

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนา คิดค้น และจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรมความงามสำหรับคน และผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยงและปศุสัตว์ โดยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

ผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรมความงามสำหรับคน ดำเนินการโดยบริษัท แบ่งผลิตภัณฑ์เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 1) **ผลิตภัณฑ์รักษาสุขภาพและชะลอวัย (Wellness and Anti-Aging Products)** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยดูแลสุขภาพให้แข็งแรงและชะลอวัย ที่ไม่ใช้ยา ที่เน้นการสร้างสมดุลให้อวัยวะภายในต่างๆ ที่เรียกว่า โภชนเภสัช หรือ “Nutraceuticals” เป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากสารอาหารที่มีหลักฐานการวิจัยแล้วว่า มีประสิทธิภาพในการลดความเสี่ยงการเกิดโรค และส่งเสริมสุขภาพ โดยปราศจากผลข้างเคียง ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ได้แก่ Probac 7, Probac 10 Plus, PROBIOTA BL, Proimmo, Beta Glucan Plus, Vitamune, Pure Krill Oil, PreCOG, PreBS, PreBO, Astacurmin และ Multivitamin และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับเจ้าของสินค้ารายอื่น ได้แก่ TS6 - Synbiotic
- 2) **ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมความงาม (Aesthetic Innovation Products)** เป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเกี่ยวกับความงามด้านต่างๆ ทั้งที่ช่วยลดเลือนริ้วรอย ปรับรูปหน้าให้เรียบ เพิ่มมิติและความคมชัดของใบหน้า และผลิตภัณฑ์ที่ช่วยดูแลความสะอาด ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับเจ้าของสินค้ารายอื่น ได้แก่ Perfectha และ TS6 - Lady Health และผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ได้แก่ YUUU

ผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์ ดำเนินการโดยบริษัทย่อย แบ่งผลิตภัณฑ์เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 3) **ผลิตภัณฑ์ดูแลและส่งเสริมสุขภาพของสัตว์เลี้ยง (Companion Animal Health Products)** ได้แก่
 - **โภชนเภสัชสำหรับสัตว์เลี้ยง (Nutraceuticals for pets)** เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อดูแลสุขภาพสำหรับสุนัขและแมว ซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสารอาหารต่างๆ ที่ช่วยบำรุงและลดอาการของโรคต่างๆ เช่น ภาวะขาดแคลเซียม ช่วยลดอาการอักเสบ คัน การหลุดร่วงของเส้นขน ดูแลสุขภาพของผิวหนังและขน ให้นุ่มสวย บำรุงระบบประสาท ระบบเมตาบอลิซึม ช่วยลดปัญหาข้ออักเสบ ข้อเสื่อม เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทย่อยเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับเจ้าของสินค้ารายอื่น ได้แก่ Dr.Choice, Pet Select และ Petinol และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทย่อยเป็นเจ้าของตราสินค้าเอง ได้แก่ Katimun
 - **แชมพูรักษาโรคผิวหนังสำหรับสัตว์เลี้ยง (Medicated Shampoo for pets)** เป็นแชมพูเพื่อรักษาการติดเชื้อที่ผิวหนังในสุนัขและแมว ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับเจ้าของสินค้ารายอื่น ได้แก่ Dermcare MALASEB และ Dermcare PYOHEX
 - **เวชสำอางสำหรับสัตว์เลี้ยง (Cosmeceuticals for pets)** เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทแชมพูและครีมขนาดเล็กไม่ต้องล้างออกสำหรับสุนัขและแมวที่มีผิวแห้ง คัน และผิวแพ้ง่าย ช่วยให้ผิวหนังและขนนุ่มสวย ลดการเกิดขนพันกัน ป้องกันการระคายเคืองผิวหนัง ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทน

จำหน่ายให้กับเจ้าของสินค้ารายอื่น ได้แก่ Dermcare Aloveen และ Dermcare Natural และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทย่อยเป็นเจ้าของตราสินค้าเอง ได้แก่ EARKleen ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดช่องหูสำหรับสุนัขและแมว

- **เวชภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง (Pharmaceuticals for pets)** ได้แก่ ยาสำหรับสุนัขและแมว เช่น ยาปฏิชีวนะ ยาลดปวดลดอักเสบ ยาหยอดหู ยาถ่ายพยาธิ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทย่อยเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับเจ้าของสินค้ารายอื่น ได้แก่ MOXCLAVET, ENROPHAR, MARBOFLOX, MYCLINGUARD 2.5%, CARPRO 5%, CARPROPAIN, FENAMAX TABLET, OTOPET OINTMENT, MARBOCIN EAR DROPS และ PRABENGUARD
- **วัคซีน และ อิมมูโนโกลบูลินสำหรับสัตว์เลี้ยง (Vaccine and Immunoglobulin for pets)** ได้แก่ วัคซีนสำหรับสุนัข เป็นวัคซีนเพื่อป้องกันโรคไวรัสติดต่อที่สำคัญในสุนัข และ อิมมูโนโกลบูลิน ที่ใช้เพื่อป้องกัน หรือรักษา โรคไวรัสติดต่อที่รุนแรงในสุนัข ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทย่อยเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับเจ้าของสินค้ารายอื่น ได้แก่ Biocan NOVEL DHPPi, Biocan NOVEL DHPPi/L4, Biocan NOVEL DHPPi/L4R และ Polyglob
- **อาหารสัตว์เลี้ยง (Pet Food)** เป็นผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมว ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทย่อย ได้แก่ MARIA ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารในระดับ Premium Quality Human Grade ภายใต้แนวคิด “Authentic Pet Food” ซึ่งผลิตจากเนื้อไก่และเนื้อปลาจริง ไม่ใช่เศษเนื้อ เนื้อสัตว์แปรรูป หรือ By Product และ ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทย่อยเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับเจ้าของสินค้ารายอื่น ได้แก่ Choo Choo ซึ่งประกอบด้วย ชูชูสุขภาพเข้มข้นบำรุงสุขภาพ ประกอบด้วย อะมิโนเปปไทด์ โปรตีนธรรมชาติ 20 ชนิด และ ชูชูเชลลีเสริมอาหารสำหรับแมว
- **แผ่นรองขับสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Pee Pad)** เป็นผลิตภัณฑ์แผ่นรองขับปัสสาวะหรือสิ่งขับถ่ายสำหรับสุนัข แมว และสัตว์เลี้ยงทั่วไปภายใต้ตราสินค้า Raku Pad ซึ่งเป็นตราสินค้าของบริษัทย่อย

4) ผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์ (Livestock Products) ได้แก่

- **ผลิตภัณฑ์สารผสมล่วงหน้า (Premix)** ซึ่งประกอบด้วยสารสกัด แร่ธาตุ และเอนไซม์ต่างๆ ที่ใช้ผสมในอาหารสัตว์ มีคุณสมบัติช่วยด้านสุขภาพและรักษาอาการของโรคต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมให้การเลี้ยงสัตว์เพื่อการบริโภคโดยการลดการใช้ยาปฏิชีวนะได้ ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดความปลอดภัย (Food Safety) ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทย่อย ได้แก่ MaxiGut Powder, MaxiMune Solution, MaxiDigest Solution, MaxiLyte Tab และ MaxiGut Paste Tube ที่เหลือเป็นผลิตภัณฑ์ของเจ้าของสินค้ารายอื่นที่บริษัทย่อยซื้อมาเพื่อจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้า ได้แก่ MFeed, PRORELEASE, BUTYRICA และ EDG-SP เป็นต้น
- **ผลิตภัณฑ์สุขศาสตร์ (Hygiene)** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยรักษาสุขภาพและป้องกันการแพร่โรค เช่น แป้งสุกอนามัยเพื่อดูดซับความชื้นบนพื้น จุลินทรีย์ยับยั้งน้ำเสียและลดแอมโมเนียในโรงเรือนปศุสัตว์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทย่อย ได้แก่ OCLAY และผลิตภัณฑ์ของเจ้าของสินค้ารายอื่นที่บริษัทย่อยซื้อมาเพื่อจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้า ได้แก่ ECOTRU EXTRA

- ผลิตภัณฑ์ยาปฏิชีวนะ (Antibiotic) เพื่อรักษาโรคที่เกิดจากการติดเชื้อแบคทีเรียสำหรับปศุสัตว์ และขากัน บิดสำหรับไก่เนื้อ โดยบริษัทย่อยสั่งซื้อยาปฏิชีวนะหลายชนิดจากผู้ผลิตยาสำหรับสัตว์ เพื่อให้สินค้ามีความหลากหลายและครบวงจร

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทและบริษัทย่อยนำมาจำหน่ายได้รับอนุญาตหรือขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุก ผลิตภัณฑ์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากโรงงานที่ได้มาตรฐานและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้อง ครบถ้วนมาแล้วจากผู้ผลิตนั้นๆ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อหรือสั่งผลิตจากต่างประเทศและบริษัทหรือบริษัทย่อยเป็นผู้นำเข้า มาเองนั้น ก่อนการนำเข้ามาเพื่อจำหน่าย บริษัทหรือบริษัทย่อยมีการดำเนินการขออนุญาตหรือขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องต่างๆ ซึ่งได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)¹ หรือกรมปศุสัตว์ (แล้วแต่กรณี)² ซึ่งรับรองว่า ผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการพิจารณาด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย ตามหลักเกณฑ์การพิจารณาของหน่วยงาน กำกับดูแลดังกล่าวแล้ว

บริษัทและบริษัทย่อยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศทั้งหมด โดยมีการจำหน่ายต่างๆ ได้แก่ โรงพยาบาล คลินิก ร้าน ขายยา โรงพยาบาลและคลินิกสัตว์เลี้ยง ร้านเพ็ชร์ซ้อป และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (โมเดิร์นเทรด) เพื่อนำไปจำหน่ายหรือ ให้บริการแก่ผู้บริโภคสุดท้าย (End Users) อีกทอดหนึ่ง รวมทั้งการจำหน่ายถึงผู้บริโภคสุดท้ายโดยตรงโดยใช้ทีมงานขาย ของบริษัทและบริษัทย่อย และช่องทางจำหน่ายแบบออนไลน์ ทั้งนี้ ในปี 2561 - 2563 บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีรายได้จาก การขายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายรวม

¹ ผู้รับอนุญาตผลิตอาหาร / ยา / ยาสัตว์ หรือผู้รับอนุญาตนำเข้าหรือส่งอาหาร / ยา / ยาสัตว์ เข้ามาในประเทศไทย เมื่อจะผลิตหรือ นำหรือส่งเข้ามาซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ต้องมาขอขึ้นทะเบียนต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และเมื่อได้รับ ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว จึงจะผลิตหรือนำหรือส่งเข้ามาในประเทศไทยได้

² ผู้รับอนุญาตผลิตอาหารสัตว์ หรือผู้รับอนุญาตนำเข้าหรือส่งอาหารสัตว์ เข้ามาในประเทศไทย เมื่อจะผลิต หรือนำหรือส่งเข้ามา ซึ่งอาหารสัตว์ ต้องมาขอขึ้นทะเบียนต่อกรมปศุสัตว์ และเมื่อได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนอาหารสัตว์นั้นแล้ว จึงจะผลิตหรือ ส่งเข้ามาในประเทศไทยได้

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

วิสัยทัศน์

“เป็นผู้นำในการคิดค้นและนำเสนอผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่แตกต่าง ที่มีประสิทธิภาพและความปลอดภัย เพื่อการป้องกันและรักษาโรค การมีชีวิตที่ยืนยาวขึ้นและชะลอวัย”

พันธกิจ

เพื่อให้องค์กรได้บรรลุถึงวิสัยทัศน์ที่ถูกต้องไว้ พันธกิจของบริษัทจึงได้กำหนดเป็น 6 ข้อ คือ

1. สินค้าและบริการที่โดดเด่นและแตกต่าง
2. การวิจัยและการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง
3. การเข้าถึงสินค้าและบริการในระดับสากล
4. บุคลากรที่ทรงคุณภาพและเปี่ยมไปด้วยประสิทธิภาพ
5. ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
6. องค์กรแห่งธรรมาภิบาล

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนา คิดค้น และจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรมความงามสำหรับคน และผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยงและปศุสัตว์ ที่ประกอบด้วย เวชภัณฑ์ (Pharmaceuticals) โภชนเภสัช (Nutraceuticals) เวชสำอาง (Cosmeceuticals) อาหารสุขภาพ (Healthy Foods) และอุปกรณ์ทางการแพทย์ (Medical Devices) สำหรับทั้งคนและสัตว์ (Human Health and Animal Health) ภายใต้แนวคิด “VALUE YOUR LIFE” ที่เชื่อว่า คุณค่าของชีวิต คือ สุขภาพที่ดีและการมีชีวิตที่ยืนยาวอย่างมีคุณภาพ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้สะท้อนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อให้ผู้บริโภคมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงและมีความสุขในระบบของร่างกาย บริษัทมีความใส่ใจรายละเอียดทุกขั้นตอนการคิดสรรเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพที่ดีเยี่ยม ตั้งแต่การคิดค้นและนำเสนอผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ใช้เทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อการป้องกันโรค การมีชีวิตที่ยืนยาวขึ้นและชะลอวัย

ภายใต้เครื่องหมายการค้า “INTERPHARMA” บริษัทวางเป้าหมาย ภายใน 5 ปีจะเติบโตเป็นบริษัทชั้นนำในการนำเสนอผลิตภัณฑ์สุขภาพ และจะขยายช่องทางจัดจำหน่ายและทำการตลาดในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย สามารถจดจำเครื่องหมายการค้าของบริษัทได้เป็นอย่างดี และเพื่อให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดี นอกจากนี้ บริษัทจะพัฒนาระบบภายในขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการทำงาน จะรักษาสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า และเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการให้ความช่วยเหลือ พัฒนาสังคมและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

บริษัทก่อตั้งเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2549 ในนาม “บริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท วัตถุประสงค์แรกเริ่มเพื่อประกอบธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพทั่วไป ต่อมาในปี 2556 บริษัทได้ปรับโครงสร้างการถือหุ้นมาเป็นการถือหุ้นโดย ดร.ทรงวุฒิ ศักดิ์ชลาธร ร้อยละ 94.90 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของบริษัท โดย ดร.ทรงวุฒิ ศักดิ์ชลาธร มีวิสัยทัศน์ที่จะนำเสนอนวัตกรรมที่เป็นทางเลือกใหม่ๆ ในการป้องกันและรักษาโรคสำหรับคน จึงได้เข้ามาบริหารงานในบริษัท และเป็นจุดเริ่มการขยายธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพกลุ่มโภชนเภสัชภัณฑ์ (Nutraceuticals Product) ภายใต้เครื่องหมายการค้า “INTERPHARMA” โดยเริ่มต้นจากกลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาสุขภาพและชะลอวัย (Wellness & Anti-Aging) จำหน่ายให้กับกลุ่มโรงพยาบาลและคลินิก ซึ่งได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ Probac 7 และ Probac 10 Plus ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ซินไบโอติกที่ช่วยสร้างสมดุลของระบบขับถ่ายที่ดีและสร้างระบบภูมิคุ้มกัน ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของสุขภาพที่ดีจากภายในสู่ภายนอก หลังจากนั้น บริษัทได้ขยายไปสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมความงาม (Aesthetic Innovation) และจากการเล็งเห็นถึงการเติบโตของการเลี้ยงสุนัขและแมว จึงขยายไปสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งนำเสนอทั้งเวชภัณฑ์ เวชสำอาง โภชนเภสัช และอาหารสุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยง

ทั้งนี้ จากแนวโน้มการตระหนักในเรื่องของความปลอดภัยของอาหาร บริษัทจึงได้ขยายธุรกิจไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ และได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยมุ่งเน้นความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) ส่งผลให้บริษัทมีผลประกอบการที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมีความโดดเด่นและแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นในท้องตลาด

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา สรุปได้ดังนี้

- ปี 2558
 - วันที่ 16 พฤศจิกายน 2558 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทครั้งที่ 3/2558 มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 5 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 40,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทในราคาหุ้นละ 100 บาท วัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานของบริษัท โดยบริษัทได้จัดทะเบียนทุนชำระแล้วใหม่ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2558 ซึ่งในการเพิ่มทุนครั้งนี้ ดร.ทรงวุฒิ ศักดิ์ชลาธรเป็นผู้ถือหุ้นที่ใช้สิทธิซื้อหุ้นเพิ่มทุนเพียงรายเดียว จึงมีผลทำให้ ดร.ทรงวุฒิ ศักดิ์ชลาธร มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 98.98 ของทุนชำระแล้วของบริษัทภายหลังการเพิ่มทุนดังกล่าว
- ปี 2559
 - วันที่ 21 มกราคม 2559 บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Distributor) จากบริษัท Dermcare-Vet Pty Ltd. ประเทศออสเตรเลีย สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Dermcare ในประเทศไทย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ Dermcare MALASEB, Dermcare PYOHEX, Dermcare Aloveen และ Dermcare Natural และต่อมาวันที่ 14 มีนาคม 2559 บริษัทได้รับการขยายสิทธิให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียง ผู้เดียวสำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ Dermcare ดังกล่าว ไปยังกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม)
 - วันที่ 1 พฤษภาคม 2559 บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว (Sole Distribution Rights) จากบริษัท Tensall Bio-Tech Co., Ltd. (“Tensall”) ประเทศไต้หวัน สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ TS6 ในประเทศไทย ประกอบด้วย TS6 - Synbiotic และ TS6 - Lady Health ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ TS6 เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทได้เริ่มนำเข้ามาจำหน่ายแล้วตั้งแต่ปี 2552

