

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ประวัติความเป็นมา และการประกอบธุรกิจของบริษัทในปัจจุบัน

บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “PRAPAT”) และบริษัทย่อย ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำยาทำความสะอาดและน้ำยาฆ่าเชื้อ ภายใต้ตราสินค้าหลัก “PEERAPAT” รวมทั้งเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality Industry) ได้แก่ เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ เครื่องจักรและอุปกรณ์ทำความสะอาดพื้น สระว่ายน้ำสำเร็จรูปและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ผลิตหรือนำเข้ามามีจำหน่าย แบ่งออกเป็น 7 กลุ่มผลิตภัณฑ์ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้ในหัวข้อ 2.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ) ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ซักกรีด เช่น น้ำยาเพื่องานซักผ้า น้ำยาเพื่อปรับสภาพน้ำ และน้ำยาซักกรีดสูตรเฉพาะสำหรับธุรกิจโรงพยาบาล โรงซักกรีด และโรงฆ่าสัตว์ เป็นต้น
- 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ เช่น น้ำยาฆ่าเชื้อทั่วไป น้ำยาฆ่าเชื้อสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น
- 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว เช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาช่วยแห้ง เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ ภาชนะ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องใช้ในครัว เป็นต้น
- 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์แม่บ้านและการทำความสะอาดพื้น เช่น น้ำยาทำความสะอาดพื้น น้ำยาเคลือบเงาพื้น เครื่องจักรและอุปกรณ์ทำความสะอาดพื้น ผลิตภัณฑ์อุปโภคสำหรับกลุ่มแม่บ้าน เป็นต้น
- 5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน เช่น น้ำยาซักผ้า น้ำยาล้างจาน น้ำยาปรับผ้านุ่ม แอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้ในครัวเรือน เป็นต้น
- 6) กลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ เช่น เคมีภัณฑ์สำหรับสระว่ายน้ำ สระว่ายน้ำสำเร็จรูป อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบสระว่ายน้ำ เป็นต้น
- 7) กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน

นอกจากนี้ บริษัทและบริษัทย่อยยังเป็นผู้ให้เช่าและผู้ให้บริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัท ได้แก่ การให้เช่าและบริการด้านครัว งานบริการด้านสระว่ายน้ำ งานบริการด้านเครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน และงานบริการอื่นๆ

ทั้งนี้ บริษัทได้มีการจัดโครงสร้างกลุ่มบริษัทเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยบริษัทและบริษัทย่อยแต่ละแห่งจะแบ่งความรับผิดชอบการดำเนินงาน ดังนี้

1. บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) (PRAPAT) ดำเนินงานผลิตและจำหน่ายน้ำยาทำความสะอาด นำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ด้านครัว การทำความสะอาดสระว่ายน้ำ จำหน่ายและให้บริการดูแลรักษาเครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน โดยเน้นทำการตลาดแก่ลูกค้าภาคธุรกิจ (Business to Business) เป็นหลัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
2. บริษัท ไทยสจ๊วต เซอร์วิสเชส จำกัด (TSS) ดำเนินงานให้บริการเช่าและจำหน่ายเครื่องล้างภาชนะแก่กลุ่มลูกค้าร้านอาหารและเครื่องดื่มด้วยทีมงานขายที่มีประสบการณ์ โดย TSS จะซื้อน้ำยาทำความสะอาดภาชนะจากบริษัทเพื่อจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้าที่เช่าหรือซื้อเครื่องล้างภาชนะจาก TSS
3. บริษัท มิสเตอร์พูล จำกัด (MP) ดำเนินงานให้คำปรึกษา จำหน่าย และวางระบบสระว่ายน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำเข้ามาจากต่างประเทศ รวมถึงจำหน่ายเคมีภัณฑ์ปรับสภาพน้ำ โดยให้บริการแก่ลูกค้ากลุ่มโรงแรม ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Property Developer) โดย MP จะซื้อน้ำยาทำความสะอาดจากบริษัทเพื่อจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้า

4. บริษัท แคลวาทิส-เอเชีย แปซิฟิค จำกัด (CVT) ดำเนินงานจำหน่ายน้ำยาทำความสะอาดและน้ำยาฆ่าเชื้อ สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ โดย CVT จะซื้อน้ำยาทำความสะอาดจากบริษัทเพื่อจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้า
5. บริษัท แอลไลส์ อินเตอร์เทรด จำกัด (AL) ดำเนินงานจำหน่ายน้ำยาซักยี่ห้อเฉพาะสำหรับกลุ่มธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท อาทิ โรงพยาบาล โรงซักอุตสาหกรรม โรงฆ่าสัตว์ โดย AL จะซื้อน้ำยาทำความสะอาดจากบริษัทเพื่อจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้า

บริษัทสามารถผลิตได้น้ำยาทำความสะอาดได้ทั้งประเภทน้ำยา (Liquid Hygiene Cleaning) และผงน้ำยา (Powder Hygiene Cleaning) ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานตั้งอยู่ที่ตำบลทับคาง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี มีกำลังการผลิต 1,200 ตันต่อเดือนสำหรับเคมีภัณฑ์ชนิดน้ำ และ 400 ตันต่อเดือนสำหรับเคมีภัณฑ์ชนิดผง

ประวัติความเป็นมาโดยสังเขป บริษัทได้จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2531 ในชื่อบริษัท พีรพัฒน์ เคมีอุตสาหกรรม จำกัด โดยคุณสีบพงศ์ เกตุญาติ (“คุณสีบพงศ์”) ร่วมกับกลุ่มเพื่อนร่วมสถาบันการศึกษา ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจด้านน้ำยาทำความสะอาดและฆ่าเชื้อสำหรับภาคอุตสาหกรรม ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 2.00 ล้านบาท โดยเริ่มต้นจากการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำยาซักยี่ห้อสำหรับภาคอุตสาหกรรมที่ใช้กับเครื่องซักผ้าขนาดใหญ่ โดยช่วงแรกเน้นกลุ่มลูกค้าประเภทโรงแรมและโรงพยาบาลที่มีการซักผ้าปริมาณมากและใช้เครื่องซักผ้าขนาดใหญ่ ต่อมาด้วยวิสัยทัศน์ของทีมผู้บริหารในการขยายตลาดด้านสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง บริษัทจึงได้ทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำยาไปยังกลุ่มน้ำยาทำความสะอาดพื้น น้ำยาทำความสะอาดสำหรับครัว นำเข้าและจำหน่ายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับสระว่ายน้ำ อาทิ ระบบปั๊ม ระบบบำบัดสระว่ายน้ำ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการวิจัยและพัฒนาน้ำยาฆ่าเชื้อสำหรับกลุ่มลูกค้าภาคอุตสาหกรรมและโรงงานต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งต้องการการฆ่าเชื้อที่ถูกต้องเหมาะสมแต่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและไม่มีอันตรายจากการปนเปื้อน

จากประสบการณ์และความชำนาญในธุรกิจน้ำยาทำความสะอาดและน้ำยาฆ่าเชื้อมานานกว่า 30 ปี ประกอบกับความพร้อมในด้านบุคลากร ทีมช่างและเครื่องมืออุปกรณ์ ส่งผลให้บริษัทสามารถขยายงานบริการออกแบบ ติดตั้ง ทดสอบ ปรับปรุง ซ่อมบำรุง ตลอดจนการแนะนำ ตรวจสอบ วัดผล และให้คำปรึกษาในการใช้น้ำยาให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ประหยัดต้นทุนและพลังงานให้แก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจร เช่น บริการให้คำปรึกษาด้านน้ำยาเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า ด้านการซักยี่ห้อ-การฆ่าเชื้อ-การทำความสะอาด บริการทดสอบคุณภาพการซักล้าง-การฆ่าเชื้อ-การทำความสะอาดสินค้า ภายหลังการใช้งานน้ำยา บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ภายใน 24 ชั่วโมง บริการบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์เป็นสัญญาารายปี เป็นต้น

จากการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่มุ่งเน้นการเป็นผู้นำเทคโนโลยีทำความสะอาดด้วยนวัตกรรมใหม่เข้ามาสู่อุตสาหกรรมทำความสะอาดและการอนามัยในประเทศไทย การวิจัยพัฒนาน้ำยาทำความสะอาดและฆ่าเชื้อคุณภาพสูงเพื่อทำการตลาดเชิงพาณิชย์กับลูกค้าธุรกิจอุตสาหกรรม (Business-to-Business: B2B) และกลุ่มลูกค้าครัวเรือน (Business-to-Customer: B2C) ควบคู่ไปกับการเสนองานบริการที่ดีและครบวงจรให้กับลูกค้า รวมทั้งการมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าจนเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าด้านน้ำยากลุ่มทำความสะอาด ฆ่าเชื้อ และซักยี่ห้อในประเทศไทย และยังสามารถขยายฐานลูกค้าไปยังต่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community: AEC) ปัจจุบันบริษัทมีตัวแทนจำหน่าย 5 ประเทศ ประกอบด้วย กัมพูชา เวียดนาม เมียนมา สปป.ลาว และอินโดนีเซีย

1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และหลักในการดำเนินธุรกิจ

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำตลาดเทคโนโลยีทำความสะอาดในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการและอาหารในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยการวิจัยและพัฒนาโซลูชันการทำความสะอาดที่ถูกสุขลักษณะ เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า พร้อมมุ่งมั่นที่จะขับเคลื่อนธุรกิจและสังคมให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

- สร้าง Corporate Branding & Positioning, Corporate Brand Awareness และ Customer Loyalty ที่แข็งแกร่งทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ : บริษัทจะเน้นการทำตลาดผ่านแบรนด์ PEERAPAT เพื่อให้ลูกค้าจดจำและสร้างความภักดีในแบรนด์ดังกล่าว รวมทั้งเน้นการสื่อสารกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดโดยผู้บริหารกลุ่มบริษัท ผู้จัดการศูนย์ธุรกิจและสาขา ตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศและตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ รวมถึงการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านการออกงานนิทรรศการและงานแสดงสินค้านานาชาติ
- สร้าง Corporate Positioning ในฐานะผู้นำ “Cleaning Hygiene Solutions” ด้วยการผสานความร่วมมือ “PPG Synergy” ภายในกลุ่มพีรพัฒน์ (Peerapat Group : PPG) : บริษัทจะเน้นการนำเสนอสินค้าหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการสูงสุดแก่ลูกค้าแต่ละราย รวมทั้งนำเสนองานบริการต่อเนื่องเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ โดยสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการของทั้งกลุ่มบริษัทผ่านการฝึกอบรมทีมงานและสร้าง Key account เพิ่มเติม
- ผลักดันการเข้าสู่ Industry 4.0 ด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต Internet-of-Things (IoT) มาใช้ในการให้บริการลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล : บริษัทเริ่มต้นพันธกิจนี้โดยการลงทุนระบบโปรแกรม Seiko จากประเทศอิตาลี เพื่อนำมาให้บริการแก่ลูกค้า ลูกค้าสามารถควบคุมการใช้งานเครื่องบิอนน้ำยาผ่านโปรแกรมบนมือถือหรืออุปกรณ์ไอที รวมทั้งแสดงสถานะการทำงานและผลการทำงานให้ลูกค้าทราบถึงประสิทธิภาพการทำงานได้ทันที
- ผลักดันการวิจัย พัฒนา และสรรหานวัตกรรมสินค้าและบริการใหม่ๆ ทั้งภายในองค์กร และการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศและต่างประเทศ : บริษัทเน้นจุดเด่นในการแข่งขันผ่านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติพิเศษเหมาะสมกับการใช้งานทำความสะอาดและฆ่าเชื้อได้ตามวัตถุประสงค์เฉพาะของลูกค้า การวิจัยและพัฒนาดังกล่าวมีทั้งผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ และสถาบันการศึกษาในประเทศ
- ผลักดันการขยายตลาดผ่านช่องทาง Digital Platform ร่วมกับเทคโนโลยี Fintech เพื่อขยายฐานลูกค้ารายย่อย SMEs-Small and Medium Enterprises ทั่วประเทศ : บริษัทเริ่มทำการตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้า Business-to-Customer (B2C) ผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์ อาทิ Line OA, Shopee, Lazada เป็นต้น
- ส่งเสริมการสร้างคุณค่าของคนและสังคม ทั้งการพัฒนาบุคลากรในองค์กร ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า และการเติบโตธุรกิจร่วมกับสังคมอย่างยั่งยืน : บริษัทสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้ทุกภาคส่วนยึดมั่นหลักในการดำเนินธุรกิจ

หลักในการดำเนินธุรกิจ

- Accountability – มีความสำนึกรับผิดชอบ ทั้งต่อองค์กร ลูกค้า ตนเอง และสังคม
- Encouragement – ให้กำลังใจและสนับสนุนแก่ทุกหน่วยงาน เพื่อสร้างผลสำเร็จขององค์กรโดยรวม
- Competitiveness – ช่วยกันเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อก้าวไปสู่จุดสูงสุดอย่างต่อเนื่อง

1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทก่อตั้งเมื่อปี 2531 ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 2.00 ล้านบาท ถือหุ้นโดยคุณสืบพงศ์ กลุ่มเพื่อนร่วมสถาบัน และกลุ่มเครือข่ายของคุณสืบพงศ์ ในสัดส่วนร้อยละ 30.30 ร้อยละ 43.90 และร้อยละ 25.80 ของทุนจดทะเบียน ตามลำดับ ที่ผ่านมามีการเติบโตและมีการเพิ่มทุนจดทะเบียนมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์การเพิ่มทุนแต่ละครั้งแตกต่างกันไป อาทิ เพื่อการลงทุน เพื่อเพิ่มสภาพคล่องทางการเงิน เพื่อเสนอขายหุ้นให้แก่ผู้บริหาร/พนักงานของบริษัท และบริษัทย่อย (Employee Stock Option Program: ESOP) เพื่อการจ่ายปันผลเป็นหุ้นสามัญให้แก่ผู้ถือหุ้น เป็นต้น โดย การเพิ่มทุนในอดีตที่ผ่านมาทั้งการเพิ่มทุนจากผู้ถือหุ้นเดิม ผู้บริหาร พนักงาน เครือญาติและเพื่อนนักธุรกิจของผู้บริหาร รวมถึงผู้สนใจร่วมลงทุนในธุรกิจของบริษัท

บริษัทและบริษัทย่อยมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญดังนี้

ระยะเวลา	พัฒนาการที่สำคัญ
ปี 2531	<ul style="list-style-type: none"> คุณสืบพงศ์ เกตุนุติ จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท พีรพัฒน์ เคมีอุตสาหกรรม จำกัด เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2531 ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 2.00 ล้านบาท ถือหุ้นโดยคุณสืบพงศ์ กลุ่มเพื่อนร่วมสถาบัน และกลุ่มเครือข่ายของคุณสืบพงศ์ ในสัดส่วนร้อยละ 30.30 ร้อยละ 43.90 และร้อยละ 25.80 ของทุนจดทะเบียน ตามลำดับ เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่าย น้ำยาซักฟอกสำหรับภาคอุตสาหกรรม โดยเน้นลูกค้าเป้าหมายกลุ่มธุรกิจโรงแรมและโรงพยาบาลที่มีการซักผ้าปริมาณมากในแต่ละครั้งด้วยเครื่องซักผ้าขนาดใหญ่ที่ต้องการ น้ำยาซักที่มีคุณสมบัติพิเศษ บริษัทมีการวิจัยพัฒนาสูตรน้ำยาสำหรับทำความสะอาดด้านต่างๆ เพิ่มเติมเพื่อทำการต่อยอดการตลาดจากลูกค้าเป้าหมายหลักกลุ่มธุรกิจโรงแรมและโรงพยาบาล อาทิ เคมีภัณฑ์ล้างภาชนะ เคมีภัณฑ์ทำความสะอาดพื้นและครัว เป็นต้น
ปี 2535	<ul style="list-style-type: none"> คุณสืบพงศ์ จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ไทยสจ๊วต เซอร์วิสเช็ส จำกัด (“TSS”) เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2535 ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 5.00 ล้านบาท ถือหุ้นโดยคุณสืบพงศ์ และกลุ่มผู้บริหาร/พนักงาน ในสัดส่วนร้อยละ 51.00 และร้อยละ 49.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ตามลำดับ เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้าเทคโนโลยีด้านครัว เช่น เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ สีนํ้า และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “STEWART” รวมทั้งเพื่อเปิดหน่วยธุรกิจบริการให้เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ
ปี 2536	<ul style="list-style-type: none"> กองทุน AIB Govett Investment Management (I.O.M.) Limited (“กองทุน AIB”) จากประเทศอังกฤษ ให้ความสนใจและเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ส่งผลให้กองทุนดังกล่าวถือหุ้นบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 27.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดยสัดส่วนการถือหุ้นของคุณสืบพงศ์ และผู้ถือหุ้นกลุ่มอื่น ๆ ลดลงตามสัดส่วน ซึ่งกองทุน AIB ไม่มีความสัมพันธ์ในลักษณะเป็นบุคคลเกี่ยวโยงกันกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารของบริษัท ทั้งนี้ ราคาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบเฉพาะเจาะจง (Private Placement: PP) ให้แก่กองทุน AIB สูงกว่ามูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น ส่งผลให้ภายหลังการเสนอขายหุ้นบริษัทมีส่วนเกินมูลค่าหุ้นจำนวน 10.31 ล้านบาท

ระยะเวลา	พัฒนาการที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2536 คุณสืบพงศ์ฯ จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ชะอำพีรพัฒน์เคมีคอล จำกัด (“CPC”) ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 0.50 ล้านบาท ถือหุ้นโดยคุณสืบพงศ์ฯ สัดส่วนร้อยละ 89.90 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว สำหรับพื้นที่เหลือถือโดยกลุ่มผู้บริหาร/พนักงานของ CPC เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นโรงงานผลิตเคมีภัณฑ์ให้กับบริษัท มีโรงงานตั้งอยู่ที่อำเภอัญบุรี จังหวัดปทุมธานี (ทั้งนี้ ในปี 2557 มีการโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer: EBT) ไปรวมกันกับบริษัท) ปัจจุบัน CPC จดทะเบียนเลิกกิจการและชำระบัญชีบริษัทเรียบร้อยแล้ว
ปี 2538	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2538 คุณสืบพงศ์ฯ จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท มีสเตอร์ พูล จำกัด (“MP”) ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 2.00 ล้านบาท ถือหุ้นโดยคุณสืบพงศ์ฯ และกลุ่มผู้บริหาร/พนักงานของ MP ในสัดส่วนร้อยละ 69.50 และร้อยละ 30.50 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ตามลำดับ เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ อาทิ ปัมป์น้ำ, เครื่องกรอง, เคมีภัณฑ์สำหรับสระว่ายน้ำ เช่น เกลือ คลอรีน เป็นต้น รวมทั้งยังให้บริการวางระบบบำบัดและดูแลทำความสะอาดสระว่ายน้ำ ตามแผนกลยุทธ์ต่อยอดการตลาดจากลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มธุรกิจโรงแรมที่จำเป็นต้องมีสระว่ายน้ำไว้บริการลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม
ปี 2543	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2543 บริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท คลีนแคร์ไฮยีน (ไทยแลนด์) จำกัด (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท แคลวาทิส-เอเชีย แปซิฟิค จำกัด (“CVT”)) ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 3.00 ล้านบาท ถือหุ้นโดยบริษัท และกลุ่มผู้บริหาร/พนักงานของบริษัท ในสัดส่วนร้อยละ 74.00 และร้อยละ 26.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ตามลำดับ เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายน้ำยาทำความสะอาดประเภทสารฆ่าเชื้อ ภายใต้สูตรการผลิตและเครื่องหมายการค้า “Calgonit” รวมถึงอุปกรณ์ทำความสะอาดสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่ม เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2543 คุณสืบพงศ์ฯ จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท แอลโลส อินเตอร์เทรด จำกัด (“AL”) ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 2.00 ล้านบาท ถือหุ้นโดยคุณวรรณฯ ศชรินทร์ (ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้บริหารหลักของ AL ในขณะนั้น) และกลุ่มผู้บริหาร/พนักงานของบริษัท ในสัดส่วนร้อยละ 77.00 และร้อยละ 23.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ตามลำดับ เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายน้ำยาซักฟอกสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงพยาบาล โรงซักฟอก และโรงงานแปรรูปอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ในด้านการบริหารจัดการให้เกิดความคล่องตัวในการติดต่อประมูลงาน การเสนอบริการ และการให้บริการหลังการขายที่ต้องใช้ทักษะและความชำนาญเฉพาะสำหรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว บริษัทได้รับมาตรฐาน ISO 9001: 2008 (มาตรฐานเดิม ISO 9001 : 2000) รับรองโดย SGS (Thailand) Limited ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับระบบบริหารงานคุณภาพมาตรฐานสากล เพื่อความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ และควมมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายในองค์กร โดยองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for

ระยะเวลา	พัฒนาการที่สำคัญ
	<p>Standardization) สำหรับการออกแบบและการผลิต น้ำยาเคมีพิเศษสำหรับการซัก ทำความสะอาด และฆ่าเชื้อ</p> <ul style="list-style-type: none"> MP เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 2.00 ล้านบาท เป็น 5.00 ล้านบาท โดยเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน
ปี 2544	<ul style="list-style-type: none"> TSS เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 5.00 ล้านบาท เป็น 10.00 ล้านบาท โดยเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน
ปี 2546	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทลงทุนเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท คลีนแคร์ ไฮยีน (ไทยแลนด์) จำกัด โดยรับซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นกลุ่มผู้บริหารของบริษัทดังกล่าว ส่งผลให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 74.00 เป็นร้อยละ 80.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว
ปี 2547	<ul style="list-style-type: none"> บริษัท คลีนแคร์ ไฮยีน (ไทยแลนด์) จำกัด เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 3.00 ล้านบาท เป็น 5.00 ล้านบาท โดยเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน บริษัทจึงยังคงมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 80 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตตามหลักเกณฑ์ด้าน Good Manufacturing Practice (GMP) ผลิตรภัณฑ์วัตถุอันตรายจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานแรงงานไทย มรท. 8001-2546 (Thai Labor- Standard: TLS 8001-2546) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่เน้นให้ธุรกิจ (นายจ้าง) แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยมีมาตรฐานการคุ้มครองแรงงานให้ทัดเทียมและเสมอภาค ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิต มีความปลอดภัย มีแรงงานสัมพันธ์ที่ดี และมีขวัญกำลังใจในการทำงาน บริษัท คลีนแคร์ ไฮยีน (ไทยแลนด์) จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท แคลวาทิส (ไทยแลนด์) จำกัด เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2547 (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท แคลวาทิส-เอเชียแปซิฟิก จำกัด ("CVT"))
ปี 2548	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านสวัสดิการและแรงงานสัมพันธ์ ระดับประเทศ ครั้งที่ 1 จากสำนักแรงงานสัมพันธ์
ปี 2549	<ul style="list-style-type: none"> กองทุน AIB ขายหุ้นทั้งหมดที่ถือในบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 27.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว เนื่องจากกองทุนดังกล่าวต้องการปิดกองทุน โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นร่วมกันรับซื้อหุ้นดังกล่าวมีทั้งกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม กรรมการ/ผู้บริหารของบริษัท และผู้สนใจร่วมลงทุนในธุรกิจของบริษัท ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นของคุณสีบพงศ์ เปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละ 22.96 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว หุ้นส่วนที่เหลือถือโดยผู้บริหาร/พนักงานของบริษัท และผู้สนใจลงทุน ในสัดส่วนร้อยละ 61.02 และร้อยละ 16.02 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ตามลำดับ บริษัทได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านสวัสดิการและแรงงานสัมพันธ์ ระดับประเทศ ครั้งที่ 2 จากสำนักแรงงานสัมพันธ์ บริษัทได้รับมาตรฐาน ISO 14001: 2004 (มาตรฐานเดิม ISO 14001 : 1996) รับรองโดย SGS (Thailand) Limited ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

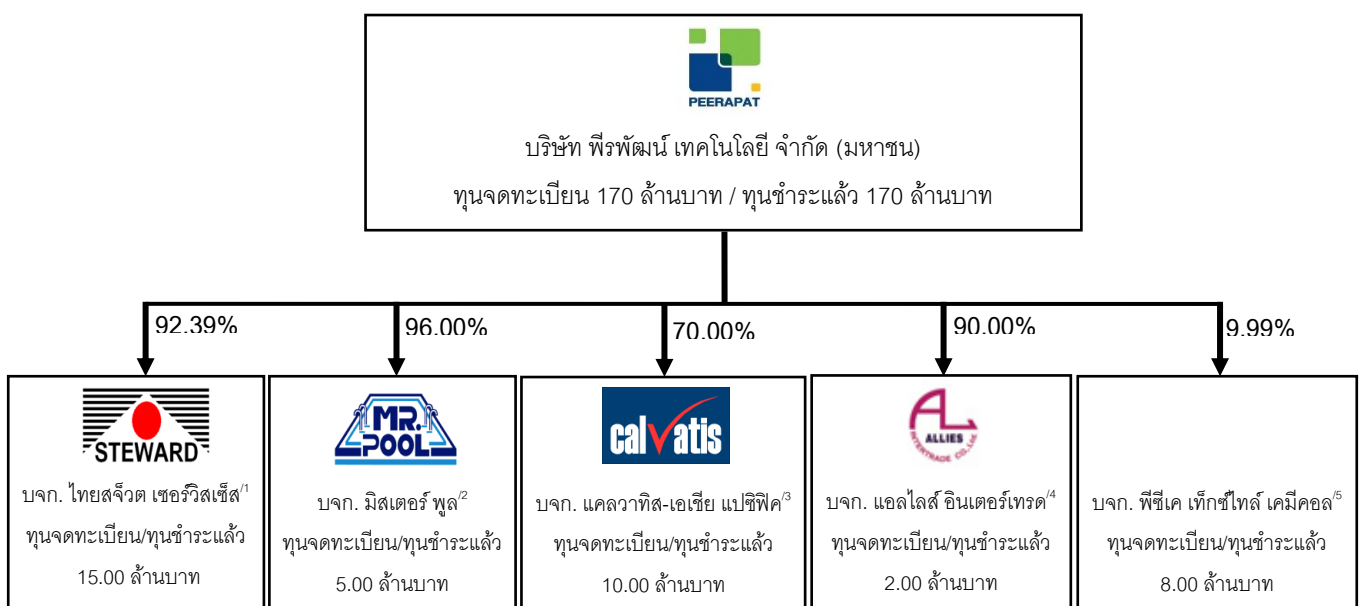
ระยะเวลา	พัฒนาการที่สำคัญ
	<p>(Environmental Management System) สำหรับการออกแบบและการผลิต น้ำยาเคมีพิเศษ สำหรับการซัก ทำความสะอาด และฆ่าเชื้อ และสำหรับการผลิตเครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> ● บริษัทได้รับมาตรฐาน ISO/IEC 17025:2005 รับรองโดย SGS (Thailand) Limited ซึ่งเป็นมาตรฐานว่าด้วยความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบ และห้องปฏิบัติการสอบเทียบ (General Requirements for The Competence of Testing and Calibration Laboratories) เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ และถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ● บริษัทได้รับมาตรฐาน OHSAS 18001: 2007 (Occupational Health and Safety Assessment Series) รับรองโดย SGS (Thailand) Limited ซึ่งเป็นมาตรฐานการจัดการชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยเน้นเรื่องการดูแลสุขภาพอนามัยของผู้ปฏิบัติงานและการดูแลด้านความปลอดภัย สำหรับการออกแบบและการผลิต น้ำยาเคมีพิเศษสำหรับการซัก, ทำความสะอาด และฆ่าเชื้อ และสำหรับการผลิตเครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน ● บริษัทได้รับมาตรฐาน TIS 18001-2554 จากสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) เป็นมาตรฐานระบบการจัดการด้านชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยมีการประยุกต์เอามาตรฐานการจัดการความปลอดภัยของสากล (OHSAS 18001) และมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001) มาใช้เป็นแนวทาง การออกแบบและการผลิต น้ำยาเคมีพิเศษสำหรับการซัก ทำความสะอาด และฆ่าเชื้อ และสำหรับการผลิตเครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน ● บริษัท แคลวาทิส จีเอ็มบีแอนด์ซี จำกัด (“Calvatis GmbH”) ประเทศเยอรมนี เข้าลงทุนซื้อหุ้นของบริษัท แคลวาทิส (ไทยแลนด์) จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 10.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดยซื้อหุ้นจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมในขณะนั้นทุกรายซึ่งรวมถึงบริษัทด้วย ส่งผลให้ PRAPAT, Calvatis GmbH และผู้บริหาร/พนักงาน มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 80 ร้อยละ 10 และร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ตามลำดับ ทั้งนี้ Calvatis GmbH ไม่มีความสัมพันธ์ในลักษณะเป็นบุคคลเกี่ยวโยงกันกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารของบริษัท
ปี 2550	<ul style="list-style-type: none"> ● บริษัท แคลวาทิส (ไทยแลนด์) จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น บริษัท แคลวาทิส-เอเชีย แปซิฟิก จำกัด (“CVT”) เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2550 ● บริษัททำการจัดโครงสร้างกลุ่มบริษัท (Peerapat Group: PPG) ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทเข้าซื้อหุ้นของ TSS จากกลุ่มคุณสืบพงศ์ฯ และผู้บริหาร/พนักงานของบริษัทดังกล่าว ทำให้ PRAPAT มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 92.39 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว หุ้นส่วนที่เหลือร้อยละ 7.61 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ถือโดยกลุ่มผู้บริหารของ TSS ในขณะนั้น ตามนโยบายการสร้างแรงจูงใจในการบริหารงานบริษัทย่อยของผู้บริหารท่านนั้นๆ - บริษัทเข้าซื้อหุ้นของ MP จากกลุ่มคุณสืบพงศ์ฯ และผู้บริหาร/พนักงานของบริษัทดังกล่าว ทำให้ PRAPAT มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 96.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว หุ้นส่วนที่

