริกาและประเทศต่างๆ ได้หลายประเทศ รวมทั้งการจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าย่อย (Retail Customers) นอกจากนี้ยังเห็นว่าลูกค้ารายดังกล่าวเป็นบริษัทใหญ่ มีฐานะการเงินมั่นคง ซึ่งจะทำให้บริษัทไม่มีความเสี่ยงเกี่ยวกับการได้รับชำระราคาค่าสินค้า

การที่บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในทวีปอเมริกา ให้กับลูกค้ารายใหญ่รายเดียวตามที่กล่าว อาจมีความเสี่ยงถ้าหากลูกค้ารายนั้น ไม่ซื้อสินค้าของบริษัท หรือซื้อสินค้าของบริษัทในปริมาณที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ลูกค้ารายดังกล่าวมียอดสั่งซื้อสินค้าของบริษัทค่อนข้างสม่ำเสมอและมีปริมาณสูง ก็เนื่องจากสินค้าของบริษัทคือเครื่องเคลือบดินเผาประเภทไฟน์ไชน่า (Fine China) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง แข็งแรงทนทาน และมีรูปแบบ

หลากหลายทั้งการผลิตในรูปแบบตามความต้องการของผู้สั่งซื้อ อีกทั้งลูกค้ารายดังกล่าวยังไม่เคยมีปัญหาเรื่องการชำระเงินให้แก่บริษัท เพราะลูกค้ารายนี้มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง

บริษัทได้ตระหนักถึงประเด็นการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่และได้มีการประเมินถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น รวมทั้งได้หาแนวทางการจัดการเพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหากลูกค้ารายใหญ่เลิกสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทหรือสั่งซื้อในจำนวนที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทจึงได้วางแผนขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นไปยังกลุ่มลูกค้ารายอื่นๆ ในสหรัฐอเมริกา และในประเทศแถบอาเซียน อาทิเช่น เมียนมาร์ กัมพูชา มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community) หรือ AEC ในอนาคตอันใกล้ นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านตราสินค้าของบริษัทเอง ที่ผ่านมามีบริษัทได้เริ่มทำให้สินค้าภายใต้ตราสินค้าเพทาย (PE'TYE) เป็นที่รู้จักมากขึ้น ด้วยการไปร่วมออกงานแสดงสินค้าต่างๆ โดยใช้ตราสินค้าเพทายเป็นเสมือนสัญลักษณ์ของบริษัท และมีการจัดทำแคตตาล็อกภายใต้ตราสินค้าเพทาย (PE'TYE) เพื่อนำเสนอแก่ลูกค้ารายใหม่ ๆ รวมถึงได้จัดตั้ง บริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิทาลิตี้ จำกัด เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย โดยดำเนินธุรกิจบริการให้คำปรึกษา และจำหน่ายอุปกรณ์ครัวและเครื่องใช้ สำหรับธุรกิจบริการด้านอาหาร แบบครบวงจร เป็นต้น ซึ่งบริษัทเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้จะสามารถช่วยขยายฐานลูกค้าเป้าหมายของบริษัทให้มากขึ้น และเป็นการลดระดับการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ในอนาคต

3.1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้แทนจำหน่ายในต่างประเทศจำนวนน้อยราย

ปัจจุบันในการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปยังต่างประเทศ บริษัทได้มีการตั้งตัวแทนสำหรับการจำหน่ายสินค้า (Sale Agent) 3 ราย เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่าย และมีหน้าที่ในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าและช่วยส่งเสริมการขาย และให้บริการต่างๆ แก่ลูกค้ารายเดิม รวมทั้งจัดหาลูกค้ารายใหม่ (Prospects) ให้กับบริษัท การที่บริษัทมีตัวแทนจำหน่ายสินค้า (Sale Agent) ในทวีปยุโรป และประเทศในแถบแอฟริกาเพียง 3 ราย บริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงถ้าผู้แทนจำหน่ายในต่างประเทศ (Sale Agent) ขอยกเลิกการเป็นตัวแทนในการจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัท รวมทั้งการติดตามประสานงานกับลูกค้าหรือการช่วยส่งเสริมการขายสินค้าของบริษัท