- วันที่ 3 ตุลาคม 2559 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2559 มีมติอนุมัติให้บริษัทซื้อหุ้นสามัญของบริษัท อินเทอร์เน็ต สเต็มมา จำกัด (“อินเทอร์เน็ตสเต็มมา”) ซึ่งจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2559 เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการเกี่ยวกับสเต็มเซลล์ โดยการซื้อหุ้นของอินเทอร์เน็ตสเต็มมาทั้งหมดที่ถือโดย ดร.ทรงวุฒิ ศักดิ์ชลธธร (ผู้ถือหุ้นรายใหญ่และผู้บริหารของบริษัท) จำนวน 62,500 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 25 ของทุนชำระแล้วของอินเทอร์เน็ตสเต็มมา ในราคาหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นเงินลงทุนรวม 6.25 ล้านบาท โดยมีการจ่ายชำระค่าหุ้นเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2559
- ปี 2560
 - วันที่ 6 มกราคม 2560 บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว (Sole Marketer) จากบริษัท แดง ฟาร์มาซูทิกอล (ไทยแลนด์) จำกัด สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ Perfectha (ผลิตภัณฑ์ไฮยาลูโรนิก แอซิด ฟิลเลอร์) ในประเทศไทย
 - วันที่ 1 มีนาคม 2560 บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว (Sole Marketer) จากบริษัท แดง ฟาร์มาซูทิกอล (ไทยแลนด์) จำกัด สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ NABOTA (ผลิตภัณฑ์โบทูลินัมที่ออกซิน) ในประเทศไทย
 - วันที่ 17 มีนาคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทครั้งที่ 1/2560 มีมติอนุมัติให้บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 5 ล้านบาท เป็น 40 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 350,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทในราคาหุ้นละ 100 บาท โดยบริษัทได้จดทะเบียนทุนชำระแล้วใหม่ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2560 ซึ่งบริษัทนำเงินที่ได้จากการเพิ่มทุนไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ในการเพิ่มทุนดังกล่าว ดร.ทรงวุฒิ ศักดิ์ชลธธร ซื้อหุ้นเพิ่มทุนต่ำกว่าสิทธิที่ได้รับจัดสรรหุ้น จึงมีผลทำให้ ดร.ทรงวุฒิ ศักดิ์ชลธธร มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทลดลงเหลือร้อยละ 79.75 ของทุนชำระแล้วของบริษัทภายหลังการเพิ่มทุน และมีผู้ถือหุ้นใหม่รายอื่นเข้ามาถือหุ้นในบริษัทเพิ่มอีก 4 ราย ถือหุ้นรายละร้อยละ 5 ของทุนชำระแล้วของบริษัทภายหลังการเพิ่มทุนดังกล่าว ต่อมาภายในปี 2560 ผู้ถือหุ้นทั้ง 4 รายดังกล่าวได้ขายหุ้นที่ถืออยู่ทั้งหมดให้แก่บุคคลอื่นจำนวน 12 ราย เช่น นายภาววิทย์ กลิ่นประทุม นางสาวสุวิสา หวังบำรุงศักดิ์ นายธำรงชัย เอกอมรวงศ์ นายสมพล ฤกษ์วิบูลย์ศรี นางสาวบุศรา ศรีรุ่งเรือง นางสาวพรพิมล ตั้งกิตติเสถียร และนายเสริมยุทธ แยมเกตุ เป็นต้น
 - ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2561 บริษัทได้เปลี่ยนแปลงรายชื่อผู้ถือหุ้น ซึ่งเกิดจากการซื้อขายหุ้นระหว่างผู้ถือหุ้นรายย่อยด้วยกัน โดยนายภาววิทย์ กลิ่นประทุม นายสมพล ฤกษ์วิบูลย์ศรี และนางสาวบุศรา ศรีรุ่งเรือง ได้ขายหุ้นให้กับผู้ถือหุ้นรายย่อยเดิมและบุคคลอื่นจำนวน 4 ราย เช่น นายเคนทร์ เบญจกุล นายสุรชัย ชากรกุล เป็นต้น ซึ่งผู้ถือหุ้นรายย่อยทุกรายของบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นรายย่อยที่ไม่มีส่วนร่วมในการบริหาร ไม่เป็นบุคคลกลุ่มเดียวกัน และไม่ได้ส่งตัวแทนเข้ามาเป็นกรรมการหรือผู้บริหารในบริษัทแต่อย่างใด

- วันที่ 28 เมษายน 2560 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทประจำปี 2560 มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท อินเทอร์เน็ต เวตต้า จำกัด (“อินเทอร์เน็ตเวตต้า”) ซึ่งประกอบธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายอาหาร ยา เวชภัณฑ์ และสินค้าที่เกี่ยวข้องของสัตว์ เพื่อปรับโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทภายใต้การควบคุมเดียวกัน และขยายกิจการให้ครอบคลุมสินค้าหลายกลุ่มยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสการสร้างรายได้ และกำไรที่เพิ่มขึ้นให้กับบริษัท โดยการซื้อหุ้นของอินเทอร์เน็ตเวตต้าทั้งหมดที่ถือโดยดร.ทรงวุฒิ สักดิ์ชลาร (ผู้ถือหุ้นรายใหญ่และผู้บริหารของบริษัท) และนายอรรถพล นิมโรชธรรม (พนักงานของอินเทอร์เน็ตเวตต้า) รวมจำนวน 27,500 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 55 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของอินเทอร์เน็ตเวตต้า ในราคาหุ้นละ 100 บาท ซึ่งเท่ากับราคาตามมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ (Par Value) คิดเป็นเงินลงทุนรวม 2.75 ล้านบาท โดยมีการโอนหุ้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2560 และจ่ายชำระค่าหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมดังกล่าว เมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2560 ทั้งนี้ ราคาซื้อหุ้นของอินเทอร์เน็ตเวตต้าที่เท่ากับหุ้นละ 100 บาท เป็นราคาที่ต่ำกว่ามูลค่าหุ้นตามบัญชีของบริษัทดังกล่าว ณ วันที่ 30 กันยายน 2560 ซึ่งเท่ากับหุ้นละ 234.66 บาท
 - วันที่ 16 มิถุนายน 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทครั้งที่ 2/2560 มีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจากกำไรสะสมหลังหักสำรองตามกฎหมายให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 91 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 36.40 ล้านบาท และจัดสรรกำไรเป็นทุนสำรองตามกฎหมายจำนวน 2 ล้านบาท โดยกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 29 มิถุนายน 2560
- ปี 2561**
- บริษัทออกผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า 2 ผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ YUUU Probiotic Premium Cleansing Mousse ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์โปรไบโอติกเพื่อการดูแลผิวหนังที่ช่วยลดการอักเสบและเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิวอย่างอ่อนโยน ช่วยกำจัดและลดการเจริญเติบโตของแบคทีเรียก่อโรค และผลิตภัณฑ์ YUUU Advance Probiotic & Pine Needle Toothpaste ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ยาสีฟันที่ช่วยดูแลช่องปากแบบบูรณาการ ช่วยปรับสมดุลสุขภาพช่องปากโดยรวมให้แข็งแรงและฟันแข็งแรง ลดการสะสมของแบคทีเรียก่อโรค ช่วยระงับกลิ่นปาก ให้ลมหายใจสดชื่น
 - วันที่ 19 มีนาคม 2561 มีการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท อินเทอร์เน็ต เพ็ทเทรีย จำกัด (“อินเทอร์เน็ตเพ็ทเทรีย”) ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 4 ล้านบาท ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท กับ บริษัท เอเชียน กรุ๊ป เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ห้างหุ้นเอเชียน ซีฟู้ด จำกัด (มหาชน)³ โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 60 และ บริษัท เอเชียน กรุ๊ป เซอร์วิส จำกัด ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียนของอินเทอร์เน็ตเพ็ทเทรียเพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง โดยเน้นตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญอยู่แล้ว ได้แก่ โรงพยาบาลและคลินิกสัตว์เลี้ยง เพ็ทช็อป ร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือโมเดิร์นเทรด และช่องทางออนไลน์ต่างๆ โดยวางตำแหน่งทางการตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงระดับพรีเมียมเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนรักสัตว์เลี้ยง ที่ต้องการความใส่ใจเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยเป็นพิเศษ
 - ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2561 ได้มีการทำสัญญาร่วมทุนระหว่างบริษัท และ บริษัท เอเชียน กรุ๊ป เซอร์วิส จำกัด เพื่อกำหนดเงื่อนไขและข้อตกลงร่วมกันในการดำเนินธุรกิจในอินเทอร์เน็ตเพ็ทเทรีย ซึ่ง

³ บริษัท เอเชียน กรุ๊ป เซอร์วิส จำกัด ถือหุ้นโดยบริษัท ห้างหุ้นเอเชียน ซีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนของบริษัท เอเชียน กรุ๊ป เซอร์วิส จำกัด

รายละเอียดของสาระสำคัญของสัญญาดังกล่าวพิจารณาได้ในหัวข้อทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ในหัวข้อข้อสัญญาร่วมทุน

- วันที่ 30 เมษายน 2561 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทประจำปี 2561 มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 40 ล้านบาท เป็น 65 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทในราคาหุ้นละ 100 บาท โดยบริษัทได้จดทะเบียนทุนชำระแล้วใหม่ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2561 ซึ่งบริษัทนำเงินที่ได้จากการเพิ่มทุนไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
 - ในการเพิ่มทุนดังกล่าว ดร.ทรงวุฒิ ศักดิ์ชลธรซื้อหุ้นเพิ่มทุนต่ำกว่าสิทธิที่ได้รับจัดสรรหุ้น จึงมีผลทำให้ ดร.ทรงวุฒิ ศักดิ์ชลธร มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทลดลงเหลือร้อยละ 65.81 ของทุนชำระแล้วของบริษัทภายหลังการเพิ่มทุนดังกล่าว ทั้งนี้ ปัจจุบัน ดร.ทรงวุฒิ ศักดิ์ชลธร เป็นผู้ถือหุ้นบริษัทเพียงรายเดียวที่ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท โดยผู้ถือหุ้นรายอื่นไม่มีรายใดถือหุ้นจนถึงหรือเกินกว่าร้อยละ 10 และมีส่วนร่วมในการบริหารงานในบริษัท
 - นอกจากนี้ ที่ประชุมผู้ถือหุ้นดังกล่าวได้มีมติให้จ่ายเงินปันผลจากกำไรสุทธิประจำปี 2560 หลังหักสำรองตามกฎหมาย จากกำไรสะสมหลังหักสำรองตามกฎหมายให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 70 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 28 ล้านบาท และจัดสรรกำไรเป็นทุนสำรองตามกฎหมายจำนวน 1.5 ล้านบาท โดยกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 7 พฤษภาคม 2561
 - เดือนพฤษภาคม 2561 อินเทอร์เน็ตฟาร์มได้ออกผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมว ภายใต้ตราสินค้า “MARIA” ซึ่งพัฒนาโดยสัตวแพทย์และนักโภชนาการ บนแนวคิด “Authentic Pet Food” ซึ่งผลิตจากเนื้อจริง (Real Meat) เกรดเดียวกับที่ผลิตอาหารคน ไม่มีการใช้วัตถุกันเสีย (Preservation Free) มีพรีไบโอติกส์ (Prebiotic) ที่ช่วยดูแลระบบย่อยของสารอาหาร เสริมการทำงานของระบบภูมิคุ้มกัน และปราศจากส่วนผสมจากแป้ง ข้าวโพด ข้าวสาลี ถั่วเหลือง (Grain-Free) เหมาะกับสุนัขและแมวที่แพ้อาหารประเภทธัญพืช
- ปี 2562**
- วันที่ 18 เมษายน 2562 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทประจำปี 2562 มีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจากกำไรสะสมหลังหักสำรองตามกฎหมายให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 17.80 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 11.57 ล้านบาท และจัดสรรกำไรเป็นทุนสำรองตามกฎหมายจำนวน 0.67 ล้านบาท โดยกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 19 เมษายน 2562 รวมทั้งได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 65 ล้านบาท เป็น 80 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 150,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้นการถือหุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท โดยบริษัทได้จดทะเบียนทุนชำระแล้วใหม่ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2562 ซึ่งบริษัทนำเงินที่ได้จากการเพิ่มทุนไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
 - วันที่ 7 พฤษภาคม 2562 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2562 มีมติอนุมัติการแปรสภาพของบริษัทจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยใช้ชื่อว่า “บริษัท อินเทอร์เน็ต ฟาร์ม จำกัด (มหาชน)” การเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัท จากหุ้นละ 100 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท และการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจำนวน 23 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 80 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียน

จำนวน 103 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 46 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท แบ่งการเสนอขายออกเป็น (1) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 39.1 ล้านหุ้น เสนอขายให้แก่ประชาชน (2) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 6.9 ล้านหุ้น เสนอขายให้แก่กรรมการ ผู้บริหารและ/หรือพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ในราคาเดียวกันกับราคาที่เสนอขายให้แก่ประชาชน พร้อมทั้งนำหุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยบริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพ เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้และทุนจดทะเบียนใหม่ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2562

- วันที่ 19 กันยายน 2562 สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้อนุญาตให้บริษัทเสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ต่อประชาชน
- วันที่ 28 – 30 ตุลาคม 2562 บริษัทเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทให้กับประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) จำนวน 46,000,000 หุ้น ราคาที่เสนอขายหุ้นละ 7 บาท เป็นจำนวนเงิน 322,000,000 บาท ซึ่งหลังหักค่าใช้จ่ายในการเสนอขายคงเหลือ 304,482,430 ล้านบาท โดยบริษัทนำเงินที่ได้รับจากการเพิ่มทุนนำไปชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้น และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท
- 1 พฤศจิกายน 2562 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็น 103,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้น 206,000,000 หุ้น ราคาพาร์ละ 0.50 บาท
- 5 พฤศจิกายน 2562 หุ้นสามัญของบริษัทได้เข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนและเริ่มทำการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นวันแรกในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ กลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีชื่อย่อหลักทรัพย์ “IP”

- 2563**
- ต้นปี 2563 ได้เกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ทั้งประเทศไทยและทั่วโลก ซึ่งการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลทำให้เกิดการชะลอตัวของเศรษฐกิจและมีผลกระทบต่อธุรกิจและอุตสาหกรรมโดยรวม สถานการณ์ดังกล่าว บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ หน้ากากอนามัยผลิตด้วยเส้นใยนาโนและเส้นใยโพลีเอทิลีน และแอลกอฮอล์ทำความสะอาดมือ ชนิดหลอดและซอง เพื่อจำหน่ายให้ลูกค้า
 - การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2563 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจากกำไรสุทธิประจำปี 2562 หลังหักสำรองตามกฎหมายให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.185 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 38.11 ล้านบาท และจัดสรรกำไรเป็นสำรองตามกฎหมายจำนวน 2.10 ล้านบาท โดยบริษัทกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิได้รับปันผลตามรายชื่อที่ปรากฏอยู่ในสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 9 เมษายน 2563 และกำหนดจ่ายเงินปันผลภายใน 30 วัน นับจากมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น โดยบริษัทได้จ่ายเงินปันผลเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2563
 - การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2563 เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2563 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติให้ออกหุ้นกู้ในวงเงินไม่เกิน 300 ล้านบาท ทั้งนี้ ภาระหนี้รวมทั้งหมด ณ เวลาใดเวลาหนึ่งจะต้องไม่เกิน 460 ล้านบาท เพื่อวัตถุประสงค์ในการชำระคืนหนี้เงินกู้ซึ่งมีอยู่ในปัจจุบัน และ/หรือใช้ในการดำเนินงาน และ/หรือ ขยายธุรกิจ และ/หรือ เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท หรือ เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ตามที่คณะกรรมการบริษัทเห็นสมควร

- ผลิตภัณฑ์ Probac และ ผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน YUUU เป็นสินค้าที่ขายดีที่สุดอันดับ 1 จากร้านขายยา LAB Pharmacy
- ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 5/2563 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2563 คณะกรรมการมีมติอนุมัติให้บริษัทขายเงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท อินเตอร์สเต็มมา จำกัด ทั้งหมดในราคาตามมูลค่าเป็นจำนวนเงิน 6.25 ล้านบาท ให้กับผู้ถือหุ้นกลุ่มเดิมของบริษัท
- ดร. ทรงวุฒิ ศักดิ์ชาทร ได้เปลี่ยนชื่อและชื่อสกุลเป็น ดร. ตฤณวรรณ ธนินิธิพันธ์ เมื่อวันที่ 23 ก.ย. 63
- ผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ PROBIOTA BL, PROIMMO, VITAMUNE, MOUTH SPRAY YUUU HONEY BEE PROPOLIS NATURAL MOUTH SPRAY
- บริษัทฯ ได้ซื้อกิจการบริษัท โมเดิร์น ฟาร์มา จำกัด จำนวนเงิน 295 ล้านบาท เมื่อวันที่ 27 พ.ย. 63

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



หมายเหตุ ¹บริษัท อินเตอร์ เวทต้า จำกัด - บริษัท เอ็ม เนเจอร์พลัส จำกัด ถือหุ้นโดยบุคคลที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับกรรมการผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

²บริษัท อินเตอร์ เทโทรนา จำกัด - บริษัท เอเชียน เฟดส์ แครี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 100 โดยบริษัท ห้องเย็นเอเชียนชีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

รายละเอียดโดยสรุปของบริษัทย่อย มีดังนี้

1. บริษัท โมเดิร์น ฟาร์มา จำกัด (บริษัทย่อย) (“โมเดิร์น”)

การประกอบธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสำหรับคนและสัตว์

ที่ตั้ง สำนักงานใหญ่: เลขที่ 197/1 หมู่ที่ 1 ถนนสุขสวัสดิ์ ตำบลปากคลองบางปลากด อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

วันที่จดทะเบียนจัดตั้ง 18 พฤศจิกายน 2553

ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2563 มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 295 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 2,950,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท

ผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2563 มีรายชื่อผู้ถือหุ้นดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1.	บริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา จำกัด (มหาชน)	2,949,998	99.990
2.	นายตฤณวรรณ ธนินิธิพันธ์	1	0.005
3.	นางสาวสุภาภรณ์ ฤกษ์พิทักษ์พาณิชย์	1	0.005
รวม		2,950,000	100.00

คณะกรรมการ มีกรรมการ 2 ท่าน ดังนี้

1. นายตฤณวรรณ ธนินิธิพันธ์ (กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพัน)
2. นางสาวสุภาภรณ์ ฤกษ์พิทักษ์พาณิชย์

จำนวนหรือชื่อกรรมการซึ่งลงชื่อผูกพันบริษัทได้ คือ นายตฤณวรรณ ธนินิธิพันธ์ ลงลายมือชื่อ และประทับตราสำคัญของบริษัท

2. บริษัท อินเตอร์ เวตต้า จำกัด (บริษัทย่อย) (“อินเตอร์ เวตต้า”)

การประกอบธุรกิจ อินเตอร์เวตต้าประกอบธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยงและปศุสัตว์ ซึ่งผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ได้แก่ โภชนเภสัชซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อช่วยดูแลสุขภาพ แชมพูรักษาโรคผิวหนัง เวชสำอาง เวชภัณฑ์ วัคซีน อาหารสัตว์เลี้ยง และแผ่นรองขับสำหรับสัตว์เลี้ยง ภายใต้ตราสินค้าที่มีชื่อเสียงต่างๆ เช่น Dr.Choice, Pet Select, Petinol, Katimun, Dermcare (MALASEB, PYOHEX, Aloveen และ Natural), Biocan NOVEL, Monchou, EARkleen, และ Raku Pad เป็นต้น และผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์ ได้แก่ สารผสมล่องหน้า ผลิตภัณฑ์สุขศาสตร์ และยาปฏิชีวนะต่างๆ ที่ใช้ในการเลี้ยงและดูแลปศุสัตว์เพื่อการบริโภค เช่น สุกกร โค ไก่ เป็นต้น