ระยะเวลา	พัฒนาการที่สำคัญ
	<p>เหลือร้อยละ 4.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ถือโดยกลุ่มผู้บริหารของ MP ในขณะนั้น ตามนโยบายการสร้างแรงจูงใจในการบริหารงานบริษัทย่อยของผู้บริหารท่านนั้นๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านสวัสดิการและแรงงานสัมพันธ์ ระดับประเทศ ครั้งที่ 3 จากสำนักแรงงานสัมพันธ์ TSS เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 10.00 ล้านบาท เป็น 15.00 ล้านบาท โดยเสนอขายหุ้นสามัญ เพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน โดยสัดส่วนการถือหุ้นของ PRAPAT ยังคงเป็นร้อยละ 92.39 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว Calvatis GmbH ประสงค์จะลงทุนซื้อหุ้นเพื่อเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน CVT เป็นร้อยละ 20 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว บริษัทเล็งเห็นว่าเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ดังนั้น บริษัทจึงขายหุ้นของ CVT ในสัดส่วนร้อยละ 10.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ให้แก่ Calvatis GmbH ส่งผลให้ PRAPAT มีสัดส่วนการถือหุ้นคงเหลือ ร้อยละ 70.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว หุ้นส่วนที่เหลือถือโดย Calvatis GmbH และผู้บริหาร/พนักงานของ CVT ในสัดส่วนร้อยละ 20.00 และร้อยละ 10.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ตามลำดับ
ปี 2551	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2551 บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) CVT เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 5.00 ล้านบาท เป็น 10.00 ล้านบาท โดยการจ่ายปันผลเป็นหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นทุกรายตามสัดส่วน
ปี 2554	<ul style="list-style-type: none"> บริษัททำการจัดโครงสร้างกลุ่มบริษัท โดยการลงทุนซื้อหุ้นของ AL จากผู้ถือหุ้นทุกราย ทำให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 90.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว หุ้นส่วนที่เหลือร้อยละ 10.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ถือโดยผู้บริหารของ AL ในขณะนั้น ตามนโยบายการสร้างแรงจูงใจในการบริหารงานบริษัทย่อยของผู้บริหารท่านนั้น บริษัทมีการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนส่วนหนึ่ง จำนวน 7,497,262 หุ้น ให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย (โครงการ ESOP) ในราคาหุ้นละ 1 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท) เพื่อเป็นการตอบแทนและจูงใจพนักงานของกลุ่มบริษัท
ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสระว่ายน้ำสำเร็จรูป ตราสินค้า Magiline จากประเทศฝรั่งเศส เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีความคงทน สวยงาม สะดวกในการติดตั้ง ช่วยในการประหยัดพลังงานและค่าใช้จ่ายนับตั้งแต่วันติดตั้งจนตลอดอายุการใช้งาน มีความเหมาะสมสำหรับตลาดสระว่ายน้ำในประเทศไทย เพื่อรองรับกับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของตลาดสระว่ายน้ำส่วนตัวตามบ้านจัดสรร Pool Villa บ้านพักตากอากาศ เป็นต้น
ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 1.00 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท บริษัทมีการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 15 ล้านหุ้น ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม (Right Offering: RO) ในอัตรา 5 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ ในราคาหุ้นละ 1.00 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้น

ระยะเวลา	พัฒนาการที่สำคัญ
	ละ 0.50 บาท) และมีการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 10 ล้านหุ้น ให้แก่ผู้ลงทุนแบบเฉพาะเจาะจง (Private Placement: PP) ในราคาบัญชีต่อหุ้น (book value) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 หักส่วนลดในอัตราร้อยละ 15-20 (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท) ภายหลังการเสนอขายหุ้นแบบ PP บริษัทจึงมีส่วนเกินมูลค่าหุ้นเพิ่มขึ้นจำนวน 9.80 ล้านบาท และส่งผลให้บริษัทมีทุนชำระแล้วจำนวน 100.00 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนจำนวน 140.00 ล้านบาท
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้เริ่มธุรกิจจำหน่ายเครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน เพื่อให้สอดคล้องตามแผนกลยุทธ์ต่อยอดการตลาดจากลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มธุรกิจโรงแรม ซึ่งมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน โดยสั่งผลิตจากต่างประเทศและนำเข้ามาจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “PP Energy” โดยผู้บริหารบริษัทมีประสบการณ์ในธุรกิจเครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงานจากการที่เคยร่วมลงทุนในธุรกิจดังกล่าวกับเพื่อนนักธุรกิจมาก่อน
ปี 2559	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) จากกระทรวงอุตสาหกรรม สำหรับการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีการติดตามประเมินผล และทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
ปี 2562	<ul style="list-style-type: none"> เพื่อเป็นการเตรียมตัวจัดโครงสร้างกลุ่มธุรกิจรองรับการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และเป็นการเพิ่มกลุ่มสินค้าประเภทน้ำยาซักยี่ห้อสำหรับร้านซักอบรีด และเพิ่มกลุ่มลูกค้าร้านซักอบรีดขนาดกลางและขนาดเล็กทั่วประเทศ บริษัทจึงทำข้อตกลงเพื่อเข้าซื้อตราสินค้า “ซัก อบ รีด” หรือ “ตราช้าง” และสูตรสินค้าจากบริษัท เพื่อนซักยี่ห้อ จำกัด (PZR) ซึ่งเป็นบริษัทของบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน จำนวนเงินทั้งสิ้น 5.82 ล้านบาท โดย PRAPAT เริ่มทำการตลาดสำหรับสินค้านี้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2562
ปี 2563	<ul style="list-style-type: none"> หุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) โดยบริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100.00 ล้านบาท เป็น 170.00 ล้านบาท ด้วยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 140,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท และเสนอขายให้แก่กลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม จำนวน 40,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 0.50 บาท โดยบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2563 ส่งผลให้ปัจจุบัน บริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 170.00 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 340,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท และวันที่ 12 ถึง 15 ตุลาคม 2563 บริษัทได้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไป ผู้มีอุปการะคุณของบริษัทและบริษัทย่อย กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยจำนวน 100 ล้านหุ้น ในราคาเสนอขาย 1.50 บาทต่อหุ้น คิดเป็นจำนวนเงิน 150.00 ล้านบาท บริษัทได้จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2563 และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้รับหุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 340.00 ล้านหุ้นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนและเริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai) ตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม 2563

1.4 โครงสร้างกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นดังนี้



หมายเหตุ: /1 ผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือของ TSS ได้แก่ กลุ่มผู้บริหาร/พนักงานของ TSS ถือหุ้นร้อยละ 1.71 และกลุ่มผู้สนใจลงทุน ถือหุ้นร้อยละ 5.90
/2 ผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือของ MP ได้แก่ ผู้บริหาร/พนักงานของ MP (ปัจจุบันเกษียณอายุงาน) ถือหุ้นร้อยละ 4.00
/3 ผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือของ CVT ได้แก่ Calvatis GMBH ถือหุ้นร้อยละ 20.00 และผู้บริหาร/พนักงานของ CVT ถือหุ้นร้อยละ 10.00
/4 ผู้ถือหุ้นส่วนที่เหลือของ AL ได้แก่ ผู้บริหาร/พนักงานของ AL ถือหุ้นร้อยละ 10.00
/5 บริษัท พีซีเค เท็กไทล์ เคมีคอล จำกัด เป็นบริษัทของกลุ่มครอบครัวพานิชยาภรณ์ ประกอบธุรกิจจำหน่ายเคมีอุตสาหกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ซึ่งบริษัทได้เข้าร่วมลงทุนถือหุ้นตั้งแต่ปี 2544 และบันทึกบัญชีในรายการเงินลงทุนระยะยาวอื่น

บริษัทย่อย

1) บริษัท ไทยสจ๊วต เซอร์วิสเช็ส จำกัด ("TSS")

วันที่จดทะเบียน	:	21 ตุลาคม 2535
ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว	:	15.00 ล้านบาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ที่ตั้งสำนักงาน	:	408 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ให้บริการเช่าและจำหน่ายเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ โดยมีรูปแบบการให้เช่าแบบเหมารวมค่าน้ำยา หรือการเช่าแบบไม่รวมค่าน้ำยา
กรรมการบริษัท	:	1) นายสืบพงศ์ เกตุญาติ 2) นายอรรณพ จุลพันธ์ 3) นายวีระพงศ์ ลือสกุล

กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	:	นายวีระพงศ์ ลือสกุล ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายสืบพงศ์ เกตุณูติ หรือ นายอรรณพ จุลพันธ์ และประทับตราสำคัญของบริษัท
ความสัมพันธ์กับบริษัท	:	TSS เป็นบริษัทย่อย โดย PRAPAT ถือหุ้นจำนวน 1,385,923 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.39 ของทุนจดทะเบียนของ TSS และมีกรรมการร่วมกันกับ PRAPAT ได้แก่ นายสืบพงศ์ เกตุณูติ นายอรรณพ จุลพันธ์ และนายวีระพงศ์ ลือสกุล

2) บริษัท มิสเตอร์ พูล จำกัด ("MP")

วันที่จดทะเบียน	:	31 มีนาคม 2538
ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว	:	5.00 ล้านบาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
ที่ตั้งสำนักงาน	:	408 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ให้คำปรึกษา จำหน่าย วางระบบสระว่ายน้ำนำเข้าจากต่างประเทศ และจำหน่ายเคมีภัณฑ์ปรับสภาพน้ำ
กรรมการบริษัท	:	1) นายสืบพงศ์ เกตุณูติ 2) นายอรรณพ จุลพันธ์ 3) นายวีระพงศ์ ลือสกุล
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	:	กรรมการสองคน ลงลายมือชื่อร่วมกัน และประทับตราสำคัญของบริษัท
ความสัมพันธ์กับบริษัท	:	MP เป็นบริษัทย่อย โดย PRAPAT ถือหุ้นจำนวน 48,002 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96.00 ของทุนจดทะเบียนของ MP และมีกรรมการร่วมกันกับ PRAPAT ได้แก่ นายสืบพงศ์ เกตุณูติ นายอรรณพ จุลพันธ์ และนายวีระพงศ์ ลือสกุล

3) บริษัท แคลวาทิส-เอเชีย แปซิฟิค จำกัด ("CVT")

วันที่จดทะเบียน	:	18 มกราคม 2543
ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว	:	10.00 ล้านบาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
ที่ตั้งสำนักงาน	:	406 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	จำหน่ายน้ำยาทำความสะอาด และน้ำยาฆ่าเชื้อ สำหรับโรงงานอาหารและเครื่องดื่ม และโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ
กรรมการบริษัท	:	1) นายสืบพงศ์ เกตุณูติ 2) นายอรรณพ จุลพันธ์ 3) นางสาวรุ่งทิพย์ มีแม่นวิทย์
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	:	นางสาวรุ่งทิพย์ มีแม่นวิทย์ ลงลายมือชื่อร่วมกับนายสืบพงศ์ เกตุณูติ หรือ นายอรรณพ จุลพันธ์ รวมเป็นสองคน และประทับตราสำคัญของบริษัท
ความสัมพันธ์กับบริษัท	:	CVT เป็นบริษัทย่อย โดย PRAPAT ถือหุ้นจำนวน 70,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.00 ของทุนจดทะเบียนของ CVT และมีกรรมการร่วมกันกับ PRAPAT ได้แก่ นายสืบพงศ์ เกตุณูติ และนายอรรณพ จุลพันธ์

4) บริษัท แอลไลส์ อินเตอร์เทรด จำกัด ("AL")

วันที่จดทะเบียน	:	1 พฤษภาคม 2543
ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว	:	2.00 ล้านบาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
ที่ตั้งสำนักงาน	:	406 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	จำหน่ายน้ำยาซักฟอกสูตรเฉพาะสำหรับกลุ่มธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท อาทิ โรงพยาบาล โรงเรียนอุตสาหกรรม โรงฆ่าสัตว์
กรรมการบริษัท	:	1) นางไพริน ตริลักษณ์วิสัย 2) นายสืบพงศ์ เกตุญาติ 3) นายวีระพงศ์ ลือสกุล
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	:	นางไพริน ตริลักษณ์วิสัย ลงลายมือชื่อร่วมกับนายสืบพงศ์ เกตุญาติ หรือนายวีระพงศ์ ลือสกุล รวมเป็นสองคน และประทับตราสำคัญของบริษัท
ความสัมพันธ์กับบริษัท	:	AL เป็นบริษัทย่อย โดย PRAPAT ถือหุ้นจำนวน 179,999 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 90.00 ของทุนจดทะเบียนของ AL และมีกรรมการร่วมกันกับ PRAPAT ได้แก่ นายสืบพงศ์ เกตุญาติ และนายวีระพงศ์ ลือสกุล

เงินลงทุนระยะยาว

1) บริษัท พีซีเค เท็กซ์ไทล์ เคมีคอล จำกัด ("PCK")

วันที่จดทะเบียน	:	5 กุมภาพันธ์ 2536
ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว	:	8.00 ล้านบาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ที่ตั้งสำนักงาน	:	23 ซอยพรีเมียร์ 1 ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	จำหน่ายเคมีสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอ
กรรมการบริษัท	:	1) นางสาวกิงกาญจน์ ฉนวนนท์ 2) นายกำปณ พานิชภรณ์
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	:	กรรมการหนึ่งคนลงลายมือชื่อ และประทับตราสำคัญของบริษัท
ความสัมพันธ์กับบริษัท	:	PRAPAT ถือหุ้นจำนวน 79,996 หุ้น คิดเป็นในสัดส่วนร้อยละ 9.99 ของทุนจดทะเบียนของ PCK

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “PRAPAT”) และบริษัทย่อย ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำยาทำความสะอาดและน้ำยาฆ่าเชื้อ ภายใต้ตราสินค้าหลัก “PEERAPAT” รวมทั้งเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมบริการให้บริการ (Hospitality Industry) ได้แก่ เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ เครื่องจักรและอุปกรณ์ทำความสะอาดพื้น สระว่ายน้ำสำเร็จรูปและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่าย แบ่งออกเป็น 7 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ซักกรีด เช่น น้ำยาเพื่องานซักผ้า น้ำยาเพื่อปรับสภาพน้ำ น้ำยาซักกรีดสูตรเฉพาะสำหรับธุรกิจโรงพยาบาล โรงซักกรีด และโรงฆ่าสัตว์ เป็นต้น
- 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ เช่น น้ำยาฆ่าเชื้อทั่วไป น้ำยาฆ่าเชื้อสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น
- 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว เช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาช่วยแห้ง เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ ภาชนะ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องใช้ในครัว เป็นต้น
- 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์แม่บ้านและการทำความสะอาดพื้น เช่น น้ำยาทำความสะอาดพื้น น้ำยาเคลือบเงาพื้น เครื่องจักรและอุปกรณ์ทำความสะอาดพื้น ผลิตภัณฑ์อุปโภคสำหรับกลุ่มแม่บ้าน เป็นต้น
- 5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน เช่น น้ำยาซักผ้า น้ำยาล้างจาน น้ำยาปรับผ้านุ่ม แอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้ในครัวเรือน เป็นต้น
- 6) กลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ เช่น เคมีภัณฑ์สำหรับสระว่ายน้ำ สระว่ายน้ำสำเร็จรูป อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบสระว่ายน้ำ เป็นต้น
- 7) กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน

บริษัทและบริษัทย่อยยังประกอบธุรกิจให้เช่าและให้บริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัท ได้แก่ การให้เช่าและบริการด้านครัว งานบริการด้านสระว่ายน้ำ งานบริการด้านเครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน และงานบริการอื่นๆ

บริษัทมีโรงงานตั้งอยู่ที่ตำบลทับคาง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งบริษัทได้รับมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO 9001) มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาตรฐานการจัดการชีวอนามัยและความปลอดภัย (TIS 18001, OHSAS 18001) มาตรฐานรับรองเกี่ยวกับสุขลักษณะและข้อกำหนดการผลิต (Good Manufacturing Practice: GMP) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ HALAL สำหรับช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าผ่านทางทีมงานฝ่ายขายของบริษัท ศูนย์ธุรกิจ และสาขา นอกจากนี้ บริษัทยังมีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายที่บริษัทเป็นผู้คัดเลือกซึ่งปัจจุบันมีตัวแทนจำหน่ายทั้งหมด 18 ราย ครอบคลุมเขตพื้นที่การขายทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย บริษัทและบริษัทย่อยได้

ขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community: AEC) ในรูปแบบการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในแต่ละประเทศที่ขยายเขตพื้นที่การขายเข้าไป ปัจจุบันมีการแต่งตั้งตัวแทน 10 รายในพื้นที่การขาย 5 ประเทศแล้ว ประกอบด้วย กัมพูชา เวียดนาม เมียนมา สปป.ลาว และอินโดนีเซีย

บริษัทได้มีการจัดโครงสร้างกลุ่มบริษัทเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยบริษัทและบริษัทย่อยแต่ละแห่งจะแบ่งความรับผิดชอบการดำเนินงานต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทผลิตภัณฑ์	คำอธิบายผลิตภัณฑ์	บริษัทที่ดำเนินการ	กลุ่มลูกค้า
(1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ซักกรีด	น้ำยาเพื่องานซักผ้า น้ำยาเพื่อปรับสภาพน้ำ น้ำยาเพื่องานรีดผ้า ปรับผ้านุ่ม	<u>PRAPAT</u> • ผลิตและจำหน่ายน้ำยา	• ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท • ธุรกิจร้านซักอบรีด • ลูกค้าครัวเรือน (Household) ประเภทจำหน่ายปลีกสำหรับใช้ในบ้านเรือน
	น้ำยาซักกรีดสูตรเฉพาะสำหรับธุรกิจ โรงพยาบาล โรงเรียน และโรงงาน สัตว์ ซึ่งต้องมีคุณสมบัติพิเศษ เพิ่มเติมด้านการฆ่าเชื้อในการซัก	<u>AL</u> (บริษัทย่อย) • จำหน่ายน้ำยากลับกลุ่มซักกรีดให้แก่ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม	• ธุรกิจโรงพยาบาล • ธุรกิจโรงเรียน • ธุรกิจโรงงานสัตว์
(2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ	น้ำยาฆ่าเชื้อทั่วไป	<u>PRAPAT</u> • ผลิตและจำหน่ายน้ำยา	• ธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรม • ลูกค้าครัวเรือน (Household) ประเภทจำหน่ายปลีกสำหรับใช้ในบ้านเรือน โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อและทำความสะอาดทั่วไป
	น้ำยาฆ่าเชื้อสำหรับโรงงาน อุตสาหกรรมผลิตอาหารและ เครื่องดื่ม	<u>CVT</u> (บริษัทย่อย) • จำหน่ายน้ำยาภายใต้สูตรผลิตและตราสินค้า “Calgonit” และให้บริการฆ่าเชื้อในโรงงาน	• ธุรกิจโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่ม • ธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรม
(3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว	น้ำยาล้างจาน, น้ำยาช่วยแห้ง, น้ำยาล้างตะกอน เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติตราสินค้า STEWARD ภาชนะและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ เครื่องใช้ในครัว	<u>PRAPAT</u> • ผลิตและจำหน่ายน้ำยา • ส่งผลิตเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติจากต่างประเทศ และนำเข้ามายังจำหน่าย • จัดจำหน่ายภาชนะและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องใช้ในครัว • ให้บริการบำรุงรักษาและซ่อมแซมเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติโดยทีม “ฝ่ายศูนย์รวมช่าง”	• ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท

ประเภทผลิตภัณฑ์	คำอธิบายผลิตภัณฑ์	บริษัทที่ดำเนินการ	กลุ่มลูกค้า
		<u>TSS</u> (บริษัทย่อย) <ul style="list-style-type: none"> จำหน่ายเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ 	<ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท * ธุรกิจรับจัดเลี้ยง ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม Food Chain และ Stand Alone <p>* เฉพาะกรณีลูกค้ากลุ่มธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ต้องการเช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติจะดำเนินการโดย TSS</p>
(4) กลุ่มผลิตภัณฑ์แม่บ้าน และทำความสะอาดพื้นที่ (Building Care)	<p>น้ำยาทำความสะอาดพื้น</p> <p>น้ำยาฆ่าเชื้อสำหรับงานพื้น</p> <p>น้ำยาเคลือบเงาพื้น</p> <p>เครื่องจักรและอุปกรณ์ทำความสะอาดพื้น</p> <p>ผลิตภัณฑ์อุปโภคสำหรับกลุ่มแม่บ้าน อาทิ ถุงมือทำความสะอาด</p>	<u>PRAPAT</u> <ul style="list-style-type: none"> ผลิตและจำหน่ายน้ำยา จัดจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำความสะอาดพื้น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อุปโภคสำหรับกลุ่มแม่บ้าน 	<ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรม ธุรกิจรับจ้างทำความสะอาดอาคารสำนักงาน ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ลูกค้าครัวเรือน (Home-use) ประเภทจำหน่ายปลีกสำหรับใช้ทำความสะอาดพื้นในบ้านพัก
(5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน (Home Care)	<p>น้ำยาสำหรับกลุ่มลูกค้าครัวเรือน</p> <p>เช่น น้ำยาซักผ้า น้ำยาล้างจาน</p> <p>น้ำยาปรับผ้านุ่ม แอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ</p> <p>เป็นต้น</p> <p>ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้ในครัวเรือน</p> <p>เช่น กระดาษทิชชู ถุงขยะ เป็นต้น</p>	<u>PRAPAT</u> <ul style="list-style-type: none"> ผลิตและจำหน่ายน้ำยาที่ใช้ในครัวเรือน ภายใต้ตราสินค้า “คนมีน้ำยา (Solvable Gang)” จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้ในครัวเรือน 	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าปลีกรายย่อย พนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยที่เข้าเป็นสมาชิกกลุ่มช่องทางการขาย Digital กลุ่มสหกรณ์การเกษตร ซึ่งซื้อสินค้าไปจำหน่ายต่อให้แก่สมาชิก
(6) กลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ	<p>เคมีภัณฑ์สำหรับสระว่ายน้ำ</p> <p>สระว่ายน้ำสำเร็จรูป</p> <p>อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับสระว่ายน้ำ</p> <p>การให้บริการดูแลสระว่ายน้ำ</p>	<u>PRAPAT</u> <ul style="list-style-type: none"> ผลิตและจำหน่ายน้ำยาสำหรับทำความสะอาดสระว่ายน้ำ นำเข้าคลอรีน ผงกรอง จากต่างประเทศเพื่อจำหน่ายให้ลูกค้า เป็นตัวแทนจำหน่ายสระว่ายน้ำสำเร็จรูป ตราสินค้า “Magiline” จากประเทศฝรั่งเศส 	<ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ สถาบันการศึกษา ลูกค้ารายย่อยประเภทเจ้าของบ้านพักตากอากาศ, Pool Villa
	<p>อุปกรณ์อะไหล่ และเคมีภัณฑ์สำหรับสระว่ายน้ำ</p>	<u>MP</u> (บริษัทย่อย) <ul style="list-style-type: none"> จำหน่ายอุปกรณ์อะไหล่ และเคมีภัณฑ์สำหรับสระว่ายน้ำ เป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ระบบปั๊มสระว่ายน้ำ ตราสินค้า “Pentair” ระบบเกลือ ตราสินค้า “Davey” 	
(7) ผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน	<p>เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน (Heat Pump)</p> <p>การให้บริการบำรุงรักษา และซ่อมแซม Heat Pump</p>	<u>PRAPAT</u> <ul style="list-style-type: none"> ส่งผลิตเครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงานทั้งจากต่างประเทศและในประเทศไทย เพื่อจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “PP Energy” 	<ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท

ประเภทผลิตภัณฑ์	คำอธิบายผลิตภัณฑ์	บริษัทที่ดำเนินการ	กลุ่มลูกค้า
(8) กลุ่มงานบริการ	<p><u>PRAPAT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> รับจ้างผลิตน้ำยาภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (Original Equipment Manufacturer: OEM) โดยรับจ้างผลิตให้แก่ลูกค้ารายย่อยที่สั่งผลิตเพื่อนำไปแบ่งบรรจุเพื่อจำหน่ายปลีกอีกทอดหนึ่ง ให้บริการรับเหมาล้างภาชนะในสถานที่สำหรับศูนย์อาหาร โรงอาหารในอาคารสำนักงานหรือสถาบันการศึกษา และบริษัทมีรถเคลื่อนที่ให้บริการรับจ้างล้างภาชนะนอกสถานที่ สำหรับงานปาร์ตี้ การออกงานจัดเลี้ยงและ catering ให้บริการดูแล และทำความสะอาดสระว่ายน้ำ ให้บริการดูแล ซ่อมแซม และซ่อมบำรุงเครื่องจักรที่เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท และงานบริการอื่นๆ <p><u>TSS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ให้เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ 		

3.1 โครงสร้างรายได้

ในปี 2561-2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีโครงสร้างรายได้ดังนี้

โครงสร้างรายได้	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย						
กลุ่มผลิตภัณฑ์ซักกรีด	188.41	20.16%	192.29	19.16%	120.78	14.54%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ	174.73	18.70%	197.36	19.66%	217.64	26.19%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว	116.86	12.51%	137.87	13.73%	108.43	13.05%
กลุ่มผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น	69.81	7.47%	75.89	7.56%	79.73	9.59%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ใช้ในครัวเรือน	52.01	5.57%	50.05	4.99%	38.28	4.61%
กลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ	141.28	15.12%	141.25	14.07%	95.94	11.55%
กลุ่มเครื่องทำนําร้อนประหยัดพลังงาน	17.47	1.87%	20.77	2.07%	6.96	0.84%
รวมรายได้จากการขาย	760.57	81.40%	815.48	81.24%	667.74	80.36%
รายได้จากค่าเช่าและบริการ						
กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว	111.27	11.91%	121.93	12.15%	114.86	13.82%
กลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ	40.35	4.32%	44.15	4.40%	40.04	4.82%
กลุ่มเครื่องทำนําร้อนประหยัดพลังงาน	6.85	0.73%	2.53	0.25%	1.55	0.19%
รายได้บริการอื่น ¹	0.27	0.03%	0.82	0.08%	1.21	0.15%
รวมรายได้จากค่าเช่าและบริการ	158.74	16.99%	169.43	16.88%	157.67	18.98%
รวมรายได้จากการขาย ค่าเช่าและบริการ	919.31	98.38%	984.91	98.12%	825.41	99.34%
รายได้อื่น ²	15.09 ²	1.62%	18.92 ²	1.88%	5.52	0.66%
รายได้รวม	934.40	100.00%	1,003.83	100.00%	830.93	100.00%

หมายเหตุ : /1 – รายได้บริการอื่น อาทิ บริการติดตั้ง ซ่อมแซมเครื่องจ่ายน้ำยาสำหรับเครื่องซักผ้าขนาดใหญ่ เป็นต้น

/2 – รายได้อื่น ประกอบด้วย กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน กำไร(ขาดทุน)จากการขายทรัพย์สิน ดอกเบี้ยรับ ค่าเช่าเครื่องจักร อุปกรณ์และการให้บริการแก่ตัวแทนจำหน่าย รายได้บริการของศูนย์รวมช่าง เป็นต้น ทั้งนี้ ในปี 2562 และปี 2563 บริษัทมีการจัดกลุ่มใหม่ (reclassify) รายการบัญชีรายได้อื่นประเภทค่าเช่าเครื่องจักรอุปกรณ์และการให้บริการแก่ตัวแทนจำหน่าย และรายได้บริการของศูนย์รวมช่าง ซึ่งเป็นลักษณะของธุรกิจปกติ ถูกจัดกลุ่มให้เป็นรายได้จากการขาย และ/หรือรายได้จากค่าเช่าและบริการตามลักษณะของรายได้ นั้น ทั้งนี้ กรณีหากมีการจัดกลุ่มใหม่ของรายการบัญชีรายได้อื่นปี 2561 ถึงปี 2562 เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบปี 2561 ถึงปี 2563 รายได้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการขายจะถูกจัดกลุ่มไปรวมบันทึกเป็นรายได้จากการขาย และ รายได้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะถูกจัดกลุ่มไปรวมบันทึกเป็นรายได้จากค่าเช่าและบริการ ซึ่งสามารถสรุปตัวเลขได้ดังตาราง