โครงสร้างรายได้ของบริษัทโดยแยกตามช่องทางจัดจำหน่าย ปี 2561 – 2563

	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1) รายได้จากการจัดจำหน่ายผ่านผู้แทนจำหน่าย						
1.1 ต่างประเทศ	39.18	40.46	80.78	41.50	57.50	31.97
1.2 ในประเทศ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2) รายได้จากการจัดจำหน่ายไปยังลูกค้าโดยตรง						
2.1 ต่างประเทศ	39.64	40.94	76.93	39.53	99.87	55.52
2.2 ในประเทศ	18.01	18.60	36.92	18.97	22.50	12.51
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	96.83	100.00	194.63	100.00	179.87	100.00

อย่างไรก็ตาม บริษัทดำเนินธุรกิจกับผู้แทนจำหน่ายในต่างประเทศมาเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี โดยไม่มีปัญหาต่อกัน นอกจากนี้ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาผู้แทนจำหน่ายสามารถปฏิบัติงานได้อย่างดีและมีส่วนสำคัญในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าในกลุ่มทวีปยุโรปและแถบสแกนดิเนเวียมาโดยตลอด ซึ่งสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้าต่างประเทศผ่านผู้แทนจำหน่ายในปี 2561 - 2563 มีมูลค่าเท่ากับ 57.50 ล้านบาท 80.78 ล้านบาท และ 39.18 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.97 ร้อยละ 41.50 และร้อยละ 40.46 ของรายได้จากการขายสุทธิในปี 2561 - 2563 ตามลำดับ บริษัทเชื่อว่ากรณีที่ผู้แทนจำหน่ายในต่างประเทศ (Sale Agent) ทั้ง 3 รายมียอดจำหน่ายสินค้าได้จำนวนมาก ทำให้ผู้แทนจำหน่ายสินค้าได้รับค่านายหน้า (Commission) เป็นจำนวนมากตามยอดที่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ ดังนั้นบริษัทจึงเชื่อว่าตราใบที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทยังเป็นที่ยอมรับหรือยอมรับของผู้ใช้ ก็ไม่น่าจะมีเหตุผลใดที่จะทำให้ผู้แทนจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศของบริษัท ยกเลิกการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า สำหรับการนำเข้าหรือส่งออกไปยังผู้แทนจำหน่ายสินค้า (Sale Agent) ปัจจุบันบริษัทได้มีการทำสัญญากับตัวแทนเป็นหนังสือเรียบร้อยแล้ว

3.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทเน้นการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ ทั้งทวีปอเมริกา ทวีปยุโรป ทวีปเอเชีย และทวีปออสเตรเลีย โดยกำหนดเงื่อนไขการชำระเป็นเงินสกุลต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น ดอลลาร์สหรัฐ ยูโร ดอลลาร์ออสเตรเลีย โดยในงวดบัญชีปี 2561 - 2563 บริษัทมีสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศคิดเป็น ร้อยละ 87.49 ร้อยละ 81.03 และร้อยละ 81.40 ของรายได้จากการขายสุทธิ ดังนั้นบริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัท ในปี 2561 - 2563 บริษัทมีรายการกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน เท่ากับ 0.91 ล้านบาท 0.89 ล้านบาท และ 1.75 ล้านบาท ตามลำดับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีวงเงินสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับธนาคาร เท่ากับ 100 ล้านบาท

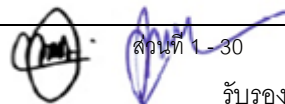
อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จากเงินสกุลต่างประเทศที่มีค่าเงินผันผวนในทางที่ค่าเงินอ่อน ควบคู่กับการนำเข้าวัตถุดิบ หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนและลดผลกระทบจากการพึ่งพิงเงินสกุลใดสกุลหนึ่งมากเกินไป ตลอดจนเจรจากับลูกค้าเพื่อขอปรับราคาขาย เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนอย่างมีนัยสำคัญ

ในส่วนของบริษัทย่อยมีรายได้เป็นเงินสกุลบาทที่ได้จากการจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งบริษัทย่อยได้บริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยใช้แนวปฏิบัติเช่นเดียวกันกับของบริษัทฯ ตามสภาพการณ์ รวมถึงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามสถานการณ์ และส่งเสริมด้านการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ตารางแสดงทรัพย์สินของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ 31 ธันวาคม 2563