ที่ตั้ง สำนักงานใหญ่: 140/9 อาคารไอทีเอฟทาวเวอร์ ชั้น 9 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ

วันที่จดทะเบียนจัดตั้ง วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2549

ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 15 ตุลาคม 2563 อินเตอร์เวตต้า มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 5 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท

ผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 15 ตุลาคม 2563 อินเตอร์เวตต้า มีรายชื่อผู้ถือหุ้นดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1.	บริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา จำกัด (มหาชน)	27,500	55.00
2.	บริษัท เอ็ม เนเจอร์พลัส จำกัด *	20,000	40.00

3. ผู้ถือหุ้นอื่นๆ (บุคคลธรรมดา 2 ราย) *	2,500	5.00
รวม	50,000	100.00

* ผู้ถือหุ้นลำดับที่ 2 และ 3 ไม่มีความเกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท โดยบริษัท เอ็ม เนเจอร์พลัส จำกัด ประกอบธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่น ณ วันที่ 31 มกราคม 2561 มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท

คณะกรรมการ

บริษัท อินเตอร์ เวตต้า จำกัด มีกรรมการ 3 ท่าน ดังนี้

1. นายตฤณวรรณ ธนินิธิพันธ์ (กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพัน)
2. นายอรรถพล นิมิตรธรรม
3. นางสาวหทัยกาญจน์ จิรพิทักษ์กุล

จำนวนหรือชื่อกรรมการซึ่งลงชื่อผูกพันบริษัทได้ คือ นายตฤณวรรณ ธนินิธิพันธ์ ลงลายมือชื่อ และประทับตราสำคัญของบริษัท

3. บริษัท อินเตอร์ เพ็ททีนา จำกัด (บริษัทย่อย) (“อินเตอร์ เพ็ททีนา”)

การประกอบธุรกิจ

อินเตอร์เพ็ททีนา เป็นบริษัทย่อยที่เกิดจากการร่วมทุนระหว่าง บริษัท และบริษัท เอเชียน กรุ๊ป เซอร์วิส จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง โดยเป็นเจ้าของตราสินค้า “MARIA” และได้ออกผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมว MARIA ซึ่งเป็นอาหารแปรรูปจากวัตถุดิบต่างๆ ที่เป็นเนื้อจริง (Real Meat) เช่น เนื้อไก่ ปลาหมึก ปลาแซลมอน ปลาข้าวสาร ปลาคัตตีโอซูชิ และตับ เป็นต้น ซึ่งเป็นวัตถุดิบเกรดเดียวกับที่ผลิตอาหารคน โดยการว่าจ้างผลิตจากโรงงานในเครือของบริษัท เอเชียน กรุ๊ป เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนอีกฝ่ายหนึ่ง ที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงระดับพรีเมียม (Premium Wet Pet Food) มีนวัตกรรมการผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากตลาดชั้นนำของโลก และเป็นผู้รับจ้างผลิต (OEM) ให้กับแบรนด์ชั้นนำในกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยง

ผลิตภัณฑ์ของอินเตอร์เพ็ททีนา มีการจัดจำหน่ายและทำการตลาดโดยอินเตอร์เวตต้าซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยเน้นตลาดในประเทศ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อินเตอร์เวตต้ามีความเชี่ยวชาญอยู่แล้ว ได้แก่ โรงพยาบาลและคลินิกสัตว์เลี้ยง เพ็ทช็อป ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (โมเดิร์นเทรด) และช่องทางออนไลน์ต่างๆ โดยวางตำแหน่งทางการตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงระดับพรีเมียม เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนรักสัตว์เลี้ยง ที่ต้องการความใส่ใจเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยเป็นพิเศษ

ที่ตั้ง

140/9 อาคาร ไอทีเอฟทาวเวอร์ ชั้น 9 ถนนสีลม แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

วันที่จดทะเบียนจัดตั้ง

วันที่ 19 มีนาคม 2561

โครงสร้างทุน

ณ วันที่ 24 เมษายน 2563 อินเตอร์เพ็ททีนา มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 4 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 40,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท

ผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 24 เมษายน 2563 อินเตอร์เฟ้ทพรินา มีรายชื่อผู้ถือหุ้นดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1.	บริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา จำกัด (มหาชน)	23,997	59.9925
2.	บริษัท เอเชียัน เฟ้ทส์ แคร้ คอร์ปอเรชั่น จำกัด*	16,000	40.00
3.	ผู้ถือหุ้นรายย่อย 3 ราย**	3	0.0075
รวม		40,000	100.00

* บริษัท เอเชียัน เฟ้ทส์ แคร้ คอร์ปอเรชั่น ประกอบธุรกิจการบริหารจัดการด้านการตลาดและการลงทุนในธุรกิจอื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ถือหุ้นร้อยละ 99.997 โดยบริษัท ห้างหุ้นเอเชียันชีฟู้ด จำกัด (มหาชน) (“ASIAN”) ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดย ASIAN มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10) ณ วันปิดสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้นล่าสุด (XD) ในวันที่ 7 พฤษภาคม 2562 ได้แก่ นายสมศักดิ์ อมรรัตนชัยกุล และนายสมชาย อมรรัตนชัยกุล ถือหุ้นร้อยละ 51.19 และ 12.99 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ ASIAN ตามลำดับ

** ผู้ถือหุ้นรายย่อย 3 ราย ประกอบด้วย นายตฤณวรรณ ธนินธิพันธ์ (กรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท) นางสาวสุภาภรณ์ ฤกษ์พิทักษ์พาณิชย์ (กรรมการ และผู้บริหารของบริษัท) และนางสาวหทัยกาญจน์ จิรพิทักษ์กุล (พนักงานของอินเตอร์เวทต้า)

คณะกรรมการ

บริษัท อินเตอร์ เฟ้ทพรินา จำกัด มีกรรมการ 5 ท่าน ดังนี้

1. นายตฤณวรรณ ธนินธิพันธ์ (กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพัน)
2. นางสาวสุภาภรณ์ ฤกษ์พิทักษ์พาณิชย์
3. นางสาวหทัยกาญจน์ จิรพิทักษ์กุล
4. นางสาวอลิสา ดังกบดี
5. นางสาววรัญรัตน์ อัสสานพงศ์

จำนวนหรือชื่อกรรมการซึ่งลงชื่อผูกพันบริษัทได้ คือ นายตฤณวรรณ ธนินธิพันธ์ ลงลายมือชื่อ และประทับตราสำคัญของบริษัท

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ**2.1 โครงสร้างรายได้**

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยสำหรับปี 2561 - 2563 ตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

ประเภทรายได้	ดำเนินการโดย	%การถือหุ้นของ บริษัท	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย								
1. ผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรม ความงามสำหรับคน	บริษัท โมเดิร์น ฟาร์มา	- 100.00	224.58	70.71	229.87	61.15	245.50	54.93
2. ผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์	อินเตอร์เวทต้า อินเตอร์เฟ็ททีนา	55.00 60.00	92.25	29.05	141.46	37.64	196.60	43.99
รายได้จากการขายรวม			316.83	99.76	371.33	98.79	442.10	98.92
รายได้อื่น	บริษัทและบริษัทย่อย	-	0.75	0.24	4.56	1.21	4.84	1.08
รายได้รวม			317.58	100.00	375.89	100.00	446.94	100.00

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนา คิดค้น และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรมความงามสำหรับคน และผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยงและปศุสัตว์

โดยแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรมความงามสำหรับคน ได้แก่ 1.1) ผลิตภัณฑ์รักษาสุขภาพและชะลอวัย (Wellness and Anti-Aging Products) 1.2) ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมความงาม (Aesthetic Innovation Products) และ 2) ผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์ ได้แก่ 2.1) ผลิตภัณฑ์ดูแลและส่งเสริมสุขภาพของสัตว์เลี้ยง (Companion Animal Health Products) 2.2) ผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์ (Livestock Products)

รายละเอียดของแต่ละผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

2.2.1 ผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรมความงามสำหรับคน ดำเนินการ โดยบริษัท แบ่งผลิตภัณฑ์เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่**2.2.1.1 ผลิตภัณฑ์รักษาสุขภาพและชะลอวัย (Wellness and Anti-Aging Products)**

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยดูแลสุขภาพให้แข็งแรงและชะลอวัย ที่ไม่ใช่ยา ที่เน้นการสร้างสมดุลให้อวัยวะภายในต่างๆ ที่เรียกว่า “โภชนเภสัช” หรือ “Nutraceuticals” เป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากสารอาหารที่มีหลักฐานการวิจัยแล้วว่า มีประสิทธิภาพในการรักษาป้องกันโรคและส่งเสริมสุขภาพโดยปราศจากผลข้างเคียง ซึ่งปัจจุบันบริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ 6 ประเภท ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท¹ : ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ Probac 7, Probac 10 Plus, ProBiota BL, Beta Glucan Plus, Proimmo, Vitamune, Pure Krill Oil, PreCOG, PreBS, PreBO, Astacurmin และ Multivitamin

¹ ตราสินค้าของบริษัท หมายถึง ตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าที่บริษัทหรือบริษัทย่อยเป็นเจ้าของโดยตรงหรือได้รับสิทธิให้ใช้กับสินค้าของบริษัทหรือบริษัทย่อย

- ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับเจ้าของสินค้ารายอื่น : ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ TS6 - Synbiotic รายละเอียดแต่ละผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ซินไบโอติก (Total Synbiotics)



ผลิตภัณฑ์ Probac 7
(โพรแบค 7)



ผลิตภัณฑ์ Probac 10 Plus
(โพรแบค 10 พลัส)



ผลิตภัณฑ์ Probiota BL
(โพรไบโอต้า บีแอล)



ผลิตภัณฑ์ TS6 (ทีเอส 6)

2) ผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นภูมิคุ้มกันร่างกาย (Immune Booster)



ผลิตภัณฑ์ Proimmo
(โพรอิมโม)



ผลิตภัณฑ์ Beta Glucan Plus
(เบต้ากลูแคนพลัส)



ผลิตภัณฑ์ Vitamune
(ไวต้ามูน)

3) ผลิตภัณฑ์โอเมก้า 3 (New Generation Omega 3)



ผลิตภัณฑ์ Pure Krill Oil
(เพียว คริลล์ ออย)

4) ผลิตภัณฑ์รวมสารอาหารเพื่ออวัยวะสำคัญ (The Holistic Nutrients for Vital Organ)

ผลิตภัณฑ์ PreCOG
(ฟรีย็อค)ผลิตภัณฑ์ PreBS
(ฟรียอส)ผลิตภัณฑ์ PreBO
(ฟรียอบ)

5) ผลิตภัณฑ์รวมสารต้านอนุมูลอิสระและสารต้านการอักเสบ (High Efficacy Antioxidant)



ผลิตภัณฑ์ Astacurmin (แอสต้าเคอร์มิน)

6) ผลิตภัณฑ์วิตามินรวม (Family Vitamins)



ผลิตภัณฑ์ Multivitamin (มัลติวิตามิน)

2.2.1.2 ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมความงาม (Aesthetic Innovation Products)

เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับนวัตกรรมความงามด้านต่างๆ ทั้งที่ช่วยคืนความอ่อนเยาว์ให้ใบหน้าและผิวพรรณ ลดเลือนริ้วรอย ปรับรูปหน้า และผลิตภัณฑ์ที่ช่วยดูแลความสะอาด โดยปัจจุบันบริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ 5 ประเภท ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับเจ้าของสินค้ารายอื่น : ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Perfectha และ TS6 - Lady Health
- ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเอง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า YUUV

รายละเอียดแต่ละผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

1) สารเติมเต็มผิวหนัง ชนิด กรดไฮยาลูโรนิก (Hyaluronic Acid dermal Fillers)



Perfectha

- o ผลิตภัณฑ์ Perfectha Subskin (เพอร์เฟคต้า ซับสกิน)
- o ผลิตภัณฑ์ Perfectha Deep (เพอร์เฟคต้า ดีพ)
- o ผลิตภัณฑ์ Perfectha Derm (เพอร์เฟคต้า เดิร์ม)
- o ผลิตภัณฑ์ Perfectha Finelines (เพอร์เฟคต้า ไฟน์ไลน์)

2) ผลิตภัณฑ์ไหมกรวยขกระชับฟื้นฟูสภาพผิว ลดเลือนริ้วรอย (Cone Thread Lift)



o ผลิตภัณฑ์ Silhouette Soft

3) ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปาก (Probiotic Cosmetic for Oral Care)



ผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน YUUU Advance Probiotic & Pine Needle Toothpaste



ผลิตภัณฑ์ YUUU Honey Bee Propolis Natural Mouth Spray

4) ผลิตภัณฑ์โปรไบโอติกเพื่อการดูแลผิวหน้า (Probiotic Cosmetic for Facial Care)



ผลิตภัณฑ์ YUUU Probiotic Premium Cleansing mousse

5) ผลิตภัณฑ์โปรไบโอติกดูแลจุดซ่อนเร้น (Probiotic Cosmetic for Intimate Care)



ผลิตภัณฑ์ TS6 - Lady Health Cleansing mousse

6) ผลิตภัณฑ์ Homeopathy product ทาผิวหนังและผิวหนัง (Topical use)



ผลิตภัณฑ์ทาลดรอยฟกช้ำ Arnigel

ผลิตภัณฑ์ทาบรรเทาอาการ
ปวดอักเสบกล้ามเนื้อ Arnicremeผลิตภัณฑ์ทาลดแสบร้อน
ระคายเคือง Calendulaผลิตภัณฑ์ลดผื่นแพ้เพิ่มความชุ่มชื้นผิวหนัง
crème au calendula

ผลิตภัณฑ์ First Aid Cicaderma

2.2.2 ผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์ ดำเนินการ โดยบริษัทย่อย คือ อินเตอร์เวตต้า และอินเตอร์เพ็ทพรีนา แบ่งผลิตภัณฑ์เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

2.2.2.1 ผลิตภัณฑ์ดูแลและส่งเสริมสุขภาพของสัตว์เลี้ยง (Companion Animal Health Products)

เป็นผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพสำหรับสุนัขและแมวที่ผ่านการคัดสรรวัตถุดิบมาให้เหมาะกับสุนัขและแมวมากที่สุด ด้วยมาตรฐานการผลิตแบบเดียวกับผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพสำหรับคน ภายใต้การควบคุมของทีมงานสัตวแพทย์และเภสัชกรผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งปัจจุบันบริษัทย่อยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ 6 ประเภท ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทย่อย : ได้แก่ ผลิตภัณฑ์โภชนเภสัชสำหรับสัตว์เลี้ยงภายใต้ตราสินค้า Katimun ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง (Pet Food) ภายใต้ตราสินค้า MARIA ผลิตภัณฑ์แผ่นรองขับสำหรับสัตว์เลี้ยงภายใต้ตราสินค้า Raku Pad ผลิตภัณฑ์เวชสำอางสำหรับสัตว์เลี้ยงภายใต้ตราสินค้า EARKleen
- ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับเจ้าของสินค้ารายอื่น : ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เวชสำอางโรคมะเร็งผิวหนังภายใต้ตราสินค้า Dermcare MALASEB และ Dermcare PYOHEX ผลิตภัณฑ์เวชสำอางสำหรับสัตว์เลี้ยงภายใต้ตราสินค้า Dermcare Aloveen, Dermcare Natural ผลิตภัณฑ์โภชนเภสัชสำหรับสัตว์เลี้ยงภายใต้ตราสินค้า Dr.Choice, Pet Select และ Petinol ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง (Pet Food) ภายใต้ตราสินค้า Choo Choo ผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงภายใต้ตราสินค้า MOXCLAVET, ENROPHAR, MARBOFLOX, MYCLINGUARD 2.5%, CARPRO 5%, CARPROPAIN, FENAMAX TABLET, OTOPET OINTMENT, MARBOCIN EAR DROPS และ PRABENGUARD

รายละเอียดของแต่ละผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

1) โภชนเภสัชสำหรับสัตว์เลี้ยง (Nutraceuticals for pets) เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อดูแลสุขภาพสำหรับสุนัขและแมว ที่มีส่วนประกอบของวัตถุดิบที่เหมาะสมกับสุนัขและแมว ด้วยมาตรฐานการผลิตแบบเดียวกับผลิตภัณฑ์ดูแลสภาพสำหรับคน โดยปัจจุบันบริษัทย่อย (อินเตอร์เวทต้า) เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวภายใต้ 4 ตราสินค้า ได้แก่ Dr.Choice, Pet Select, Petinol และ Katimun



ผลิตภัณฑ์ Dr.Choice Cal-B



ผลิตภัณฑ์ Dr.Choice Cardi-B



ผลิตภัณฑ์ Dr.Choice Livo-B



ผลิตภัณฑ์ Dr.Choice Ferro-B



ผลิตภัณฑ์ Dr.Choice Derma-B



ผลิตภัณฑ์ Dr.Choice B-Young



ผลิตภัณฑ์ Pet Select Senior
(เพทซีเลค ซีเนียร์)



ผลิตภัณฑ์ Pet Select Osteoflex
(เพทซีเลค ออสติโอเฟล็กซ์)



ผลิตภัณฑ์ Pet Select DCM
(เพทซีเลค ดีซีเอ็ม)



ผลิตภัณฑ์ Pet Select ODERM
(เพทซีเลค โอเดิร์ม)



ผลิตภัณฑ์ Pet Select FERRO-BOOST
(เพทซีเลค เฟอโร บูส)



ผลิตภัณฑ์ Pet Select CAL-MAG
(เพทซีเลค แคล-แมก)



ผลิตภัณฑ์ Petinol (เพทตินอล)



ผลิตภัณฑ์ KATimun (แคทิมูน)

2) แชมพูรักษาโรคผิวหนังสำหรับสัตว์เลี้ยง (Medicated Shampoo for pets) เป็นแชมพูเพื่อรักษาอาการติดเชื้อที่ผิวหนังในสุนัขและแมว ซึ่งปัจจุบันบริษัทย่อย (อินเตอร์เวตต้า) จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ประกอบด้วย Dermcare MALASEB Shampoo และ Dermcare PYOHEX Shampoo



ผลิตภัณฑ์ Dermcare MALASEB Shampoo
(เดิร์มแคร์มาลาเซ็บแชมพู)



ผลิตภัณฑ์ Dermcare PYOHEX Shampoo (เดิร์มแคร์ไพโอเฮกแชมพู)