โครงสร้างรายได้	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายก่อนปรับปรุง	760.57	81.40%	760.57	81.40%	0.00	0.00%
รายได้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการขาย	3.91	0.42%	3.91	0.42%	0.00	0.00%
รายได้จากการขายหลังปรับปรุง	764.48	81.82%	764.48	81.82%	0.00	0.00%
รายได้จากค่าเช่าและบริการก่อนปรับปรุง	158.74	16.99%	158.74	16.99%	0.00	0.00%
รายได้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการบริการ	6.95	0.77%	5.50	0.59%	0.00	0.00%
รายได้จากค่าเช่าและบริการหลังปรับปรุง	148.80	16.45%	164.24	17.58%	0.00	0.00%
รวมรายได้จากการขาย ค่าเช่า และบริการ หลังปรับปรุง	898.40	99.30%	928.72	99.39%	0.00	0.00%
รายได้อื่น	6.35	0.70%	5.68	0.61%	0.00	0.00%
รายได้รวม	904.75	100.00%	934.40	100.00%	0.00	0.00%

3.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทและบริษัทย่อย เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำยาทำความสะอาด ภายใต้ตราสินค้าหลัก “PEERAPAT” รวมทั้งเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมการให้บริการ (Hospitality Industry) โดยผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทและบริษัทย่อยสามารถแบ่งได้ ดังนี้

1.2.1 รายได้จากการขาย

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์

1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ซักриด

PRAPAT เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำยาซักรีดทั้งแบบน้ำยา (Liquid Hygiene Cleaning) และผงน้ำยา (Powder Hygiene Cleaning) ให้กับลูกค้ากลุ่มธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ภายใต้เครื่องหมายการค้า “PEERAPAT” เมื่อลูกค้าซื้อน้ำยาซักรีดประเภทน้ำยา (Liquid Hygiene Cleaning) จากบริษัท ลูกค้าจะได้รับการติดตั้งเครื่องบ่อน้ำยาอัตโนมัติ (Dispenser) โดยไม่เรียกเก็บค่าใช้จ่าย เพื่อใช้ร่วมกับน้ำยาซักรีดของบริษัท เนื่องจากน้ำยาซักรีดต้องใช้ร่วมกับเครื่องบ่อน้ำยาเท่านั้น เครื่องบ่อน้ำยาอัตโนมัติช่วยให้สามารถควบคุมปริมาณการใช้น้ำยาได้อย่างเหมาะสมตามประเภทของเนื้อผ้า โดยสามารถตั้งค่าส่วนผสมได้บนเครื่องบ่อน้ำยาอัตโนมัติ ทำให้ได้ประสิทธิภาพการซักที่ดีสม่ำเสมอ ผ้าที่ได้จึงมีความสะอาด ปลอดภัย นอกจากนี้ การใช้เครื่องบ่อน้ำยาอัตโนมัติควบคุมกับน้ำยาของบริษัท ยังช่วยลดค่าประหยัดต้นทุนในการซักได้อย่างดี เนื่องจากช่วยลดการสูญเสีย น้ำยาจากการเติมน้ำยาเกินความจำเป็น ช่วยลดความผิดพลาดของพนักงานซักผ้า และมีความปลอดภัยเนื่องจากลูกค้าหรือพนักงานของลูกค้าจะไม่ต้องสัมผัสน้ำยาโดยตรง เครื่องบ่อน้ำยาอัตโนมัติ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ Single Washer และ Multi Washer โดย Single Washer สามารถจ่ายน้ำยาไปยังเครื่องซักเดียวเท่านั้น แต่ Multi Washer สามารถจ่ายน้ำยาไปยังเครื่องซักได้หลายเครื่อง เครื่องบ่อน้ำยาซักรีดของบริษัทมีหลายยี่ห้อ อาทิ Nova Seko และ Dositek ซึ่งเป็น

ผลิตภัณฑ์ของยุโรป และประเทศสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ บริษัทมีการซื้อเครื่องบ่อน้ำยาอัตโนมัติยี่ห้อ Combine จากตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย เพื่อนำมาติดตั้งให้กับลูกค้าเช่นกัน



บริษัทได้มีการขายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มธุรกิจโรงพยาบาล กลุ่มร้านอาหาร กลุ่มโรงซักรีด และกลุ่มโรงปศุสัตว์ ซึ่งดำเนินการโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท แอลโลส อินเตอร์เทรด จำกัด (AL) เพื่อแบ่งแยกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกันอย่างชัดเจน เนื่องจากลูกค้ากลุ่มธุรกิจดังกล่าวมีความจำเป็นต้องใช้น้ำยาซักรีดแบบเฉพาะที่มีคุณสมบัติพิเศษกว่าน้ำยาซักรีดทั่วไปเพื่อทำความสะอาดผ้าที่ปนเปื้อนของเสีย อาทิ คราบเลือด คราบไขมัน คราบปัสสาวะและอุจจาระ คราบจากสารคัดหลั่ง เป็นต้น

ตารางแสดงรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ซักรีด

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
PRAPAT	136.26	72.32%	142.03	73.86%	74.26	61.40%
AL	52.15	27.68%	50.26	26.14%	46.69	38.60%
รวมรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ซักรีด	188.41	100.00%	192.29	100.00%	120.95	100.00%

น้ำยาซักรีดของบริษัทและบริษัทย่อย แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1) กลุ่มซัก (Washing Detergent)

ผลิตภัณฑ์กลุ่มซักสามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ ชนิดผง (Powder Detergent) และชนิดน้ำ (Water Detergent) ซึ่งมีสารประกอบทางเคมีสำหรับทำความสะอาดผ้าทุกชนิด ช่วยกำจัดสิ่งสกปรกที่อยู่บนผ้าให้หลุดออกไปละลายอยู่ในน้ำ น้ำยาชนิดน้ำจะละลายน้ำได้ง่ายจึงมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงคราบฝังลึกง่าย เหมาะกับการซักผ้าเด็ก และเสื้อผ้าสำหรับผู้ที่มีผิวบอบบางแพ้สารเคมีง่าย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชนิดน้ำไม่ทิ้งสารตกค้าง สำหรับน้ำยาชนิดผงจะมีประสิทธิภาพในการขจัดคราบจากดินได้ดี เช่น คราบดินโคลน และบางสูตรมีส่วนผสมของสารฟอกขาวทำให้ผ้าดูขาวสว่างขึ้น



1.2) กลุ่มฟอก

ผลิตภัณฑ์กลุ่มฟอกผ้า แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคลอรีน บ्लीช (Chlorine Bleach) มีคุณสมบัติในการฟอกผ้าให้ขาวสว่างสดใส เหมาะกับการซักผ้าขาวโดยเฉพาะ และกลุ่มออกซิเจน บ्लीช (Oxygen Bleach) ทำหน้าที่ในการกำจัดคราบเปื้อนทั่วไป อีกทั้ง ทำให้ผ้าสีสดใส จึงเหมาะกับการทำความสะอาดผ้าสี



1.3) กลุ่มเสริมต่าง

ผลิตภัณฑ์กลุ่มเสริมต่างมีคุณสมบัติปรับคุณสมบัติความเป็นต่างทางเคมีของน้ำ ทำให้การซักผ้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการเพิ่มความต่างของน้ำจะทำให้สิ่งปนเปื้อนบนผ้าสามารถหลุดออกจากเนื้อผ้าได้ง่ายขึ้น



1.4) กลุ่มขจัดไขมัน

ผลิตภัณฑ์กลุ่มขจัดไขมันจะมีการเพิ่มเติมสารประกอบทางเคมีพิเศษที่ใช้ขจัดคราบไขมัน และน้ำมันให้หลุดออกจากเนื้อผ้าได้ง่ายขึ้น



1.5) กลุ่มปรับสภาพน้ำ

ผลิตภัณฑ์กลุ่มปรับสภาพน้ำจะมีสารประกอบทางเคมีที่มีคุณสมบัติปรับสภาพของน้ำ เพื่อปรับกรด-ด่างในน้ำ ทำให้ผ้ามีสภาพเป็นกลาง (pH Balance) ทำให้ไม่ระคายเคือง เมื่อผ้าสัมผัสผิวหลังการซัก



1.6) กลุ่มปรับผ้านุ่ม

ผลิตภัณฑ์กลุ่มปรับผ้านุ่มจะมีการเพิ่มเติมสารประกอบทางเคมีที่มีคุณสมบัติทำให้เนื้อผ้านุ่มขึ้น โดยสารปรับผ้านุ่มจะเคลือบลงบนเนื้อผ้า ทำให้ผ้ามีความลื่นขึ้น นุ่มขึ้น และลดความเสียดสีของเนื้อผ้า ทำให้เวลาสัมผัสจะรู้สึกได้ว่าผ้ามีความหนาและเนื้อผ้าฟูขึ้น นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ปรับผ้านุ่มยังช่วยให้ผ้าแห้งเร็วขึ้น และรีดง่ายขึ้น เนื่องจากสารปรับผ้านุ่มมีคุณสมบัติไม่ชอบน้ำ (Hydrophobic) ปัจจุบันบริษัทยังเพิ่มเติมส่วนผสมของน้ำหอมกลิ่นต่างๆ ผสมอยู่ในน้ำยาปรับผ้านุ่ม ทำให้ผ้ามีกลิ่นหอมสดชื่นมากยิ่งขึ้น



2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ

ในการขยายกลุ่มลูกค้าไปยังภาคโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเครื่องดื่ม บริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท แคลวาทิส-เอเชีย แปซิฟิก จำกัด (CVT) โดย CVT จะทำหน้าที่เป็นผู้ลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์ระบบฆ่าเชื้อ เพื่อนำไปติดตั้งในโรงงานของลูกค้าสำหรับสนับสนุนการจำหน่ายน้ำยาฆ่าเชื้อซึ่งผลิตภายใต้สูตรเคมีและเครื่องหมายการค้า “Calgonit” และน้ำยาฆ่าเชื้อภายใต้สูตรเคมีและเครื่องหมายการค้า “PEERAPAT” ตัวอย่างชื่อสินค้า อาทิ express, HI Alk, capitol เป็นต้น ซึ่ง Calgonit เป็นตราสินค้าของบริษัท แคลวาทิส จีเอ็มบีเอช (“Calvatis GmbH”) จากประเทศเยอรมนี (ผู้ร่วมทุนที่ถือหุ้นใน CVT ในสัดส่วนร้อยละ 20.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว) ซึ่ง Calvatis GmbH เป็นผู้เชี่ยวชาญน้ำยาฆ่าเชื้อระดับสากล มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีเครือข่ายการตลาดหลายประเทศทั่วโลก CVT มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมายาวนานมากกว่า 20 ปี ทำให้ลูกค้ากลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ไว้วางใจในผลิตภัณฑ์และการบริการของ CVT เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ลูกค้าจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของ Calgonit หรือ PRAPAT ขึ้นอยู่กับลักษณะของการใช้งานของลูกค้า คุณภาพน้ำ ลักษณะทางกายภาพ และความต้องการของลูกค้า

ในส่วนของการผลิตและจำหน่ายน้ำยาทำความสะอาดและน้ำยาฆ่าเชื้อทั่วไป ซึ่งจะมีสูตรต่างจากน้ำยาฆ่าเชื้อที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม จะดำเนินการโดย PRAPAT อาทิ น้ำยาล้างภาชนะเอนกประสงค์ น้ำยาเสริมประสิทธิภาพการล้าง เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า “PEERAPAT” โดยกลุ่มลูกค้าที่ซื้อน้ำยาฆ่าเชื้อของ PRAPAT จะเป็นกลุ่มธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท

โรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเครื่องดื่มต้องได้รับ “มาตรฐานการผลิตอาหารเพื่อให้ได้คุณภาพที่ดี” (Good Manufacturing Practice; GMP) ซึ่งต้องมีการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบและสุขอนามัยของทั้งกระบวนการผลิต ดังนั้น ความสะอาดภายในโรงงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ อาหารและเครื่องดื่มที่ผลิตออกมาต้องไม่มีเชื้อโรคปะปนอยู่ ซึ่งมีผลกระทบต่อความไว้วางใจในสินค้าของผู้บริโภค น้ำยาฆ่าเชื้อสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเครื่องดื่มจึงต้องมีคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อทั่วไป โดยต้องมีส่วนผสมของสารฆ่าเชื้อโรค (Disinfectant) และสารทำให้ปราศจากเชื้อ (Sanitizer)

ตารางแสดงรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
PRAPAT ¹	11.81	6.76%	10.53	5.34%	11.71	5.38%
CVT ²	162.92	93.24%	186.82	94.66%	205.93	94.62%
รวมรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ	174.73	100.00%	197.36	100.00%	217.64	100.00%

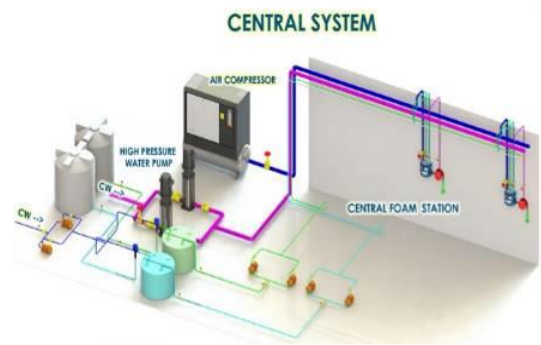
หมายเหตุ : /1 - รายได้ในนาม PRAPAT จะเป็นการจำหน่ายให้แก่ลูกค้ากลุ่มธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเท่านั้น

/2 - รายได้ในนาม CVT จะมีทั้งการจำหน่ายน้ำยาฆ่าเชื้อตราสินค้า Calgonit และตราสินค้า Calgonit

CVT มีการให้บริการวางระบบอุปกรณ์ทำความสะอาดภายในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเครื่องดื่มหลายประเภท เพื่อสนับสนุนการจำหน่ายน้ำยาฆ่าเชื้อให้แก่ลูกค้ากลุ่มดังกล่าว ดังนี้

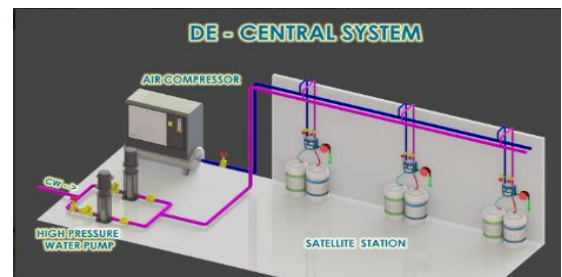
1. ระบบ Central Foam (Central Foam System)

ระบบทำความสะอาดด้วยโฟม จะมีการติดตั้งระบบควบคุมและระบบปั๊มไว้สำหรับจ่ายน้ำยาทำความสะอาดเข้าไปในแต่ละสายการผลิต โดยน้ำยาที่จ่ายจากถังน้ำยาจะถูกส่งไปเก็บไว้ในกล่องเก็บโฟม (Foam Box) เมื่อต้องการทำความสะอาด พนักงานจะเปิดวาล์วเพื่อฉีดโฟมลงบนพื้นผิวของอุปกรณ์หรือสายพานการผลิต ข้อดีของระบบ Central Foam คือพนักงานสามารถปรับสัดส่วนการผสมน้ำยาตามสูตรที่ต้องการได้สะดวก โดยที่ถังผสมน้ำยาจะตั้งอยู่นอกอาคารหรือสายการผลิต



2. ระบบ De-Central Foam (De-Central Foam System)

ระบบทำความสะอาดด้วยโฟมระบบนี้เหมาะกับโรงงานที่ต้องการการทำความสะอาดที่แตกต่างกันในพื้นที่แต่ละส่วนของโรงงาน โดยสัดส่วนการผสมน้ำยาจะแตกต่างกันในแต่ละจุดที่ใช้งาน โดยถังน้ำยาจะตั้งอยู่ภายในอาคารหรือสายการผลิต



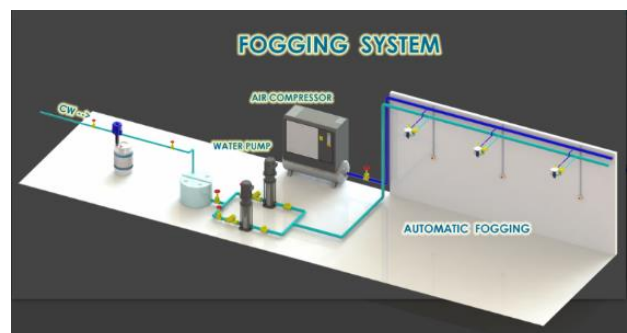
3. ระบบ Mobile Foam (Mobile Foam Device System)



อุปกรณ์ทำความสะอาดด้วยโฟมซึ่งสามารถเคลื่อนย้ายได้ มีขนาด 20 ลิตร และ 50 ลิตร โดยพนักงานสามารถเคลื่อนย้ายไปทำความสะอาดในพื้นที่ที่ต้องการได้สะดวก เหมาะกับโรงงานขนาดเล็ก นอกจากนี้ระบบ Mobile Foam มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน เนื่องจากไม่มีระบบไฟฟ้าเข้ามาเกี่ยวข้อง

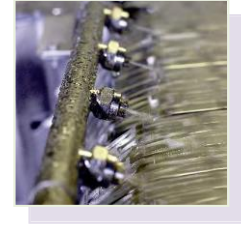
4. ระบบหมอก (Fogging System)

ระบบฆ่าเชื้อในอากาศแบบอัตโนมัติซึ่งมีหัวฉีดกระจายทั้ง 4 ด้าน สามารถฉีดพ่นผลิตภัณฑ์ได้ 180 องศา โดยจะใช้ภายหลังจากทำความสะอาดและไม่มีคนอยู่ในพื้นที่นั้นแล้ว ระบบฆ่าเชื้อในอากาศจะพ่นละอองหรือหมอกควันจากเพดานเพื่อไปแทนที่อากาศในพื้นที่ที่ต้องการทำความสะอาด เพื่อฆ่าเชื้อโรคและขจัดกลิ่น ทำให้พื้นที่หรือห้องที่ใช้ในการผลิตอาหารและเครื่องสำอางพร้อมสำหรับการเริ่มการผลิตครั้งถัดไป โดยกระบวนการฆ่าเชื้อในอากาศใช้เวลาประมาณ 3-8 ชั่วโมงต่อครั้ง



5. ระบบหล่อลื่น (Lubricant Conveyor System)

ระบบพ่นสารหล่อลื่นอัตโนมัติ โดยจะฉีดน้ำยาลงบนสายพานลำเลียง เพื่อให้สายพานลำเลียงไม่ติดขัด และช่วยฆ่าเชื้อโรค



ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อของ PRAPAT และ CVT สามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์โฟม (Foam)

การทำความสะอาดด้วยระบบโฟมเป็นวิธีการทำความสะอาดที่เป็นที่ยอมรับและเหมาะสมกับโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเครื่องดื่ม โดยผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อชนิดโฟมจะมีคุณสมบัติในการฆ่าเชื้อและขจัดคราบตามเครื่องจักรและอุปกรณ์ในโรงงาน โดยผลิตภัณฑ์โฟมแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์โฟมทำความสะอาดชนิดกรด (Acid Foam) มีความเข้มข้นสูง ฟองมาก เหมาะสำหรับขจัดตะกรัน และคราบฝังแน่นในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเครื่องดื่ม



2. ผลิตภัณฑ์โฟมทำความสะอาดชนิดด่าง (Alkali Foam) ผลิตภัณฑ์โฟมที่ออกแบบมาเพื่อขจัดคราบไขมัน และคราบโปรตีนในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเครื่องดื่ม



2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ CIP (Clean in Place)

เคมีภัณฑ์ทำความสะอาดโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มแบบเปียกด้วยสารละลาย CIP เช่น สารซักฟอก สารทำความสะอาด และน้ำยาฆ่าเชื้อ ซึ่งการทำความสะอาดด้วยระบบ CIP ไม่ต้องถอดชิ้นส่วนต่างๆของอุปกรณ์หรือเครื่องจักร ผลิตภัณฑ์นี้จึงเหมาะกับโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นสายการผลิตแบบต่อเนื่องกัน หรือมีเครื่องจักรที่เป็นระบบปิด ผลิตภัณฑ์ CIP แบ่งออกเป็น 2 ชนิด ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ CIP ชนิดด่าง ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ใช้สำหรับขจัดคราบโปรตีน ไขมันฝังแน่นในระบบหมุนเวียนแบบ CIP โดยสามารถล้างออกง่าย



2. **ผลิตภัณฑ์ CIP ชนิดกรด** ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ใช้สำหรับการขจัดคราบตะกอน คราบสนิม ในระบบล้างหมุนเวียนแบบ CIP และการแช่ทำความสะอาด เหมาะกับโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเครื่องดื่ม โดยสามารถตรวจสอบสารตกค้าง และความเข้มข้นของผลิตภัณฑ์ได้อย่างแม่นยำ



3. กลุ่มผลิตภัณฑ์สารฆ่าเชื้อ (Disinfectant)

ผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อมีส่วนประกอบของสารเคมี ใช้สำหรับทำลายจุลินทรีย์หรือเชื้อโรคบนพื้นผิวอุปกรณ์การผลิตอาหารและเครื่องดื่ม โดยผลิตภัณฑ์สารฆ่าเชื้อของ CVT แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อกลุ่ม QAC** (Quaternary Ammonium Compounds) เป็นผลิตภัณฑ์สารฆ่าเชื้อที่ถูกพัฒนาเป็นพิเศษ สามารถฆ่าเชื้อได้ทุกสภาวะ แทรกซึมพื้นผิวได้ดี ไม่กัดกร่อนโลหะทุกชนิด และไม่มีผลต่อพลาสติกหรือโครงสร้างต่างๆของเครื่องจักร โดยออกฤทธิ์ทำลายแบคทีเรียแกรมบวก (แบคทีเรียที่สร้างกรดแล็กติก และสร้างสปอร์) และแบคทีเรียแกรมลบ (แบคทีเรียที่ทำให้อาหารเน่าเสีย) ได้เป็นอย่างดี



2. **ผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อกลุ่ม PAA** (Peracetic Acid) เป็นผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อประสิทธิภาพสูง มีคุณสมบัติเป็นทั้งสารทำความสะอาดและสารฆ่าเชื้อที่สามารถสัมผัสกับอาหารได้โดยตรง โดยไม่ทิ้งสารตกค้างที่มีผลต่ออาหาร เหมาะกับการฆ่าเชื้อในระบบล้างหมุนเวียนแบบ CIP สามารถฆ่าเชื้อแบคทีเรีย เชื้อรา ยีสต์ และเชื้อไวรัสได้



4. กลุ่มผลิตภัณฑ์สารหล่อลื่น (Lubricant)

เป็นผลิตภัณฑ์ช่วยหล่อลื่นสายพานลำเลียง และใช้ทำความสะอาดสายพานลำเลียง เพื่อรับประกันกำลังการผลิตและความถูกต้องตามหลักอนามัยจากกระบวนการบรรจุหีบห่อในทุกขั้นตอน เป็นการป้องกันไม่ให้เกิดสิ่งเจือปนเข้าไปปะปนกับผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม สารหล่อลื่นสายพานลำเลียงของ CVT ใช้ได้กับวัสดุบรรจุหีบห่อทุกชนิด และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยสามารถแบ่งสารหล่อลื่นได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. **กลุ่มสบู่ (Soap base)** ผลิตภัณฑ์หล่อลื่นที่ใช้ฉีดบนสายพานลำเลียง เพื่อลดแรงเสียดทานระหว่างผิวสายพานกับขดหรือบรรจุภัณฑ์ ป้องกันการเกิดสนิม ป้องกันเชื้อราและแบคทีเรีย เนื่องจากผลิตภัณฑ์กลุ่มสบู่สามารถละลายน้ำได้ดี จึงไม่เหมาะกับสายพานพลาสติก เพราะจะทำให้เกิดคราบส่งผลให้สายพานไม่ลื่น

2. **กลุ่มสารหล่อลื่นสังเคราะห์ (Synthetic base)** ผลิตภัณฑ์หล่อลื่นที่พ่นลงบนสายพานลำเลียง มีคุณสมบัติกันน้ำ เหมาะกับสายพานลำเลียงทุกประเภท

5. กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดทั่วไป

ใช้ล้างทำความสะอาด ขจัดคราบไขมัน โปรตีน และคราบสกปรกต่างๆ สามารถล้างออกได้ง่ายๆ และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำยาล้างภาชนะเอนกประสงค์ และน้ำยาเสริมประสิทธิภาพการล้าง



3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว

PRAPAT เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำยาด้านครัว อาทิ น้ำยาล้างภาชนะ น้ำยาช่วยแห้ง เป็นต้น รวมทั้งเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติภายใต้ตราสินค้า “STEWART” อาทิ เครื่องล้างจาน เครื่องล้างแก้ว และอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับเครื่องล้างภาชนะให้แก่ลูกค้าในกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ท การนำเสนอเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติให้แก่ลูกค้าเพื่อเป็นการสนับสนุนการจำหน่ายน้ำยาด้านครัวของ PRAPAT

สำหรับลูกค้ากลุ่มธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มโรงแรมและรีสอร์ท อาทิ กลุ่มร้านอาหารและภัตตาคาร ที่ต้องการเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ บริษัทจะดำเนินการจำหน่ายผ่านบริษัทย่อย คือ บริษัท ไทยสจ๊วต เซอร์วิสเชส จำกัด (TSS) รวมทั้งการให้บริการเช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติให้กับลูกค้าทุกกลุ่มธุรกิจจะดำเนินการผ่าน TSS แต่เพียงผู้เดียวเท่านั้น เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการบริหารงานให้มีความชัดเจนในด้านกลุ่มลูกค้าและความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านของบริษัทย่อย

เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติเป็นนวัตกรรมเพื่อครัวยุคใหม่ที่เป็นที่นิยมในกลุ่มลูกค้าธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งร้านอาหารในโรงแรม ร้าน Food Chain และร้าน Stand Alone เนื่องจากข้อดีต่างๆของเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติเมื่อเปรียบเทียบกับภาชนะแบบใช้มือ อาทิ ประหยัดเวลา ล้างได้ปริมาณมากต่อครั้ง สามารถใช้ร่วมกับน้ำยาฆ่าเชื้อและน้ำยาช่วยแห้ง สามารถล้างในน้ำร้อนอุณหภูมิสูงถึง 85 องศาเซลเซียส ถูกหลักสุขอนามัยตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขกำหนด เป็นต้น ในขณะที่ราคาเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติมีราคาค่อนข้างสูง บริษัทจึงเล็งเห็นแนวโน้มความต้องการในรูปแบบการให้เช่าแก่ลูกค้าที่ต้องการฟังก์ชันการใช้งานเครื่องอัตโนมัติแต่มีข้อจำกัดเรื่องเงินทุน ทั้งนี้การให้เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติจะดำเนินการโดย TSS เท่านั้น

ตารางแสดงรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
PRAPAT ¹	74.69	63.92%	75.85	55.01%	46.04	42.46%
TSS ²	42.17	36.08%	62.03	44.99%	62.39	57.54%
รวมรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว	116.86	100.00%	137.87	100.00%	108.43	100.00%

หมายเหตุ : /1 - PRAPAT จะเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านครัวให้แก่ลูกค้ากลุ่มธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเท่านั้น

/2 - TSS จะเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านครัวให้แก่ลูกค้าทุกกลุ่มยกเว้นลูกค้ากลุ่มธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท และเป็นผู้ให้เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติให้แก่ลูกค้าทุกกลุ่ม (รวมทั้งลูกค้ากลุ่มธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท)

รูปแบบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ด้านครัวของ PRAPAT และ TSS สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบประกอบด้วย

1. จำหน่ายเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ
2. จำหน่ายน้ำยาสำหรับเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ และน้ำยาด้านครัว
3. จำหน่ายน้ำยาทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในครัว

1. จำหน่ายเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ

ในการจำหน่ายเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ PRAPAT จะนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติยี่ห้อที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับจากหลายประเทศทั่วโลก อาทิ ยี่ห้อ Ozti จากประเทศตุรกี ยี่ห้อ Jemi จากประเทศสเปน เป็นต้น โดยผ่านรูปแบบการส่งผลิต OEM (Original Equipment Manufacturer) ภายใต้ตราสินค้า “STEWART” ทั้งนี้ ในการจำหน่ายเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ PRAPAT และ TSS มีการแบ่งกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน โดย PRAPAT จะจำหน่ายเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติให้แก่ลูกค้าในกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทเท่านั้น และ TSS จะจำหน่ายเครื่องล้างภาชนะให้แก่ลูกค้าในกลุ่มอื่นๆ ทั้งหมดที่ไม่ใช่กลุ่มโรงแรมและรีสอร์ท รวมถึง TSS จะเป็นผู้ดำเนินการให้เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ เพื่อความชัดเจนในด้านกลุ่มลูกค้าและความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านของบริษัทย่อย