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธ.ค. 2563	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
1. ที่ดิน	ที่ดิน 22 แปลง โฉนดเลขที่ 4737, 4991-4993, 5051-5054, 5058, 5110-5119, 6792, 7059, 7417 เนื้อที่รวม 30 ไร่ 3 งาน 4 ตารางวา ซึ่งเป็นที่ตั้งอาคารโรงงาน ตำบลสบปราบ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง	เป็นเจ้าของ	ใช้เป็นส่วนหนึ่งของหลักประกันวงเงินสินเชื่อกับเจ้าหนี้สถาบันการเงินแห่งหนึ่ง ในวงเงินสินเชื่อที่มีต่อสถาบันการเงนดังกล่าวรวมประมาณ 175.80 ล้านบาท โดยทรัพย์สินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทมีวงเงินจดจำนองเป็นหลักประกันประมาณ 133.45 ล้านบาท	6.82 ล้านบาท	- ที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ - ที่ตั้งของอาคารโรงงาน
2. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	อาคารโรงงาน ตั้งอยู่เลขที่ 119 หมู่ที่ 15 ตำบลสบปราบ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง ซึ่งตั้งอยู่บนที่ดินตามข้อ 1	เป็นเจ้าของ		18.99 ล้านบาท	- เพื่อใช้ในกระบวนการผลิต
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน		เป็นเจ้าของ		112.03 ล้านบาท	- เพื่อใช้ในกระบวนการผลิต
4. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน		เป็นเจ้าของ	- ไม่มี -	1.21 ล้านบาท	- เพื่อใช้ในสำนักงาน
5. ยานพาหนะ		ทรัพย์สินภายใต้สัญญาเช่าซื้อ	- ไม่มี -	7.31 ล้านบาท	- เพื่อใช้ในงานติดต่อและขนส่งสินค้าตัวอย่าง
6. อาคารระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรระหว่างติดตั้ง	อาคารระหว่างก่อสร้าง ตั้งอยู่เลขที่ 119 หมู่ที่ 15 ตำบลสบปราบ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง	เป็นเจ้าของ	- ไม่มี -	6.24 ล้านบาท	- อยู่ระหว่างการก่อสร้างอาคารและอยู่ระหว่างการติดตั้งเครื่องจักร
รวม				152.60 ล้านบาท	



ส่วนที่ 1 - 30

รับรองความถูกต้อง

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ คือโปรแกรมบัญชี โดยมีมูลค่าสุทธิ เท่ากับ 513,090 บาท

4.3 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

4.3.1 สัญญาแต่งตั้งผู้แทนจำหน่ายในต่างประเทศ

ปัจจุบันบริษัทมีการทำสัญญาแต่งตั้งผู้แทนจำหน่าย (Sale Agent) อย่างเป็นทางการโดยลายลักษณ์อักษร จำนวน 3 ราย ซึ่งมีสาระสำคัญของสัญญา ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของสัญญาแต่งตั้งผู้แทนจำหน่าย (Sale Agent)	
คู่สัญญา	: ผู้แทนจำหน่ายรายที่ 1
ลักษณะสัญญา	: สัญญาแต่งตั้งผู้แทนจำหน่ายในฐานะเป็น Exclusive Agent เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทภายใต้ข้อกำหนดและเงื่อนไขตามที่ตกลงกัน
ระยะเวลาของสัญญา	: 1 มกราคม 2559 - 31 ธันวาคม 2561 โดยสัญญาจะต่ออายุออกไปโดยอัตโนมัติเมื่อครบกำหนดสัญญา จนกว่าจะมีการแจ้งยกเลิกสัญญาจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง
หน้าที่ของบริษัท	: บริษัทจะไม่เจรจาหรือตกลงราคาสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้กับผู้นำเข้าภายในประเทศหรือผู้แทนรายอื่น ๆ ทั้งภาคเอกชนและราชการ หรือลูกค้ารายอื่นภายใต้ขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย
ขอบเขต	: เป็น Exclusive Agent ในประเทศสเปน ประเทศอิตาลี ประเทศเบลเยียม ประเทศตุรกี ประเทศบราซิล ประเทศลิทัวเนีย ประเทศอินเดียและสหรัฐอเมริกาบริติชเอมิเรตส์ หรือตามแต่ตกลงกันในแต่ละคราว
หน้าที่และขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย	: <ol style="list-style-type: none"> 1) ผู้แทนจำหน่ายต้องใช้ความพยายามอย่างสุดความสามารถในการจำหน่ายและเสนอขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย และปฏิบัติตามนโยบายและข้อตกลงของบริษัท 2) ผู้แทนจำหน่ายต้องดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อของตนเอง มีสำนักงานขายรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง และติดตามข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มของตลาดและการเกิดขึ้นของคู่แข่งโดยตรงของบริษัท 3) ผู้แทนจำหน่ายจะต้องไม่นำรูปแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปผลิตซ้ำหรือลอกเลียนแบบ
ค่าตอบแทน	: บริษัทจ่ายค่าตอบแทนในลักษณะของค่านายหน้าเท่ากับร้อยละ 10 ของมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย
การยกเลิกสัญญา	: คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะต้องทำจดหมายแสดงเจตจำนงในการขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งมายังคู่สัญญาอีกฝ่ายล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือน

รายละเอียดสำคัญของสัญญาแต่งตั้งผู้แทนจำหน่าย (Sale Agent)		
คู่สัญญา	:	ผู้แทนจำหน่ายรายที่ 2
ลักษณะสัญญา	:	สัญญาแต่งตั้งผู้แทนจำหน่ายในฐานะเป็น Exclusive Agent เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทภายใต้ข้อกำหนดและเงื่อนไขตามที่ตกลงกัน
ระยะเวลาของสัญญา	:	ตั้งแต่ 1 มกราคม 2559 โดยสัญญาจะต่ออายุออกไปโดยอัตโนมัติจนกว่าจะมีการแจ้งยกเลิกสัญญาจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง
หน้าที่ของบริษัท	:	บริษัทจะไม่เจรจาหรือตกลงราคาสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้กับผู้นำเข้าภายในประเทศหรือผู้แทนรายอื่นๆทั้งภาคเอกชนและราชการ หรือลูกค้ารายอื่นภายใต้ขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย
ขอบเขต	:	เป็น Exclusive Agent ในแถบสแกนดิเนเวีย ได้แก่ ประเทศนอร์เวย์ ประเทศสวีเดน ประเทศเดนมาร์กและประเทศฟินแลนด์ หรือตามแต่ตกลงกันในแต่ละคราว
หน้าที่และขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย	:	<ol style="list-style-type: none"> 1) ผู้แทนจำหน่ายต้องใช้ความพยายามอย่างสุดความสามารถในการจำหน่ายและเสนอขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย และปฏิบัติตามนโยบายและข้อตกลงของบริษัท 2) ผู้แทนจำหน่ายต้องดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อของตนเอง มีสำนักงานขายรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง และติดตามข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มของตลาดและการเกิดขึ้นของคู่แข่งโดยตรงของบริษัท 3) ผู้แทนจำหน่ายจะต้องไม่นำรูปแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปผลิตซ้ำหรือลอกเลียนแบบ
ค่าตอบแทน	:	บริษัทจ่ายค่าตอบแทนในลักษณะของค่านายหน้าเท่ากับร้อยละ 10 ของมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย โดยจะทำการจ่ายค่าตอบแทนภายใน 60 วันหลังจากวันส่งสินค้า (Shipment Date) และเมื่อทางบริษัทได้รับเงินค่าสินค้าเต็มจำนวนจากลูกค้าแล้ว
การยกเลิกสัญญา	:	คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะต้องทำจดหมายแสดงเจตจำนงในการขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งมายังคู่สัญญาอีกฝ่ายล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือน

รายละเอียดสำคัญของสัญญาแต่งตั้งผู้แทนจำหน่าย (Sale Agent)		
คู่สัญญา	:	ผู้แทนจำหน่ายรายที่ 3
ลักษณะสัญญา	:	สัญญาแต่งตั้งผู้แทนจำหน่ายในฐานะเป็น Exclusive Agent เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทภายใต้ข้อกำหนดและเงื่อนไขตามที่ตกลงกัน
ระยะเวลาของสัญญา	:	ตั้งแต่ 30 เมษายน 2560 โดยสัญญาจะต่ออายุออกไปโดยอัตโนมัติจนกว่าจะมีการแจ้งยกเลิกสัญญาจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง
หน้าที่ของบริษัท	:	บริษัทจะไม่เจรจาหรือตกลงราคาสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้กับผู้นำเข้าภายในประเทศหรือผู้แทนรายอื่นที่ทั้งภาคเอกชนและราชการ หรือลูกค้ารายอื่นภายใต้ขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย
ขอบเขต	:	เป็น Exclusive Agent ในประเทศอิตาลี หรือตามแต่ตกลงกันในแต่ละคราว
หน้าที่และขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย	:	<ol style="list-style-type: none">1) ผู้แทนจำหน่ายต้องใช้ความพยายามอย่างสุดความสามารถในการจำหน่ายและเสนอขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย และปฏิบัติตามนโยบายและข้อตกลงของบริษัท2) ผู้แทนจำหน่ายต้องดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อของตนเอง มีสำนักงานขายรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง และติดตามข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มของตลาดและการเกิดขึ้นของคู่แข่งโดยตรงของบริษัท3) ผู้แทนจำหน่ายจะต้องไม่นำรูปแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปผลิตซ้ำหรือลอกเลียนแบบ
ค่าตอบแทน	:	บริษัทจ่ายค่าตอบแทนในลักษณะของค่านายหน้าเท่ากับร้อยละ 5 ของมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังขอบเขตของผู้แทนจำหน่าย โดยจะทำการจ่ายค่าตอบแทนภายใน 60 วันหลังจากวันส่งสินค้า (Shipment Date) และเมื่อทางบริษัทได้รับเงินค่าสินค้าเต็มจำนวนจากลูกค้าแล้ว
การยกเลิกสัญญา	:	คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะต้องทำจดหมายแสดงเจตจำนงในการขอยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งมายังคู่สัญญาอีกฝ่ายล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือน

4.3.2 สัญญากรรมกรรม

รายละเอียดสำคัญของสัญญา- กรรมกรรมประกันภัย		
คู่สัญญา	:	บริษัท ไทยพานิชย์ประกันภัย จำกัด
เลขที่กรรมกรรม	:	50-19-00005074
วันที่ทำสัญญา	:	11 กันยายน 2563
ประเภทประกันภัย	:	การประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สินของสำนักงานบริษัท บนที่ตั้งเลขที่ 119 หมู่ที่ 15 ตำบลสบปราบ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง
ระยะเวลาประกันภัย	:	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 11 กันยายน 2563 ถึง 11 กันยายน 2564
วงเงินเอาประกันภัย	:	87,400,000 บาท ประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> - สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมฐานราก) ทุนประกัน 31,400,000 บาท - เครื่องจักรและอุปกรณ์ส่วนควบ ทุนประกัน 48,000,000 บาท - สต็อกสินค้า สินค้าสำเร็จรูป และวัสดุบรรจุก้อน 8,000,000 บาท
ผู้รับผลประโยชน์	:	ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตามภาระผูกพัน

4.4 เครื่องหมายการค้า

ปัจจุบันบริษัทมีเครื่องหมายการค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัท (Brand Logo) ทั้งหมด 4 เครื่องหมายการค้า ได้แก่ เพทาย (PE'TYE) ฮาร์ทแอทโฮม (Heart@Home) โฮเทลแอนด์ฮาร์ท (Hotel&Heart) และวัน โฮเทลแอนด์เรทเทอรอง (One Hotel&restaurant) อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายจะยกเลิกการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า โฮเทลแอนด์ฮาร์ท (Hotel&Heart) และวัน โฮเทลแอนด์เรทเทอรอง (One Hotel&restaurant) ซึ่งในอนาคตบริษัทจะยกเลิกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้านี้ดังกล่าว โดยจะเปลี่ยนเป็นการจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าเพทาย ทั้งนี้ บริษัทได้เริ่มทำการตลาดภายใต้ตราสินค้าเพทายให้เป็นที่รู้จักตั้งแต่กลางปี 2556 และในอนาคตบริษัทจะใช้ตราสินค้าเพทาย เป็นตราสินค้าหลักของบริษัท สำหรับผลิตภัณฑ์ที่บริษัทพัฒนาและออกแบบเองเพื่อเป็นการสร้างจุดแข็งและมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยมีรายละเอียดของเครื่องหมายการค้า ดังต่อไปนี้