3) เวชสำอางสำหรับสัตว์เลี้ยง (Cosmeceuticals for pets) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์แชมพู และครีมนวด สำหรับสุนัขและแมวที่มีผิวแห้ง คัน และผิวแพ้ง่าย มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติไม่ทำลายไขมันบนผิวหนัง มีค่า pH เหมาะสมสำหรับผิวหนังของสุนัขและแมวทุกช่วงอายุปลอดภัยแม้กระทั่งในลูกสัตว์ ซึ่งปัจจุบันบริษัทย่อย (อินเตอร์เวตต้า) จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ Dermcare Aloveen Shampoo, Dermcare Aloveen Conditioner และ Dermcare Natural Shampoo และ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดช่องหูสำหรับสุนัขและแมว ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ EARKleen



ผลิตภัณฑ์ Dermcare Aloveen
Shampoo (เดิร์มแคร์ โลวีเนแชมพู)



ผลิตภัณฑ์ Dermcare Aloveen
Conditioner (เดิร์มแคร์ โลวีเนคอนดิชันเนอร์)



ผลิตภัณฑ์ Dermcare Natural
Shampoo (เดิร์มแคร์ เนเชอรัลแชมพู)



ผลิตภัณฑ์ EARKleem
(เอียร์คลีน)

4) เวชภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง (Pharmaceuticals for pets) เป็นผลิตภัณฑ์ยาสำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งปัจจุบันบริษัท ข่อย (อินเตอร์เวทต้า) จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ภายใต้ตราสินค้า MOXCLAVET, ENROPHAR, MARBOFLOX, MYCLINGUARD 2.5%, CARPRO 5%, CARPROPAIN, FENAMAX TABLET, OTOPET OINTMENT, MARBOCIN EAR DROPS และ PRABENGUARD



ผลิตภัณฑ์ MOXCLAVET



ผลิตภัณฑ์ ENROPHAR



ผลิตภัณฑ์ MARBOFLOX



ผลิตภัณฑ์ MYCLINGUARD 2.5%



ผลิตภัณฑ์ CARPRO 5%



ผลิตภัณฑ์ CARPROPAIN



ผลิตภัณฑ์ FENAMAX TABLET



ผลิตภัณฑ์ OTOPET

ผลิตภัณฑ์ MARBOCIN EAR
DROPS

ผลิตภัณฑ์ PRABENGUARD

5) อาหารสัตว์เลี้ยง (Pet Food) ปัจจุบัน บริษัทย่อย (อินเทอร์เน็ตเพ็ทพาร์นา) จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง ภายใต้ตราสินค้า “MARIA” ซึ่งเป็นอาหารสุนัขและแมวแบบพรีเมียม มีหลากหลายรสชาติและสูตรส่วนผสม รวม 20 ชนิด ใช้วัตถุดิบเกรดเดียวกับที่ใช้ผลิตอาหารคน เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนรักสัตว์เลี้ยง ที่ต้องการเอาใจใส่ในเรื่องสุขภาพ และความปลอดภัยของสัตว์เลี้ยงเป็นพิเศษ นอกจากนี้ บริษัทย่อย (อินเทอร์เน็ตเพ็ทพาร์นา) ยังเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร สำหรับสัตว์เลี้ยงภายใต้ตราสินค้า “Choo Choo” ซึ่งประกอบด้วย ชูชูสปสัดเข้มข้นบำรุงสุขภาพ ประกอบด้วย อะมิโนเปปไทด์โปรตีนธรรมชาติ 20 ชนิด และ ชูชูเยลลี่เสริมอาหารสำหรับแมว

MARIA for Dogs

มาเรีย ปลาทูน่า ปลาแซลมอนและปลาข้าวสารในน้ำเกรวี่
(Tuna with Salmon, Shirasu in Gravy)มาเรีย ไก่กับผักในน้ำเกรวี่
(Chicken with Vegetable in Gravy)มาเรีย ไก่และปลาทูน่าในน้ำเกรวี่
(Chicken and Tuna in Gravy)มาเรีย ปลาทูน่าและตับในน้ำเกรวี่
(Tuna and Liver in Gravy)มาเรีย ไก่และตับในเจลลี่
(Chicken and Liver in Jelly)

MARIA for Cats

มาเรีย ไก่และปลาคัตสึโอะ
บุชิในน้ำเกรวี่ (Chicken
and Katsuobushi in Gravy)



มาเรีย ปลาทูน่าและปลา
ข้าวสารในน้ำเกรวี่ (Tuna
and Shirasu in Gravy)



มาเรีย ไก่และปลาแซลม่อน
ในน้ำเกรวี่ (Chicken and
Salmon in Gravy)



มาเรีย ปลาทูน่าและปลาแซ
ลม่อนในน้ำเกรวี่ (Tuna
and Salmon in Gravy)

Choo Choo

ชูชู ซุปปลาสกัดเข้มข้น
(Choo Choo Hydrolyzed Fish
Protein Soup)



ชูชู ซุปไก่สกัดเข้มข้น
(Choo Choo Hydrolyzed Chicken
Protein Soup)



ชูชู เยลลี่เสริมอาหารแมว
(Choo Choo Cat Jelly Snack)

6) แผ่นรองขับสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Pee Pad) เป็นผลิตภัณฑ์แผ่นรองขับปัสสาวะหรือสิ่งขับถ่ายสำหรับสุนัข แมว และสัตว์เลี้ยงทั่วไป ซึ่งปัจจุบันบริษัทย่อย (อินเตอร์เวทต้า) จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ภายใต้ตราสินค้า Raku Pad



ผลิตภัณฑ์ Raku Pad

2.2.2.2 ผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์ (Livestock Products)

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการเลี้ยงปศุสัตว์เพื่อการบริโภค เช่น สุกร โค ไก่ เป็นต้น โดยเน้นผลิตภัณฑ์สารผสม ล่วงหน้า (Premix) ประเภทแร่ธาตุและเอนไซม์ ที่ส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์เพื่อการบริโภคโดยลดการใช้ยาปฏิชีวนะ อยู่บนพื้นฐานของแนวคิดความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) ซึ่งโรงงานผลิตอาหารสัตว์ หรือฟาร์มเลี้ยงปศุสัตว์ครบวงจรที่มีการเลี้ยง ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำนิยมใช้สารผสมล่วงหน้าเป็นส่วนผสมในอาหารสัตว์ นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์สุขภาพและ ผลิตภัณฑ์ยาปฏิชีวนะหลายชนิดสำหรับใช้ในฟาร์มเลี้ยงปศุสัตว์เพื่อช่วยให้การเลี้ยงปศุสัตว์มีประสิทธิภาพและมีผลผลิตที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันบริษัทย่อย (อินเตอร์เวทต้า) จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ 3 ประเภท ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทย่อย : ได้แก่ สารผสมล่องหน้า (Premix) สำหรับสัตว์ภายใต้ตราสินค้า MaxiGut Powder, MaxiMune Solution, MaxiDigest Solution, MaxiLyte Tab และ MaxiGut Paste Tube และผลิตภัณฑ์สุขภาพสัตว์ภายใต้ตราสินค้า OCLAY
- ผลิตภัณฑ์ของเจ้าของสินค้ารายอื่นที่บริษัทย่อยซื้อเข้ามาเพื่อจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้า : ได้แก่ สารผสมล่องหน้า (Premix) เช่น MFeed, PRORELEASE, BUTYRICA, EDG-SP เป็นต้น ผลิตภัณฑ์สุขภาพสัตว์ ECOTRU EXTRA และยาปฏิชีวนะที่ใช้ในการรักษาสัตว์ เช่น Natidox - 50, Tilmiguard Solution, Moxygard 50% S, Tarlosin, Ceftiofur Crystalline Free Acid Sterile Suspension, Colicure 40% เป็นต้น

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์สารผสมล่องหน้า (Premix) และผลิตภัณฑ์สุขภาพสัตว์ที่บริษัทย่อยซื้อเข้ามาเพื่อจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้า นั้นไม่มีผลิตภัณฑ์ใดที่มีชนิดและคุณสมบัติคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทย่อย

รายละเอียดของแต่ละผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์สารผสมล่องหน้า (Premix)



ผลิตภัณฑ์ MaxiGut Powder



ผลิตภัณฑ์ MaxiMune Solution



ผลิตภัณฑ์ MaxiDigest Solution



ผลิตภัณฑ์ MaxiLyte Tab



ผลิตภัณฑ์ MaxiGut Paste Tube



ผลิตภัณฑ์ MFeed



ผลิตภัณฑ์ PRORELEASE
3X



ผลิตภัณฑ์ PRORELEASE
Pro 3



ผลิตภัณฑ์ PRORELEASE
P5000



ผลิตภัณฑ์ BUTYRICA

2) ผลิตภัณฑ์สุขศาสตร์ (Hygiene)



ผลิตภัณฑ์ผงแป้งเพื่อสุขศาสตร์ (Sanitary Clay)



ผลิตภัณฑ์สารบำบัดของเสีย

3) ยาปฏิชีวนะ (Antibiotic)

เป็นผลิตภัณฑ์ยาปฏิชีวนะสำหรับปศุสัตว์ มีทั้งรูปแบบฉีด ละลายน้ำ หรือผสมอาหาร เพื่อใช้ในการรักษาโรคที่เกิดจากการติดเชื้อแบคทีเรีย ได้แก่ Natidox - 50, Tilmiguard Solution, Moxyguard 50% S, Tarlosin, Ceftiofur Crystalline Free Acid Sterile Suspension, Colicure 40% ตลอดจนผลิตภัณฑ์ Salinox 12% ซึ่งเป็นกลุ่มยาต้านบิตที่ใช้ผสมในอาหารไก่เนื้อ เป็นต้น โดยบริษัทย่อยสั่งซื้อยาปฏิชีวนะจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายยาสำหรับสัตว์ในประเทศ เพื่อให้สินค้ามีความหลากหลายและครบวงจร สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ครอบคลุมมากขึ้น

คลังสินค้าและการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยไม่ได้บริหารจัดการคลังสินค้าและจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าด้วยตนเอง แต่ได้จ้างผู้ให้บริการจากภายนอก คือ บริษัท ซิลลิค ฟาร์มา จำกัด (“ซิลลิคฟาร์มา”) ซึ่งเป็นบริษัทที่ไม่มีความเกี่ยวข้องหรือไม่ได้เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ให้เป็นผู้ดำเนินการแทนตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 เป็นต้นมา โดยมีขอบเขตบริการครอบคลุมตั้งแต่การจัดเก็บสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง การดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การจัดส่งและรับคืนสินค้า การติดตามสินค้า การเปิดบัญชีลูกค้าใหม่ การควบคุมสินค้า การวางบิลและการรับชำระเงินค่าสินค้า และการจัดทำรายงานต่างๆ สำหรับการกระจายสินค้าในประเทศของบริษัทและบริษัทย่อย ในทุกช่องทางจำหน่าย ซึ่งรวมถึงช่องทางออนไลน์ โดยใช้ Social Network ต่างๆ ของบริษัท

สินค้าที่บริษัทจัดหาเพื่อจำหน่ายทั้งจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ จะถูกส่งจากซัพพลายเออร์หรือผู้ผลิตมาเก็บไว้ที่คลังสินค้าส่วตัวของซิลลิคฟาร์มา ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 99/2, 99/19-20 หมู่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม 23 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ โดยฝ่ายจัดซื้อของบริษัทจะประสานงานกับซัพพลายเออร์หรือผู้ผลิตสินค้า เพื่อแจ้งกำหนดการส่งสินค้า รายละเอียดสินค้าและเอกสารที่เกี่ยวข้องไปยังคลังสินค้าล่วงหน้าก่อนวันส่งสินค้าเข้าคลังสินค้า และเมื่อสินค้ามาถึงคลังสินค้า เจ้าหน้าที่ของซิลลิคฟาร์มา จะดำเนินการตามขั้นตอนการควบคุมการรับสินค้าเข้าคลังสินค้าตามมาตรฐานและวิธีการปฏิบัติงานของซิลลิคฟาร์มา เช่น การตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง การถ่ายรูปสินค้า การนำสินค้าออกจากรถบรรทุก การนับจำนวนสินค้า การตรวจสอบสภาพสินค้าจากภายนอก การเก็บตัวอย่างสินค้า และการรับสินค้าเข้าเก็บในคลังสินค้า เพื่อรอคำสั่งปล่อยหรือกระจายสินค้าไปยังลูกค้าของบริษัทและบริษัทย่อยต่อไป

ในด้านการกระจายสินค้าหรือการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าของบริษัทและบริษัทย่อยตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ นั้น เมื่อบริษัทได้รับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าแล้ว เจ้าหน้าที่ประสานงานขาย (Sale Administration) ของบริษัทจะดำเนินการตรวจสอบรายชื่อลูกค้า รายละเอียดสินค้า ราคาสินค้า และโปรแกรมการส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อกรอกแบบฟอร์มคำสั่งซื้อ และแบบฟอร์มการเปิดบัญชีลูกค้าใหม่ (กรณีลูกค้าใหม่) พร้อมเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้อง ส่งให้ซิลลิคฟาร์มา เพื่อดำเนินการจัดส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อให้แก่ลูกค้าของบริษัทและบริษัทย่อยต่อไป ซึ่งซิลลิคฟาร์มา ดำเนินการจัดส่ง

สินค้าทุกวันยกเว้นวันอาทิตย์ ในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าภายในเวลา 16.00 น. สำหรับการจัดส่งสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซิลลิคฟาร์มาจะดำเนินการจัดส่งเพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าโดยประมาณภายใน 1 วันทำการนับจากวันสั่งซื้อ (T+1) และสำหรับการจัดส่งสินค้าไปยังต่างจังหวัด ลูกค้าจะได้รับสินค้าภายใน 3 วันทำการนับจากวันสั่งซื้อ (T+3) และในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าภายในเวลา 16.00 น. ก็จะได้รับสินค้าถัดจากวันดังกล่าวข้างต้นอีก 1 วันทำการ (T+2 หรือ T+4) ทั้งนี้ การจัดส่งสินค้าของซิลลิคฟาร์มา ครอบคลุมถึงการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้าในกรณีต่างๆ เช่น สินค้าชำรุด เสียหาย ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ เป็นต้น

ซิลลิคฟาร์มาเป็นผู้อนุมัติบัญชีลูกค้าและให้วงเงินเครดิตต่อลูกค้าของบริษัทและบริษัทย่อยตามนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานของซิลลิคฟาร์มา ซึ่งซิลลิคฟาร์มาเป็นผู้วางบิลและเรียกเก็บเงินค่าสินค้าจากลูกค้าของบริษัทและบริษัทย่อย โดยบริษัทจะบันทึกซิลลิคฟาร์มาเป็นลูกหนี้และเรียกเก็บเงินค่าสินค้าไปที่ซิลลิคฟาร์มาเพียงรายเดียวตามระยะเวลาเครดิตที่บริษัทให้แก่ซิลลิคฟาร์มา นอกจากนี้ ซิลลิคฟาร์มามีระบบการรายงานข้อมูลที่ได้มาตรฐาน รวดเร็ว สม่ำเสมอ และทันต่อความต้องการ เพื่อให้บริษัทได้รับทราบข้อมูลความเคลื่อนไหวด้านต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลรายงานการขาย ข้อมูลสต็อกสินค้าประเภทต่างๆ ข้อมูลการจัดส่งและรับคืนสินค้าจากลูกค้า รายงานอายุลูกค้า การค้าชำระ เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการและการวางแผนดำเนินงานของบริษัทได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

ทั้งนี้ ซิลลิคฟาร์มาเป็นผู้นำด้านการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชีย โดยกลุ่มซิลลิคฟาร์มา มีการดำเนินการในประเทศไทยมาเป็นเวลาประมาณ 70 ปี และมีการจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัท ซิลลิค ฟาร์มา จำกัด เมื่อปี 2539 ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 2 ล้านบาท ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 428 ล้านบาท ถือหุ้นโดยซิลลิค ฟาร์มา โฮลดิ้ง ลิมิเต็ด (บริษัทสัญชาติมาเลเซีย) ร้อยละ 99.9994 โดยในปี 2562 ซิลลิค ฟาร์มา มีรายได้รวม 58,702 ล้านบาท สินทรัพย์รวม 21,781 ล้านบาท หนี้สินรวม 20,191 ล้านบาท และมีส่วนของผู้ถือหุ้น 1,590 ล้านบาท ซิลลิคฟาร์มามีการให้บริการที่หลากหลาย ครอบคลุมตั้งแต่การขนส่งและการกระจายสินค้า เช่น ยา อุปกรณ์ทางการแพทย์ และวัสดุการทดลองทางคลินิก บริการดูแลด้านการขายและการตลาด จนถึงการให้บริการครบวงจรไปยังร้านค้าปลีก โดยมีเครือข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกใน 13 ประเทศในภูมิภาคเอเชีย รวมถึงการให้บริการแก่ แพทย์ โรงพยาบาล ร้านขายยา และคลินิกกว่า 290,000 แห่ง² มีความเชี่ยวชาญและนวัตกรรมที่ทันสมัยในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ ทั้งระบบสต็อกสินค้า ระบบจัดการคำสั่งซื้อ ระบบจัดส่ง ระบบวางบิล ซึ่งการว่าจ้างซิลลิคฟาร์มา จะสามารถช่วยให้บริษัทมีระบบการจัดเก็บสินค้าที่ดีและมีมาตรฐาน สามารถตรวจเช็คสินค้าในคลังได้อย่างถูกต้อง การจัดส่งสินค้ามีความสะดวก รวดเร็ว สินค้าส่งถึงมือลูกค้าในสภาพสมบูรณ์และตรงตามกำหนดเวลา และยังช่วยลดความเสี่ยงจากการจัดเก็บหนี้

ใบอนุญาตที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยเกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายและการนำเข้าผลิตภัณฑ์ด้านอาหารและยา ซึ่งต้องมีใบอนุญาตที่สำคัญที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

ผู้ได้รับใบอนุญาต

บริษัท : 1. ใบอนุญาตนำเข้าหรือส่งอาหารเข้ามาในราชอาณาจักร (อ.7) เลขที่ 10-3-21349 จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