2. จำหน่ายเคมีภัณฑ์สำหรับเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ

PRAPAT ผลิตและจำหน่ายน้ำยาสำหรับเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ อาทิ น้ำยาล้างภาชนะ น้ำยาช่วยแห้ง น้ำยาล้างตะกอน เป็นต้น สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำยาที่ใช้ร่วมกับเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติที่ TSS เป็นผู้จำหน่ายหรือให้เช่าแก่ลูกค้า นั้น TSS จะสั่งซื้อมาจาก PRAPAT ทั้งนี้มีการกำหนดเงื่อนไขว่าลูกค้าที่เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติจาก TSS จะต้องใช้เฉพาะน้ำยายี่ห้อ PEERAPAT เท่านั้น หากทีมงานดูแลหลังการขายพบว่าลูกค้าไม่ได้ใช้น้ำยายี่ห้อ PEERAPAT ลูกค้าจะถูกยกเลิกสัญญาพร้อมสิทธิต่างๆในสัญญาเช่าและ/หรือสัญญาบริการและบำรุงรักษาเครื่องรายปีในทันที ในขณะที่ลูกค้าที่ซื้อเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติไปแต่ไม่ได้ใช้น้ำยายี่ห้อ PEERAPAT จะถูกยกเลิกการรับประกันสินค้าทันทีแม้ว่าจะยังอยู่ในระยะเวลาประกันสินค้าก็ตาม (ระยะเวลาประกัน 1 ปี ครอบคลุมการซ่อมและบำรุงรักษาเครื่อง) พร้อมยกเลิกสิทธิต่างๆในสัญญาซื้อขายและ/หรือสัญญาบริการและบำรุงรักษาเครื่องรายปีทันทีเช่นกัน

3. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในครัว

PRAPAT ผลิตและจำหน่ายน้ำยาทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในครัว อาทิ น้ำยาล้างภาชนะด้วยมือ น้ำยาขัดคราบไหม้และไขมัน น้ำยาฆ่าเชื้อพื้นผิวและอุปกรณ์ในครัว เป็นต้น

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติของ PRAPAT และ TSS แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. เครื่องล้างภาชนะขนาดเล็ก (Under Counter)

เครื่องล้างภาชนะที่มีฝาเปิดด้านหน้า เหมาะกับการติดตั้งไว้ใต้เคาน์เตอร์ ซึ่งมีประสิทธิภาพในการล้างภาชนะได้ตั้งแต่ประมาณ 400 – 1,440 ชิ้นต่อชั่วโมง เหมาะสำหรับร้านที่รองรับลูกค้าประมาณ 80 ที่นั่ง



2. เครื่องล้างภาชนะขนาดกลาง (Hood Type)

เครื่องล้างภาชนะที่มีลักษณะแบบกระโจม มีฝาดรอปเปิดปิดในแนวตั้ง ซึ่งมีประสิทธิภาพในการล้างภาชนะได้ประมาณ 600 – 1,380 ชิ้นต่อชั่วโมง เหมาะสำหรับร้านที่รองรับลูกค้าประมาณ 80 - 200 ที่นั่ง



3. เครื่องล้างภาชนะขนาดใหญ่ (Conveyer Type)

เครื่องล้างภาชนะที่มีสายพานลำเลียง ซึ่งมีแบบแท่งเดี่ยวและหลายแท่ง มีประสิทธิภาพในการล้างภาชนะได้ประมาณ 1,700 – 2,660 ชิ้นต่อชั่วโมง เหมาะสำหรับร้านที่รองรับลูกค้าประมาณ 200 ที่นั่งขึ้นไป



4. เครื่องล้างภาชนะขนาดใหญ่พิเศษ (Fight Type)

เครื่องล้างภาชนะที่มีสายพานลำเลียงอัตโนมัติ มีขนาดใหญ่ มีประสิทธิภาพการล้างที่สูงมากสามารถล้างภาชนะได้ประมาณ 2,600 – 4,000 ชิ้นต่อชั่วโมง เหมาะสำหรับร้านที่รองรับลูกค้า 200 ที่นั่งขึ้นไป



กลุ่มน้ำยาที่ใช้กับเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ มี 3 ประเภท ดังนี้

1. น้ำยาล้างภาชนะ

ใช้ล้างภาชนะทุกประเภท มีคุณสมบัติทำให้สิ่งสกปรกและคราบต่างๆ หลุดออกจากภาชนะ โดยมีทั้งสำหรับล้างภาชนะด้วยมือ และสำหรับเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ



2. น้ำยาช่วยแห้ง

น้ำยาช่วยแห้งเป็นเคมีภัณฑ์ที่ใช้สำหรับเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติเท่านั้น มีคุณสมบัติทำให้ภาชนะแห้งเร็ว และช่วยควบคุมคราบตะกอนภายในเครื่องล้างภาชนะ



3. น้ำยาล้างตะกอน

น้ำยาล้างตะกอนเป็นเคมีภัณฑ์ที่ใช้กับเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติเท่านั้น ใช้ทำความสะอาด ขจัดคราบฝังแน่นต่างๆ



กลุ่มน้ำยาทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในครัว มี 3 ประเภท ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ล้างภาชนะด้วยมือ

เป็นน้ำยาเพื่อการทำความสะอาดคราบไขมันบนภาชนะ จาน ชาม และอุปกรณ์ต่างๆ สำหรับงานครัว



2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อในครัว

เป็นน้ำยาฆ่าเชื้อแบคทีเรีย สำหรับวัสดุอุปกรณ์ เช่น มีด เขียง ตะแกรง หรือพื้นผิวทั่วไป ผงในหิ้งครัว ห้องอาหาร หรือบริเวณที่ต้องการฆ่าเชื้อ



3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดคราบฝังแน่นในครัว

เป็นน้ำยาเพื่อการทำความสะอาดคราบฝังแน่น เช่น คราบไขมันบนภาชนะ คราบไหม้ในหิ้งครัว คราบน้ำชา กาแฟ คราบตะกรัน สำหรับหิ้งครัว



4) กลุ่มผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น (Building Care)

PRAPAT ผลิตและจำหน่ายน้ำยาสำหรับงานแม่บ้านและน้ำยาทำความสะอาดพื้นทุกประเภท อาทิ พื้นห้องทั่วไป พื้นห้องครัว พื้นห้องน้ำ เป็นต้น ซึ่งเป็นน้ำยาที่มีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าหลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจโรงพยาบาล เป็นต้น รวมทั้งมีการจัดจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับการทำความสะอาดพื้นแบบครบวงจร

ตารางแสดงรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
PRAPAT	69.81	100.00%	75.89	100.00%	79.73	100.00%
รวมรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น	116.86	100.00%	137.87	100.00%	79.73	100.00%

ผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้นของ PRAPAT แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. น้ำยาทำความสะอาดพื้น

- 1.1 **น้ำยาทำความสะอาดพื้น-ฆ่าเชื้อ** มีน้ำยาหลายประเภท มีคุณสมบัติทำความสะอาด ฆ่าเชื้อ และเคลือบเงา มีแบบใช้งานได้ทุกประเภท และแบบแบ่งการใช้งานตามประเภทพื้นผิว อาทิ น้ำยาทำความสะอาดพื้น อเนกประสงค์ น้ำยาทำความสะอาดพื้นฆ่าเชื้อ เป็นต้น



- 1.2 **น้ำยาทำความสะอาดห้องน้ำ-ฆ่าเชื้อ** มีน้ำยาหลายประเภท มีคุณสมบัติทำความสะอาดพื้น ผง หิ้งน้ำ เครื่องสุขภัณฑ์ แบบล้างประจำวัน และแบบล้างต่อสัปดาห์สำหรับคราบสนิม คราบหนักต่างๆ อาทิ น้ำยาทำความสะอาดห้องน้ำแบบล้างประจำวันที่ได้รับการรับรองฉลากเขียว น้ำยาทำความสะอาดห้องน้ำแบบกรด น้ำยาทำความสะอาดห้องน้ำฆ่าเชื้อ เป็นต้น



- 1.3 **น้ำยาทำความสะอาดกระจก PEERAPAT** มีน้ำยาแบบพร้อมใช้งาน และแบบเข้มข้นที่ต้องนำไปผสมน้ำตามอัตราส่วนก่อนการใช้งาน



- 1.4 **น้ำยาทำความสะอาดมือและกลุ่มเจล-สเปรย์แอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ** แบ่งเป็น

- น้ำยาทำความสะอาดมือแบบเหลว แบบโฟมฆ่าเชื้อ



- เจลและสเปรย์แอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ



2. เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ทำความสะอาดพื้น

เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ทำความสะอาดพื้นที่ PRAPAT จัดจำหน่ายเพื่อใช้งานควบคู่กับน้ำยาทำความสะอาดพื้นของบริษัท หรือเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้สามารถจัดซื้ออุปกรณ์ได้ครบในที่เดียว ประกอบด้วย รถทำความสะอาด เครื่องขัดพื้น เครื่องดูดฝุ่น และเครื่องฉีดน้ำ เป็นต้น



3. อุปกรณ์ทำความสะอาด

อุปกรณ์ทำความสะอาดที่ PRAPAT จำหน่ายเป็นอุปกรณ์สำหรับงานในส่วนของแผนกแม่บ้าน มีมากกว่า 200 รายการ อาทิ แผ่นขัดพื้น ฟองน้ำสำหรับขัด อุปกรณ์ทำความสะอาดกระจก ไม้กวาด ไม้ม็อบ รถเข็น แผ่นยาง ถึงขยะ รวมไปถึงกระดาษชำระ



5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน (Home Care)

PRAPAT ได้ขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าครัวเรือน (Business-to-Customer: B2C) นอกเหนือจากกลุ่มลูกค้าธุรกิจอุตสาหกรรม (Business-to-Business: B2B) เนื่องจากบริษัทมองเห็นว่าน้ำยาของบริษัทเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับทุกครัวเรือน กอปรกับบริษัทยังมีการผลิตเหลือจากการผลิตเพื่อรองรับการจำหน่ายให้แก่กลุ่มลูกค้าธุรกิจอุตสาหกรรม จึงได้ตั้งแผนกวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาสูตรน้ำยาที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มลูกค้าครัวเรือน และมีปริมาณที่เหมาะสมกับการใช้งานภายในครัวเรือน น้ำยาที่มีคุณภาพไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่ต้องมีราคาเหมาะสม สามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค

บริษัทจำหน่ายน้ำยาที่ใช้ในครัวเรือน ภายใต้ตราสินค้า “คนมีน้ำยา (Solvable Gang)” ซึ่งได้เริ่มจำหน่ายตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา อาทิ สารซักฟอก “กรีน แร็กส์” “ออกซี่ แร็กส์” น้ำยาปรับผ้านุ่ม “โรส” น้ำยาล้างจาน “โซนี่” น้ำยาทำความสะอาดพื้นผิว “ฟิงคี้” เป็นต้น รวมทั้งจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ประกอบสำหรับการทำความสะอาดต่างๆ อาทิ ผ้าเช็ดอเนกประสงค์ ถูขยี้ด้าม กระจกชำระ แอลกอฮอล์แบบน้ำหรือแบบเจลขนาดพกพา เป็นต้น สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน บริษัทจะจำหน่ายผ่านแผนกทีมขาย Digital ในหลากหลายช่องทางออนไลน์ อาทิเช่น Shopee, Lazada, Facebook, Line@ เป็นต้น ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้สะดวกมากขึ้น



ตารางแสดงรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
PRAPAT	52.01	100.00%	50.05	100.00%	38.28	100.00%
รวมรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน	52.01	100.00%	50.05	100.00%	38.28	100.00%

6) กลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ

PRAPAT เป็นผู้จัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์สำหรับสระว่ายน้ำ นำเข้าและจำหน่ายสระว่ายน้ำสำเร็จรูป ภายใต้ตราสินค้า “Magiline” จากประเทศฝรั่งเศส รวมถึงการให้บริการดูแล บำรุงรักษาสระว่ายน้ำ (Pool service) PRAPAT ได้รับแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย ซึ่งสินค้าของ Magiline มีนวัตกรรมที่ทันสมัย ดูแลง่าย และใช้เวลาดำเนินการเพียง 2 สัปดาห์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมถึงผู้รับเหมาก่อสร้างสระน้ำสำหรับโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

สำหรับการวางระบบสระว่ายน้ำ จำหน่ายเคมีภัณฑ์และอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำจะดำเนินการโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท มิสเตอร์พูล จำกัด (MP) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจสระว่ายน้ำ โดย MP มีทีมงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านสระว่ายน้ำที่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ตั้งแต่การให้คำปรึกษา การจัดหาวัสดุอุปกรณ์และเคมีภัณฑ์ และการวางระบบสระว่ายน้ำ ทั้งนี้ ในส่วนของการวางระบบและติดตั้งเครื่องจักรอุปกรณ์จะมีการจ้างผู้รับเหมาติดตั้งภายนอกโดยมีวิศวกรคุมงานของ MP ทำหน้าที่กำกับดูแลงานติดตั้ง บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าจากหลากหลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ รวมไปถึงลูกค้ากลุ่มบ้านเดี่ยวที่มีสระว่ายน้ำ ซึ่ง MP มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสระว่ายน้ำมากกว่า 25 ปี ปัจจุบัน MP เป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ระบบสระว่ายน้ำยี่ห้อ Pentair ของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงทั่วโลก

ตารางแสดงรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
PRAPAT	73.96	52.35%	70.06	49.60%	43.47	45.31%
MP	67.32	47.65%	71.19	50.40%	52.47	54.69%
รวมรายได้จากการจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ	141.28	100.00%	141.25	100.00%	95.94	100.00%

ผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำของ PRAPAT และ MP แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. อุปกรณ์ที่ใช้ในสระว่ายน้ำ

MP เป็นผู้จำหน่ายอุปกรณ์ที่ใช้ในสระว่ายน้ำ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ MP จำหน่าย ประกอบด้วย เครื่องกรองปั๊มสระว่ายน้ำ ระบบเกลือ ไฟสระว่ายน้ำ ท่อน้ำดูด อุปกรณ์ตกแต่งสระว่ายน้ำ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ของ MP เป็นผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำที่มีชื่อเสียงจากผู้ผลิตต่างประเทศ อาทิ Pentair จากประเทศสหรัฐอเมริกา Davey จากประเทศออสเตรเลีย และ Gemas จากประเทศตุรกี ซึ่ง MP ได้รับแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง สินค้ากลุ่มนี้มีระยะเวลาประกัน 1-3 ปี แล้วแต่ประเภทของสินค้าและยี่ห้อของสินค้า ซึ่งการรับประกันครอบคลุมการซ่อมและบำรุงรักษาเครื่องตลอดระยะเวลาประกัน



2. เคมีภัณฑ์สำหรับสระว่ายน้ำ

เคมีภัณฑ์สำหรับสระว่ายน้ำ ประกอบด้วย เคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษ และเคมีภัณฑ์ทั่วไป ซึ่งสามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์การใช้งานได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับฆ่าเชื้อโรค อาทิ คลอรีน เกลือบรืสุทธิ เป็นต้น และ 2) ผลิตภัณฑ์ใช้สำหรับควบคุมคุณภาพน้ำ อาทิ น้ำยาปรับสภาพน้ำ เป็นต้น



3. สระว่ายน้ำสำเร็จรูป

สระว่ายน้ำสำเร็จรูปจำหน่ายโดย PRAPAT ภายใต้ตราสินค้า "Magiline" จากประเทศฝรั่งเศส ซึ่ง PRAPAT ได้รับแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย โดยสระว่ายน้ำสำเร็จรูป Magiline มีนวัตกรรมที่ทันสมัย ดูแลรักษาง่าย และใช้ระยะเวลาก่อสร้างเพียง 2 สัปดาห์เท่านั้น สินค้า Magiline มีระยะเวลาประกัน 2 ปี ซึ่งการรับประกันครอบคลุมการซ่อมและบำรุงรักษาเครื่องตลอดระยะเวลาประกัน



7) ผลผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน

PRAPAT เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน (Heat Pump) ภายใต้ตราสินค้า “PP ENERGY” ซึ่งเป็นเครื่องทำน้ำร้อนสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมบริการให้บริการ (Hospitality Industry) อาทิ กลุ่มธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท โรงพยาบาล ร้านอาหาร เป็นต้น โดยบริษัทสั่งผลิตในลักษณะ OEM จากต่างประเทศ อาทิ ประเทศจีน เพื่อนำมาจำหน่ายให้กับลูกค้า รวมทั้งสั่งผลิตและ/หรือสั่งซื้ออุปกรณ์ประกอบต่างๆจากในประเทศไทย นอกจากนี้ PRAPAT มีการให้บริการ ให้คำปรึกษา และติดตั้งเครื่องทำน้ำร้อนแบบครบวงจร โดยทีมงานที่มีประสบการณ์ และความชำนาญ ทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าเป็นอย่างดี สินค้า PP ENERGY มีระยะเวลาประกัน 2 ปี ซึ่งการรับประกันครอบคลุมการซ่อมและบำรุงรักษาเครื่องตลอดระยะเวลาประกัน

ตารางแสดงรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
PRAPAT	17.47	100.00%	20.77	100.00%	6.96	100.00%
รวมรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน	17.47	100.00%	20.77	100.00%	6.96	100.00%

เครื่องทำน้ำร้อนเป็นอุปกรณ์ทำความร้อนที่ดึงความร้อนจากอากาศ แล้วถ่ายเทความร้อนให้แก่น้ำ ทำให้น้ำมีอุณหภูมิสูงขึ้นตามความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งเครื่องทำน้ำร้อนเป็นอุปกรณ์ทำความร้อนที่ใช้ทดแทนการใช้หม้อไอน้ำ หรือ บอยเลอร์ (Boiler) ที่ต้องใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงชีวมวลหรือไฟฟ้า ซึ่งจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ใช้งานได้ เครื่องทำน้ำร้อนเหมาะสำหรับธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท โรงพยาบาล โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ เนื่องจากสามารถผลิตน้ำร้อน เพื่อการใช้งานในปริมาณมากในช่วงอุณหภูมิที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว สามารถรักษาระดับอุณหภูมิของน้ำร้อนในระบบให้เสถียรได้ในช่วงอุณหภูมิหนึ่ง ก่อนที่จะเร่งเครื่องทำน้ำร้อนให้น้ำร้อนในอุณหภูมิที่ต้องการใช้งาน ซึ่งช่วยประหยัดพลังงานได้อีกทางหนึ่ง



8) กลุ่มงานบริการ

PRAPAT มีกลุ่มงานบริการให้แก่ลูกค้าเพื่อเป็นการต่อยอดธุรกิจบนฐานลูกค้าหลัก และสนับสนุนการขายน้ำยาซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มบริษัท ผ่านหน่วยงานให้บริการของกลุ่มบริษัท ภายใต้ชื่อ “ศูนย์รวมช่าง” ปัจจุบันมีรายได้จากการให้บริการทั้งหมด 5 ประเภท โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. รับจ้างผลิตน้ำยาภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (OEM)

บริษัทให้บริการรับจ้างผลิตน้ำยาทำความสะอาด น้ำยาฆ่าเชื้อ ภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า เช่น น้ำยาทำความสะอาดเอนกประสงค์ ผลิตภัณฑ์ล้างจาน เป็นต้น โดยบริษัทจะทำการสอบถามความต้องการของลูกค้า คุณสมบัติและคุณลักษณะเฉพาะของน้ำยาที่ลูกค้าต้องการ จากนั้นจึงพัฒนาสูตรหรือส่วนผสมของน้ำยาตามที่ต้องการ รวมทั้งคำนวณค่าใช้จ่ายในการผลิตน้ำยาดังกล่าว และส่งข้อเสนอให้แก่ลูกค้า หากลูกค้าตอบรับข้อเสนอ บริษัทจะทำสัญญากับลูกค้าเป็นแบบรายปี โดยมีการระบุจำนวนและการผลิตในเงื่อนไขสัญญา ซึ่งบริษัทจะมีการกำหนดเงื่อนไขไม่สามารถทำธุรกิจแข่งกับลูกค้าหรือนำสูตรน้ำยาของลูกค้าไปใช้ทำการตลาดเอง ในการรับจ้างผลิต PRAPAT จะกำหนดเงื่อนไขการผลิตในปริมาณมากแบบ Bulk เพื่อจัดส่งไปให้ลูกค้านำไปแบ่งบรรจุเพื่อจำหน่าย หรือให้บริการบรรจุสินค้าสำเร็จรูปตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการนำไปจำหน่ายได้ทันที เช่น แบบกระปุก แบบกระป๋อง แบบถุง แบบเกลลอน แบบ Re-Fill เป็นต้น

2. บริการรับเหมาล้างจานภายในศูนย์อาหารและโรงอาหาร

บริษัทให้บริการรับเหมาล้างจานภายในสถานที่ อาทิ ศูนย์อาหารและโรงอาหาร เพื่อเป็นการสนับสนุนการขายน้ำยาและผลิตภัณฑ์หลากหลายกลุ่มในคราวเดียว เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดพื้น กลุ่มผลิตภัณฑ์ซักกรีด เป็นต้น บริษัทจะทำสัญญาเป็นรายปีกับศูนย์อาหาร อาทิ ศูนย์อาหารภายในห้างสรรพสินค้าสามย่านมิตรทาวน์ ศูนย์อาหารภายในห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง โรงอาหารในสำนักงานการไฟฟ้านครหลวง โรงอาหารในอาคารสำนักงานและสถานศึกษาต่างๆ เป็นต้น ปัจจุบัน บริษัทมีการขยายงานบริการกลุ่มนี้ให้กว้างขึ้น โดยบริษัทมีรถเคลื่อนที่ให้บริการรับจ้างล้างจานนอกสถานที่ สำหรับงานปาร์ตี้ การออกงานจัดเลี้ยง และ catering ซึ่งปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมของลูกค้า

3. ให้บริการดูแล ซ่อมแซม และซ่อมบำรุงเครื่องจักรที่เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท

เนื่องจากเครื่องจักรและอุปกรณ์ของบริษัทส่วนมากเป็นเครื่องจักรและอุปกรณ์หลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจและสนับสนุนการขายสินค้าหลัก กล่าวคือน้ำยาซักกรีด ฆ่าเชื้อและทำความสะอาด น้ำยาล้างจาน น้ำยาช่วยแห้ง เป็นต้น การบำรุงรักษาประสิทธิภาพของเครื่องจักรอุปกรณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญ บริษัทจึงมีหน่วยงานให้บริการดูแล ซ่อมแซม และซ่อมบำรุงเครื่องจักรที่เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท ภายใต้ชื่อ “ศูนย์รวมช่าง” ซึ่งมีทีมงานช่างที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ ทีมช่างผ่านมาตรฐานรับรองช่างไฟฟ้า พร้อมเครื่องมือที่ทันสมัย ซึ่งจะให้บริการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าผ่านสายด่วน (Hotline) ของบริษัท ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศไทย ทีมงานจะเข้าให้บริการหลังจากได้รับแจ้งงานซ่อมจากลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภายใน 48 ชั่วโมงสำหรับเขตพื้นที่ต่างจังหวัด อีกทั้งภายหลังทีมงานเข้าให้บริการ หน่วยงานบริการจะตรวจสอบคุณภาพงานโดยโทรศัพท์ไปสอบถามความพึงพอใจจากลูกค้า ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทได้รับการตอบกลับด้านความพึงพอใจจากลูกค้าเป็นอย่างดี ทั้งนี้ สามารถแบ่งการซ่อมบำรุงได้เป็น 2 ประเภท คือ

3.1 การซ่อมบำรุงเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance) หรือการซ่อมบำรุงตามแผนงาน เป็นการซ่อมบำรุงตามแผนงาน เพื่อรักษาสภาพการทำงานของเครื่องจักรและอุปกรณ์ให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ไม่ให้เกิดความเสียหาย ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการดำเนินงานของลูกค้า

3.2 การบำรุงรักษาแบบแก้ไข (Corrective Maintenance) เป็นการซ่อมบำรุงเครื่องจักรอุปกรณ์ที่มีความเสียหายซึ่งไม่สามารถนำมาใช้งานได้ ทีมช่างของศูนย์รวมช่างของบริษัทจะเข้าให้บริการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่อุปกรณ์โดยเก็บค่าใช้จ่ายเป็นกรณีไป

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการให้บริการพิเศษอื่นๆ นำเสนอให้แก่ลูกค้า เช่น การตรวจสอบประสิทธิภาพของสูตรการชัก การตรวจสอบประสิทธิภาพเครื่องชัก การตรวจสอบด้านสุขอนามัยและเชื้อเชื้อ การบริการเกี่ยวกับห้องวิจัยและปฏิบัติการ การตรวจสอบคุณภาพของน้ำที่ใช้และน้ำในขั้นตอนการชัก รวมถึงจัดอบรมความรู้ด้านความปลอดภัยในการใช้น้ำยาให้แก่บุคลากรของลูกค้าที่สนใจ

4. ให้เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ

ในการให้เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติดำเนินการโดย TSS โดยการให้เช่าแก่ลูกค้าทุกกลุ่มธุรกิจ รูปแบบการให้เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

4.1 ให้เช่าทั่วไป

การให้เช่าทั่วไปเป็นการให้เช่าเครื่องล้างภาชนะแบบกำหนดระยะเวลาเช่าแบบปีต่อปี ซึ่งมีทั้งแบบให้เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติแบบเหมารวมน้ำยาตลอดอายุสัญญาเช่า ลูกค้าจะจ่ายค่าเช่าคงที่เป็นรายเดือน ซึ่งมีการบวกเพิ่มเหมารวมราคาน้ำยาไปในค่าเช่าแล้ว ลูกค้าจึงสามารถเรียกให้บริษัทเข้าไปเติมน้ำยาที่รอบก็ได้ตลอดอายุสัญญาเช่า และการให้เช่าแบบแยกค่าน้ำยา ซึ่งลูกค้าจะต้องชำระค่าเช่าคงที่เป็นรายเดือน และซื้อน้ำยาล้างภาชนะและน้ำยาช่วยแห้งแยกต่างหาก โดยค่าเช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติแบบเหมารวมน้ำยา จะสูงกว่าค่าเช่าแบบแยกน้ำยาในอัตราที่ TSS กำหนดไว้ตามขนาดของเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติที่ลูกค้าทำสัญญาเช่า

4.2 ให้เช่าแบบอินลิทรี

การให้เช่าแบบอินลิทรีเป็นการให้เช่าที่เมื่อหมดระยะเวลาในสัญญาเช่าแล้ว ลูกค้ามีสิทธิซื้อเครื่องล้างภาชนะในราคาที่เราระบุไว้ในสัญญาได้

5. ให้บริการดูแลและบำรุงรักษาสระว่ายน้ำ

PRAPAT มีทีมงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านสระว่ายน้ำ ที่สามารถตอบสนอง และให้บริการตามความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ในการบำรุงรักษาสระว่ายน้ำ ดูแลทำความสะอาดสระว่ายน้ำ

2. การตลาดและการแข่งขัน

1) กลยุทธ์การตลาด

● กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของน้ำยาที่บริษัทผลิต ทำการวิจัยพัฒนาและปรับปรุงสูตรการผลิตน้ำยาให้มีคุณสมบัติพิเศษในการทำมาสะอาดและฆ่าเชื้อ เน้นการทำตลาดผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า “PEERAPAT” รวมทั้งติดตามเทคโนโลยีการทำมาสะอาดที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ทำให้น้ำยาเครื่องจักรอุปกรณ์ และงานบริการของกลุ่มบริษัทเป็นที่ยอมรับและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ามากกว่า 30 ปี บริษัทได้ลงทุนพัฒนาห้องปฏิบัติการทางเคมีที่ทันสมัย เพื่อให้ได้น้ำยาที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานระดับสากล โดยบริษัทมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ ขั้นตอนการผลิต จนออกมาเป็นน้ำยาสำเร็จรูปสำหรับผลิตภัณฑ์ที่บริษัทไม่ได้ผลิตเอง อาทิ เครื่องจักรทำความสะอาดพื้น เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ สระว่ายน้ำสำเร็จรูป เป็นต้น บริษัทได้เป็นตัวแทนจำหน่ายจากผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ โดยในส่วนของเครื่องจักรทำความสะอาดพื้นบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายจากผู้ผลิตจากประเทศตุรกี และประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายจากผู้ผลิตจากประเทศตุรกี และประเทศสเปน

สำหรับส่วรายได้สำเร็จรูปและอุปกรณ์ส่วรายได้ บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายจากผู้ผลิตจากประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลีย และประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเจ้าของตราสินค้าแต่ละรายเป็นที่ยอมรับระดับสากล จากลูกค้าทั่วโลก จึงทำให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทเป็นผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพในระดับสากล

ด้านงานบริการบริษัทและบริษัทย่อยจัดให้มีทีมงาน ทีมช่าง ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ พร้อมให้บริการแก่ลูกค้าทั่วประเทศไทย และให้ความสำคัญเรื่องเวลาเป็นอันดับต้นๆ โดยทีมงานจะเข้าไปให้บริการหลังจากได้รับแจ้งงานซ่อมจากลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภายใน 48 ชั่วโมงสำหรับเขตพื้นที่ต่างจังหวัด รวมทั้งบริษัทยังมีการให้บริการพิเศษอื่นๆ นำเสนอให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าเสมอมา