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	ผู้ถือกรรมสิทธิ์ปัจจุบัน	ระยะเวลา
PE'TYE		บมจ.โฮม พอตเทอรี	อายุความคุ้มครอง 10 ปี ตั้งแต่ 8 เมษายน 2557 - 7 เมษายน 2567
Heart@Home ¹		บมจ.โฮม พอตเทอรี	อายุความคุ้มครอง 10 ปี ตั้งแต่ 14 กันยายน 2557 - 14 กันยายน 2567

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	ผู้ถือกรรมสิทธิ์ปัจจุบัน	ระยะเวลา
Hotel&Heart ²		ไม่ได้จดทะเบียนตราสินค้า	-
One Hotel & Restaurant ²		ไม่ได้จดทะเบียนตราสินค้า	-

หมายเหตุ: ¹ อายุความคุ้มครอง 10 ปี ตั้งแต่วันที่ 15 กันยายน 2547 -14 กันยายน 2557 และได้ดำเนินการต่ออายุเครื่องหมายการค้าเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2557

² เนื่องจากในปัจจุบันบริษัทใช้ตราสินค้าเพทายเป็นสินค้าหลักของบริษัทและจะเลิกใช้ตราสินค้านี้ จึงไม่ได้ดำเนินการจดทะเบียนตราสินค้านี้

4.5 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2559 บริษัทได้เข้าทำสัญญาร่วมลงทุนกับนายโรเจอร์ ฟิลเทรลและนางเดอริลลินดา ฟิลเทรล ซึ่งเป็นบุคคลธรรมดา เพื่อร่วมลงทุนในบริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิที่ จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมค้าที่จัดตั้งขึ้นใหม่ในประเทศไทยและมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้และอุปกรณ์สำหรับโรงแรมและร้านอาหาร โดยบริษัทได้ลงทุนในบริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิที่ จำกัด คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 75 ซึ่งคิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนจำนวนรวม 30 ล้านบาท บริษัทได้ชำระเงินทุนจัดตั้งบริษัทแล้วในอัตราร้อยละ 70 ของทุนที่เรียกชำระแล้วเป็นจำนวนเงิน 21 ล้านบาท และในวันที่ 7 มีนาคม 2560 บริษัทได้จ่ายเงินค่าหุ้นเพิ่มในอัตราร้อยละ 30 ของทุนที่เรียกชำระแล้วเป็นจำนวน 9 ล้านบาท การร่วมค้าดังกล่าวจัดตั้งเสร็จเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2559

เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2561 บริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัด (มหาชน) ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิเทลลิที่ จำกัด (CHL) ทำให้บริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัด (มหาชน) มีสัดส่วนที่ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 98 ส่วนอีกร้อยละ 2 ถือหุ้นโดยนางสาวนิจวรรณ เชาว์กิตติโสภณ (1%) และนายนิพัทธ์ เชาว์กิตติโสภณ (1%)

อย่างไรก็ตาม ในการพิจารณาการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม รวมทั้งโครงการลงทุนแต่ละโครงการนั้น บริษัทจะให้ความสำคัญกับการพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกื้อหนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นสำคัญ โดยคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยงและสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทอย่างรอบคอบ ซึ่งการลงทุนดังกล่าวจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัทและที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจอนุมัติที่กำหนดไว้ และต้องดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดและประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงกฎหมายกฎระเบียบ หรือประกาศคำสั่งต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทจะควบคุมผ่านการส่งกรรมการและ/หรือผู้บริหารของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการเพื่อควบคุมทิศทางและนโยบายการบริหารงานให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ 31 ธันวาคม 2563 ทางบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย ดังต่อไปนี้

- (1) คดีที่อาจมีผลด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น
- (2) คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญแต่ไม่สามารถประเมินเป็นตัวเลขได้
- (3) คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัท

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่นของบริษัท

6.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัด (มหาชน)
ชื่อภาษาอังกฤษ	Home Pottery Public Company Limited
ชื่อย่อหลักทรัพย์	HPT
เลขทะเบียนบริษัท	0107557000497
ทุนจดทะเบียน	165,978,562.75 บาท
ทุนที่ชำระแล้ว	138,124,830.75 บาท
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาประเภทไฟน์ไชน่า (Fine China) เพื่อใช้บนโต๊ะอาหารและเป็นเครื่องใช้ในครัว
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่และโรงงาน	เลขที่ 119 หมู่ที่ 15 ถนนลำปาง-ตาก ตำบลสบปราบ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง 52170
เบอร์โทรศัพท์	(66) 89 191 9071
เว็บไซต์	www.homepottery.com

บริษัทย่อย	บริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิทาลิตี้ จำกัด
ชื่อภาษาอังกฤษ	Central Hospitality Company Limited
ชื่อย่อหลักทรัพย์	CHL
เลขทะเบียนบริษัท	0525559000677
ปีที่ก่อตั้ง	2559
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	บริการให้คำปรึกษา และจำหน่ายอุปกรณ์ครัวและเครื่องใช้ สำหรับธุรกิจบริการด้านอาหาร แบบครบวงจร
ที่ตั้งสำนักงานบริษัทย่อย	เลขที่ 417 ถนนเทพรัตน แขวงบางนาเหนือ เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
เบอร์โทรศัพท์/เบอร์โทรสาร	(66) 2399 2599 / (66) 2399 2588
เว็บไซต์	www.chl.co.th
ทุนที่ออกจำหน่ายและชำระแล้ว	หุ้นสามัญ จำนวน 40,000,000 บาท (สี่สิบล้านบาทถ้วน) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560
มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ	100 บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน)

6.2 บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

เลขานุการบริษัท

นางวานิดา ศรีกันใจ
เลขที่ 119 หมู่ที่ 15 ถนนลำปาง-ตาก ตำบลสบปราบ
อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง 52170
โทรศัพท์ : (66) 89 191 9071
E-mail: wanida@homepottery.com

ผู้ตรวจสอบภายใน

บริษัท เอสเอส ออดิท แอนด์ แอดไวเซอร์ จำกัด
เลขที่ 460/83 อาคารเดอะนิช คอนโด ซอยลาดพร้าว
130 (มหาตไทย) ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขต
บางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
โทรศัพท์ : (66) 2 117 0714
โทรสาร : (66) 2 117 0715

นักลงทุนสัมพันธ์

นางสาวโชติมนต์ แวงเจริญ
โทรศัพท์ : (66) 89 191 9071
E-mail: chotimon@homepottery.com

ที่ปรึกษาทางการเงิน

บริษัท แอสเซท โปร แมเนจเม้นท์ จำกัด
เลขที่ 999/9 ดิ ออฟฟิศเสส แอท เซ็นทรัล เวิลด์ ชั้น 10
ห้อง 1011-1012 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขต
ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์ : (66) 2 264 5678
โทรสาร : (66) 2 264 5679

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง
กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ : (66) 2 009 9000
โทรสาร : (66) 2 009 9991
Website: <http://www.set.or.th/tsd>
E-mail: TSDCallCenter@set.or.th

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย

บริษัท ลีกัล แอดไวเซอร์ เคาน์ซิล จำกัด
ชั้น 16 โอลิมเปียไทย ทาวเวอร์ (สำนักงานใหญ่) เลขที่
444 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง
กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์ : (66) 2 512 6090

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

บริษัท เอเอสที มาสเตอร์ จำกัด
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 218 หรือ 4334 หรือ 7633
และ/หรือ 9211 เลขที่ 790/12 ทองหล่อทาวเวอร์ ซอยทองหล่อ
18 ถนนสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ
10110
โทรศัพท์ : (66) 2 714 8842-3, (66) 2 185 0342
โทรสาร : (66) 2 185 0225

6.3 ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

ผู้ลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลบริษัท เพิ่มเติมได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัท ที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ www.set.or.th หรือเว็บไซต์ของบริษัทที่ www.homepottery.com