ใบอนุญาต

² ที่มา : ข้อมูลจาก <http://www.corpus.bol.co.th>

³ ที่มา : ข้อมูลจาก <http://www.zuelligfirst.com>

2. ใบอนุญาตนำเข้าหรือส่งยาแผนปัจจุบันเข้ามาในราชอาณาจักร (น.ย.2) เลขที่ กท 26/2549 จาก อย. โดยใบอนุญาตกำหนดต้องมีเภสัชกรชั้นหนึ่งปฏิบัติงานประจำในบริษัทเพื่อทำหน้าที่ควบคุมยาที่นำเข้าหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักรให้เป็นไปตามถูกต้องตามคำรับยาที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้ ควบคุมการปฏิบัติเกี่ยวกับฉลาก ควบคุมการปฏิบัติเกี่ยวกับใบรับรองของผู้ผลิตแสดงรายละเอียด การวิเคราะห์ยาและเอกสารกำกับยา ควบคุมการทำบัญชียา และการเก็บยาตัวอย่าง ควบคุมการนำเข้าหรือส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร และควบคุมการจัดเก็บยาที่นำเข้าหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร ณ สถานที่เก็บยา เป็นต้น
3. ใบอนุญาตขายส่งยาแผนปัจจุบัน (ข.ย.8) เลขที่ กท 15/2560 จาก อย. โดยใบอนุญาตกำหนดต้องมีเภสัชกรชั้นหนึ่งปฏิบัติงานประจำในบริษัทเพื่อทำหน้าที่ควบคุมการแยกเก็บยา ควบคุมการปฏิบัติเกี่ยวกับฉลาก ควบคุมการทำบัญชียา ควบคุมการขายส่งยาแผนปัจจุบัน เป็นต้น
4. ใบอนุญาตนำเข้าซึ่งอาหารสัตว์ (บ.น.ส.1) เล่มที่ 34 ฉบับที่ 26/2559 จากกรมปศุสัตว์
5. ใบอนุญาตขายอาหารสัตว์ (บ.ข.ส.1) เล่มที่ 274 ฉบับที่ 3292/2559 จากกรมปศุสัตว์

- อินเทอร์เน็ตฟาร์มา : 1. ใบอนุญาตนำเข้าซึ่งอาหารสัตว์ (บ.น.ส.1) เล่มที่ 34 ฉบับที่ 29/2559 จากกรมปศุสัตว์
2. ใบอนุญาตขายอาหารสัตว์ (บ.ข.ส.1) เล่มที่ 180 ฉบับที่ 483/2558 จากกรมปศุสัตว์
3. ใบอนุญาตขายส่งยาแผนปัจจุบัน (ข.ย.8) เลขที่ กท 11/2561 จาก อย. โดยใบอนุญาตกำหนดต้องมีเภสัชกรชั้นหนึ่งปฏิบัติงานประจำในบริษัทเพื่อทำหน้าที่ควบคุมการแยกเก็บยา ควบคุมการปฏิบัติเกี่ยวกับฉลาก ควบคุมการทำบัญชียา ควบคุมการขายส่งยาแผนปัจจุบัน เป็นต้น

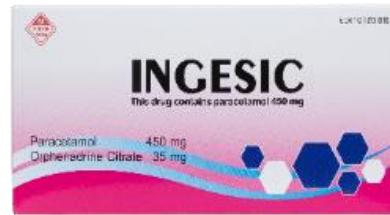
นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทและบริษัทย่อยนำมาจำหน่ายได้รับอนุญาตหรือขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกผลิตภัณฑ์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากโรงงานที่ได้มาตรฐานและผลิตภัณฑ์ได้รับการขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องครบถ้วนมาแล้วจากผู้ผลิตนั้นๆ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อหรือส่งผลิตจากต่างประเทศและบริษัทหรือบริษัทย่อยเป็นผู้นำเข้ามานั้น ก่อนการนำเข้ามาเพื่อจำหน่าย บริษัทหรือบริษัทย่อยต้องดำเนินการขออนุญาตหรือขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต้องได้รับอนุญาตนำเข้าจาก อย. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางต้องขอจดทะเบียนเครื่องสำอางกับ อย. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและอาหารสัตว์ สารผสมล่วงหน้าและผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์ ต้องได้รับอนุญาตนำเข้าจากกองควบคุมอาหารและยาสัตว์ กรมปศุสัตว์ และยาสัตว์ ต้องได้รับอนุญาตนำเข้าจาก อย. เป็นต้น

สำหรับบริษัท โมเดอร์น ฟาร์มา จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท อินเทอร์เน็ต ฟาร์มา จำกัด (มหาชน) โดยการซื้อกิจการบริษัท โมเดอร์น ฟาร์มา จำกัด เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2564 สถานที่ตั้งเลขที่ 197/1 หมู่ 1 ถนนสุขสวัสดิ์ ตำบลปากคลองบางปลากด อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ 10290 บริษัท โมเดอร์น ฟาร์มา จำกัด ประกอบธุรกิจหลัก ผลิตยาแผนปัจจุบันสำหรับมนุษย์และยาสำหรับสัตว์ โรงงานของบริษัท โมเดอร์น ฟาร์มา จำกัด ได้รับรองมาตรฐาน GMP จาก อย. และได้รับรองจาก ISO 9001 : 2015 คือ มาตรฐานของระบบบริหาร คุณภาพ ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอสินค้าที่โรงงานผลิตแบ่งออกเป็น 5 หมวด ได้แก่ ยาเม็ด ยาน้ำ ยาฉีดหรือครีม ยาแคปซูล และ ยาผง แต่ละประเภทยาได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อาทิเช่น

1. หมวดยาเม็ด



METFORIN (ยาเบาหวาน)



INGESIC (ยาลดอาการแพ้)



ZYFOPRO-500 (ยาฆ่าเชื้อแบคทีเรีย)



ZYRITINE (ยาแก้แพ้)

2. หมวดยาน้ำ



SALDA SYRUP
(ยาชาชาลดความเจ็บปวด)



BISOZIN SYRUP (ยาแก้ท้องเสีย)



PYRANAR SYRUP
(ยาแก้ไอ)



กาลาไมน์ 888 โลชั่น
(ยาทาแก้แพ้ – แก้คัน)

3. หมวดยาขี้ผึ้งหรือครีม



P-GEL
(ยาทาแก้ปวดเมื่อย)



DRAGON MUSCLE RUB
(ยาทาแก้ปวดเมื่อย)

4. หมวดยาแคปซูล



OMEZOLE
(ยารักษาโรคกระเพาะ)



ITRAZOLE
(ขาน้ำเชื้อรา)

5. หมวดยาผง

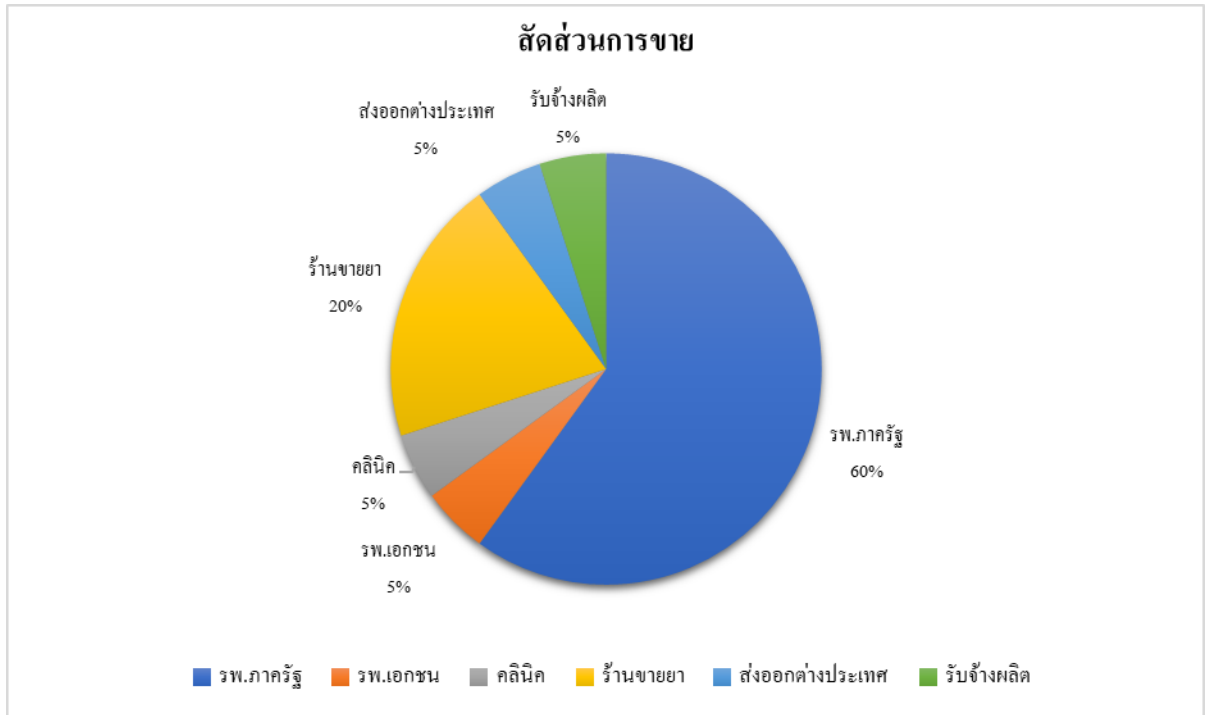


SUPENAC
(ยาละลายเสมหะ)



VICHLOTEP
(ยาสำหรับสัตว์)

การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท โมเดอร์น ฟาร์มา จำกัด ได้จัดจำหน่ายหลายช่องทางทั้งภายในประเทศ ประกอบด้วย โรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชน คลินิก ร้านขาย และออกส่งต่างประเทศ อาทิเช่น เมียนมาร์ กัมพูชา ลาว และฮ่องกง บริษัท โมเดอร์น ฟาร์มา จำกัด ยังเปิดช่องทางในรับจ้างผลิตยาให้กับลูกค้าอีกด้วย ผลิตภัณฑ์ของบริษัท โมเดอร์น ฟาร์มา จำกัด ได้มีการจำหน่ายหลายช่องทางและมีสัดส่วนการขายของบริษัท โมเดอร์น ฟาร์มา จำกัด ได้แบ่งออกเป็น สัดส่วนการขายดังต่อไปนี้



ผลิตภัณฑ์ยาของบริษัท โมเดอร์น ฟาร์มา จำกัด ได้รับมาตรฐาน GMP จาก อย. และระบบ ISO 9001 : 2015 โดยบริษัทมีนโยบายด้านคุณภาพ “ผลิตยาคุณภาพ ตรงตามมาตรฐาน มุ่งมั่นพัฒนาเพื่อความพึงพอใจในการบริการ” ซึ่งบริษัทยึดมั่นมาโดยตลอด ทั้งระบบการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุ และการจัดส่งให้กับลูกค้า พร้อมทั้งดูแลสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงาน กระบวนการกำจัดของเสีย เป็นต้น ซึ่งบริษัทฯ ได้รับรางวัลโรงงานมากมาย อาทิเช่น โครงการพัฒนาศักยภาพการใช้ประโยชน์จากข้อเสีย (3Rs) จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม รางวัลการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมขั้นที่ 2 จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม



บริษัท โมเดอร์น ฟาร์มา จำกัด ได้รับใบประกาศนียบัตรจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม รับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ขั้นที่ 2



รางวัล : โครงการพัฒนาศักยภาพการใช้ประโยชน์จากของเสีย

2.3 การตลาดและการแข่งขัน

2.3.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

บริษัทเชื่อว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและการเติบโตอย่างยั่งยืนทางธุรกิจ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ที่ช่วยสร้างความพึงพอใจและอัตราการซื้อซ้ำของลูกค้า รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการคิดค้น พัฒนา และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ และประสิทธิภาพสูง ได้มาตรฐานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในตลาด และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน

บริษัทมีนโยบายคัดเลือกและว่าจ้างผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่มีการผลิตที่ได้มาตรฐาน สามารถผลิตและจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพตรงตามส่วนประกอบที่บริษัทต้องการ ซึ่งเป็นสูตรและการผลิตเฉพาะของบริษัท รวมทั้งมีการทดสอบผลิตภัณฑ์ทุกชนิดก่อนการวางตลาด เพื่อให้มั่นใจได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ และเชื่อถือได้ อันเป็นการเสริมสร้างแบรนด์สินค้าของบริษัทให้มีความแข็งแกร่ง และมีศักยภาพในการแข่งขันในระยะยาว ในส่วนของการจัดหาผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากภายนอกเพื่อบำรุงรักษานั้น บริษัทมีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เชื่อถือได้ ภายใต้การผลิตที่ได้มาตรฐานและได้รับอนุญาตอย่างถูกต้อง รวมทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับและสามารถแข่งขันในตลาดได้

นอกจากนี้ บริษัทมีการติดตามและวิเคราะห์สภาวะตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับสภาพการแข่งขันในตลาด กระแสความนิยมและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค รวมทั้งเพื่อการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

2) ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

บริษัทมุ่งเน้นการทำการตลาดเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับคุณสมบัติและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ให้แก่ผู้บริโภคได้รู้จักในวงกว้าง เพื่อให้เกิดการรับรู้ เชื่อมั่น และจดจำตราสินค้าของบริษัท ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งบริษัทเชื่อว่าการทำการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความสนใจในสุขภาพมากขึ้น จะส่งผลดีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของบริษัท มีส่วนประกอบของสารอาหาร และแร่ธาตุต่างๆ มากมาย ที่มีคุณสมบัติหลากหลาย เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปผ่านทางผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติและประสิทธิภาพของส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งบริษัทมีการนำเสนอความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเป็นประจำ เพื่อสร้าง

ความสนใจแก่ผู้บริโภคผ่านการทำตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลทางวิชาการ การเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ และคุณประโยชน์ต่างๆ ของแต่ละผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ผ่านสื่อต่างๆ อาทิ นิตยสาร แผ่นพับ โบรชัวร์ รายการโทรทัศน์ และเว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น รวมถึงการให้ตัวอย่างสินค้าเพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ และความต้องการในผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะช่วยให้บริษัทมีรายได้และส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

บริษัทมีการประชาสัมพันธ์สินค้าและส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โดยบริษัทได้จัดให้มีสื่อออนไลน์ ได้แก่ Facebook : Interpharma Thailand, Instagram : interpharmaofficial, Line@ ID: @interpharma เป็นต้น ช่องทางซื้อสินค้าออนไลน์ทางเว็บไซต์ www.interpharmastore.com รวมทั้งจัดให้มี Call Center ทางโทรศัพท์หมายเลข 0-2634-0225 หรือ 08-2422-5999 เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการติดต่อกับบริษัทได้โดยตรง ซึ่งลูกค้าสามารถสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แสดงความคิดเห็น แนะนำ ดิชม หรือแจ้งปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่างๆ เพื่อรับทราบความต้องการของลูกค้าแต่ละราย และรับทราบปัญหาเพื่อการแก้ไขปรับปรุงต่อไป ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทกับลูกค้าในระยะยาว

3) ขยายช่องทางจำหน่ายไปสู่ตลาดต่างประเทศ

บริษัทมีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่จะเติบโตเป็นบริษัทชั้นนำในการนำเสนอผลิตภัณฑ์สุขภาพ และจะขยายช่องทางจัดจำหน่ายและทำการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ซึ่งในปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะในประเทศผ่านช่องทางการจำหน่ายต่างๆ ที่ครอบคลุมทั้งสถานพยาบาล ร้านค้า ร้านขายยา เครือข่ายร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (โมเดิร์นเทรด) และช่องทางออนไลน์ต่างๆ ซึ่งตามแผนการสร้างความเติบโตในอนาคต บริษัทมีเป้าหมายที่จะขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทไปยังตลาดใหม่ๆ ในต่างประเทศ เพื่อเป็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายให้แก่บริษัท โดยวางแผนการทำการตลาดและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัททุกผลิตภัณฑ์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศอื่นๆ ในเอเชีย เช่น ประเทศเกาหลีใต้ และจีน เป็นต้น รวมถึงการหาพันธมิตรทางธุรกิจในการเปิดตลาดในภูมิภาคยุโรป และอเมริกา

ทั้งนี้ บริษัทอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการทำการตลาดในต่างประเทศ ที่ได้เริ่มวางรากฐานทางธุรกิจ โดยเฉพาะในด้านบุคลากร ความรู้ ความเข้าใจ ขั้นตอนการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ และกฎ ระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการการค้าในประเทศนั้นๆ ซึ่งบริษัทมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้า เครือข่ายทางธุรกิจในประเทศ โดยมีการเข้าร่วมงานสัมมนา งานประชุมนิทรรศการ งานแสดงสินค้า รวมถึงการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก เป็นต้น เพื่อเป็นการสำรวจตลาดและสร้างโอกาสในการเข้าสู่ตลาดของประเทศนั้นๆ

4) เพิ่มผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนา คิดค้น และนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ครอบคลุมมากขึ้น โดยบริษัทจะได้ประโยชน์จากกลุ่มลูกค้าเดิมที่ชื่นชอบในผลิตภัณฑ์เดิมของบริษัทอยู่แล้ว ทำให้เกิดความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังสามารถเพิ่มฐานลูกค้าใหม่จากผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งในแต่ละปีบริษัทได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์มีคุณประโยชน์แตกต่างกันไปและสามารถครอบคลุมการดูแลสุขภาพและความงามได้มากขึ้น

โดยในปี 2563 ที่ผ่านมา บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า YUUYU ได้แก่ Natural Mouth Spray (ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นปาก) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Interpharma ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ PROBIOTA BL

(ผลิตภัณฑ์ลดอาการท้องผูก) ผลิตภัณฑ์ Proimmo (ผลิตภัณฑ์บำรุงตับ) ผลิตภัณฑ์ Vitamune (ผลิตภัณฑ์ลดอาการภูมิแพ้เสริมภูมิคุ้มกัน)

5) วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างแบรนด์ให้มีความแข็งแกร่ง

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าของบริษัทให้มีความแข็งแกร่ง ด้วยการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นบริษัทชั้นนำในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ดีเยี่ยม เพื่อให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดี ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทประสบความสำเร็จในการค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติโดดเด่น หลากหลาย และมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในตลาด เช่น การนำเทคโนโลยีชีวภาพโดยการใช้โปรไบโอติก (Probiotic) และพรีไบโอติก (Prebiotic) มาเป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์ที่บริษัทคิดค้นขึ้น เพื่อสร้างความสมดุลในระบบของร่างกาย ป้องกันโรค และช่วยให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มใส่ใจดูแลสุขภาพ เพื่อการมีสุขภาพที่ดี ชะลอวัย และมีชีวิตที่ยืนยาวขึ้นได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมมือกับคู่ค้าที่เป็นผู้รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศในการพัฒนาสูตรการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเพิ่มขึ้น สร้างความน่าเชื่อถือและการยอมรับในตลาดมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างชื่อเสียงและความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ของ INTERPHARMA ด้วยการมีสินค้าที่ดี มีคุณภาพสูงเทียบเท่ากับผลิตภัณฑ์แบรนด์ชั้นนำ ซึ่งบริษัทเชื่อว่าการให้การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีและต่อเนื่อง จะทำให้บริษัทมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันในระยะยาว

2.3.2 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ผลิตภัณฑ์รักษาสุขภาพและชะลอวัยที่บริษัทจำหน่ายจัดประเภทเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ซึ่งมีสถานการณ์การแข่งขันสูง โดยมีผู้ประกอบการในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมากทั้งโรงงานที่ผลิตและจำหน่ายเอง โรงงานรับจ้างผลิตสินค้าให้ผู้ประกอบการต่างๆ ผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ หรือบริษัทสาขาของบริษัทในต่างประเทศที่มีสาขาในประเทศไทย ซึ่งทิศทางการแข่งขันสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น การให้ความสำคัญต่อการดูแลและเสริมสร้างภาพลักษณ์ทั้งรูปร่างและหน้าตาให้ดูดี ตลอดจนทิศทางของประชากรของประเทศไทยที่กำลังจะก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในปี 2564 รวมทั้งการที่ผู้บริโภคต้องการหลีกเลี่ยงผลข้างเคียงจากการใช้ยาในการรักษา ต่างเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาสุขภาพและชะลอวัยที่มีนวัตกรรมที่ให้คุณค่าทางโภชนาการและมีหลักฐานการวิจัยแล้วว่า สารอาหารบางชนิดมีประสิทธิภาพในการป้องกันโรคและส่งเสริมสุขภาพโดยปราศจากผลข้างเคียง เช่น ช่วยเรื่องความจำ ระบบย่อยอาหาร การดูดซึม การไหลเวียนเลือด การนอนหลับ บำรุงสายตา กระดูก กล้ามเนื้อ ช่วยขับถ่าย เป็นต้น นอกจากนี้ การแข่งขันของผู้ประกอบการต่างๆ ยังมาจากการค้นหาผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคสามารถทำได้ง่ายจากการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็วผ่านช่องทางที่หลากหลายโดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ และสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพได้สะดวกมากขึ้นจากหลายช่องทาง เช่น ร้านขายยาและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ช่องทางออนไลน์ ตัวแทนขายตรง เป็นต้น ทำให้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น

ตลาดผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยงมีการแข่งขันสูง มีผู้ประกอบการในธุรกิจเป็นจำนวนมาก เนื่องจากปัจจุบันสัตว์เลี้ยงนับเป็นส่วนหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทต่อไลฟ์สไตล์การดำรงชีวิต มีคนที่ครองสัตว์มากขึ้น กู้แต่งงานที่ไม่มีบุตร และการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ มีคนอายุที่ยืนยาวมากขึ้น มีลูกน้อยลง ทำให้สัตว์เลี้ยงเสมือนเป็นเพื่อนหรือเป็นเสมือน

ถูกทดแทน ทำให้เกิดจำนวนสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยขยายตัวมากขึ้น และส่งผลต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงได้รับผลดีและมีการเติบโตเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์มีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยมีผู้ประกอบการในธุรกิจเป็นจำนวนมาก ทั้งผู้ประกอบการในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงและปศุสัตว์ เป็นต้น โดยทิศทางการแข่งขันสอดคล้องกับการขยายตัวของการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพในภาคการผลิตปศุสัตว์และโรงงานอาหารสัตว์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในฐานะเป็นหน่วยงานหลักที่สำคัญในการกำกับดูแลการผลิตปศุสัตว์ให้มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นไปตามมาตรฐาน ได้สนับสนุนโครงการเลี้ยงสัตว์ปลอดการใช้ยาปฏิชีวนะในระบบการผลิตสินค้าปศุสัตว์แบบครบวงจร ซึ่งเป็นการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ว่าด้วยการจัดการการดื้อยาต้านจุลชีพประเทศไทย พ.ศ. 2560 - 2564 โดยมีเป้าหมายในการลดการใช้ยาต้านจุลชีพในสัตว์ลงร้อยละ 30 ภายในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งจากปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวทำให้ปริมาณความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์เพื่อการบริโภคโดยลดการใช้ยาปฏิชีวนะมีแนวโน้มสูงขึ้น และส่งผลดีทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์มีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้น

ทิศทางเศรษฐกิจการปศุสัตว์ของประเทศไทย จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของประชากรไทยของสำนักงานสถิติพบว่า ประชากรไทย ที่บริโภคอาหารกลุ่มเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์นั้นมีจำนวนมากถึง 59,066,157 คน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95.78 ของจำนวนประชากรทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) โดยเป็นกลุ่มที่มีการบริโภคทุกวันร้อยละ 31.98 ซึ่งในกลุ่มนี้โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากถึงร้อยละ 16.21 สะท้อนให้เห็นได้ว่าประชากรไทยเป็นกลุ่มบริโภคเนื้อสัตว์อย่างชัดเจน ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับที่ 21 ของโลก โดยจากสถิติในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2559 อยู่ที่ 68,200,824 คน (Central Intelligence Agency, 2016) และจำนวนประชากรของไทย ปีพ.ศ. 2558 อยู่ที่ 67,959,359 คน โดยเฉลี่ยแล้วประชากรของประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวในช่วง 20 ปี ที่ผ่านมาอยู่ที่ประมาณร้อยละ 0.71

นอกจากนี้ ด้วยพลวัตของโลกที่เปลี่ยนแปลง ทำให้ผู้บริโภคคำนึงถึงการมีชีวิตที่ยืนยาว ด้วยวิถี ของการดูแลสุขภาพมากขึ้น ตาม 4 Good ได้แก่ Good Food, Good Mood, Good Health และ Good Life ซึ่งในส่วนของการมีชีวิตยืนยาวด้วยอาหาร หรือ Good Food นั้น ทำให้คาดการณ์ได้ว่ากลุ่มอาหารที่ตอบโจทย์ ผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคตจะมีลักษณะดังนี้ (มิตชนออนไลน์, 2559)

- (1) อาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารจากธรรมชาติ เช่น Sugar Free, Fat Free, Dairy Free, Organic, Probiotic, Vegan
- (2) อาหารสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากในอีก 5 ปีข้างหน้า ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ อย่างเต็มขั้น
- (3) อาหารฟิวชั่นยุคใหม่ เช่น อาหารที่ผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมกับการพัฒนาให้ดูแปลกตา และมีความทันสมัยเพิ่มมากขึ้น
- (4) อาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูป เพื่อตอบสนองความต้องการของคนเมือง
- (5) อาหารฮาลาล เนื่องจากการขยายตัวที่เพิ่มมากขึ้นของประชากรมุสลิม
- (6) อาหารเสริมและเครื่องดื่มนานาชนิด
- (7) อาหารที่ได้รับการยืนยันความปลอดภัยจากระบบต่างๆ โดยองค์กรที่น่าเชื่อถือ
- (8) อาหารที่ได้รับความสนใจ และสามารถเข้าถึงได้ง่าย
- (9) อาหารที่ได้รับอิทธิพลจากโลกดิจิทัลสู่พฤติกรรมผู้บริโภค
- (10) อาหารที่ตอบโจทย์ความต้องการของคนกลุ่ม Generation Z

ดังนั้นสารเสริมหรือสารผสมล่วงหน้าเพื่อเป็นวัตถุดิบต้นน้ำเพื่อผลิตอาหารสัตว์เพื่อเลี้ยงสัตว์ให้เป็นอาหารที่ปลอดภัย แตกต่าง และเพื่อสุขภาพ จึงเป็นที่ต้องการของผู้ผลิตปศุสัตว์ในอนาคต ทางบริษัทฯ จึงเล็งเห็นถึงการตอบสนองผู้ผลิตปศุสัตว์ด้วยการนำผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยผู้ผลิตปศุสัตว์สามารถผลิตอาหารที่สามารถตอบสนองผู้บริโภค ภายใต้ต้นทุนการผลิตที่เป็นไปได้

ภาพรวมการแข่งขันในกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งสำหรับคนและสำหรับสัตว์นั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เน้นการแข่งขันด้านคุณภาพและสูตรของผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ของตราสินค้า และทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์เป็นหลัก โดยมีปัจจัยเสริมอื่นๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค เช่น ชื่อเสียงของผู้ผลิต ราคา กิจกรรมส่งเสริมการตลาด นวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิต รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น หากผลิตภัณฑ์ใดมีความน่าเชื่อถือสูง มีภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ดี มีความแตกต่างโดดเด่นเหนือผลิตภัณฑ์คู่แข่งรายอื่น ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด รวมทั้งยังมีช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าที่ง่ายและสะดวก ผลิตภัณฑ์นั้นก็มีโอกาสได้รับการเลือกซื้อหรือเลือกใช้จากผู้บริโภคสูงขึ้น

สภาพการแข่งขันในตลาดในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทและบริษัทย่อยจำหน่าย แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาสุขภาพและชะลอวัย**

ผลิตภัณฑ์กลุ่มซันไบโอติก ได้แก่ Probac 7, Probac 10 Plus ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่บริษัทเป็นผู้บุกเบิก และมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอื่นๆ ที่จำหน่ายในตลาด มีคู่แข่งในตลาดเพียงไม่กี่ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่นำเข้าผลิตภัณฑ์ยาและเวชภัณฑ์หลากหลายกลุ่มสินค้าและตราสินค้าจากต่างประเทศ เช่น บริษัท แอ็บบอดลาบอเรตอรีส จำกัด (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร Biogaia) ซึ่งมีขนาดธุรกิจทั้งรายได้และสินทรัพย์ที่แตกต่างจากบริษัท ทำให้ไม่สามารถเปรียบเทียบกันได้หากพิจารณาเพียงขนาดธุรกิจว่าบริษัทใดเป็นคู่แข่งสำคัญในระดับเดียวกับบริษัท โดยการแข่งขันทะหนักจะเป็นการแข่งขันด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภครับรู้ได้จากการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักและรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการซื้อใหม่และการซื้อซ้ำ

สำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอื่นๆ ในกลุ่มนี้ที่บริษัทจำหน่าย เช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นภูมิคุ้มกันร่างกาย ผลิตภัณฑ์โอเมก้า 3 ผลิตภัณฑ์รวมสารอาหารเพื่ออวัยวะสำคัญ ผลิตภัณฑ์รวมสารต้านอนุมูลอิสระ ผลิตภัณฑ์วิตามินรวม คู่แข่งเป็นบริษัทผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีลักษณะจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั่วไปที่ผู้บริโภคได้รับประทานเพื่อได้รับสารอาหารครบถ้วน หรือบริโภคให้มีสุขภาพแข็งแรง เช่น บริษัท เมก้า โลฟโซแอ็นซ์ จำกัด (มหาชน) (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้ตราสินค้า MEGA We Care) บริษัท เอ็นบีดี เฮลท์แคร์ จำกัด (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้ตราสินค้า Vistra) บริษัท แบลคมอร์ส จำกัด (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้ตราสินค้า Blackmores) เป็นต้น ซึ่งบริษัทคู่แข่งดังกล่าวมีขนาดธุรกิจทั้งรายได้และสินทรัพย์ที่แตกต่างจากบริษัท ทำให้ไม่สามารถเปรียบเทียบกันได้หากพิจารณาเพียงขนาดธุรกิจว่าบริษัทใดเป็นคู่แข่งสำคัญในระดับเดียวกับบริษัท

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมความงาม**

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทในกลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมความงาม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ฟิลเลอร์ Perfectha โดยมีคู่แข่งที่สำคัญ เช่น บริษัท แอลเลอร์แกน (ประเทศไทย) จำกัด (ผลิตภัณฑ์ฟิลเลอร์ Juvederm, บริษัท กัลเดอร์มา (ประเทศไทย) จำกัด (ผลิตภัณฑ์ฟิลเลอร์ Restylane, Emervel) บริษัท เมิร์ซ เฮลท์แคร์ (ประเทศไทย) จำกัด (ผลิตภัณฑ์ฟิลเลอร์ Belotero) เป็นต้น ซึ่งบริษัทเหล่านี้ส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดเป็นบริษัทข้ามชาติหรือเป็นบริษัทสาขาของบริษัทต่างประเทศที่มี

ขนาดธุรกิจใหญ่กว่าบริษัทหลายเท่าตัว (วัดตามขนาดรายได้) และมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายครบวงจร เช่น เวชภัณฑ์ยา เวชสำอาง เป็นต้น โดยคู่แข่งที่มีขนาดธุรกิจและมีสายผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกันกับบริษัท เช่น (1) บริษัท เมดิเซเลส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมลงทุนระหว่างบริษัทสัญชาติไทยและเกาหลีใต้ ประกอบธุรกิจนำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฟิเลเดอร์ Neuramis เป็นต้น

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์**

- ผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลและส่งเสริมสุขภาพของสัตว์เลี้ยง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามลักษณะผลิตภัณฑ์ คือ

1) กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ไม่เน้นอาหารสัตว์เลี้ยง คู่แข่งที่สำคัญในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

- กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์โภชนเภสัชสำหรับสัตว์เลี้ยง : คู่แข่งขันในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย ได้แก่ บริษัท โอ สแควร์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร Mega O.F.A. Plus) บริษัท ยูโนเวท เน็ตเวิร์ค จำกัด (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร Ferric Plus-K, Caredio-Balance เป็นต้น) บริษัท ที.เจ.แอนนิมัล เฮลท์ จำกัด (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร AKTIVAIT, COATEX, SAMYLIN, SYNOQUIN เป็นต้น) เป็นต้น

- กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แชมพูรักษาโรคผิวหนัง เวชสำอาง และเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง : คู่แข่งขันในกลุ่มนี้มีทั้งบริษัทที่นำเข้าสินค้ามาเพื่อจำหน่ายและบริษัทที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเอง ได้แก่ บริษัท แอนิเทค โทเทิล โซลูชั่น จำกัด (ผลิตภัณฑ์แชมพู Hartz) บริษัท เวอร์แบค (ประเทศไทย) จำกัด (ผลิตภัณฑ์แชมพู Allermyl) บริษัท ที.เจ.แอนนิมัล เฮลท์ จำกัด (ผลิตภัณฑ์แชมพู Vet Novel) บริษัท เบสซี่ แอรอน จำกัด (ผลิตภัณฑ์แชมพู Canine Care) บริษัท เว็ทเทอริน่า (ประเทศไทย) จำกัด (ผลิตภัณฑ์แชมพู Dermasebb) เป็นต้น

ทั้งนี้ คู่แข่งขันที่มีขนาดธุรกิจ (วัดตามขนาดรายได้) และมีสายผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกันกับบริษัทย่อย (อินเตอร์เวทต้า) เช่น บริษัท ยูโนเวท เน็ตเวิร์ค จำกัด บริษัท ที.เจ.แอนนิมัล เฮลท์ จำกัด บริษัท เบสซี่ แอรอน จำกัด เป็นต้น

2) กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง : คู่แข่งขันทางตรงในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง คือ ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูปสำหรับสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยซึ่งผลิตจากวัตถุดิบเนื้อไก่และปลาคุณภาพสูงเช่นเดียวกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสำหรับคน เช่น บริษัท ฟู้ดอินโนวา เทคคิง แอนด์ เซอร์วิส จำกัด (ผลิตภัณฑ์อาหารแมว Nekko) บริษัท ไฮคิว ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด (ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง Felina Canino) เป็นต้น สำหรับคู่แข่งทางอ้อมส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาติที่เป็นผู้ผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงชั้นนำและมีสาขาในประเทศไทย เช่น บริษัท โรยัล คานิน (ประเทศไทย) จำกัด (ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง Royal Canin) บริษัท ฮิลล์ เพ็ท นูทริชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง Hill's Science Diet) เป็นต้น ที่เหลือเป็นผู้นำเข้าผู้ผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง เช่น บริษัท เยี่ยมพาณิชย์ เพ็ทฟู้ด จำกัด (ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง Orijen) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทย่อย (อินเตอร์เพ็ททรีนา) เพิ่งเริ่มประกอบธุรกิจและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปี 2561 ดังนั้น ขนาดธุรกิจของกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงของอินเตอร์เพ็ททรีนาจึงยังไม่สามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นๆ ในอุตสาหกรรมได้ ทั้งขนาดรายได้และสินทรัพย์

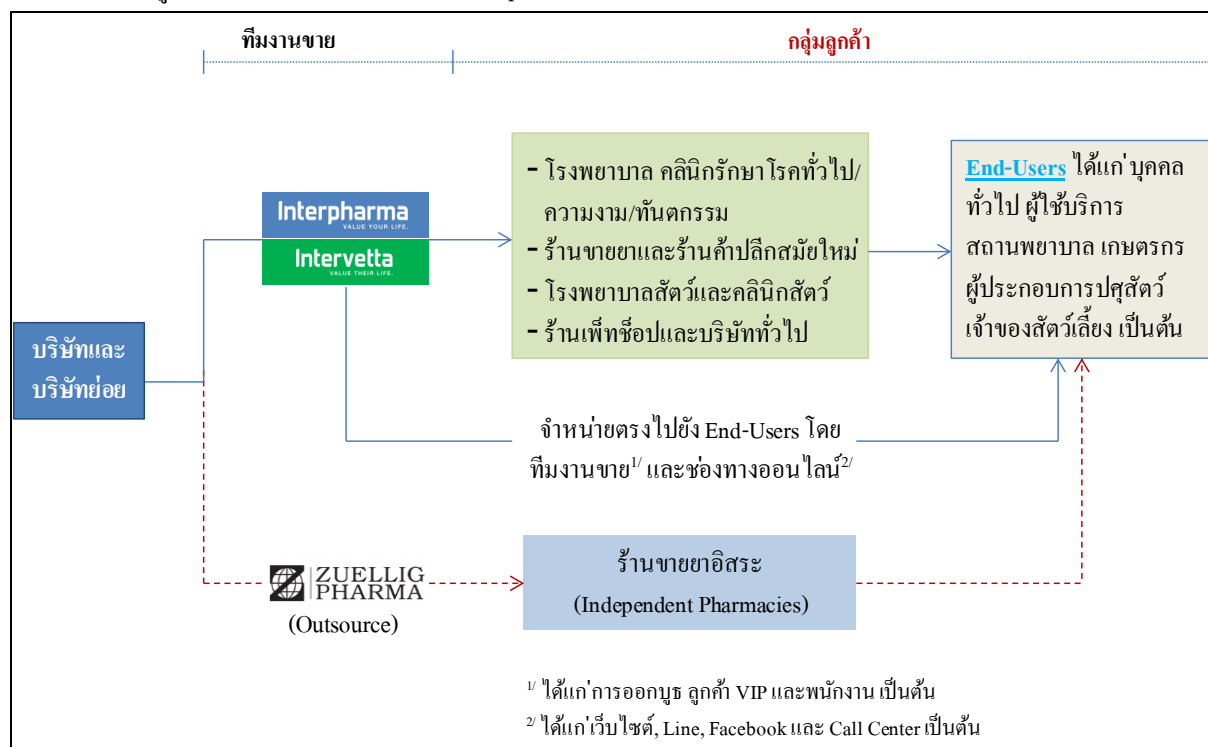
- **กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์**