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และงานบริการที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและที่จะเกิดขึ้นในอนาคต กลุ่มบริษัทจะเน้นการวิจัยพัฒนา ศึกษาดูงาน และนำเอาเทคโนโลยีด้านการทำความสะอาดด้วยนวัตกรรมสมัยใหม่มาแนะนำเสนอให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่บริษัทได้กำหนดไว้

- กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา (Price)

บริษัทและบริษัทย่อยมีนโยบายกำหนดราคาขายโดยใช้ราคากลาง (Price list) ซึ่งจะมีการทบทวนอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี หรือปรับเปลี่ยนราคากลางหากมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างต้นทุนผลิตน้ำยา และต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่บริษัทสั่งผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่าย อย่างไรก็ตาม บริษัทและบริษัทย่อยมีการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมีการเปรียบเทียบราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และสามารถตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า ยกเว้นสินค้าบางชนิดที่เป็นสินค้าควบคุมราคาโดยหน่วยงานราชการ เช่น เจลแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ หากจะมีการปรับเปลี่ยนราคาขายจะต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเสียก่อน

ราคาน้ำยาและราคาผลิตภัณฑ์ที่บริษัทสั่งผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายจะมีนโยบายการกำหนดราคาขายเป็นราคาเดียว (Single Price) แต่มีการแยกเป็นราคาขายปลีกและราคาขายส่ง ซึ่งราคาขายส่งจะถูกกว่าราคาขายปลีก ในส่วนลูกค้ากลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมบริษัทจะกำหนดราคาตาม Price List หากมีการเจรจาส่วนลดการค้า พนักงานขายไม่ว่าจะเป็นฝ่ายขายของบริษัท ทีมงานของศูนย์ธุรกิจ ทีมงานของสาขาจะสามารถเจรจาลดได้ตามเงื่อนไขและระเบียบปฏิบัติที่บริษัทและบริษัทย่อยกำหนดไว้

- กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆผ่าน 2 ช่องทางหลัก คือ 1) การจัดจำหน่ายของบริษัทโดยตรง และ 2) ผ่านตัวแทนจำหน่ายของบริษัท โดยสัดส่วนการขายผ่านแต่ละช่องทางเฉลี่ยแต่ละปีประมาณร้อยละ 85 และร้อยละ 15 ของรายได้จากการขายและบริการรวม ตามลำดับ ทีมงานขายทั้งในส่วนของบริษัทโดยตรงและทีมงานขายของตัวแทนจำหน่าย มีความรู้ความเข้าใจในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์และงานบริการของบริษัทจึงสามารถเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลายให้แก่ลูกค้าได้ โดยมีรายละเอียดดังตาราง

ตารางแสดงโครงสร้างรายได้จากการขายและบริการแยกตามช่องทางการจำหน่าย

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ขายโดยตรง	763.65	83.07%	828.81	84.12%	700.95	84.92%
ขายผ่านตัวแทนจำหน่าย	155.65	16.93%	156.10	15.88%	124.46	15.08%
รวมรายได้จากการขายและบริการ	919.31	100.00%	984.91	100.00%	825.41	100.00%

รายละเอียดแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทโดยตรง ประกอบด้วย ศูนย์ธุรกิจ สาขา และทีมงานฝ่ายขายของบริษัท

1.1) **ศูนย์ธุรกิจ** คือ หน่วยขายที่มีขนาดใหญ่ โดยจะต้องผ่านเงื่อนไขสำคัญที่บริษัทกำหนดไว้ คือ มียอดขายมากกว่า 1 ล้านบาทต่อเดือน มีพื้นที่กว้างขวางเพียงพอที่จะจัดทำ Showroom วางแสดงและนำเสนอสินค้าของกลุ่ม PRAPAT ให้แก่ลูกค้าได้เลือกชม และต้องมีทีมงานช่างประจำศูนย์ของตนเองเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้าของกลุ่ม PRAPAT ได้ตามเงื่อนไขที่จะต้องส่งทีมงานช่างไปถึงสถานที่ของลูกค้าภายใน 48 ชั่วโมงนับจากได้รับแจ้งจากลูกค้า ปัจจุบันบริษัทมีศูนย์ธุรกิจทั้งหมด 7



แห่ง ประกอบด้วย ศูนย์ธุรกิจกรุงเทพมหานคร ศูนย์ธุรกิจจังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์ธุรกิจพัทยา จังหวัดชลบุรี ศูนย์ธุรกิจชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ศูนย์ธุรกิจเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ศูนย์ธุรกิจหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และศูนย์ธุรกิจจังหวัดภูเก็ต โดยผู้จัดการและพนักงานขายประจำศูนย์ธุรกิจ จะได้รับค่าตอบแทนในลักษณะค่า commission ตามนโยบายการจ่าย commission ของบริษัท

1.2) **สาขา** ปัจจุบันมีจำนวน 1 สาขา คือ สาขาจังหวัดกระบี่ การดำเนินงานของสาขาจะมีลักษณะคล้ายศูนย์ธุรกิจขนาดเล็กที่ยังไม่มีคุณสมบัติครบถ้วนในการขออนุมัติปรับระดับเป็นศูนย์ธุรกิจได้ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ โดยผู้จัดการและพนักงานขายประจำสาขา จะได้รับค่าตอบแทนในลักษณะค่า commission ตามนโยบายการจ่าย commission ของบริษัท

1.3) **ทีมงานการตลาดของบริษัทและบริษัทย่อยแต่ละบริษัท** นอกจากทีมงานการตลาดที่จะดูแลงานขายของศูนย์ธุรกิจ สาขา และตัวแทนจำหน่ายแล้ว บริษัทยังได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่ม Business-to-Customer: B2C ผ่านระบบตลาดออนไลน์ (e-commerce) เพื่อช่วยให้ลูกค้าเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ผ่านแอปพลิเคชัน Shopee Lazada และยังสามารถติดต่อซื้อขายผ่าน Official Line ของบริษัทได้อีกช่องทางหนึ่ง ทั้งนี้พนักงานทุกคนของบริษัทและบริษัทย่อยได้รับการปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรของ PRAPAT ให้ช่วยสนับสนุนงานขายผลิตภัณฑ์น้ำยาและผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของกลุ่มบริษัทได้ทุกคน โดยพนักงานแต่ละคนสามารถโฆษณาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทผ่านช่องทาง Online ของตนเองได้ เช่น LINE@, Facebook เป็นต้น ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือนเนื่องจากเป็นสินค้าอุปโภคทั่วไปที่จำเป็นต่อการใช้งานในครัวเรือน ไม่จำเป็นต้องสาธิตวิธีการใช้งานโดยทีมงานฝ่ายขาย และราคาไม่สูงมากนัก โดยหากมีลูกค้าติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และโอนเงินมายังบริษัทเรียบร้อยแล้ว ฝ่าย Digital จะ

ทำการจัดส่งผลิตภัณฑ์ไปให้แก่ลูกค้าโดยตรง พนักงานจะได้รับผลตอบแทนในลักษณะค่า commission ตามนโยบายการจ่ายค่า commission ของฝ่าย Digital ทั้งนี้จะต้องไม่กระทบต่อการทำงานปกติของพนักงานท่านนั้นๆ ซึ่งบริษัทและบริษัทย่อยจะมีการวัดผลการปฏิบัติงานโดยหน่วยงานต้นสังกัดของพนักงานโดยตัวชี้วัด KPIs ที่กำหนดไว้อย่างสม่ำเสมอ

2) ตัวแทนจำหน่ายของบริษัท

บริษัทมีนโยบายในการสนับสนุนอดีตพนักงานของกลุ่มบริษัทที่ต้องการแยกตัวออกไปทำธุรกิจของตนเองในภูมิภาคต่างๆ แต่มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์น้ำยา ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ เครื่องจักรอุปกรณ์ต่างๆ และงานบริการของกลุ่มบริษัท ซึ่งสนใจจะร่วมเติบโตไปกับธุรกิจของ PRAPAT เพื่อรับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ ตัวแทนจำหน่ายสามารถบริหารจัดการธุรกิจของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีเงื่อนไขข้อปฏิบัติและโครงสร้างผลตอบแทนกำหนดไว้อย่างชัดเจนในสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการของ PRAPAT โดยตัวแทนจำหน่ายของบริษัทจะได้รับส่วนลดจากการสั่งซื้อสินค้าแล้วมารับสินค้าหน้าโรงงานหรือสำนักงานของบริษัท และส่วนลดจากการซื้อ batch size ปัจจุบันมีตัวแทนจำหน่ายทั้งหมด 18 ราย ครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศไทย ประกอบด้วย ตัวแทนกรุงเทพมหานคร ตัวแทนจังหวัดสมุทรปราการ ตัวแทนจังหวัดเชียงใหม่ ตัวแทนจังหวัดขอนแก่น ตัวแทนจังหวัดอุบลราชธานี ตัวแทนจังหวัดกาญจนบุรี ตัวแทนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตัวแทนจังหวัดสงขลา ตัวแทนจังหวัดปทุมธานี ตัวแทนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตัวแทนจังหวัดสระบุรี ตัวแทนจังหวัดลำปาง ตัวแทนจังหวัดตราด ตัวแทนจังหวัดอุดรธานี ตัวแทนจังหวัดพิษณุโลก ตัวแทนจังหวัดนครราชสีมา ตัวแทนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และตัวแทนจังหวัดกระบี่ ทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มบริษัทสามารถเข้าถึงลูกค้าโดยตรงได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการติดต่อรับบริการต่างๆ และตัวแทนของบริษัทจะคอยตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทและบริษัทย่อยได้ทำสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศนั้นๆ ซึ่งตัวแทนจำหน่ายในแต่ละประเทศจะทำการตลาด และจำหน่ายสินค้าของบริษัทและบริษัทย่อย โดยบริษัทมีการส่งทีมงานฝ่ายการตลาดและฝ่ายเทคนิคไปช่วยฝึกอบรม ให้คำปรึกษา และช่วยแก้ปัญหาต่างๆ กับตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในแต่ละประเทศ

นโยบายการจ่ายค่าคอมมิชชั่นพนักงานขายและการจ่ายค่านายหน้าบุคคลภายนอก

พนักงานขายของบริษัทและบริษัทย่อยจะได้รับค่าคอมมิชชั่นจากการขาย ตามนโยบายการจ่ายค่าคอมมิชชั่นพนักงานขายของบริษัทและบริษัทย่อย เพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานทำยอดขายให้กับบริษัทและบริษัทย่อย โดยในการจ่ายค่าคอมมิชชั่นมีการคิดค่าคอมมิชชั่นตามเป้าหมาย โดยจะมีการกำหนดเป้าหมายประจำเดือน และอัตราค่าคอมมิชชั่นจะขึ้นอยู่กับยอดขายจริงเทียบกับเป้าหมาย โดยการอนุมัติการจ่ายค่าคอมมิชชั่นเป็นไปตามตารางอำนาจอนุมัติของบริษัท

เนื่องจากการขายสินค้าและบริการของบริษัทและบริษัทย่อยจำเป็นต้องมีบุคคลภายนอก ซึ่งมีส่วนช่วยให้การขายของบริษัทประสบผลสำเร็จ บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์การจ่ายค่านายหน้าแก่บุคคลภายนอกขึ้นมาเพื่อประกาศใช้อย่างเป็นทางการ การอนุมัติการจ่ายค่านายหน้าจะต้องผ่านการอนุมัติจากผู้มีอำนาจตามลำดับขั้นที่นโยบายกำหนด การขออนุมัติค่านายหน้าผู้เสนอขอจะต้องระบุเหตุผลทุกกรณี ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี บริษัทมีหลักการกำกับดูแล โดยการจ่ายค่านายหน้า จะต้องเป็น

บุคคลภายนอก ซึ่งไม่ใช่กรรมการ พนักงาน ลูกจ้างของบริษัท และไม่ใช่กรรมการ พนักงาน ลูกจ้างของลูกค้า รวมทั้ง ไม่ใช่ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ พนักงาน ในหน่วยงานภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ และไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ทับซ้อน บริษัทและบริษัทย่อยกำหนดให้ผู้ตรวจสอบภายในวางแผนการตรวจสอบข้อมูลการจ่ายค่านายหน้า เพื่อให้มั่นใจในความจำเป็น ความสมเหตุสมผลและความเหมาะสมของการจ่ายค่านายหน้าดังกล่าว และรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบรับทราบ

- กลยุทธ์ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ (Promotion)

บริษัทและบริษัทย่อยให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของบริษัทมากกว่าร้อยละ 95 เป็นกลุ่มลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ ดังนั้น บริษัทจึงเน้นการให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ และความรู้ความเข้าใจกับผู้ประกอบการโดยตรง ด้วยการออกงานแสดงสินค้า เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น สร้างโอกาสในการพบปะลูกค้ารายใหม่และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม ซึ่งถือเป็นการทำประชาสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มลูกค้า อีกทั้งเป็นการสำรวจข้อมูลคู่แข่ง ภาวะการตลาดและการแข่งขัน เพื่อปรับกลยุทธ์ของบริษัทให้มีศักยภาพในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

ในส่วนของกลุ่มลูกค้าครัวเรือน บริษัทให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มนี้เช่นกัน จึงมีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่าน Official Line ของบริษัท และพนักงานแต่ละคนสามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทผ่านช่องทาง Online ของตนเองได้ เช่น LINE@, Facebook, Shopee, Lazada เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของบริษัทที่ต้องการผลักดันการขยายตลาดผ่านช่องทาง Digital Platform ร่วมกับเทคโนโลยี Fintech เพื่อขยายฐานลูกค้ารายย่อยทั่วประเทศ

2) ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทและบริษัทย่อย เป็นลูกค้ากลุ่มภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ (Institutional Customer) และลูกค้ารายย่อยที่ใช้ในครัวเรือน (Home User) โดยประกอบด้วยกลุ่มลูกค้าจากในประเทศและจากต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าในประเทศ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทในประเทศของบริษัทและบริษัทย่อย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักๆ คือ กลุ่มลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ และกลุ่มลูกค้าครัวเรือน กลุ่มลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการจะซื้อผลิตภัณฑ์น้ำยาและผลิตภัณฑ์อื่นของบริษัทเพื่อนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจ อาทิ โรงแรมและรีสอร์ท ภัตตาคาร ร้านอาหาร โรงพยาบาล ธุรกิจโรงซักรีด โรงงานอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา เป็นต้น สำหรับลูกค้าครัวเรือนจะซื้อผลิตภัณฑ์น้ำยาของบริษัทเพื่อใช้เองในชีวิตประจำวัน โดยสามารถแยกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
(1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ซักรีด	ลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ อาทิ โรงแรมและรีสอร์ท โรงพยาบาล โรงซักรีด โรงฆ่าและ
(2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ	ลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ อาทิ โรงงานแปรรูปอาหาร โรงงานอุตสาหกรรมการผลิตอาหาร โรงปศุสัตว์ โรงงานอุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่ม
(3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว	ลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ อาทิ โรงแรมและรีสอร์ท ร้านอาหารและภัตตาคาร ศูนย์อาหาร สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล

ผลิตภัณฑ์	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
(4) กลุ่มผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้นที่	ลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ อาทิ โรงแรมและรีสอร์ท อพาร์ทเมนต์ อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล โรงงานอุตสาหกรรม
(5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน	กลุ่มลูกค้าครัวเรือนประเภทบ้านพักอาศัย ร้านอาหารขนาดเล็ก ร้านกาแฟ ร้านเครื่องดื่ม ร้านขายขนม
(6) กลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ	ลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ อาทิ โรงแรมและรีสอร์ท โครงการอสังหาริมทรัพย์ บ้านจัดสรร และลูกค้าครัวเรือน ซึ่งมีหรือต้องการมีสระว่ายน้ำภายในที่อยู่อาศัยส่วนตัว
(7) ผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน	ลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ อาทิ โรงแรมและรีสอร์ท สपोर्टคลับ คอนโดมิเนียม รวมไปถึงโรงงานอุตสาหกรรมบางประเภท
(8) กลุ่มงานบริการ	ลูกค้ารายย่อยที่ส่งผลิตเพื่อนำไปแบ่งบรรจุเพื่อจำหน่ายปลีกอีกทอดหนึ่ง) ลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ อาทิ อาทิ โรงแรมและรีสอร์ท ร้านอาหารและภัตตาคาร ศูนย์อาหาร สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล โครงการอสังหาริมทรัพย์ บ้านจัดสรร และลูกค้าครัวเรือน

ตารางแสดงโครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยแบ่งตามประเภทลูกค้า

โครงสร้างรายได้แยกตามประเภทลูกค้า	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากกลุ่มลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ	874.77	95.15%	946.86	96.14%	789.02	95.59%
โรงงานอุตสาหกรรม	196.85	21.41%	215.64	21.89%	230.18	27.89%
โรงแรม / รีสอร์ท	193.51	21.05%	199.14	20.22%	99.91	12.10%
ตัวแทนจำหน่าย	167.16	18.18%	174.15	17.68%	124.29	15.06%
ร้านอาหารและภัตตาคาร	97.90	10.65%	131.04	13.30%	119.37	14.46%
คอนโด / บ้านจัดสรร	42.71	4.65%	48.26	4.90%	40.83	4.95%
โรงพยาบาล	33.70	3.67%	30.98	3.15%	31.75	3.85%
อื่นๆ	142.94	15.55%	147.64	14.99%	142.70	17.29%
รายได้จากกลุ่มลูกค้าครัวเรือน	44.54	4.85%	38.05	3.86%	36.39	4.41%
รวมรายได้จากการขายและบริการ	919.31	100.00%	984.91	100.00%	825.41	100.00%

หมายเหตุ : ข้อมูลปี 2561-2562 จะไม่รวมตัวเลขที่เป็นผลมาจากข้อมูลการจัดกลุ่มรายได้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการขายหรือการบริการ

2. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ

บริษัทและบริษัทย่อยได้ขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ โดยทำการตลาดผ่านตัวแทนจำหน่ายของบริษัทในแต่ละประเทศ อาทิ ประเทศกัมพูชา ประเทศเวียดนาม ประเทศ สปป.ลาว ประเทศเมียนมา และประเทศอินโดนีเซีย ลูกค้าต่างประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ ซึ่งรู้จักสินค้าและบริการของกลุ่มบริษัทผ่านการแนะนำทางอ้อมผ่านลูกค้าที่ใช้และมั่นใจในผลิตภัณฑ์น้ำยาและเทคโนโลยีทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าต่างประเทศเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในการขยายตลาดของบริษัท โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่ม International Hotel Chain Management ที่มีเครือข่ายดูแลโรงแรมในต่างประเทศ ลูกค้ากลุ่มโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ในประเทศไทยมีการขยายฐานการผลิตไปยังต่างประเทศ กลุ่มลูกค้าร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภท Food Chain เป็นต้น ในอนาคตหากจะขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่จะก้าวขึ้นไปเป็นผู้นำตลาดเทคโนโลยีทำความสะอาดในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการและอาหารในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บริษัทจะใช้กลยุทธ์การแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายของบริษัทในแต่ละประเทศนั้น

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยแบ่งตามลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย						
กลุ่มลูกค้าในประเทศ	694.64	75.56%	750.10	76.16%	624.56	75.67%
กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ¹	65.92	7.17%	67.37	6.84%	43.18	5.23%
รวมรายได้จากการขาย	760.57	82.73%	817.47	83.00%	667.74	80.90%
รายได้จากค่าเช่าและบริการ						
กลุ่มลูกค้าในประเทศ	153.93	16.74%	167.44	17.00%	157.67	19.10%
กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ¹	4.81	0.52%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
รวมรายได้จากค่าเช่าและบริการ	158.74	17.27%	167.44	17.00%	157.67	19.10%
รวมรายได้จากการขายและบริการ	919.31	100.00%	984.91	100.00%	825.41	100.00%

หมายเหตุ: /1-รายได้จากการขายและรายได้จากค่าเช่าและบริการต่างประเทศ มาจากการขายและบริการในประเทศกัมพูชา ประเทศเมียนมา ประเทศ สปป.ลาว ประเทศเวียดนาม ประเทศอินโดนีเซีย

ข้อมูลปี 2561-2562 จะไม่รวมตัวเลขที่เป็นผลมาจากข้อมูลการจัดกลุ่มรายได้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการขายหรือการบริการ

ตารางแสดงตัวอย่างรายชื่อกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อย

รายชื่อลูกค้า	ประเภทธุรกิจ	กลุ่มผลิตภัณฑ์
โรงแรม Centara Grand & Bangkok Convention Center at Central World	ธุรกิจโรงแรม	- น้ายาซักรีด - ผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น
โรงแรม Ramada Plaza	ธุรกิจโรงแรม	- น้ายาซักรีด - ผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น
โรงแรม Banyan Tree Hotels & Resorts	ธุรกิจโรงแรม	- น้ายาซักรีด - ผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น
บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)	ธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	- น้ายาฆ่าเชื้อ
บริษัท ซีพีแรม จำกัด	ธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	- น้ายาฆ่าเชื้อ
บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน)	ธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	- น้ายาฆ่าเชื้อ
บริษัท ไทยยูเนี่ยนกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	ธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	- น้ายาฆ่าเชื้อ
บริษัท มาลีกรู๊ป จำกัด (มหาชน)	ธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	- น้ายาฆ่าเชื้อ
บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ (ประเทศไทย) จำกัด	ธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	- น้ายาฆ่าเชื้อ
บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (Tesco Lotus)	ห้างสรรพสินค้า	- ผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)	ห้างสรรพสินค้า	- ผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น
บริษัท โรบินสัน จำกัด	ห้างสรรพสินค้า	- ผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น
บริษัท เดอะบาปิคิวพลาซ่า จำกัด	ธุรกิจร้านอาหาร Bar B Q Plaza	- เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ
บริษัท ซีอาร์จี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ด จำกัด	ธุรกิจร้านอาหาร Ootoya	- เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ
บริษัท เคที เรสทูรองท์ จำกัด	ธุรกิจร้านอาหาร Santa Fe	- เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ
บริษัท คริวแมคส์รีเอน จำกัด	ธุรกิจร้านอาหารแมคส์รีเอน	- เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ
บริษัท สตาร์บัค คอฟฟี่ (ประเทศไทย) จำกัด	ธุรกิจร้านเครื่องดื่ม Starbucks	- เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ
บริษัท เอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	- ผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ

รายชื่อลูกค้า	ประเภทธุรกิจ	กลุ่มผลิตภัณฑ์
บริษัท ควอลิตี้เฮาส์ จำกัด (มหาชน)	ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	- ผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ
บริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน)	ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	- ผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ
บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน)	ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	- ผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ

3) ภาวะอุตสาหกรรม

รายได้หลักของบริษัทและบริษัทย่อยมาจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ซักรีด กลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว กลุ่มผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น และกลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ซักรีด ขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมโรงแรม และอุตสาหกรรมโรงพยาบาล
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ ขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว ขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมร้านอาหาร
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์แม่บ้านและทำความสะอาดพื้น ขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมโรงแรม
5. กลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ ขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทย 2563

ประมาณการเศรษฐกิจ ปี 2563 - 2564					
(%YoY)	2562 ทั้งปี	2563 Q2	2563 Q3	ประมาณการ 2563	ประมาณการ 2564
GDP (CVM)	2.4	-12.1	-6.4	-6.0	3.5-4.5
การลงทุนรวม ^{1/}	2.1	-8.0	-2.4	-3.2	6.6
ภาคเอกชน	2.8	-15.0	-10.7	-8.9	4.2
ภาครัฐ	0.2	12.5	18.5	13.7	12.4
การบริโภคภาคเอกชน	4.5	-6.8	-0.6	-0.9	2.4
การอุปโภคบริโภคภาคเอกชน	1.4	1.3	3.4	3.6	4.7
มูลค่าการส่งออกสินค้า ^{2/}	-3.3	-17.8	-8.2	-7.5	4.2
ปริมาณ ^{2/}	-3.7	-16.1	-7.6	-6.6	3.2
มูลค่าการนำเข้าสินค้า ^{2/}	-5.6	-23.4	-17.8	-13.8	5.3
ปริมาณ ^{2/}	-5.7	-19.3	-16.5	-11.3	3.8
ดุลบัญชีเดินสะพัด	7.0	1.0	5.1	2.8	2.6
ต่อ GDP (%)					
เงินเพื่อ	0.7	-2.7	-0.7	-0.9	0.7-1.7

หมายเหตุ: ^{1/} การลงทุนรวม หมายถึง การสะสมทุนถาวรเบื้องต้น
^{2/}ฐานข้อมูลดุลการค้าระหว่างประเทศของธนาคารแห่งประเทศไทย

เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สามของปี 2563 ปรับตัวลดลงร้อยละ 6.4 ต่อเนื่องจากการลดลง ร้อยละ 12.1 ในไตรมาสก่อนหน้า (%YoY) และเมื่อปรับผลของฤดูกาลออกแล้ว เศรษฐกิจไทย ในไตรมาสที่สามของปี 2563 เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่สองของปี 2563 (%QoQ-SA) ร้อยละ 6.5 รวม 9 เดือนแรกของปี 2563 เศรษฐกิจไทยปรับตัวลดลงร้อยละ 6.7

ด้านการใช้จ่ายการใช้จ่ายของรัฐบาลและการลงทุนภาครัฐขยายตัวแรงขึ้น การบริโภค และการลงทุนภาคเอกชน และการส่งออกสินค้าปรับตัวลดลงในอัตราที่ชะลอลงจากไตรมาสก่อนหน้า ขณะที่การส่งออกบริการลดลงต่อเนื่อง ด้านการผลิต สาขาก่อสร้างขยายตัวแรงขึ้น ขณะที่สาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร สาขาอุตสาหกรรม สาขาเกษตรกรรม สาขาขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า สาขาการขนส่งทางอากาศ และการซ่อมฯ และสาขา ไฟฟ้าและก๊าซฯ ปรับตัวลดลงในอัตราที่น้อยกว่าการลดลงในไตรมาสก่อนหน้า

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2563 คาดว่าจะลดลงร้อยละ 6.0 โดยมูลค่าการส่งออกสินค้า ปรับตัวลดลงร้อยละ 7.5 การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมปรับตัวลดลง ร้อยละ 0.9 และร้อยละ 3.2 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ -0.9 และ ดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 2.8 ของ GDP

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2564 คาดว่าจะขยายตัวในช่วงร้อยละ 3.5 - 4.5 โดยมีแรงสนับสนุนจาก (1) การปรับตัวดีขึ้นของอุปสงค์ภายในประเทศ (2) การฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก (3) แรงขับเคลื่อนจากภาครัฐจากการเบิกจ่ายภายใต้กรอบ งบประมาณและมาตรการทางเศรษฐกิจ และ (4) สถานการณ์การขยายตัวที่ต่ำผิดปกติในปี 2563 ทั้งนี้ คาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าจะขยายตัวร้อยละ 4.2 การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 2.4 และร้อยละ 6.6 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ย อยู่ในช่วงร้อยละ 0.7 - 1.7 และดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 2.6 ของ GDP

ประเด็นการบริหารนโยบายเศรษฐกิจในช่วงที่เหลือของปี 2563 และปี 2564 ควรให้ความสำคัญกับ (1) การป้องกันการกลับมาระบาดระลอกที่สองในประเทศ (2) การดูแลภาคเศรษฐกิจที่มีข้อจำกัดในการฟื้นตัว (i) การเร่งรัดติดตามมาตรการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการพิจารณามาตรการเพิ่มเติมหรือปรับเปลี่ยนให้ตอบสนองสาขาและพื้นที่เศรษฐกิจที่มีข้อจำกัดในการฟื้นตัว (ii) การช่วยเหลือ และดูแลแรงงาน (iii) การรณรงค์ให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น (iv) การเปิดรับ นักท่องเที่ยวต่างชาติภายใต้มาตรการควบคุมและป้องกันการระบาดของโรคอย่างรัดกุม และ (v) การดำเนินการด้านวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 (3) การขับเคลื่อนการใช้จ่ายภาครัฐ (i) การเร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2564 ให้ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 94.4 (ii) งบลงทุนรัฐวิสาหกิจให้ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 (iii) งบเหลื่อมปีให้ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 และ (iv) การเบิกจ่ายโครงการตามพระราชกำหนดฯ เงินกู้ 1 ล้านล้านบาทให้ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 (4) การขับเคลื่อนการส่งออกสินค้าเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของภาคการผลิต และการลงทุนภาคเอกชน (i) การขับเคลื่อนการส่งออกสินค้าที่ได้รับประโยชน์จากการระบาดของโรคโควิด-19 (ii) การขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้า (iii) การให้ความสำคัญกับข้อตกลงระหว่างประเทศที่อาจถูกใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการดำเนินมาตรการกีดกันทางการค้า (iv) การลดต้นทุนการผลิตสินค้าที่สำคัญ ๆ (v) การป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนและการแข็งค่าของเงินบาท และ (vi) การส่งเสริมการตลาดเชิงรุกผ่านช่องทางออนไลน์ (5) การส่งเสริมการลงทุนภาคเอกชน (i) เร่งรัดให้ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุมัติและออกบัตรส่งเสริมการลงทุน ในช่วงปี 2561 - 2563 ให้เกิดการลงทุนจริง (ii) การขับเคลื่อนการส่งออกเพื่อเพิ่มการใช้กำลังการผลิต (iii) การแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการลงทุนและการประกอบธุรกิจ (iv) การประชาสัมพันธ์จุดแข็งของประเทศไทย และ (v) การขับเคลื่อนมาตรการสร้างศักยภาพการ ขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง (6) การดูแลราคาสินค้าเกษตรในบางพื้นที่ ในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาด และการเตรียมการรองรับปัญหาภัยแล้ง (7) การรักษาบรรยากาศทางการเมือง และ (8) การเตรียมการรองรับความเสี่ยงจากความผันผวนทาง เศรษฐกิจโลกและการดูแลเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

(ที่มา : กองยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค ข้อมูล ณ วันที่ 16 พฤศจิกายน 2563)

ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการสนับสนุนของภาครัฐในการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ ให้สามารถขยายตัวและสนับสนุนเศรษฐกิจในภาพรวมได้อย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการเจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้สูง การกระจายตลาดนักท่องเที่ยวให้มีความสมดุลมากขึ้น การรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกและลดปัญหาความแออัดของนักท่องเที่ยว และการรณรงค์ให้ประชาชนคนไทยท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น จะทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยสร้างรายได้ให้ประเทศได้มากกว่า 1 ล้านล้านบาท มาโดยตลอด

	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)				
	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560	ปี 2559
มกราคม	3,810,155	3,718,504	3,531,483	3,197,053	2,996,442
กุมภาพันธ์	2,061,990	3,603,654	3,552,119	2,966,522	3,080,535
มีนาคม	819,429	3,473,088	3,494,645	3,018,411	2,927,226
เมษายน	-	3,195,006	3,096,067	2,853,288	2,627,809
พฤษภาคม	-	2,726,808	2,737,834	2,600,624	2,459,093
มิถุนายน	-	3,052,287	3,013,304	2,731,072	2,422,998
กรกฎาคม	-	3,327,198	3,177,088	3,099,409	2,949,102
สิงหาคม	-	3,466,456	3,229,031	3,188,148	2,883,594
กันยายน	-	2,902,731	2,636,115	2,600,279	2,416,821
ตุลาคม	1,201	3,042,282	2,704,002	2,725,943	2,252,775
พฤศจิกายน	3,065	3,358,592	3,170,996	3,039,567	2,452,457
ธันวาคม	6,556	3,930,800	3,835,510	3,571,662	3,060,736
รวม (YTD)	6,702,396	39,797,406	38,178,194	35,591,978	32,529,588

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รายรับรวมจากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 0.19 แสนล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 97.1 โดยรายรับจากนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ที่ 0.19 แสนล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 92.7 ในขณะที่รายรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทยลดลงทั้งหมด เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จึงส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวอันได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ต้องปิดให้บริการเป็นส่วนใหญ่ แต่อย่างไรก็ตามภายหลังการคลายมาตรการ Lock down ของภาครัฐตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2563 ภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเริ่มกลับมาฟื้นตัวได้ระดับหนึ่ง

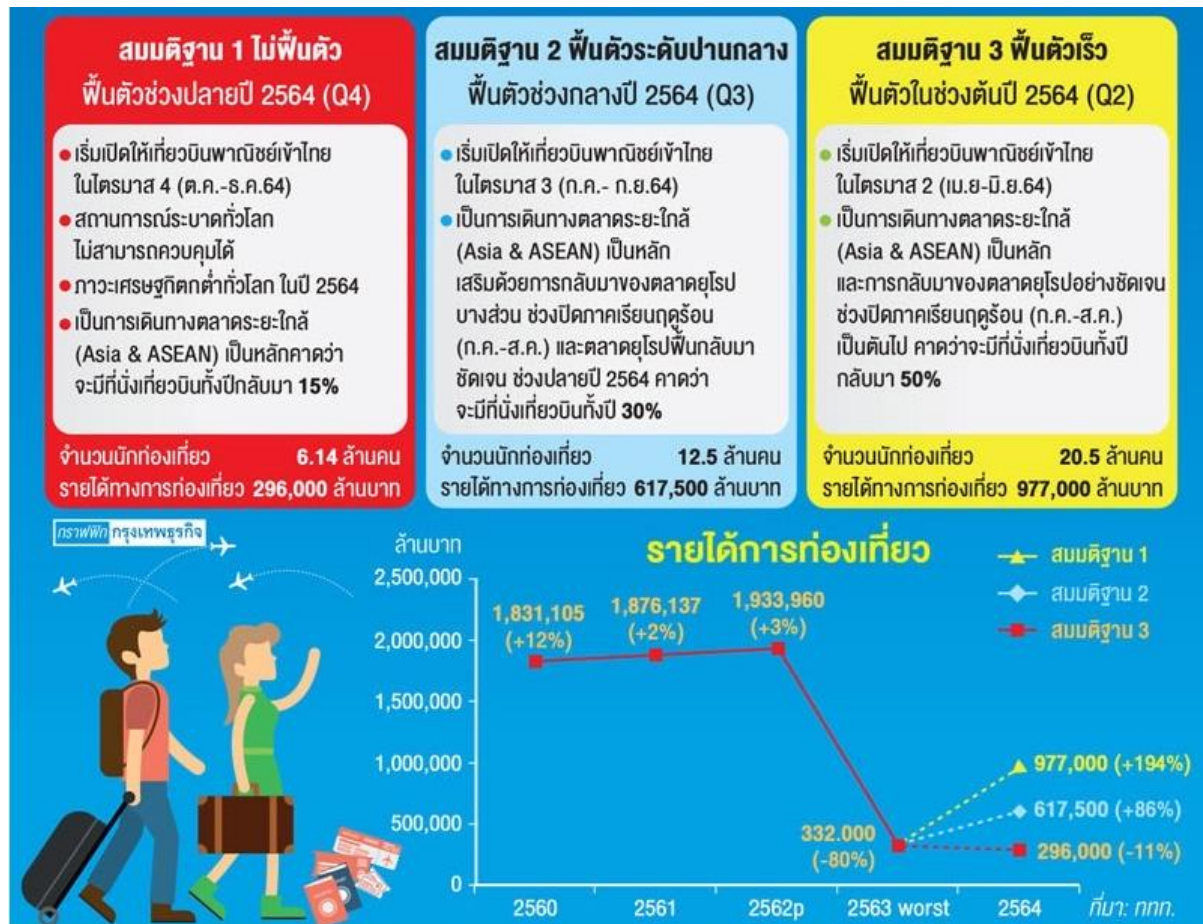
จากรายงานภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่ 4 ปี 2563 สาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร ลดลงร้อยละ 35.2 ปรับตัวดีขึ้นจากการลดลง ร้อยละ 39.3 ในไตรมาสที่ 3/2563 โดยการให้บริการที่พักแรมลดลงร้อยละ 55.2 ปรับตัว ดีขึ้นจากที่ลดลงร้อยละ 59.9 ในไตรมาสก่อนหน้า ส่วนหนึ่งเป็นผลจากมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ อาทิ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการกำลังใจ และโครงการคนละครึ่ง ประกอบ กับในไตรมาสนี้ มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งสิ้น 45.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 32.7 ล้านคน ในไตรมาสก่อนหน้า และชาวต่างชาติที่ได้รับการตรวจลงตรานักท่องเที่ยวประเภทพิเศษ (Special Tourist VISA : STV) ที่เดินทางเข้ามาพักระยะยาว (Long Stay) เดินทางเข้า ประเทศจำนวน 10,822 คน สำหรับการให้บริการด้านอาหาร ลดลงร้อยละ 19.5 เทียบกับ ที่ลดลงร้อยละ 22.0 ในไตรมาสก่อนหน้า ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากโครงการคนละครึ่ง และการใช้คูปองจากโครงการเราเที่ยวด้วยกันที่เข้ามาช่วยสนับสนุนการใช้จ่ายของครัวเรือน

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย (พันคน)

	2562	2563	2562				2563			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
เอเชียตะวันออก	27,260	3,739	6,932	6,470	7,103	6,755	3,735	-	-	4.3
ยุโรป	6,719	2,079	2,440	1,098	1,160	2,021	2,075	-	-	4.4
อื่น ๆ	5,818	884	1,423	1,406	1,433	1,556	882	-	-	2.1
รวมจำนวนนักท่องเที่ยว	39,797	6,702	10,795	8,974	9,696	10,332	6,692	-	-	10.8
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	4.2	-83.2	2.1	1.4	7.2	6.4	-38.0	-100.0	-100.0	-99.9

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

คาดว่าจะมีการฟื้นตัวของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยกลับไปสู่ภาวะปกติได้ในอีก 1-2 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2563 และ 2564 ดังนี้



ภาพรวมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเป็นธุรกิจบริการที่มีแนวโน้มเป็นไปตามภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย จากการที่ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจติดอันดับโลกกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ โดยเฉพาะกรุงเทพฯ ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ภาคใต้และภาคตะวันออก รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีความได้เปรียบในด้านราคาห้องพัก ค่าครองชีพที่ยังอยู่ในระดับต่ำ กอปรกับการคมนาคมที่สะดวกสบายจากโครงสร้างพื้นฐานที่ทยอยพัฒนาเป็นลำดับ ล้วนเป็นจุดแข็งเสริมให้การท่องเที่ยวไทยได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ

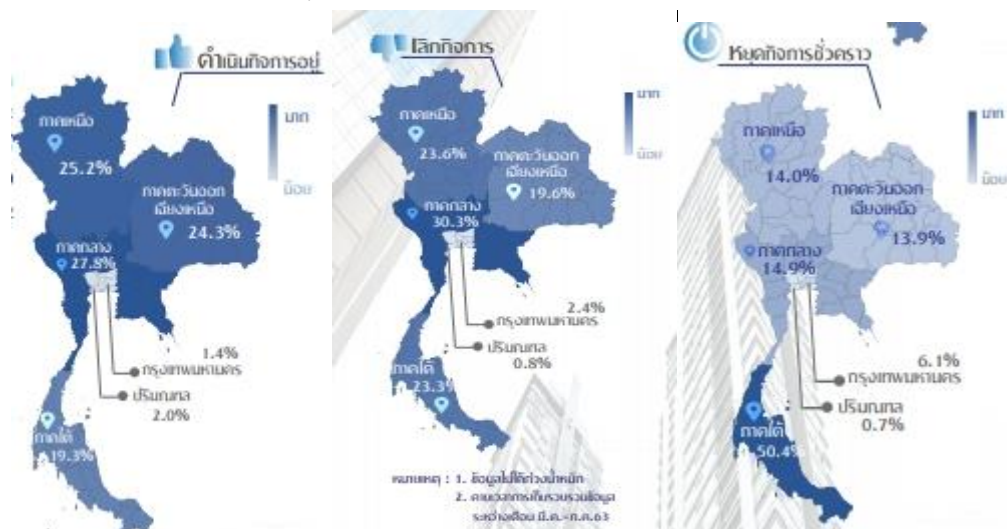
การเติบโตของภาคท่องเที่ยวมาอย่างต่อเนื่องส่งผลดีต่อการขยายตัวของธุรกิจโรงแรม ทั้งนี้ ในอดีตนักท่องเที่ยวต่างชาติมักกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการเดินทางของประเทศ รวมถึงภูเก็ต และพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียงหรือเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญ (Tourist Destination) แต่ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ภาครัฐบาลกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในประเทศผ่านนโยบายและโครงการต่างๆ มากขึ้น จึงก่อให้เกิดการพัฒนาเส้นทางคมนาคมและสนามบินขึ้นในภูมิภาคหลายพื้นที่ ทำให้เกิดการลงทุนขยายธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้นตามมาในจังหวัดศูนย์กลางภูมิภาค และเมืองท่องเที่ยวต่างๆ อาทิ เชียงใหม่ กระบี่ เกาะสมุย (จังหวัดสุราษฎร์ธานี) ส่งผลให้จำนวนห้องพักทั่วประเทศเพิ่มขึ้น โดยมีทั้งโรงแรมของผู้ประกอบการคนไทยและโรงแรมในเครือต่างชาติ (International Hotel Chain)

จากข้อมูลการสำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าจำนวนโรงแรมและเกสต์เฮาส์ทั่วประเทศมีจำนวนทั้งสิ้น 12,654 แห่ง โดยเป็นโรงแรมที่มีจำนวนห้องต่ำกว่า 60 ห้องถึง 10,802 แห่ง และ 150 ห้องขึ้นไป 508 แห่ง

ภาค/ขนาดของกิจการ	โรงแรม/เกสต์เฮ้าส์		ห้องพัก		Region / Size of establishment
	Hotels/guest houses		Room		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ทั่วประเทศ	12,654	100.0	481,529	100.0	Whole Kingdom
ต่ำกว่า 60 ห้อง	10,802	85.4	219,432	45.6	Less than 60 rooms
60-149 ห้อง	1,344	10.6	118,609	24.6	60-149 rooms
150 ห้องขึ้นไป	508	4.0	143,488	29.8	150 rooms or more

ที่มา: การสำรวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ในการสำรวจปี 2563 ซึ่งเป็นการสอบถามข้อมูลย้อนหลังในการดำเนิน กิจการปี 2562 มีสถานประกอบการที่พักแรมทั่วประเทศที่ตกเป็นตัวอย่าง 5,182 แห่ง จากจำนวนสถานประกอบการที่พักแรมทั่วประเทศประมาณ 2.5 หมื่นแห่ง เมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจปี 2561 ซึ่งเป็นข้อมูลการดำเนินกิจการปี 2560 พบว่า สถานประกอบการที่พักแรมที่ยังดำเนินกิจการลดลงจากร้อยละ 91.2 เป็นร้อยละ 80.5 หดกิจการชั่วคราวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.5 เป็นร้อยละ 10.7 และเลิกกิจการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.3 เป็นร้อยละ 8.8 สรุปดังนี้



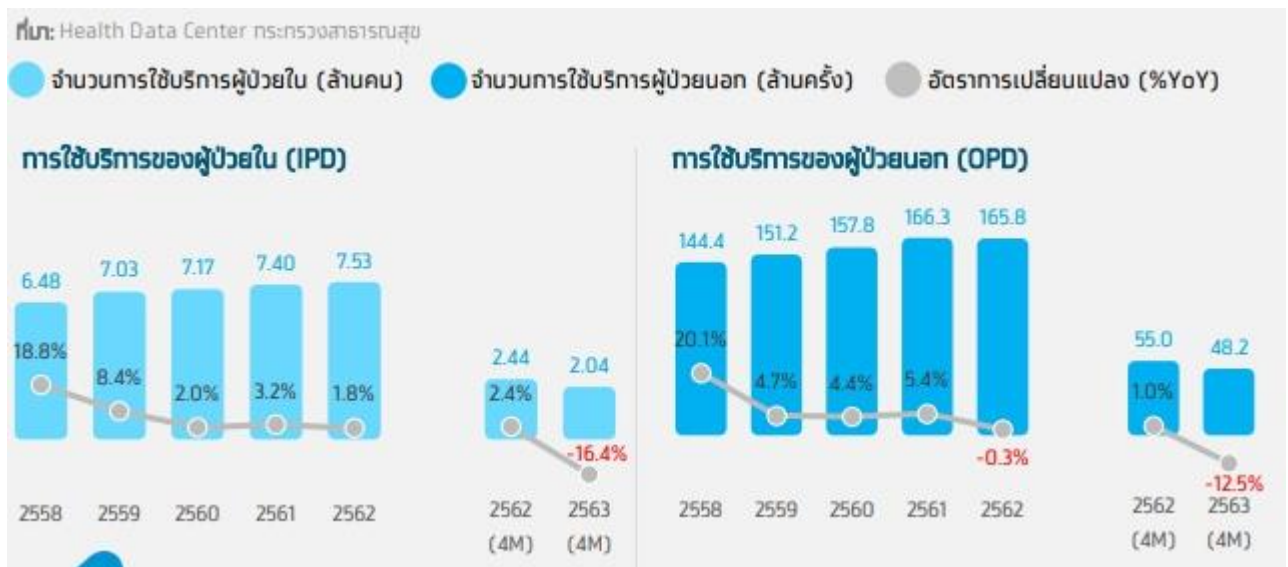
ที่มา: การสำรวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ภาพรวมอุตสาหกรรมโรงพยาบาล

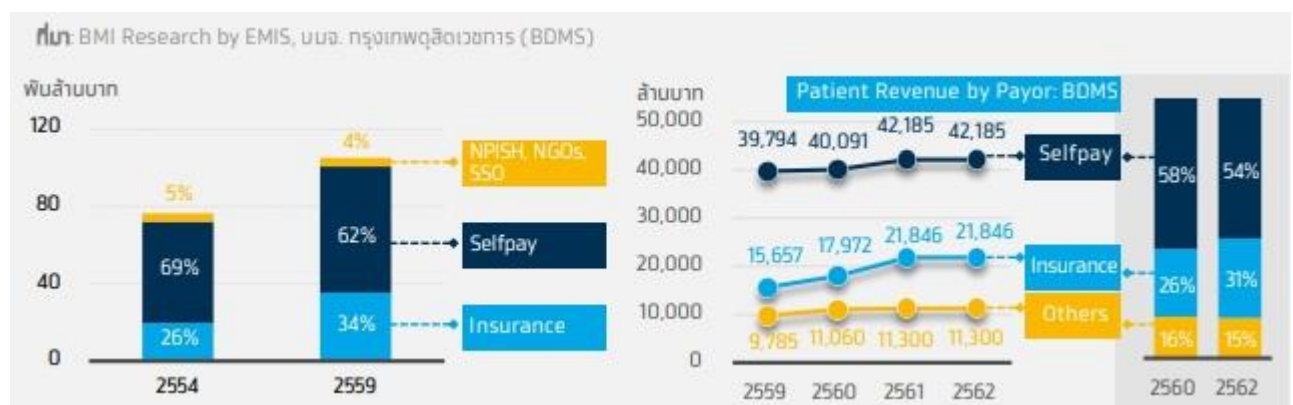
สถานการณ์ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนปี 2563 ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่ทวีความรุนแรงขึ้นและกระจายไปทั่วโลก รวมทั้งในไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยหดตัวรุนแรง โดย Krungthai COMPASS ประเมินว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะลดลงถึง 79.6%YoY ซึ่งรวมไปถึงคนไข้ชาวต่างชาติ เนื่องจากมีข้อจำกัดในการเดินทางเข้ามารักษาพยาบาลในไทย นอกจากนี้ คาดว่าจำนวนคนไข้ชาวไทยจะลดลงจากมาตรการ Lockdown ของ ภาครัฐ และความกังวลที่จะมีโอกาสติดเชื้อ Covid-19 เนื่องจากโรงพยาบาลเป็น สถานที่ที่มีความเสี่ยงสูง โดยเฉพาะกลุ่มคนไข้ที่ใช้บริการทางการแพทย์กรณีไม่เร่งด่วนฉุกเฉิน อาทิ บริการด้านทันตกรรม การตรวจสุขภาพ อีกทั้ง สงครามราคาน้ำมันโลกที่ทำให้ราคาน้ำมันปรับตัวลดลงอย่างมากกดดันรายได้ของคนไข้กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ซึ่งอาจส่งผลให้จำนวนคนไข้กลุ่มนี้ลดลงมากขึ้นไปอีก โดยโรงพยาบาลเอกชนที่มีสัดส่วนรายได้จากคนไข้ต่างชาติสูงจะถูกกระทบมากที่สุด ทั้งนี้ คาดว่าภาพรวมรายได้

ของโรงพยาบาลเอกชนจะหดตัว 6-8%YoY และ ในปี 2564 รายได้ของธุรกิจจะกลับมาขยายตัวได้ 8-10%YoY ด้วยศักยภาพ และ คุณภาพการรักษาของโรงพยาบาลเอกชนของไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน JCI กว่า 47 แห่ง

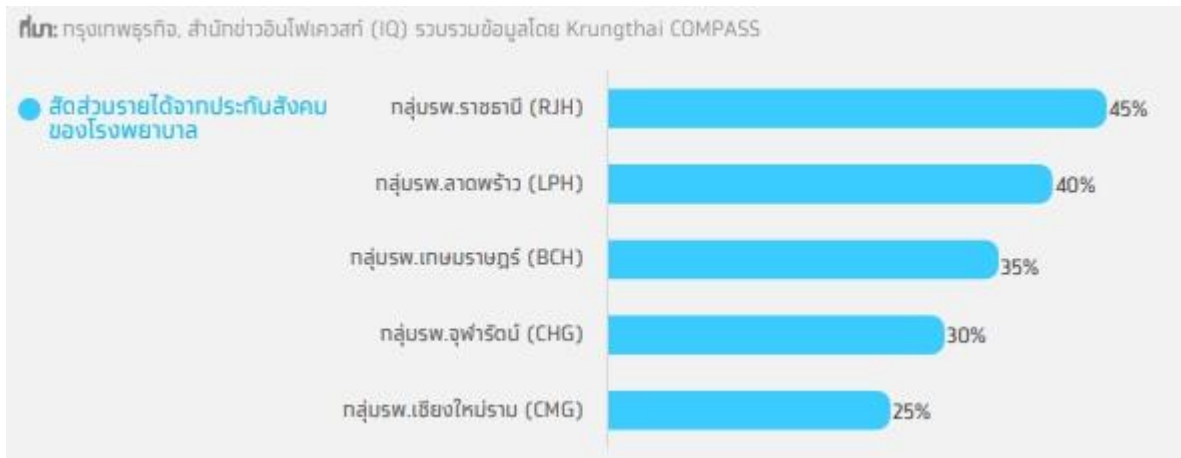
การใช้บริการผู้ป่วยนอก (OPD) และผู้ป่วยใน (IPD) กระทรวงสาธารณสุขจำนวนการใช้บริการของผู้ป่วยนอกและผู้ป่วยในลดลง โดยเริ่มลดลงตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 และลดลงอย่างมาก ในช่วงเดือนเมษายน 2563 ที่มีการแพร่ระบาดของ Covid-19 เป็นวงกว้าง สะท้อนถึงความกังวลที่จะมีโอกาสติดเชื้อ Covid-19 ทำให้หลีกเลี่ยงการใช้บริการทางการแพทย์เมื่อไม่มีความจำเป็นเร่งด่วน พร้อมทั้งมีการประกาศใช้มาตรการ ควบคุมการแพร่ระบาดที่เข้มงวดมากขึ้น รวมถึงการประกาศใช้ พรก.ฉุกเฉิน และทำให้ต้องหยุดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ บางอย่าง อีกทั้งมีการประกาศห้ามสายการบินทั่วโลกเข้าไทย ส่งผลให้ คนต่างชาติไม่สามารถเดินทางเข้ามา รักษาพยาบาลในไทยได้



สัดส่วนการจ่ายค่ารักษาพยาบาลของคนไข้โรงพยาบาลเอกชน การใช้บริการของผู้ป่วยใน (IPD) ข้อมูลโครงสร้างการจ่ายค่ารักษาพยาบาลของคนไข้โรงพยาบาลเอกชนจาก BMI Research สอดคล้องกับข้อมูล ของกลุ่มโรงพยาบาลในเครือ BDMS ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด พบว่า คนไข้ที่จ่ายค่ารักษาพยาบาลด้วยตนเอง มีสัดส่วนมากที่สุด ดังนั้น ภาวะเศรษฐกิจ และกำลังซื้อที่หดตัว อาจมีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชน โดยเฉพาะกลุ่มคนไข้ที่มีรายได้ระดับกลางที่ต้องระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น และส่งผลให้โรงพยาบาลเอกชนที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับกลางมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น



กลุ่มโรงพยาบาลเอกชนที่มีสัดส่วนรายได้จากประกันสังคมสูง (20-50%) โรงพยาบาลเอกชนที่เป็นคู่สัญญากับประกันสังคมจะได้รับผลดีจากการปรับขึ้นอัตราเหมาจ่ายที่เพิ่มขึ้นราว 9.7%YoY ทำให้มีแนวโน้มที่จะมีรายได้และกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นท่ามกลางสถานการณ์ความต้องการใช้บริการทางการแพทย์ที่ลดลงจากการแพร่ระบาดของ Covid-19



กลุ่มโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ที่เน้นการรักษาผู้ป่วยชาวต่างชาติ และกลุ่มคนไทยที่มีรายได้สูงได้รับผลกระทบอย่างมาก จากต้นทุนการให้บริการที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะต้นทุนที่เกิดจากการเร่งขยายธุรกิจทั้งในและต่างประเทศในช่วงที่ผ่านมาที่ต้องใช้เงินลงทุนไปเป็นจำนวนมาก แต่ต้องใช้เวลาในการทำการตลาดระยะเวลาหนึ่งเพื่อทำการกำไร รวมทั้งยังมีปัจจัยบั่นทอนจากจำนวนผู้ป่วยที่มีศักยภาพลดลง โดยเฉพาะชาวตะวันออกกลาง และชาวยุโรป อย่างไรก็ตาม ยังมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ป่วยในกลุ่ม CLMV ที่เข้ามารักษาโรคเฉพาะทางในประเทศไทยเพิ่มขึ้น เช่น โรคระบบประสาท โรคระบบทางเดินอาหาร โรคหัวใจ และโรคมะเร็ง รวมทั้งชาวจีนที่นิยมเข้ามารักษาเวชศาสตร์ป้องกันและโรคผู้มีบุตรยากที่ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

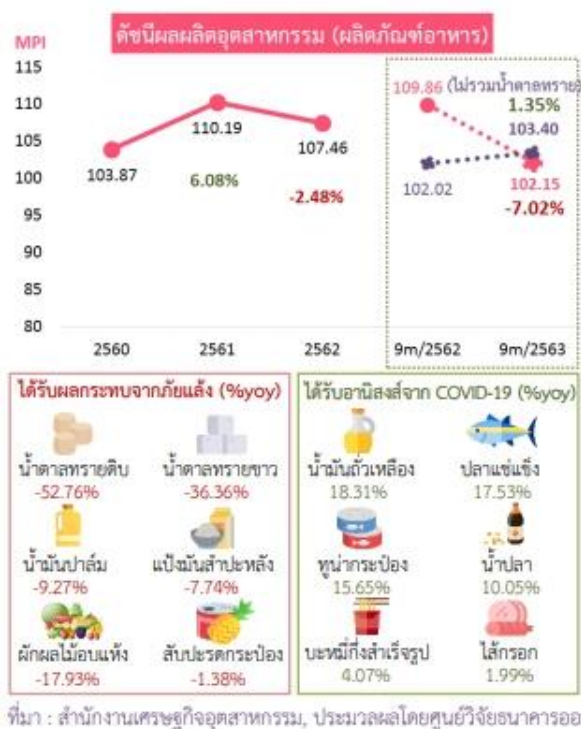
กลุ่มโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลาง-เล็ก ที่เน้นการรักษาผู้ป่วยระดับกลางถึงสูง และผู้ป่วยจากประกันสังคมยังสามารถสร้างรายได้สม่ำเสมอ โดยได้รับปัจจัยบวกจากการเพิ่มรายได้ค่ารักษาพยาบาลของผู้ประกันตน อีกทั้งค่ารักษาพยาบาลที่มีราคาถูกลงกว่าโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่อยู่มาก รวมถึงการที่โรงพยาบาลเอกชนขนาดกลาง-เล็กมีการเปิดคลินิกเฉพาะทางเพิ่มขึ้น เช่น คลินิกโรคไต คลินิกโรคหัวใจ คลินิก MRI เป็นต้น ประกอบกับโรงพยาบาลในกลุ่มนี้ส่วนมากอยู่ในทำเลที่ดี เนื่องจากตั้งอยู่ในบริเวณนิคมอุตสาหกรรมเป็นผลให้จำนวนผู้ใช้บริการยังคงเพิ่มขึ้น และส่งผลให้โรงพยาบาลในกลุ่มนี้มีความสามารถในการทำรายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้น

ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติในประเทศไทยมีจำนวนสถานพยาบาลที่มีเตียงรับผู้ป่วยไว้ค้างคืนมากกว่า 1,300 แห่ง กระจายอยู่ทั่วภูมิภาคของประเทศ ซึ่งประกอบด้วยสถานพยาบาลของรัฐบาลและเอกชน โดยในกรุงเทพมหานครมีมากกว่า 119 แห่ง ภาคกลางมีมากกว่า 336 แห่ง ภาคเหนือมีมากกว่า 261 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีมากกว่า 381 แห่ง และภาคใต้มีมากกว่า 208 แห่ง

จังหวัด	2559		2560		2561	
	แห่ง	เตียง	แห่ง	เตียง	แห่ง	เตียง
ทั่วราชอาณาจักร	1,221	141,500	1,354	150,094	1,305	149,641
กรุงเทพมหานคร	91	24,354	128	27,212	119	28,275
ภาคกลาง	305	37,108	361	41,144	336	39,108
ภาคเหนือ	256	26,036	264	26,145	261	25,431
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	360	34,426	385	37,184	381	37,797
ภาคใต้	209	19,576	216	18,409	208	19,030

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ภาพรวมอุตสาหกรรมโรงงานอาหารและเครื่องดื่ม



ดัชนีผลผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเฉลี่ย 9 เดือนแรก ของปี 2563 (ม.ค.-ก.ย.) อยู่ในระดับ 102.15 หดตัวร้อยละ -7.02 (%yoy) ซึ่งได้รับผลกระทบจากภาวะภัยแล้งที่รุนแรง ทำให้ผลผลิตพืชผลเกษตรเพื่อเข้าสู่โรงงานแปรรูปลดลง เป็นอย่างมาก ส่งผลให้ผลผลิตผลิตภัณฑ์อาหารลดลงตามไปด้วย โดยเฉพาะน้ำตาลทรายดิบ (-52.76%) น้ำตาลทรายขาว บริสุทธ์ (-36.36%) น้ำมันปาล์ม (-9.27%) แป้งมันสำปะหลัง (-7.74%) ผักผลไม้แช่แข็ง (-17.93%) และสับปะรดกระป๋อง (-1.38%) รวมถึงได้รับแรงกดดันจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 คำสั่งเคอร์ฟิว/มาตรการ Lockdown และนโยบาย WFH ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนขาดแคลนแรงงาน และ มีกำลังการผลิตลดลง ทั้งนี้ หากไม่รวมน้ำตาลทรายพบว่า ดัชนีผลผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเฉลี่ย 9 เดือนแรกของปี 2563 อยู่ในระดับ 103.40 ขยายตัวร้อยละ 1.35 (%yoy) ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับอานิสงส์จากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้ผู้บริโภคต้องการกักตุนอาหารเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการ

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป/อาหาร กึ่งสำเร็จรูป/อาหารที่เก็บรักษาได้นานขยายตัว เช่น น้ำมันถั่วเหลือง (18.31%) ปลาแช่แข็ง (17.53%) ทูน่ากระป๋อง (15.65%) น้ำปลา (10.05%) เบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป (4.07%) ไส้กรอก (1.99%) และเนื้อไก่แช่เย็นแช่แข็ง (1.80%) เป็นต้น

สำหรับจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการและยังเปิดดำเนินการ จำแนกตามหมวดอุตสาหกรรมที่สำคัญตามจำพวก ปี 2563 มีรายละเอียดดังนี้

ลำดับ	ประเภทโรงงานอุตสาหกรรม	จำนวนโรงงานทั่วประเทศ (แห่ง)	ชนิดของโรงงาน (แห่ง)		
			จำพวก 1	จำพวก 2	จำพวก 3
1	โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร	12,159	40	170	12,9620
2	โรงงานอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม	461	2	8	461
	รวม	12,620	42	178	12,400

ที่มา : กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

หมายเหตุ: โรงงานจำพวกที่ 1 คือ มีเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตไม่เกิน 20 แรงม้า และคนงานไม่เกิน 20 คน ซึ่งไม่ใช่พื้นที่เสี่ยงหรือกลายเป็นเชื้อเพลิง โรงงานประเภทนี้ไม่ต้องขออนุญาตสามารถประกอบกิจการได้ทันที แต่ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวงและประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม

โรงงานจำพวกที่ 2 คือ มีเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตไม่เกิน 50 แรงม้า และคนงานไม่เกิน 50 คน ซึ่งไม่ใช่พื้นที่เสี่ยงหรือกลายเป็นเชื้อเพลิงและไม่จัดอยู่ในจำพวกที่ 1 เมื่อเริ่มประกอบกิจการต้องแจ้งต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม หรือสำนักงานอุตสาหกรรมที่โรงงานตั้งอยู่

โรงงานจำพวกที่ 3 คือ เครื่องจักรหรือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตเกิน 50 แรงม้า หรือคนงานเกิน 50 คน หรือโรงงานทุกขนาด ซึ่งใช้พื้นที่เสี่ยงหรือกลายเป็นเชื้อเพลิง ผู้ประกอบการต้องยื่นขออนุญาตจากกรมโรงงานหรืออุตสาหกรรมจังหวัดก่อนจึงตั้งโรงงานได้

ศูนย์วิจัยธนาคารออมสินวิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มปี 2564 กรณีการระบาดของไวรัส COVID-19 รอบใหม่ สามารถควบคุมได้ ภายในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 คาดว่าจะเริ่มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งได้รับแรงหนุนจากแนวโน้มการฟื้นตัว ของเศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลัก และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ

ภายในประเทศ ของภาครัฐ ส่งผลให้แนวโน้มการบริโภคและการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรม อาหารและเครื่องดื่มอาจมีความเสี่ยงที่ทำให้ฟื้นตัวได้ช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ หากการระบาดของไวรัส COVID-19 รอบใหม่และ สถานการณ์ภัยแล้งในปี 2564 มีระดับความรุนแรงสูง

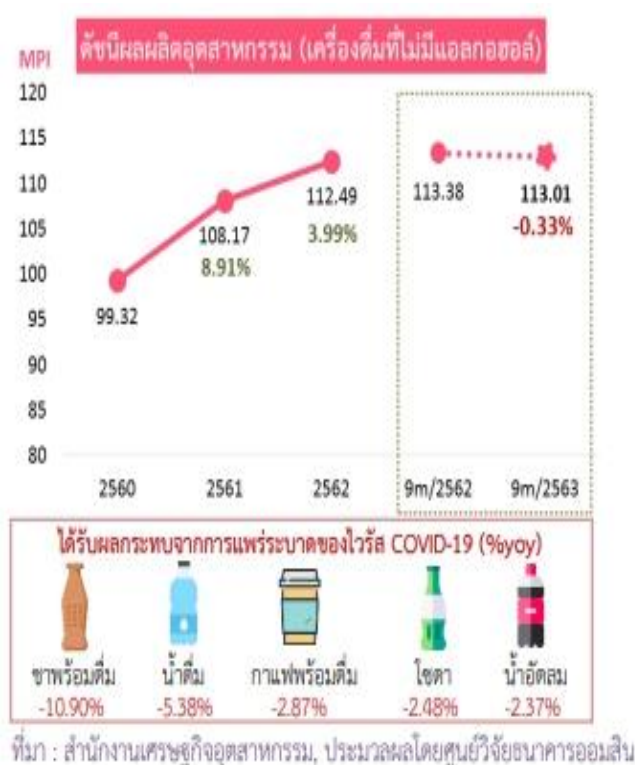
ปัจจัยสนับสนุนที่เป็นแรงหนุนให้อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เริ่มฟื้นตัว

การฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลัก (จีน สหรัฐฯ และญี่ปุ่น) ทำให้ กิจกรรมทางเศรษฐกิจ ภาคการผลิต และการบริโภคของครัวเรือนเริ่มฟื้นตัว ส่งผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์ อาหารและเครื่องดื่มจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น

มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศของภาครัฐ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่าย/การบริโภคภายในประเทศ และส่งเสริมขับเคลื่อนต่อเนื่องให้การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มในปี 2564 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลให้อุตสาหกรรมฯ ฟื้นตัวช้า

ความรุนแรงของการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 รอบใหม่ ซึ่งหากเกิดคำสั่งเคอร์ฟิว/มาตรการ Lockdown/ภาครัฐสั่งปิดสถานที่ต่างๆ จะทำให้ผู้คนบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกสถานที่ลดลง และส่งกระทบเชิงลบต่อสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม เช่น แยม เบคอน น้ำดื่ม น้ำอัดลม ชาพร้อมดื่ม กาแฟพร้อมดื่ม โซดา เป็นต้น (ทั้งนี้ การระบาด รอบใหม่ จะส่งผลกระทบต่อสินค้าอาหารที่ผู้คนต้องการกักตุนไว้ยามฉุกเฉิน เช่น น้ำมันพืช บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป หนุ่นกกระป๋อง อาหาร/ผักกระป๋อง น้ำปลา ซอส/เครื่องปรุงรส เป็นต้น)

ความรุนแรงของสถานการณ์ภัยแล้งในปี 2564 อาจทำให้ผลผลิตพืชผักเพื่อเข้าสู่โรงงานแปรรูปลดลง ส่งผลให้ การผลิตผลิตภัณฑ์อาหารลดลงตามไปด้วย



ดัชนีผลผลิตเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์เฉลี่ย 9 เดือนแรกของปี 2563 (ม.ค.-ก.ย.) อยู่ที่ระดับ 113.01 หดตัวร้อยละ -0.33 (%yoy) ซึ่งได้รับผลกระทบจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ทำให้เศรษฐกิจชะลอตัวลง ภาครัฐออกมาตรการควบคุมและสั่งปิด สถานที่ต่างๆ ที่มีผู้คนอยู่รวมกันเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีความเสี่ยง ในการแพร่เชื้อ รวมถึงมาตรการ Lockdown ส่งผลให้ ความต้องการบริโภคเครื่องดื่มจากทั้งผู้บริโภคในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติหดตัวลง โดยเครื่องดื่มที่หดตัวลง ได้แก่ ชาพร้อมดื่ม (-10.90%) น้ำดื่ม (-5.38%) กาแฟพร้อมดื่ม (-2.87%) โซดา (-2.48%) และน้ำอัดลม (-2.37%) การส่งออกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ 9 เดือนแรกของปี 2563 มีมูลค่า 40,473.80 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 0.71 (%yoy) ซึ่งการส่งออกเครื่องดื่มขยายตัวจากความ ต้องการบริโภคเครื่องดื่มของประเทศคู่ค้าหลักที่เพิ่มมากขึ้น (กัมพูชา ลาว และเมียนมา) โดยเครื่องดื่มที่ขยายตัว ได้แก่ นมยูเอชที (17.19%) กาแฟพร้อมดื่ม (10.85%) น้ำอัดลมและ น้ำดื่ม (2.09%)

ศูนย์วิจัยธนาคารอมสินวิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มปี 2564 กรณีการระบาดของไวรัส COVID-19 รอบใหม่ สามารถควบคุมได้ภายในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 คาดว่าจะเริ่มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งได้รับแรง

หนุนจากแนวโน้ม การฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลัก และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศของภาครัฐ ส่งผลให้แนวโน้มการบริโภคและการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มอาจมีความเสี่ยงที่ทำให้ฟื้นตัวได้ช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ หากการระบาดของไวรัส COVID-19 รอบใหม่และสถานการณ์ภัยแล้งในปี 2564 มีระดับความรุนแรงสูง ปัจจัยสนับสนุนที่เป็นแรงหนุนให้อุตสาหกรรมฯ เริ่มฟื้นตัว การฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลัก (จีน สหรัฐฯ และญี่ปุ่น) โดย IMF ได้คาดการณ์การเติบโตของเศรษฐกิจไทย จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ ในปี 2564 อยู่ที่ 4.0%, 8.2%, 2.3% และ 3.1% ตามลำดับ (ปี 2563 เติบโต -7.1%, 1.9%, -5.3% และ -4.3% ตามลำดับ) ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจ ภาคการผลิต และการบริโภคของครัวเรือนเริ่มฟื้นตัว ส่งผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น

มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศของภาครัฐ อาทิ โครงการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ (เพิ่มวงเงินบัตรสวัสดิการแห่งรัฐเพื่อการอุปโภคบริโภค จำนวน 500 บาท/คน ระยะเวลา 3 เดือน) โครงการคนละครึ่ง เฟส 2 (ภาครัฐจะร่วมจ่ายค่าอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าทั่วไป) มาตรการเราเที่ยวด้วยกัน (มุ่งกระตุ้นให้คนที่มี ระเบียบรายได้ปานกลางถึงสูงมีการใช้จ่ายมากขึ้น) และการปรับปรุงมาตรการตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราวเป็น กรณิพิเศษ (Smart Visa) (เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ นักลงทุน ผู้บริหาร และผู้ประกอบการวิสาหกิจ) ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่าย/การบริโภคภายในประเทศ และส่งเสริมขับเคลื่อนต่อเนื่องให้การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มในปี 2564 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลให้อุตสาหกรรมฯ ฟื้นตัวช้า

ความรุนแรงของสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 รอบใหม่ ซึ่งหากเกิดคำสั่งเคอร์ฟิว/มาตรการ Lockdown/ภาครัฐสั่งปิดสถานที่ต่างๆ จะทำให้ผู้คนบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกสถานที่ลดลง และส่งผลกระทบต่อสินค้าอาหารและเครื่องดื่มในบางประเภท เช่น แสม เบคอน น้ำดื่ม น้ำอัดลม ชาพร้อมดื่ม กาแฟพร้อมดื่ม โซดา เป็นต้น (ทั้งนี้ หากเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินผู้คนจะเริ่มกักตุนอาหารเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลบวกต่อสินค้าอาหารสำเร็จรูป/ อาหารกึ่งสำเร็จรูป/ อาหารที่เก็บรักษาได้นาน เช่น น้ำมันพืช บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป หนุ่นกระป๋อง อาหาร/ผักกระป๋อง น้ำปลา ซอส/เครื่องปรุงรส เป็นต้น)

ความเสี่ยงจากภัยแล้งและสภาพอากาศที่แปรปรวน โดยหากในปี 2564 ยังคงประสบปัญหาภัยแล้งที่มีระดับ ความรุนแรงสูงทั้งสภาพอากาศที่มีอุณหภูมิความร้อนสูง ภาวะฝนตกทิ้งช่วง ปริมาณน้ำฝนต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ซึ่งจะทำให้ ปริมาณน้ำฝนและระดับน้ำในเขื่อนมีไม่เพียงพอใช้ทำการเกษตร และส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตพืชผลเกษตร ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเข้าสู่โรงงานแปรรูปมีทิศทางลดลง โดยเฉพาะข้าว น้ำตาล และ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

สหรัฐฯ ประกาศตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) กับสินค้าไทยเพิ่มเติมอีก 231 รายการ (เดิมสินค้าไทยถูกตัดสิทธิ 573 รายการ) มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2563 โดยมีความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออก ผลิตภัณฑ์อาหารของไทย (เช่น อาหารทะเลแปรรูป ปลาแช่เย็นแช่แข็ง/แปรรูป ผักผลไม้แปรรูป น้ำเชื่อม น้ำตาลทราย ซอสถั่วเหลือง น้ำผักและน้ำผลไม้ ผลิตภัณฑ์ถั่ว ผักแช่เย็นแช่แข็ง/แปรรูป สตรอเบอร์รี่ ใบชาเขียว น้ำเชื่อมกลูโคส เส้นพาสตา หนุ่นแปรรูป หอยสเนล เป็นต้น) ซึ่งจะถูกเก็บภาษีนำเข้าสูงสุดตามอัตราภาษีปกติ ทำให้ผลิตภัณฑ์ อาหารของไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันด้านราคา อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากการถูกตัดสิทธิ GSP ต่อสินค้าอาหารแต่ละประเภทจะมีผลมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการแต่ละรายจะเลือกใช้สิทธิ GSP หรือไม่ หรือขึ้นอยู่กับระดับอัตราภาษีและมูลค่าการใช้สิทธิ GSP ของแต่ละสินค้าว่าอยู่ในระดับสูงหรือต่ำ (โดยหากมีระดับอัตราภาษีและมูลค่าการใช้สิทธิในระดับสูง อาจมีความเสี่ยงสูงที่จะได้รับผลกระทบมาก)

ภาพรวมอุตสาหกรรมร้านอาหาร

อุตสาหกรรมร้านอาหารมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะส่งผลให้อุตสาหกรรมร้านอาหารขยายตัว หากพิจารณาจากสถิติจะเห็นว่าการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุกปี โดยค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวหลักๆ ประกอบด้วย ค่าที่พัก ค่าสินค้าหรือของฝาก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม สอดคล้องกับการมีชื่อเสียงของอาหารไทยในระดับโลก และการสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรมในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองของภาครัฐและเอกชน ล้วนเป็นปัจจัยผลักดันให้ธุรกิจร้านอาหารเติบโตตามอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมร้านอาหารในประเทศไทยมีมูลค่าสูงกว่า 4 แสนล้านบาท (ที่มา: สรุปรายชื่อและเทรนด์ธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย Wongnai) และมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจร้านอาหารที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารหรือเครื่องดื่มรายใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง จากพฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่เร่งรีบ และต้องการความสะดวกรวดเร็ว ถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการร้านอาหารในการนำเทคโนโลยีมาช่วยบริหารต้นทุนการดำเนินการ และเพิ่มช่องทางใหม่ในการให้บริการเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างหลากหลาย เช่น การโฆษณาผ่านสื่อ Social media ต่างๆ และการเพิ่มช่องทางการจัดส่งในรูปแบบของ Delivery food ดังเช่น Line Man, Grab Food, Food Panda เป็นต้น (ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจและการค้า) นอกเหนือจากการให้ความสำคัญกับรสชาติและคุณภาพอาหาร ผู้ประกอบการยุคปัจจุบันควรให้ความสำคัญกับความสะอาด และสุขอนามัยของผู้บริโภคด้วย เนื่องจากการบริโภคอาหารของผู้บริโภคปัจจุบันให้ความสำคัญกับอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงรสชาติ และส่วนผสมให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงภาชนะที่นำมาใช้ในการทำอาหารและภาชนะใส่อาหารควรสะอาด ถูกสุขอนามัย

การประกาศผ่อนปรนมาตรการ lock down สำหรับธุรกิจร้านอาหารที่ไม่อยู่ในห้างสรรพสินค้า ถึงแม้ว่าเป็นการผ่อนปรนที่มีข้อจำกัด แต่ถือได้ว่าเป็นสัญญาณที่ดีต่อธุรกิจร้านอาหารเนื่องจากไม่เพียงแต่จะช่วยให้ช่องทางการทำรายได้หลักของร้านกลับมา แต่ยังสามารถส่งผลให้เกิดความผ่อนคลายความกดดันของผู้ประกอบการร้านอาหารในกลุ่มดังกล่าว อย่างไรก็ตามการระบาดทั่วของโควิด-19 ยังคงมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของกลุ่มในไตรมาสแรก และอาจยังคงส่งผลกระทบต่อร้านอาหารที่ฟื้นตัวช้ากว่ากลุ่มอื่นๆ จึงยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กดดันธุรกิจร้านอาหารในช่วงที่เหลือของปีนี้ นอกจากนี้ ธุรกิจร้านอาหารยังต้องเผชิญข้อจำกัดที่ส่งผลกระทบต่อ การฟื้นตัวหลังการระบาดของโควิด-19 ผ่านพ้นไป โดยเฉพาะปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอันเป็นผลจากการที่ภาครัฐกิจต่างๆ ต้องปิดตัวลงชั่วคราว ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการมีงานและกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ทำให้ภาคธุรกิจและผู้บริโภคจะมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย รวมถึงการชะลอตัวในภาคการท่องเที่ยวจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและไทยที่ลดลงอย่างหนัก

ภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายลงและไม่เกิดการระบาดระลอกใหม่ ภาครัฐคงจะมีการผ่อนคลายมาตรการเพิ่มเติมให้ร้านอาหารประเภทอื่นสามารถกลับมาให้บริการได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการร้านอาหารเองยังต้องเจอโจทย์ที่ต้องปรับตัว เนื่องจากผู้บริโภคมีแนวโน้มการใช้จ่ายมากขึ้น ซึ่งน่าจะส่งผลให้ไม่เพียงแต่จำนวนผู้บริการเฉลี่ยต่อวันที่ลดลง แต่คาดว่าจะมูลค่าการใช้บริการต่อมื้อของผู้บริโภคก็อาจจะมีการหดตัวอีกด้วย ทำให้เกิดผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการ ขณะที่ต้นทุนการประกอบธุรกิจที่เพิ่มขึ้น จากต้นทุนแฝงที่เกิดจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้สามารถรองรับช่องทางการสร้างรายได้เพิ่มเติม หรือค่าใช้จ่ายด้านอุปกรณ์ทำความสะอาด เป็นต้น

สถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ดีขึ้น ส่งผลให้ภาครัฐทยอยผ่อนปรนให้ธุรกิจร้านอาหารทยอยกลับมาเปิดทำการได้ตามลำดับ และภายใต้สมมติฐานที่ไม่มีการระบาดระลอกใหม่ในช่วงที่เหลือของปี คงจะช่วยให้ร้านอาหารที่เน้นการให้บริการแบบนั่งทานในร้านมีโอกาสกลับมาสร้างรายได้ อย่างไรก็ดี ผลต่อรายได้สุทธิของร้านอาหารประเภทนี้ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจบนสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมนั้นยังมีความแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญต่างๆ อีกหลายประการ อาทิ ความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ ท่าที่ตั้งของร้านอาหาร รวมถึงต้นทุนทางธุรกิจที่แตกต่างกัน ไม่เพียง

เท่านี้พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปคุ้นชินกับการใช้บริการออนไลน์และบริการจัดส่งถึงที่พัก (Delivery) มากขึ้น ประกอบกับข้อจำกัดในการสร้างรายได้จากจำนวนลูกค้าที่อาจจะยังไม่กลับมาได้เท่าเดิมและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นเพื่อเรียกฟื้นความเชื่อมั่นรวมถึงเป็นการดำเนินการให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติทางธุรกิจ อีกทั้งกำลังซื้อโดยรวมของประชาชนก็อ่อนแรงจากเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและภาคการท่องเที่ยวที่หดตัว นอกจากนี้ ยังมีประเด็นด้านการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งอาจส่งผลให้ร้านอาหารบางส่วนจำเป็นต้องปิดกิจการไป

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าธุรกิจร้านอาหารในปี 2563 จะมีมูลค่ารวมอยู่ที่ 4.37 – 4.41 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 1.4 – 2.4 จากปี 2562 จากการลงทุนของผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตามการแข่งขันที่สูงและต้นทุนธุรกิจที่ปรับตัวสูงขึ้น รวมถึงปัจจัยท้าทายในธุรกิจ ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวผลจากการลงทุนอย่างต่อเนื่องของผู้ประกอบการ รวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีการขยายตัวอยู่บ้าง ทำให้ธุรกิจร้านอาหารในปี 2563 ยังคงสามารถเติบโตได้อยู่แต่การขยายตัวดังกล่าวเป็นการขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัวลง เนื่องจากยังมีปัจจัยท้าทายรอบด้านที่รออยู่ ซึ่งน่าจะสร้างแรงกดดันอย่างมากให้แก่ผู้ประกอบการในปัจจุบัน รวมไปถึงกลุ่มผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่สนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางและเล็ก ที่ต้องพยายามประคองตัวจากปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่เข้มข้นมากขึ้น

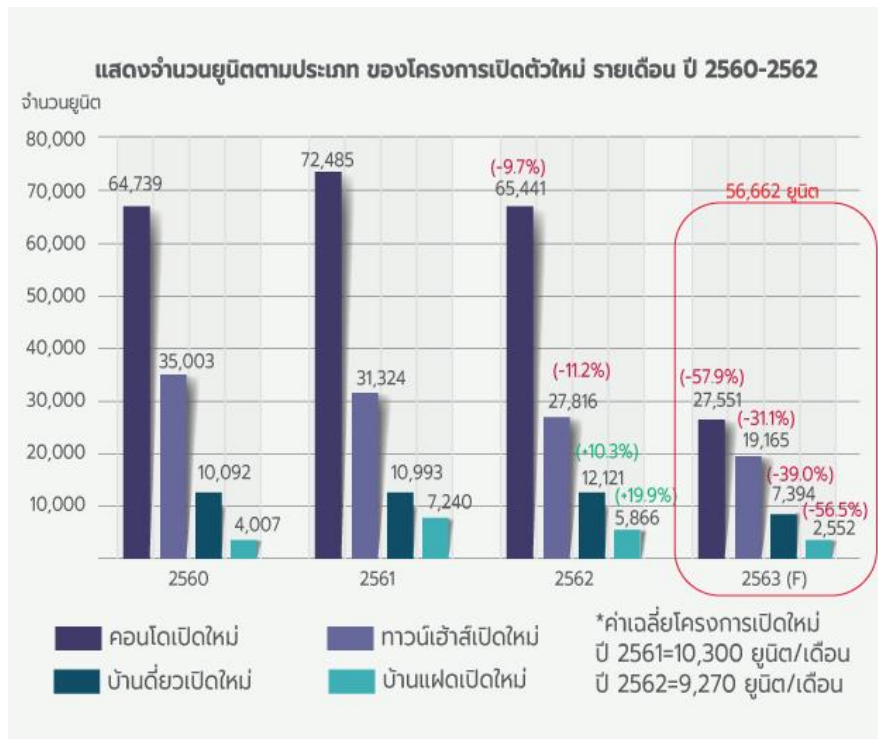


ภาพรวมอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์

ปี 2562 โครงการเปิดใหม่ทั้งหมด 480 โครงการ เพิ่มขึ้น 23 โครงการเปรียบเทียบกับปี 2561 เป็นโครงการคอนโดมิเนียม 65,441 ยูนิต ลดลง 7,044 ยูนิต (-9.7%) โครงการบ้านเดี่ยว 12,121 ยูนิต เพิ่มขึ้น 1,128 ยูนิต (+10.3%) โดยค่าเฉลี่ยการเปิดโครงการใหม่ในปี 2562 เท่ากับ 9,270 ยูนิตต่อเดือน

ในปี 2563 จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 คาดว่าจะทำให้มีการชะลอการเปิดโครงการใหม่ของผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายเล็กหันมาเน้นการระบายสต็อกบ้านในโครงการเดิม โดยประมาณการจำนวนยูนิตเปิดใหม่ในปี 2563 เท่ากับ 56,662 ยูนิตลดลง 54,592 ยูนิต (-49.1%) จากปี 2562 โดยเมื่อประมาณเจาะลึกถึงแต่ละประเภทของโครงการคาดว่าจะจำนวนยูนิตเปิดใหม่ของคอนโดมิเนียมจะเท่ากับ 27,551 ยูนิต ลดลง 37,890 ยูนิต (-57.9%) จำนวนโครงการ

บ้านเดี่ยวเปิดใหม่เท่ากับ 7,394 ยูนิต ลดลง 4,727 ยูนิต (-39.0%) ประมาณการค่าเฉลี่ยจำนวนยูนิตเปิดใหม่รวมทุกประเภทโครงการเท่ากับ 4,720 ยูนิต/เดือน



ที่มา: ข้อมูลธนาคารเกียรตินาคิน

4) ภาวะการแข่งขัน

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อยมีความหลากหลาย แบ่งออกเป็น 7 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อครอบคลุมสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมโรงแรม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ ปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจ น้ำยาทำความสะอาดมีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทั้งรายเล็กและรายใหญ่ที่มีทั้งการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำยา รวมถึงเครื่องจักรและอุปกรณ์ประกอบ โดยบริษัทเน้นการวิจัยพัฒนาสูตรผลิตเพื่อเพิ่มคุณสมบัติพิเศษของน้ำยาและติดตามเทคโนโลยีด้านการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อสมัยใหม่มาแนะนำเสนอให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีจุดแข็งและมีความได้เปรียบคู่แข่งเรื่องความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมทุกความต้องการใช้งานของลูกค้าด้านการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ มีความพร้อมด้านบริการหลังการขาย และมีความพร้อมด้านช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศจึงมีความได้เปรียบด้านการขนส่ง (logistics) ส่งผลให้บริษัทคาดว่าจะยังคงสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมได้

คู่แข่งที่สำคัญของบริษัทจะเป็นบริษัทที่จัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ ทั้งที่เป็นบริษัทใหญ่จากต่างประเทศและในประเทศไทยที่เน้นน้ำยาทำความสะอาด เครื่องจักรอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่คล้ายกับกลุ่มบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทมีความได้เปรียบคู่แข่งเรื่องความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ครบวงจร เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งหรือผู้ผลิตรายอื่นๆ ในอุตสาหกรรม กล่าวคือ ผู้ผลิตรายอื่นจะเน้นผลิตภัณฑ์ประเภทใดประเภทหนึ่งหรือลูกค้ากลุ่มธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งโดยเฉพาะเท่านั้น โดยคู่แข่งของบริษัทและบริษัทย่อยแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทผลิตภัณฑ์	ตัวอย่างรายชื่อคู่แข่ง
น้ำยาทำความสะอาด ประกอบด้วย น้ำยาซักผ้า น้ำยาฆ่าเชื้อ และน้ำยาทำความสะอาดทั่วไป	บจก.เอ็กโคแล็บ บจก.ไดเวอร์ซี ไฮยีน (ประเทศไทย) บจก.เอ็กโคเคม
ผลิตภัณฑ์เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ (ทั้งการขายและการให้เช่าเครื่อง)	บจก.วินเทอร์ฮาลเตอร์ (ประเทศไทย) บจก.โฮบาร์ท (ประเทศไทย)
ผลิตภัณฑ์กลุ่มสระว่ายน้ำ (ทั้งการขายเครื่องจักรอุปกรณ์เกี่ยวกับสระว่ายน้ำและการก่อสร้างสระว่ายน้ำ)	บจก.ส.นภา (ประเทศไทย) บจก.พูลแอนด์สปา โปรดัคส์ บจก.เจดีพูลส์