ผลิตภัณฑ์หลักในกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์สารผสมลวกหน้าและผลิตภัณฑ์เวชศาสตร์ โดยคู่แข่งในธุรกิจที่สำคัญในกลุ่มนี้ทั้งหมดเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์ทั้งใน

ประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ บริษัท อีเลนโค (ประเทศไทย) จำกัด (ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์สุขภาพอเมริกา) บริษัท แอนิเทค โทเทิล โซลูชั่น จำกัด (ธุรกิจสุขภาพสัตว์เครื่องของบริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน)) บริษัท ออลเทค ไบโอเทคโนโลยี คอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัท เวทโปรดักส์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทย่อย (อินเทอร์เน็ตเว็ตต้า) เพิ่งเริ่มประกอบธุรกิจและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์ในไตรมาส 4 ปี 2560 ดังนั้น ขนาดธุรกิจของกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์ของอินเทอร์เน็ตเว็ตต้าจึงไม่สามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นๆ ในอุตสาหกรรมได้ ทั้งขนาดรายได้และสินทรัพย์

2.3.3 ลักษณะลูกค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้าที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อย ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการต่างๆ ได้แก่ สถานพยาบาล ร้านแพ็ทช็อป ธุรกิจฟาร์มปศุสัตว์ ร้านขายยาอิสระแบบดั้งเดิม ร้านขายยาสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (โมเดิร์นเทรด) เป็นต้น ซึ่งซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อยไปเพื่อจำหน่ายหรือให้บริการแก่ผู้บริโภคสุดท้าย (End Users) อีกทอดหนึ่ง นอกจากนี้ ยังมีลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคสุดท้าย (End Users) ได้แก่ บุคคลทั่วไป ผู้ใช้บริการสถานพยาบาล เจ้าของสัตว์เลี้ยง ผู้ประกอบการปศุสัตว์ เกษตรกร เป็นต้น ซึ่งมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์โดยตรงจากบริษัทและบริษัทย่อย ผ่านทีมงานขายของบริษัทและบริษัทย่อย และช่องทางจำหน่ายแบบออนไลน์โดยใช้ Social Network ต่างๆ ของบริษัท เช่น เว็บไซต์ www.interpharmastore.com, Facebook, Line@ และ Instagram เป็นต้น รวมทั้งสั่งซื้อผ่านทีมงานขายของซัลลิคฟาร์มาในกรณีของลูกค้าประเภทร้านขายยาอิสระ (Independent Pharmacies)



ในปี 2561 - 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของไปยังลูกค้ากลุ่มต่างๆ จำแนกตามลักษณะลูกค้าแต่ละประเภท ดังนี้

ลักษณะลูกค้า	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย						
1. โรงพยาบาลและคลินิก	168.38	53.15	127.98	34.46	90.98	20.58
2. ร้านขายยาสมัยใหม่และร้านค้าปลีกสมัยใหม่	22.21	7.01	36.65	9.87	36.91	8.35
3. ร้านขายยาอิสระ	13.09	4.13	20.49	5.52	20.71	4.68
4. โรงพยาบาลและคลินิกรักษาสัตว์	26.62	8.40	40.36	10.87	71.19	16.10
5. ร้านเฟรนช์ช็อป และบริษัทจำหน่ายเวชสำอาง และเวชภัณฑ์สัตว์	65.45	20.66	82.75	22.29	130.50	29.52
6. ผู้บริโภคทั่วไปหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ (End Users)	21.08	6.65	63.10	16.99	91.81	20.77
รวมรายได้จากการขาย	316.83	100.00	371.33	100.00	442.10	100.00

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 เป็นต้นมา ภายหลังจากบริษัทและบริษัทย่อยเปลี่ยนรูปแบบการขายสินค้าและรับชำระเงินจากลูกค้าโดยตรง มาเป็นการขายและรับชำระเงินผ่านซิดลิลฟาร์มาแทน โดยบริษัทและบริษัทย่อยบันทึกซิดลิลฟาร์มาเป็นลูกหนี้การค้าและเรียกเก็บเงินค่าสินค้าไปที่ซิดลิลฟาร์มาเพียงรายเดียว อย่างไรก็ตาม หากพิจารณารายได้จากการขายในปี 2560-2563 โดยพิจารณาจากกลุ่มลูกค้าทั้งที่ซื้อสินค้าจากบริษัทและบริษัทย่อยโดยตรงหรือซื้อผ่านซิดลิลฟาร์มา (ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 เป็นต้นมา) บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีรายได้จากการขายจากลูกค้ารายใดรายหนึ่งที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายรวม

นอกจากนี้ หากพิจารณากลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นผู้บริโภคหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ (End Users) ที่มีแนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์กลุ่มต่างๆ ของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถแบ่งตามลักษณะผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

- **ผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรมการความงามสำหรับคน**

ผลิตภัณฑ์รักษาสุขภาพและชะลอวัย มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มคนวัยทำงาน และผู้สูงอายุ ที่มีระดับรายได้ปานกลางถึงสูง และให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพให้แข็งแรงด้วยการใช้สารอาหารทดแทนโดยไม่ใช้ยา

ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมการความงาม มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน ที่มีระดับรายได้ปานกลางถึงสูง มีความใส่ใจด้านสุขภาพความงาม และให้ความสำคัญกับการมีใบหน้าและผิวพรรณที่สวยงาม

- **ผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์** มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ ผู้ประกอบการปศุสัตว์ ผู้ผลิตอาหารสัตว์ และเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มีความใส่ใจในสุขภาพ อนามัย และความปลอดภัยของสัตว์ที่เลี้ยง

2.3.4 นโยบายกำหนดราคา

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทและบริษัทย่อยจำหน่ายมีทั้งผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทและบริษัทย่อยเอง ผลิตภัณฑ์ของเจ้าของสินค้านำเข้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายหรือซื้อมาเพื่อจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้า ซึ่งในกรณีที่บริษัทและบริษัทย่อยเอง บริษัทกำหนดราคาขายด้วยวิธีต้นทุนบวกอัตรากำไร (Cost Plus Margin) โดยพิจารณาถึงต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปัจจัยอื่นๆ เช่น การวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ การยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ความต้องการซื้อสินค้า ขนาดบรรจุของสินค้า เป็นต้น โดยมีการกำหนดราคาสินค้ามาตรฐาน (Standard Price List) ของแต่ละสินค้าในแต่ละช่องทางการจำหน่ายตามความเหมาะสม โดยราคาขายสินค้าต้อง

สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ อย่างไรก็ตาม ราคาขายสินค้าอาจมีการปรับลดราคาจากราคามาตรฐานเพื่อรองรับกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือโปรโมชั่นในรูปแบบต่างๆ เช่น การให้ส่วนลดราคา การให้ของแถม เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องรักษาอัตรากำไรขั้นต้นที่เพียงพอรองรับกับค่าใช้จ่ายในการขาย บริหารและค่าใช้จ่ายดำเนินงานต่างๆ ของบริษัทได้

สำหรับกรณีสินค้าที่บริษัทและบริษัทย่อยเป็นตัวแทนจำหน่ายหรือซื้อมาเพื่อมาจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้า ราคาขายสินค้าส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยเจ้าของสินค้าหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้านั้นๆ ซึ่งต้องเป็นราคาที่บริษัทสามารถทำได้ตามสมควรหลังหักต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าโดยเจ้าของสินค้าหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้านั้นๆ จะมีการแจ้งให้บริษัทและบริษัทย่อยทราบล่วงหน้า เพื่อให้บริษัทได้เตรียมการวางแผนการขายได้อย่างเหมาะสม

2.3.5 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทและบริษัทย่อยจำหน่ายสินค้าในประเทศทั้งหมด โดยจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่าย 2 ช่องทาง คือ

1) ทีมงานขายของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัทและบริษัทย่อยมีทีมงานขายทำหน้าที่เป็นผู้หา ติดต่อ สร้างสัมพันธ์ และดูแลการขายสินค้ากับลูกค้ากลุ่มต่างๆ ได้แก่ ผู้ประกอบการสถานพยาบาลทั้งคนและสัตว์ สถานเสริมความงาม ร้านเพ็ชร์อุป บริษัททั่วไป ร้านขายยาสมัยใหม่และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (โมเดิร์นเทรด) ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะนำสินค้าของบริษัทและบริษัทย่อยไปจำหน่ายหรือให้บริการต่อแก่ลูกค้าของตนที่เป็นผู้บริโภคสุดท้าย (End-Users) อีกทอดหนึ่ง ดังนั้น ลูกค้ากลุ่มนี้จึงเปรียบเสมือนเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัทและบริษัทย่อยด้วย นอกจากนี้ บริษัทและบริษัทย่อยยังมีการขายสินค้าโดยตรงให้แก่ผู้บริโภคสุดท้ายโดยใช้ทีมงานขายของบริษัทและบริษัทย่อย และขายผ่านช่องทางออนไลน์โดยใช้ Social Network ต่างๆ ของบริษัท เช่น เว็บไซต์ www.interpharmastore.com, Facebook, Line@ และ Instagram เป็นต้น

บริษัทและบริษัทย่อยมีทีมงานขายที่มีความรู้และมีประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรมความงามสำหรับคน และผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์เป็นอย่างดี โดยทีมงานขายรับผิดชอบงานการขายตั้งแต่การเข้าพบเพื่อรับทราบข้อมูลความต้องการของลูกค้า นำเสนอผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ โดยมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ รวมถึงงานดูแลการขายสินค้าให้แก่ลูกค้ากลุ่มต่างๆ ทั้งนี้ พนักงานฝ่ายขายได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของเงินเดือนประจำและเงินจูงใจในการขายหรือค่าคอมมิชชั่นซึ่งกำหนดตามเป้าหมายการขายเป็นรายปีและมีการทบทวนเป็นประจำทุกปีโดยการอนุมัติของฝ่ายบริหาร ซึ่งบริษัทและบริษัทย่อยจ่ายค่าคอมมิชชั่นให้พนักงานฝ่ายขายโดยแบ่งจ่ายเป็นงวดและจะจ่ายครบทุกงวดสำหรับการขายที่ได้รับชำระเงินครบทั้งหมดแล้วเท่านั้น

2) ทีมงานขายของซิดลิกฟาร์มา

บริษัทมีการทำสัญญาส่งเสริมการขาย (Contract Sales Organisation Promotion Agreement) กับซิดลิกฟาร์มา เพื่อให้ซิดลิกฟาร์มาเป็นผู้รับผิดชอบในการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในช่องทางร้านขายยาอิสระ (Independent Pharmacies) ทั่วประเทศ โดยซิดลิกฟาร์มาเป็นผู้จัดหาและว่าจ้างทีมงานขายเพื่อขายและส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทตามที่กำหนดในสัญญา ได้แก่ Probac 7, PreBS, PreBO, Astacurmin, Multivitamin, YUUU Cleansing Mousse, ยาสิฟัน YUUU และ TS6 - Lady Health เป็นต้น ให้แก่ลูกค้าประเภทร้านขายยาอิสระในประเทศไทยเท่านั้น โดยบริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย ค่าโฆษณา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ บริษัทและบริษัทย่อยมีช่องทางประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่บริษัทและบริษัทย่อยจำหน่ายผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โบรชัวร์ แผ่นพับ เว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น รวมทั้งยังสามารถติดตามข้อมูล

ข่าวสารของบริษัทและบริษัทย่อยผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ www.interpharma.co.th และ www.mariapetfood.com ; Facebook: Interpharma Thailand และ Intervetta: Line ID: @interpharma และ @intervetta นอกจากนี้ ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ Call Center ทางโทรศัพท์หมายเลข 0-2634-0225, 08-2422-5999 ระหว่างเวลา 8:30 - 17:00 น. และทางอีเมล cs@interpharma.co.th

2.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

2.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ข้อความดังต่อไปนี้แสดงถึงปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญบางประการอันอาจมีผลกระทบในทางลบต่อบริษัท และมูลค่าหุ้นของบริษัท นอกเหนือจากปัจจัยความเสี่ยงที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ อาจมีความเสี่ยงอื่นๆ ซึ่งบริษัทไม่อาจทราบได้ในขณะนี้หรือเป็นความเสี่ยงที่บริษัทพิจารณาในขณะนี้ว่าไม่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งอาจเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่มีความสำคัญต่อไปในอนาคต ความเสี่ยงดังกล่าวอาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจ รายได้ ผลกำไร สินทรัพย์ สภาพคล่อง แหล่งเงินทุน ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน หรือโอกาสของบริษัท

ข้อความในลักษณะที่เป็นการคาดการณ์ในอนาคต (Forward-Looking Statements) ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ หรือโครงการในอนาคต การคาดการณ์เกี่ยวกับผลประกอบการ ธุรกิจ แผนการขยายธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจของบริษัท นโยบายของรัฐและอื่นๆ ซึ่งเป็นการคาดการณ์ถึงเหตุการณ์ในอนาคต อันเป็นความเห็นของบริษัทในปัจจุบัน ซึ่งมีได้เป็นการรับรองผลการประกอบการหรือเหตุการณ์ในอนาคต และผลที่เกิดขึ้นจริงอาจมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจากการคาดการณ์หรือคาดคะเนก็ได้ สำหรับข้อมูลในส่วนนี้ที่อ้างถึงหรือเกี่ยวข้องกับภาวะเศรษฐกิจหรืออุตสาหกรรมในภาพรวมของประเทศ ได้มาจากข้อมูลที่มีการเปิดเผยหรือคัดย่อจากสิ่งพิมพ์หรือจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ โดยที่บริษัทมิได้ทำการตรวจสอบหรือรับรองความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าวแต่ประการใด

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

(1) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ กฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทและบริษัทย่อยนำมาจำหน่ายต้องได้รับอนุญาตหรือขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกผลิตภัณฑ์ โดยต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากโรงงานที่ได้มาตรฐานและผลิตภัณฑ์ได้รับการขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องครบถ้วนมาแล้วจากผู้ผลิตนั้นๆ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อหรือสั่งผลิตจากต่างประเทศและบริษัทหรือบริษัทย่อยเป็นผู้นำเข้ามานั้น ก่อนการนำเข้ามาเพื่อจำหน่าย บริษัทหรือบริษัทย่อยต้องดำเนินการขออนุญาตหรือขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต้องได้รับอนุญาตนำเข้าจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางต้องขอจดทะเบียนเครื่องสำอางกับ อย. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและอาหารสัตว์ สารผสมลวกหน้าและผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์ ต้องได้รับอนุญาตจากกองควบคุมอาหารและยาสัตว์ กรมปศุสัตว์ และผลิตภัณฑ์ยาสัตว์ต้องได้รับอนุญาตนำเข้าจาก อย. เป็นต้น รวมทั้งบริษัทและบริษัทย่อยยังต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของใบอนุญาตต่างๆ ที่ได้รับในการดำเนินธุรกิจอย่างเคร่งครัด

ดังนั้น การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ หลักเกณฑ์และมาตรฐานการควบคุมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งที่บังคับใช้ในปัจจุบัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นอย่างมาก ซึ่งบริษัทต้องมีการติดตามเพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอยู่ตลอดเวลา ซึ่งบางครั้งการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่างๆ อาจทำให้บริษัทมีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ หากมีการตรวจพบว่าบริษัทไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง หรือผลิตภัณฑ์ที่บริษัทและบริษัทย่อยนำมาจำหน่ายไม่ผ่านการขึ้นทะเบียนหรือได้รับอนุญาตตามกฎหมายกำหนด หรือไม่สามารถต่ออายุใบอนุญาตใดๆ ที่มีผลต่อการการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย อาจส่งผลกระทบในทางลบต่อผลิตภัณฑ์ ชื่อเสียง การดำเนินธุรกิจ หรือโอกาสทางธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทจึงต้องให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ หลักเกณฑ์ และมาตรฐานในการควบคุมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด โดยบริษัทมีฝ่ายจดทะเบียนผลิตภัณฑ์และลิขสิทธิ์เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินการดังกล่าว รวมทั้งติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในกฎหมาย กฎระเบียบ หลักเกณฑ์ และมาตรฐานการควบคุมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

บริษัทอย่างใกล้ชิด และมีการรายงานผู้บริหารให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลง และแนวโน้มการเปลี่ยนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตอย่างรวดเร็ว สม่ำเสมอ เพื่อที่บริษัทจะได้เตรียมการเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันทั่วถึง และไม่เป็นการอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทในอนาคต

(2) ความเสี่ยงจากการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม

จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพและความงามมากขึ้น โดยให้ความสำคัญมากขึ้นกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เป็นทางเลือกเพื่อเสริมภูมิคุ้มกันหรือบำรุงร่างกายให้แข็งแรง หลีกเลี่ยงการใช้ยาและผลข้างเคียงจากการใช้ยาในการรักษา รวมทั้งมีความใส่ใจด้านความงามและรูปลักษณ์ภายนอกเพิ่มขึ้นตามกำลังซื้อของผู้บริโภค ทำให้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น มีผู้ประกอบการเข้ามาในตลาดเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้สถานการณ์การแข่งขันในตลาดมีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพ / ความงามสำหรับคนและสัตว์เป็นจำนวนมาก ทั้งผู้ประกอบการที่มีโรงงานผลิตสินค้าของตนเอง และผู้ประกอบการที่มีการจ้างผู้รับจ้างผลิตสินค้าจากภายนอกหรือนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมาจำหน่าย รวมถึงบริษัทสาขาของบริษัทข้ามชาติที่มีตราสินค้าเป็นของตนเองในประเทศไทย เป็นต้น ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์ในตลาดจำนวนมากหรือมีสินค้าทดแทนที่มีลักษณะเดียวกัน คุณสมบัติใกล้เคียงกันในตลาดจำนวนมาก หลากหลายตราสินค้า ประกอบกับการรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นไปอย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าต่างก็ต้องพัฒนาสินค้าให้ทันกับสถานการณ์ตลาด กระแสความนิยม และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามความนิยมและทัศนคติต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ซึ่งหากบริษัทและบริษัทย่อยไม่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งทั้งผู้ประกอบการรายเดิมและผู้ประกอบการรายใหม่ได้ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ และผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทในระยะยาว

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงได้กำหนดกลยุทธ์การแข่งขันในรูปแบบต่างๆ เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ และมีความหลากหลายของหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ครอบคลุมมากขึ้น ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างในด้านภาพลักษณ์และค่านาเชื่อถือและคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเพื่อการสร้างตราสินค้าให้แข็งแกร่ง วางตำแหน่งทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายเพื่อเพิ่มการเข้าถึงของลูกค้าให้มากขึ้น เป็นต้น ซึ่งบริษัทเชื่อว่าการดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าวจะทำให้บริษัทมีศักยภาพเพิ่มขึ้นและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้อย่างยั่งยืน

(3) ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทมีการทำธุรกรรมที่เกี่ยวกับเงินตราต่างประเทศในส่วนของการนำเข้าและการส่งผลิตสินค้าคุณภาพจากต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ไต้หวัน และเกาหลีใต้ เป็นต้น โดยมีการจ่ายชำระเป็นสกุลเงินดอลลาร์ออสเตรเลียและดอลลาร์สหรัฐเป็นหลัก ในขณะที่บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าทั้งหมดเป็นเงินสกุลบาท

บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากความผันผวนของเงินตราต่างประเทศ ในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทและสกุลเงินต่างประเทศมีความผันผวนหรือค่าเงินบาทอ่อนตัว จะทำให้บริษัทมีต้นทุนค่าสินค้าเพิ่มขึ้น และหากบริษัทไม่สามารถปรับราคาสินค้าขึ้นได้ตามการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินต่างประเทศ ก็จะส่งผลกระทบต่ออัตราการทำกำไรของบริษัทได้ รวมทั้งอาจเกิดผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนในกรณีที่ค่าเงินบาท ณ วันที่จ่ายชำระสินค้ามีแนวโน้มอ่อนตัวลงกว่าวันที่ทำการบันทึกบัญชีค่าซื้อสินค้า

อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าว ผู้บริหารของบริษัทได้มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด เพื่อประเมินสถานการณ์และแนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางในการสั่งซื้อสินค้าให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่มีความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งนี้ การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศบางรายการ บริษัทมีการสั่งซื้อจากลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าในประเทศและมีการซื้อขายสินค้าเป็นสกุลเงินบาท ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน นอกจากนี้ บริษัทอาจพิจารณาการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ในสถานะที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนมาก ซึ่งขึ้นกับดุลยพินิจของผู้บริหารและเป็นไปตามนโยบายที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยจะมีการสอบทานความเพียงพอของนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเป็นประจำทุกปี ทั้งนี้ บริษัทไม่มีนโยบายเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

(4) ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจกำหนดนโยบายการบริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ดร.ตฤณวรรณ ธนดิธิพันธ์ เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท โดยถือหุ้นร้อยละ 42.99 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่าย ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าว เป็นสัดส่วนที่สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด รวมทั้งสามารถควบคุมนโยบายและการบริหารงานในบริษัทได้ ไม่จะเป็นการแต่งตั้งกรรมการ หรือ การขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้น เรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาได้

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างโปร่งใส และมีการถ่วงดุลอำนาจดังกล่าว บริษัทจึงได้จัดโครงสร้างการบริหารจัดการโดยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และได้กำหนดขอบเขตการดำเนินงาน การมอบอำนาจให้แก่กรรมการและผู้บริหารอย่างชัดเจน มีการแต่งตั้งบุคคลภายนอกที่เป็นอิสระเข้าร่วมในคณะกรรมการบริษัทจำนวน 4 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งสิ้น 7 ท่าน โดยกรรมการอิสระ 3 ท่าน ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบของบริษัท เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ ถ่วงดุลการตัดสินใจ และพิจารณาอนุมัติรายการต่างๆ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น รวมทั้งบริษัทได้กำหนดมาตรการการทำการรายการกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยจำกัดการออกเสียงของผู้ที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทยังจัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบภายในโดยการว่าจ้างบริษัทผู้ชำนาญการจากภายนอกที่ปฏิบัติงานเป็นอิสระและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่หลักในการดูแลระบบการควบคุมภายในเพื่อให้เป็นไปตามระบบที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ถือหุ้นถึงความโปร่งใสและถ่วงดุลอำนาจในการบริหารงานของบริษัท นอกจากนี้ เมื่อบริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แล้ว บริษัทจะต้องเปิดเผยข้อมูลและปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เช่น รายการที่เกี่ยวข้องโยกกัน และรายการได้มาและจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ของบริษัท เป็นต้น เพื่อผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นทุกราย

(5) ความเสี่ยงจากการพึ่งพาบุคลากรที่มีความสามารถ

การประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ต้องพึ่งพาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงาน มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญในการทำการตลาดและการจำหน่ายในทุกช่องทางทางการจำหน่าย มีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และการคิดค้นให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและสร้าง

การเติบโตให้แก่บริษัท อย่างไรก็ตาม ในอนาคตหากบริษัทไม่สามารถรักษาบุคลากรที่มีความสามารถไว้ได้ หรือไม่สามารถหาบุคลากรมาทดแทนได้ภายในเวลาอันเหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ และผลการดำเนินงานของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญได้

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากรดังกล่าวเป็นอย่างดี โดยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร การสร้างแรงจูงใจให้ทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาว การสนับสนุนความก้าวหน้าทางสายงานของบุคลากร ตลอดจนการจัดสรรผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ บริษัทมีการสรรหาบุคลากรใหม่ เพื่อรองรับการขยายงานหรือเพื่อทดแทนบุคลากรที่สูญเสียไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เพื่อให้มีบุคลากรที่เพียงพอต่อการดำเนินงานของบริษัท

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ**4.1 สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี สุทธิ ปี 2563 (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
บริษัท			
• ส่วนปรับปรุงอาคาร	0.19	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• อาคารชุด	6.21	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• อุปกรณ์สำนักงาน	1.32	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	0.03	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• ยานพาหนะ	10.88	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• เครื่องมือเครื่องใช้	0.06	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• เครื่องตกแต่งสำนักงาน	0.07	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
บริษัทย่อย			
• ที่ดิน โฉนดเลขที่ 65654, 65655, 65656, 65657, 65658, 67274, 67275, 82711, 67461 ตั้งอยู่ ตำบลปากคลองบางปลากด อำเภอ พระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เนื้อที่รวม 4-3-55 ไร่	109.34	เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนองเป็น หลักประกันวงเงินกู้ยืม ระยะยาวกับสถาบันแห่ง หนึ่ง เท่ากับ 109.34 ล้าน บาท
• ส่วนปรับปรุงที่ดิน	1.58	เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนองเป็น หลักประกันวงเงินกู้ยืม ระยะยาวกับสถาบันแห่ง หนึ่ง เท่ากับ 1.58 ล้านบาท
• อาคารโรงงาน	41.71	เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนองเป็น หลักประกันวงเงินกู้ยืม ระยะยาวกับสถาบันแห่ง หนึ่ง เท่ากับ 41.71 ล้าน บาท
• ส่วนปรับปรุงอาคาร	10.35	เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนองเป็น หลักประกันวงเงินกู้ยืม ระยะยาวกับสถาบันแห่ง

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี สุทธิ ปี 2563 (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
			หนึ่ง เท่ากับ 10.32 ล้านบาท
• เครื่องจักรและอุปกรณ์	44.19	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• อุปกรณ์สำนักงาน	0.58	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	0.02	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• เครื่องมือเครื่องใช้	5.04	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• เครื่องตกแต่งสำนักงาน	0.01	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• ระบบน้ำ	0.85	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
• สินทรัพย์ระหว่างดำเนินการ	1.09	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	233.52		

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพลง, โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และ ทะเบียนคำรับขารออินสิทซ์ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ 27.02 ล้านบาท โดยมีนโยบายตัดจำหน่ายตามวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้งานของสินทรัพย์จำนวน 3 - 10 ปี

4.3 เครื่องหมายการค้าที่สำคัญ

บริษัทได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัท จาก ดร.ทรงวุฒิ ศักดิ์ชลาร (ชื่อใหม่เป็น ดร. ตฤณวรรณ รัตนนิธิพันธ์) จำนวน 7 เครื่องหมายการค้า เป็นระยะเวลา 10 ปี (20 มิ.ย. 60 – 19 มิ.ย. 70) และอาจต่ออายุได้ทุก ๆ 10 ปี โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ได้แก่

รูปเครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียนเครื่องหมายการค้า	การใช้เครื่องหมายการค้ากับผลิตภัณฑ์ของบริษัท
PROBAC¹⁰ PLUS	191104183	ผลิตภัณฑ์ซินไบโอติก
PROBAC⁷	191104184	ผลิตภัณฑ์ซินไบโอติก
PREMI	181125311	ผลิตภัณฑ์รวมสารอาหารเพื่ออวัยวะสำคัญ (ช่วยควบคุมระดับไขมัน)
PRECOC	181125312	ผลิตภัณฑ์รวมสารอาหารเพื่ออวัยวะสำคัญ (ช่วยบำรุงสมอง)
PREBS	181125313	ผลิตภัณฑ์รวมสารอาหารเพื่ออวัยวะสำคัญ (ช่วยควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด)
ASTA CURMIN	181125314	ผลิตภัณฑ์ด้านอนุมูลอิสระและด้านการอักเสบ

รูปเครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียนเครื่องหมายการค้า	การใช้เครื่องหมายการค้ากับผลิตภัณฑ์ของบริษัท
YUUU	181125310	ผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน และผลิตภัณฑ์โปรไบโอติกเพื่อการดูแลผิวหน้า

ปัจจุบัน บริษัทย่อย (อินเตอร์เฟ็ททรีนา) ใช้เครื่องหมายการค้า MARIA สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมว โดยมีรูปเครื่องหมายการค้า คือ **MARIA**

4.4 สัญญาที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

4.4.1 สัญญาเช่าพื้นที่อาคาร

บริษัทและบริษัทย่อยทำสัญญาเช่าพื้นที่อาคารกับบุคคลภายนอกซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทและบริษัทย่อย เพื่อใช้เป็นที่ตั้งสำนักงาน สรุปได้ดังนี้

คู่สัญญาของบริษัท และ บริษัทย่อย	สถานที่เช่า	ระยะเวลาการเช่า			พื้นที่เช่า (ตร.ม.)
		อายุ สัญญาเช่า	วันเริ่ม สัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	
บริษัท					
1. บริษัท นันทนา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด	140/9 อาคารไอทีเอฟทาวเวอร์ ชั้น 9 ถนนสีลม แขวงสุริยวงค์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร	3 ปี	19 ต.ค. 2563	18 ต.ค. 2565	214.02
2. บริษัท แกรนด์นิคแวร์ จำกัด	140/10 อาคารไอทีเอฟทาวเวอร์ ชั้น 9 ถนนสีลม แขวงสุริยวงค์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร	2 ปี	1 ก.ย. 2562	31 ส.ค. 2564	146.00

4.4.2 ธรรมเนียมประกันภัยทรัพย์สิน

บริษัทและบริษัทย่อยได้ทำประกันภัยความเสี่ยงภัยสำหรับทรัพย์สินและประกันภัยความรับผิดชอบบุคคลภายนอก ทุนประกันรวม 57.98 ล้านบาท ซึ่งทุนประกันของทรัพย์สินที่ทำประกันภัยครอบคลุมมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ดังกล่าว สาระสำคัญของธรรมเนียมประกันภัยสรุปได้ดังนี้

ประเภท กรมธรรม์	บริษัทประกัน	ผู้เอาประกันภัย	ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	ทุนประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลา ประกันภัย
1. กรมธรรม์ ประกันภัย ทรัพย์สิน	บริษัท ไทยศรี ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	บริษัท	<ul style="list-style-type: none"> คุ้มครองความเสียหาย (All Risks) ต่ออุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งและติดตั้ง คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ที่เป็นของผู้เอาประกันภัย ภายในสำนักงานของบริษัท ดังนี้ 	2.98	9 เม.ย. 2563 - 9 เม.ย. 2564

ประเภท กรรมสิทธิ์	บริษัทประกัน	ผู้เอาประกันภัย	ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	ทุนประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลา ประกันภัย
			<ul style="list-style-type: none"> เลขที่ 140/9, 140/10 อาคารไอทีเอฟทาวเวอร์ ชั้น 9 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร เลขที่ 160/636-637 อาคารไอทีเอฟสลิมพาส ชั้น 26 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 		
			<ul style="list-style-type: none"> คุ้มครองความเสียหาย (All Risks) ต่อสต็อกสินค้าของบริษัทที่อยู่ในความดูแลของบริษัท ซิลลิค ฟาร์มา จำกัด ภายในคลังสินค้า เลขที่ 99/9 หมู่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม.23 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 	25.00	9 เม.ย. 2563 - 9 เม.ย. 2564
		อินเทอร์เน็ตเวต้า	<ul style="list-style-type: none"> คุ้มครองความเสียหาย (All Risks) ต่อสต็อกสินค้าของอินเทอร์เน็ตเวต้าที่อยู่ในความดูแลของบริษัท ซิลลิค ฟาร์มา จำกัด ภายในคลังสินค้า เลขที่ 99/9 หมู่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม.23 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 	30.00	9 เม.ย. 2563 - 9 เม.ย. 2564

4.4.3 สัญญาตัวแทนจำหน่าย

บริษัทได้สิทธิการเป็นตัวแทนจำหน่าย - ผลิตภัณฑ์ TS6 - (TS6 series) กลุ่มผลิตภัณฑ์ Dermcare กลุ่มผลิตภัณฑ์ – Boiron

4.4.4 สัญญาแต่งตั้งตัวแทนกระจายสินค้าและสัญญาส่งเสริมการขาย

บริษัทได้แต่งตั้งบริษัท ซิลลิค ฟาร์มา จำกัด เป็นตัวแทนกระจายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในการกระจายสินค้าที่บริษัทจำหน่ายในประเทศไทย

4.4.5 สัญญาร่วมทุน

บริษัทได้ตกลงเข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนกันตั้งกิจการค้าโดยใช้ชื่อว่า “บริษัท อินเทอร์เน็ต เฟ้ทพรินา จำกัด” ทุนจดทะเบียนจัดตั้งจำนวน 4 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินกิจการค้าด้านอาหารสัตว์เลี้ยง สร้างผลิตภัณฑ์และจัดจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้เลี้ยงและลูกค้าภายในประเทศไทย กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม(กลุ่ม CLMVT) เป็นหลัก เท่านั้น มีสาระสำคัญของสัญญาสรุปได้ดังนี้

4.4.6 สัญญาบริหารจัดการ

บริษัทมีหน้าที่ให้บริการด้านการจัดการและจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบริษัทย่อย

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายลงทุนในธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัท ที่มีศักยภาพในการสร้างผลกำไรและมีโอกาสในการเจริญเติบโต เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของบริษัท หรือเป็นธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้แก่บริษัท โดยตระหนักถึงผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุน ผ่านการควบคุมและกำกับดูแลการบริหารงานในบริษัทย่อยเสมือนเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัท ตลอดจนติดตามการบริหารงานเพื่อดูแลรักษาผลประโยชน์ในเงินลงทุนของบริษัทได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ตลอดจนการสร้างมูลค่าเพิ่มและความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการควบคุมและกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่บริษัทเข้าไปลงทุน โดยบริษัทจะกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเพื่อควบคุมดูแลการจัดการและรับผิดชอบการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยการเสนอชื่อบุคคลเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทในบริษัทย่อยหรือเป็นไปตามข้อตกลงร่วมกันเป็นสำคัญ สำหรับการลงทุนในบริษัทร่วม บริษัทไม่มีนโยบายเข้าไปควบคุมมากนัก การส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการของบริษัทร่วมจะพิจารณาตามความเหมาะสม และขึ้นกับข้อตกลงร่วมกันเป็นสำคัญ โดยบุคคลดังกล่าวต้องมีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมในการบริหารกิจการของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้นๆ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลสำคัญอื่น**ข้อมูลทั่วไป****1. บริษัท**

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 140/9 อาคารไอทีเอฟ ทาวเวอร์ ชั้นที่ 9 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
ที่ตั้งสำนักงานสาขา	:	(1) เลขที่ 160/74-75 อาคารไอทีเอฟ-สีลมพลาซ่า ชั้นที่ 10 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร (2) เลขที่ 140/10 อาคารไอทีเอฟ ทาวเวอร์ ชั้นที่ 9 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร (3) เลขที่ 99/19 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม.23 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ (4) เลขที่ 99/20 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม.23 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ (5) เลขที่ 99/2 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม.23 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ
ประเภทธุรกิจ	:	ธุรกิจด้านการพัฒนา คัดค้น และจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรมความงามสำหรับคน และผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยงและปศุสัตว์
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107562000203
โทรศัพท์	:	02-634-0225
โทรสาร	:	02-634-0135
เว็บไซต์	:	www.interpharma.co.th
ทุนจดทะเบียน	:	103,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	103,000,000 บาท
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	:	0.50 บาท

2. บริษัทย่อย

1) ชื่อบริษัท	:	บริษัท อินเตอร์ เวทต้า จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 140/9 อาคารไอทีเอฟ ทาวเวอร์ ชั้น 9 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

- ที่ตั้งสำนักงานสาขา : (1) เลขที่ 99/19 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม.23 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ
- (2) เลขที่ 99/20 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม.23 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ
- (3) เลขที่ 99/2 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม.23 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ
- ประเภทธุรกิจ : การนำเข้าและจำหน่ายอาหารและยาแผนปัจจุบันของสัตว์
- เลขทะเบียนบริษัท : 0105549016191
- โทรศัพท์ : 02-634-0225
- โทรสาร : 02-634-0135
- ทุนจดทะเบียน : 5,000,000 บาท
- ทุนชำระแล้ว : 5,000,000 บาท
- มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น : 100 บาท
- 2) ชื่อบริษัท : บริษัท อินเตอร์ เพ็ทพรีนา จำกัด
- ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 140/9 อาคารไอทีเอฟ ทาวเวอร์ ชั้นที่ 9 ถนนสีลม แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
- ประเภทธุรกิจ : จำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงที่ทำจากปลาทูน่า
- เลขทะเบียนบริษัท : 0105561050612
- โทรศัพท์ : 02-634-0225
- โทรสาร : 02-634-0135
- ทุนจดทะเบียน : 4,000,000 บาท
- ทุนชำระแล้ว : 4,000,000 บาท
- มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น : 100 บาท
- 3) ชื่อบริษัท : บริษัท โมเดอร์น ฟาร์มา จำกัด
- ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 197/1 หมู่ที่ 1 ถนนสุขสวัสดิ์ ต.ปากคลองบางปลากด อ.พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ
- ประเภทธุรกิจ : ผลิต นำเข้า จำหน่าย ยาคน ยาสัตว์
- เลขทะเบียนบริษัท : 0115553015064
- โทรศัพท์ : 02-425-1126
- โทรสาร : 02-425-8551

ทุนจดทะเบียน	:	295,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	295,000,000 บาท
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	:	100 บาท

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	:	02-009-9000
โทรสาร	:	02-009-9991

ผู้สอบบัญชี

บริษัท	:	บริษัท สอบบัญชีธรรมนิติ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 178 อาคารธรรมนิติ ชั้น 6-7 ซอยเพิ่มทรัพย์ (ประชาชื่น 20) ถนน ประชาชื่น แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
โทรศัพท์	:	02-596-0500
โทรสาร	:	02-596-0560