หมายเหตุ: ข้อมูลจากฝ่ายการตลาดของบริษัท

บริษัท / คู่แข่ง	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	2562			
		สินทรัพย์ (ล้านบาท)	รายได้ (ล้านบาท)	กำไร (ล้านบาท)	อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)
บมจ. พีรพัฒน์ เทคโนโลยี	140.00 ^{1/}	942.92	1,003.83	51.60	5.14
บจก.เอ็กโคแล็บ	48.00	1,084.10	2,262.11	120.68	5.33
บจก.ไดเวอร์ซี ไฮยีน (ประเทศไทย)	367.35	792.29	1,300.91	222.52	17.11
บจก.เอ็กโคเคม	50.00	130.16	98.67	5.39	5.46
บจก.วินเทอร์ฮาลเตอร์ (ประเทศไทย)	4.00	45.02	48.34	0.28	1.65
บจก.โฮบาร์ท (ประเทศไทย)	ไม่มีข้อมูล	ไม่มีข้อมูล	ไม่มีข้อมูล	ไม่มีข้อมูล	ไม่มีข้อมูล
บจก.ส.นภา (ประเทศไทย)	100.00	1,265.82	1,054.14	103.74	9.84
บจก.พูลแอนด์สปา โปรดัคส์	1.00	204.47	355.55	71.34	20.07
บจก.เจดีพูลส์	96.00	283.17	314.35	5.13	1.63

ที่มา : ข้อมูลจาก Bol

หมายเหตุ: /1 - ก่อนเปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนในปี 2563 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 170 ล้านบาท ทุนชำระแล้ว 120 ล้านบาท

บริษัทมีคู่แข่งที่สำคัญด้านผลิตภัณฑ์น้ำยาทำความสะอาด ได้แก่ บจก.เอ็กโคแล็บ และ บจก.ไดเวอร์ซี ไฮยีน (ประเทศไทย) ซึ่งเน้นทำการตลาดกับลูกค้ากลุ่มโรงแรม รีสอร์ท และโรงงานอุตสาหกรรม แต่บริษัทมีความแตกต่างกับคู่แข่งรายดังกล่าวด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ บริษัทมีสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัวและกลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านสระว่ายน้ำในการเสนอให้แก่ลูกค้าร่วมด้วย รวมถึงการให้บริการที่ครบวงจรจากการที่มีทีมงาน ศูนย์ธุรกิจ สาขา ตัวแทนจำหน่าย ที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย ในส่วนของ บจก.เอ็กโคเคม คู่แข่งดังกล่าวจะเน้นทำการตลาดน้ำยาทำความสะอาดให้ลูกค้ากลุ่มโรงพยาบาลเป็นหลัก ในขณะที่บริษัทมีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย

คู่แข่งที่สำคัญด้านผลิตภัณฑ์เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ ได้แก่ บจก.วินเทอร์ฮาลเตอร์ (ประเทศไทย) และ บจก.โฮบาร์ท (ประเทศไทย) เป็นบริษัทข้ามชาติที่ทำการตลาดในกลุ่มลูกค้าร้านอาหารในประเทศไทยผ่านตัวแทนจำหน่าย ในขณะที่ TSS ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ดูแลรับผิดชอบธุรกิจด้านจำหน่ายและให้เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ TSS มีความแตกต่างกับคู่แข่งรายดังกล่าวด้านการตลาดผ่านเครือข่ายสาขาและตัวแทนจำหน่าย พร้อมด้วยทีมช่างในการให้บริการหลังการขายที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย

สำหรับคู่แข่งของบริษัทด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มสระว่ายน้ำ ได้แก่ บจก.ส.นภา (ประเทศไทย) บจก.พูลแอนด์สปา โปรดัคส์ และบจก.เจดีพูล จะแข่งขันทำการตลาดกับบริษัทในกลุ่มลูกค้าโรงแรม และกลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งบริษัทเน้นกลยุทธ์ในการแข่งขันด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายสาขาและตัวแทนจำหน่าย และความพร้อมด้านการบริการที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ อีกทั้ง MP ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ดูแลรับผิดชอบธุรกิจด้านการวางระบบและจำหน่ายเครื่องจักรอุปกรณ์สระว่ายน้ำเป็นตัวแทนจำหน่ายตราสินค้า Pentair ซึ่งเป็นผู้นำอันดับ 1 ของโลกด้านธุรกิจสระว่ายน้ำ ซึ่งตราสินค้าที่เป็นที่น่าเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสระว่ายน้ำ

3. การจัดหาผลิตภัณฑ์และการผลิต

1) การจัดหาวัตถุดิบ

บริษัทและบริษัทย่อยจัดหาวัตถุดิบในการผลิตน้ำยาทำความสะอาดจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลายรายทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยคำนึงถึงคุณภาพ ราคา ประวัติการซื้อขาย ความสามารถในการจัดหาและจัดส่ง ซึ่งบริษัทได้กำหนดนโยบายในการจัดซื้อวัตถุดิบโดยพิจารณาคัดเลือกจากทะเบียนรายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่ผ่านการประเมินคุณสมบัติ (Approved Vendor List) และตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบให้เป็นไปตามที่กำหนดก่อนการสั่งซื้อ บริษัทและบริษัทย่อยจะมีการประเมินผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัตถุดิบแต่ละรายโดยเฉพาะด้านคุณภาพและการส่งมอบทันเวลาที่กำหนดเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง (อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง) ในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายใหม่ บริษัทจะให้ผู้จำหน่ายเสนอราคาและทำตามขั้นตอนการดำเนินงานจัดซื้อตามนโยบายที่บริษัทกำหนด โดยจะทำการเปรียบเทียบราคาจากผู้จำหน่ายหรือผู้ให้บริการ 2-3 รายขึ้นไป เพื่อให้บริษัทสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ในราคาที่เหมาะสม ในปริมาณที่เพียงพอต่อการใช้งานการผลิต และส่งมอบทันตามกำหนด บริษัทและบริษัทย่อยมีสัดส่วนการจัดซื้อจากต่างประเทศและในประเทศ ปี 2561 ถึงปี 2563 ดังนี้

รายการซื้อ	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ต่างประเทศ	118.06	27.36%	122.22	27.22%	67.34	12.10%
เคมีพิเศษ(คลอรีน)	10.14	2.35%	14.4	3.21%	5.14	0.92%
เครื่องและอุปกรณ์	106.21	24.61%	105.54	23.51%	58.69	10.54%
วัตถุดิบ	1.71	0.40%	2.28	0.51%	3.50	0.63%
ในประเทศ	313.43	72.64%	326.78	72.78%	489.37	87.90%
เคมีพิเศษ(คลอรีน)	40.71	9.43%	30.36	6.76%	24.95	4.48%
เครื่องและอุปกรณ์	102.14	23.67%	117.55	26.18%	91.93	16.51%
น้ำยา	1.12	0.26%	0.98	0.22%	0.61	0.11%
วัตถุดิบ	169.46	39.27%	177.89	39.62%	139.00	24.97%
รวม	431.49	100.00%	449.00	100.00%	556.70	100.00%

บริษัทมีแนวทางในการจัดการกับวัตถุดิบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัญหาการพึ่งพิงผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย

ที่ผ่านมาบริษัทไม่มีการพึ่งพิงผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่ง เนื่องจากวัตถุดิบที่บริษัทซื้อมามีผู้จำหน่ายหลายราย ซึ่งบริษัทสามารถเปรียบเทียบราคา และคุณภาพของวัตถุดิบ รวมไปถึงคุณภาพของการบริการของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายในแต่ละราย ยกเว้นเคมีภัณฑ์ตามสูตรผลิต Calgonit ของ Calvatis GMBH และกลุ่ม

อุปกรณ์สระว่ายน้ำ Pentair และสระว่ายน้ำสำเร็จรูป Magiline ซึ่งกลุ่มบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายของเจ้าของตราสินค้านั้นๆ เป็นต้น

2. ปัญหาเรื่องการจัดเก็บวัตถุดิบ

บริษัทมีสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบในบริเวณเดียวกับโรงงานที่อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งสามารถรองรับปริมาณวัตถุดิบและควบคุมสภาพแวดล้อมเพื่อรักษาคุณภาพของวัตถุดิบได้อย่างเพียงพอ แต่การใช้งานปัจจุบันใช้เกือบเต็มพื้นที่แล้ว โดยบริษัทมีแผนการลงทุนโครงการขยายพื้นที่คลังสินค้าสำหรับจัดเก็บวัตถุดิบเพิ่มเติมในพื้นที่อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บแยกวัตถุดิบอันตรายให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น ควบคู่กับการจัดวางให้เหมาะสมกับโปรแกรม SCADA ที่จะลงทุนซื้อติดตั้งและใช้งานกับระบบงานฝ่ายผลิตให้เป็นระบบอัตโนมัติมากยิ่งขึ้น และสามารถเชื่อมต่อข้อมูลไปยังฝ่ายบัญชีได้ทันที ในส่วนพื้นที่คลังสินค้าสำหรับจัดเก็บเครื่องจักรอุปกรณ์ อาทิ เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ เครื่องบ่อน้ำยาอัตโนมัติ เป็นต้น บริษัทมีคลังสินค้าที่อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ในการจัดเก็บเครื่องจักรอุปกรณ์ได้อย่างเพียงพอ โดยภายหลังจากบริษัทลงทุนโครงการขยายพื้นที่คลังสินค้าที่อำเภอเขาย้อย และลงทุนก่อสร้าง Showroom ที่ตำบลวังมะนาวแล้วเสร็จ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการรักษาคุณภาพเครื่องจักรอุปกรณ์ที่รอส่งมอบให้แก่ลูกค้าหรือรอติดตั้งให้แก่ลูกค้าที่ประสงค์จะเช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติได้ โดยจัดเก็บแยกต่างหากจากพื้นที่คลังจัดเก็บวัตถุดิบ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มพื้นที่คลังสินค้าสำหรับการจัดเก็บเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติได้มากยิ่งขึ้นเพื่อรองรับการทำการตลาดในรูปแบบการให้เช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติที่เติบโตอย่างต่อเนื่องได้

3. ปัญหาเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบ

บริษัทไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ เนื่องจากบริษัทสามารถจัดหาวัตถุดิบได้จากผู้จัดจำหน่ายหลายราย ทั้งจากในประเทศและจากต่างประเทศ และมีระบบบริหารการจัดซื้อ ระบบการควบคุมปริมาณขั้นต่ำและปริมาณขั้นสูงของวัตถุดิบทุกประเภทเพื่อให้โรงงานมีวัตถุดิบเพียงพอต่อแผนการผลิตน้ำยาแต่ละชนิดได้มีการจัดเก็บผลิตภัณฑ์และเครื่องจักรอุปกรณ์ให้มีปริมาณเพียงพอกับแผนการขายประจำปี

2) การจัดหาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทและบริษัทย่อยจำหน่าย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย เคมีภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทสั่งผลิตหรือซื้อมาเพื่อจำหน่าย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เคมีภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย

บริษัทมีโรงงานที่ใช้ในการผลิตน้ำยาทำความสะอาดทุกประเภท เพื่อจำหน่ายให้กับบริษัทย่อยในการดำเนินธุรกิจและจำหน่ายให้กับลูกค้า รวมทั้งจำหน่ายให้แก่ลูกค้าโดยตรงและจำหน่ายให้แก่ลูกค้าผ่านทางตัวแทนจำหน่ายของบริษัทที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ

โรงงานของบริษัทตั้งอยู่ที่อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ปัจจุบันมีกำลังการผลิตเท่ากับ 1,200 ตันต่อเดือนสำหรับน้ำยา (Liquid Hygiene Cleaning) และ 400 ตันต่อเดือนสำหรับผงน้ำยา (Powder Hygiene Cleaning) ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวบริษัทคำนวณกำลังการผลิตจากชั่วโมงการผลิต 8 ชั่วโมง และ 20 วันทำการต่อเดือน

2. ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทสั่งผลิตหรือซื้อมาเพื่อจำหน่าย

บริษัทมีฝ่ายจัดซื้อ ซึ่งมีหน้าที่สรรหา คัดเลือก สั่งผลิตแบบ OEM และจัดหาผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และนำมาจำหน่ายให้กับลูกค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท อาทิ เครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติ ตราสินค้า “STEWART” เครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน ตราสินค้า “PP Energy” รวมทั้งมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ตราสินค้าของเจ้าของผู้ผลิตมาจำหน่ายในประเทศไทย อาทิ อุปกรณ์เกี่ยวกับสระว่ายน้ำ ตราสินค้า “Pentair” สระว่ายน้ำสำเร็จรูป ตราสินค้า “Magiline” เป็นต้น

3) การผลิต

ฝ่ายวางแผนการผลิตจะวางแผนให้สอดคล้องกับแผนการขายและคำสั่งซื้อที่ได้รับจากฝ่ายขาย จากนั้นแผนกผลิตจะทำการผลิตสินค้า โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ อาทิ กำหนดการส่งมอบ กำลังการผลิต จำนวนแรงงาน เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการผลิต ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการควบคุมการสั่งซื้อวัตถุดิบให้เหมาะสมกับแผนการผลิต โดยในระหว่างขั้นตอนการผลิต แผนกควบคุมคุณภาพจะเข้าไปทดสอบคุณภาพของวัตถุดิบก่อนการผลิต ภาชนะบรรจุ สินค้าระหว่างผลิต จนถึงสินค้าสำเร็จรูป ให้ได้คุณภาพตามที่กำหนดไว้ตามมาตรฐานและคุณภาพของบริษัท เพื่อให้การผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายการผลิต โดยบริษัทและบริษัทย่อยจะส่งมอบผลิตภัณฑ์ภายในเวลาที่ตกลงไว้กับลูกค้า ซึ่งขั้นตอนการวางแผนการผลิตมีดังนี้



กำลังการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิต

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานผลิตจำนวน 1 โรงงาน ดังนี้

สถานที่ตั้งโรงงาน	เนื้อที่ดิน	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	ประเภท ผลิตภัณฑ์	กำลังการผลิต ¹ / อัตราการใช้กำลังการผลิตปี 2562
เลขที่ 118 หมู่ 4 ซอยวัดสวนสันติ ตำบลทับคา อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี 76140	34 ไร่	12,701.75	น้ำยา	1,200 / 960 ตันต่อเดือน (คิดเป็นอัตราประมาณ 80%)
			ผงน้ำยา	400 / 240 ตันต่อเดือน (คิดเป็นอัตราประมาณ 60%)

หมายเหตุ : /1 - คำนวณกำลังการผลิตจากชั่วโมงการผลิต 8 ชั่วโมง และ 20 วันทำการต่อเดือน

ทั้งนี้ หากโรงงานต้องการเพิ่มกำลังการผลิตบางส่วนก็ยังสามารถทำได้ ดังนี้

- 1) การลงทุนเพิ่มในส่วนของถังผสม (Mixing Tank) ที่ใช้ในการผสมวัตถุดิบและตั้งพักรอนำไปเข้ากระบวนการแยกบรรจุ ซึ่งจะช่วยเพิ่มกำลังการผลิตได้อีกประมาณร้อยละ 20 สำหรับน้ำยา
- 2) การเพิ่มชั่วโมงการผลิตต่อวัน อาทิ การเพิ่มชั่วโมงการทำงานนอกเวลา (Overtime hour: OT) หรือเพิ่มรอบการทำงาน (Working Shift) จากปกติ 1 รอบผลิตหรือ 1 กะต่อวัน เป็น 2 รอบผลิตหรือ 2 กะต่อวัน (1 กะเท่ากับ 8 ชั่วโมง) ซึ่งจะช่วยให้

เพิ่มกำลังการผลิตได้เป็น 2 เท่าตัว ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญต่อชีวนามัยในการทำงาน (Quality of Life: QOL) ของพนักงานทุกคนโดยเฉพาะพนักงานฝ่ายผลิต เนื่องจากสารเคมีบางชนิดค่อนข้างมีอันตรายจึงมีนโยบายไม่ให้ทำการผลิตในช่วงเวลากลางวันเพื่อป้องกันปัญหาเหนื่อยล้าและง่วงนอน (ยกเว้นกรณีจำเป็นเร่งด่วน) กอปรกับบริษัทมีนโยบายให้พนักงานทำงานไม่เกิน 5 วันต่อสัปดาห์ (ยกเว้นกรณีจำเป็นเร่งด่วน)

มาตรฐานระบบคุณภาพและผลิตภัณฑ์

บริษัทและบริษัทย่อยมีความมุ่งมั่นที่จะรักษาและพัฒนาคุณภาพของน้ำยาและผลิตภัณฑ์ต่างๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้ามีความไว้วางใจในระบบการจัดการ ระบบการผลิต และระบบการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อยได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากลดังนี้

- มาตรฐานรับรองเกี่ยวกับสุขลักษณะและข้อกำหนดการผลิต (Good Manufacturing Practice: GMP) เป็นมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศที่รับรองเกี่ยวกับหลักเกณฑ์วิธีการ และการควบคุมที่ดีในการผลิตอาหารเพื่อให้ผลิตได้อย่างปลอดภัย ที่เน้นการป้องกันและขจัดความเสี่ยงที่อาจทำให้อาหารเป็นพิษ เป็นอันตราย หรือเกิดความไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค
- มาตรฐานผลิตภัณฑ์ HALAL เป็นการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าได้ดำเนินการตามกรรมวิธีอย่างถูกต้องตามศาสนาอิสลาม ซึ่งทำให้น้ำยาที่ได้รับการรับรอง HALAL สามารถจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและผู้บริโภคที่เป็นชาวมุสลิมในแต่ละประเทศทั่วโลก
- มาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO 9001) เป็นระบบบริหารงานเพื่อการประกันคุณภาพที่ทำให้เชื่อมั่นได้ว่ากระบวนการต่างๆ ได้รับการควบคุมและสามารถตรวจสอบได้
- มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) เป็นมาตรฐานที่รับรองว่าบริษัทบริหารจัดการกับความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อมของตนอย่างเป็นระบบ
- มาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (TIS 18001 และ OHSAS 18001) เป็นมาตรฐานเพื่อรับรองว่าระบบการจัดการของบริษัทมีความปลอดภัย และมีความรับผิดชอบต่อพนักงานและสังคม
- เครื่องหมายรับรองฉลากเขียว (Green Label) รับรองว่าสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าที่มีองค์ประกอบ กระบวนการผลิต การใช้งาน ตลอดจนถึงการทิ้งทำลายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- Q-Mark (Quality Mark) เป็นตราสัญลักษณ์ที่แสดงว่าบริษัทมีการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตรงตามที่แสดงบนฉลากสินค้า ซึ่งครอบคลุมทั้งมาตรฐานที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และมาตรฐานที่ประเทศคู่ค้ากำหนด ตลอดจนมีการนำแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ
- อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 (ระบบสีเขียว: Green System) รับรองว่าบริษัทมีการบริหารจัดการกับสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตาม ประเมินผล และทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นอกเหนือจากการให้ความสำคัญกับการผลิตน้ำยาที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และปลอดภัยต่อลูกค้า บริษัทและบริษัทย่อยยังตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี บริษัทได้จ้างบริษัทภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในการติดตามตรวจสอบคุณภาพสิ่งแวดล้อม มาตรวจสอบคุณภาพของสิ่งแวดล้อมรอบๆโรงงานของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทมีมาตรการในการจัดการน้ำเสีย และกำจัดขยะ เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างสุขอนามัยที่ดีในการปฏิบัติงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ระบบจัดการน้ำเสีย

บริษัทมีโรงงานอยู่ที่อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม น้ำเสียจากโรงงานอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนและการเกษตร บริษัทจึงมีระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งเป็นระบบหมุนเวียนนำน้ำเสียกลับมาใช้ใหม่ โดยจะไม่มีน้ำเสียปล่อยออกสู่ภายนอกโรงงาน ซึ่งระบบบำบัดน้ำเสียของบริษัท เรียกว่า “ระบบ Membrane Bio Reactor (MBR)” ซึ่งเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพในการบำบัดน้ำเสียเพื่อนำกลับมาใช้ในกระบวนการผลิต และใช้สารอาหารปกปิดภายในโรงงาน สำหรับส่วนที่เหลือจากการบำบัดน้ำเสียจะเป็นกากน้ำเสีย บริษัทได้ว่าจ้างบริษัทเอกชนที่ได้รับการอนุญาตอย่างถูกต้องจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม นำไปบำบัดและกำจัดอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

2. ระบบจัดการขยะ

บริษัทมีกระบวนการคัดแยกขยะเพื่อให้สะดวกต่อการนำไปกำจัด โดยแบ่งตามประเภทของขยะ และบริษัทได้มีการรณรงค์ให้พนักงานทิ้งขยะให้ถูกที่ แยกขยะให้ถูกประเภท โดยบริษัทได้วางจุดแยกขยะไว้รอบๆโรงงาน ในการกำจัดขยะ บริษัทได้มีกระบวนการ 2 วิธี ดังนี้

- 1) ขยะทั่วไป บริษัทส่งไปกำจัดโดยวิธีฝังกลบอย่างถูกหลักสุขาภิบาล โดยมีการทำสัญญากับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ที่โรงงานของบริษัทตั้งอยู่
- 2) ขยะอันตราย บริษัทได้ว่าจ้างบริษัทเอกชนที่ได้รับการอนุญาตอย่างถูกต้องจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม นำไปบำบัดและกำจัดอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

บริษัทได้รับรางวัล “อย. คิวอลิตี้ อวอร์ด” จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีคุณธรรมและจริยธรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย และมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค อีกทั้ง ที่ผ่านมามีบริษัทและบริษัทย่อยไม่เคยได้รับการร้องเรียนจากชาวบ้านหรือหน่วยงานราชการใดๆเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการผลิตของโรงงานและการดำเนินธุรกิจของบริษัท

5. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ผู้ลงทุนควรพิจารณาปัจจัยความเสี่ยง รวมทั้งรายละเอียดข้อมูลอื่นๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้อย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจลงทุน ปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้เป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทและมูลค่าหุ้นของบริษัทได้ ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้อาจไม่เป็นปัจจัยความเสี่ยงทั้งหมดที่มีอยู่ เพราะอาจมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทยังไม่อาจทราบได้ และอาจมีปัจจัยความเสี่ยงบางประการที่บริษัทเห็นว่าไม่มีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทในขณะนี้ แต่ในอนาคตอาจกลายเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อรายได้ ผลกำไร ของบริษัทก็ได้ ดังนั้น ก่อนการตัดสินใจลงทุน ผู้ลงทุนควรใช้วิจารณญาณในการพิจารณาข้อมูลอย่างรอบคอบ เพราะปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทได้ไม่จำกัดเฉพาะแต่เพียงปัจจัยความเสี่ยงตามที่ได้กล่าวไว้ในเอกสารฉบับนี้เท่านั้น

นอกจากนี้ ข้อความในลักษณะการคาดการณ์ในอนาคต การประมาณการ ความประสงค์ หรือเจตนารมณ์ของบริษัทที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้อาทิ “มีแผนการ” “ประสงค์” “ต้องการ” “คาดว่า” “เห็นว่า” “เชื่อว่า” “ประมาณ” “อาจจะ” หรือคำหรือข้อความอื่นใดในทำนองเดียวกัน เป็นคำหรือข้อความที่บ่งชี้ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งมีความไม่แน่นอน และผลที่เกิดขึ้นอาจแตกต่างจากการคาดการณ์ได้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1) ความเสี่ยงจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐ กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ

การดำเนินงานและผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อยเกี่ยวข้องกับนโยบายและกฎเกณฑ์ของหน่วยงานภาครัฐหลายส่วนด้วยกัน อาทิ น้ำยาทำความสะอาดอุปกรณ์ในห้องครัว ซึ่งมีความจำเป็นต้องขอใบอนุญาตในการผลิตและจำหน่ายจากหน่วยงานภาครัฐ และกระบวนการผลิตน้ำยาของบริษัทมีวัตถุดิบหลักได้แก่ เคมีภัณฑ์ ซึ่งมีการจัดหาวัตถุดิบและสินค้าจากทั้งภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อนำมาเข้ากระบวนการผลิตและจำหน่ายต่อ อาทิ แอลกอฮอล์ เคมีภัณฑ์ สำหรับการแต่งกลิ่น เป็นต้น ซึ่งการนำเข้าเคมีภัณฑ์จากต่างประเทศและการใช้เคมีภัณฑ์ในการผลิตต้องดำเนินการอยู่ภายใต้กฎและระเบียบข้อบังคับ อาทิ พระราชบัญญัติ วัตถุอันตราย พ.ศ.2535 เป็นต้น โดยที่บริษัทและบริษัทย่อยมีความจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ และมีใบอนุญาตอย่างครบถ้วน การเปลี่ยนแปลงของนโยบายภาครัฐส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย จึงเกิดความเสี่ยงที่บริษัทและบริษัทย่อยไม่สามารถปรับเปลี่ยนตัวเองให้ทันกับนโยบาย กฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจส่งผลถึงการเพิกถอนใบอนุญาตที่สำคัญบางรายการ

อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงได้ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด มีการขอใบอนุญาตต่างๆ ครบถ้วน ทั้งนี้ ด้วยความเชี่ยวชาญของทีมผู้บริหารซึ่งมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมนี้มาอย่างยาวนาน และบริษัทมีแผนวิจัยและพัฒนา ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบและข้อบังคับของเคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท บริษัทบริหารความเสี่ยงโดยการติดตามนโยบายภาครัฐ กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อบริษัท นอกจากนี้ หากมีความจำเป็น บริษัทสามารถปรึกษากับที่ปรึกษากฎหมายได้ บริษัทจึงมั่นใจว่าจะไม่ได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวต่อการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ

2) ความเสี่ยงจากการรั่วไหลของสูตรการผลิตน้ำยาทำความสะอาด

บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยาทำความสะอาดและน้ำยาฆ่าเชื้อเป็นผลิตภัณฑ์หลัก ซึ่งบริษัทมอบหมายให้ฝ่ายวิจัยพัฒนาคิดค้นและออกแบบสูตรการผลิตน้ำยาทั้งหมด อีกทั้ง บริษัทมีการให้บริการหลังการขาย (After Sales Service) รับปรึกษาปัญหาที่ลูกค้าอาจพบเจอจากการใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด อาทิ น้ำยาทำความสะอาดไม่สามารถใช้ร่วมกับแหล่งน้ำของลูกค้าได้ ส่งผลให้ประสิทธิภาพของน้ำยาทำความสะอาดไม่เต็มที่เท่าที่ควร บริษัทจะมอบหมายให้ฝ่ายวิจัยและพัฒนา

ปรับปรุงสูตรของน้ำยาทำความสะอาดและฆ่าเชื้อเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพในการทำมาความสะอาดสูงสุดเหมาะสมกับการใช้งานของลูกค้ารายนั้น จากลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท ทำให้เห็นได้ว่าสูตรการผลิตน้ำยาเป็นหนึ่งในหัวใจหลักของความสำเร็จในการทำธุรกิจ จึงทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการรั่วไหลของสูตรการผลิต กล่าวคือ หากสูตรการผลิตของน้ำยาทำความสะอาดรั่วไหลไปยังบุคคลภายนอกหรือคู่แข่ง อาจทำให้เกิดผลกระทบต่อการค้าเนินธุรกิจและผลประโยชน์ของบริษัทได้ เนื่องจากอาจทำให้บริษัทมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นหรือทำให้ความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งเพิ่มขึ้น

ฝ่ายบริหารของบริษัททราบถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีมาตรการป้องกันการรั่วไหลของสูตรการผลิต โดยการแยกการผลิตน้ำยาทำความสะอาดด้วยการใช้ “สูตร 2 ชั้น” กล่าวคือ บริษัทจะแยกผลิตน้ำยาหัวเชื้อหรือที่เรียกว่าน้ำยากึ่งสำเร็จรูป (pre-mix) แล้วจึงนำน้ำยากึ่งสำเร็จรูปเข้าสู่กระบวนการผลิตเพื่อผลิตสินค้าสำเร็จรูปต่อไป กอปรกับบริษัทมีการจำกัดสิทธิบุคลากรฝ่ายผลิตที่สามารถเข้าถึงข้อมูลสูตรการผลิตได้ บริษัทจึงคาดว่าจะสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวได้ และจะไม่ส่งผลกระทบต่อการค้าเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

3) ความเสี่ยงจากผลกระทบจากโรคระบาด COVID-19

ตั้งแต่ช่วงปี 2563 เป็นต้นมาได้เกิดเหตุการณ์โรคระบาด COVID-19 ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมและความเป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้าง ทำให้ภาครัฐได้มีการออกนโยบายและมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 อาทิ มาตรการ Physical Distancing มาตรการปิดโรงแรมและรีสอร์ทชั่วคราว มาตรการปิดร้านอาหารชั่วคราว มาตรการสนับสนุนให้ประชาชนอยู่บ้าน มาตรการจำกัดการเดินทางเข้าประเทศจากชาวต่างชาติ เป็นต้น จึงส่งผลให้ชาวต่างชาติไม่สามารถเดินทางเข้ามายังประเทศไทยได้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality Industry) อาทิ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าของบริษัทโดยตรง

กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขายและบริการรวมสำหรับปี 2563 ลดลงร้อยละ 17.22 เมื่อเทียบกับปี 2562 ทั้งนี้เพื่อพิจารณาจากโครงสร้างรายได้ของบริษัทในปี 2563 บริษัทมีรายได้จากกลุ่มโรงแรม/รีสอร์ทลดลงร้อยละ 49.83 เมื่อเทียบกับปี 2562 อีกทั้งในปี 2563 บริษัทมีรายได้จากตัวแทนจำหน่ายลดลงร้อยละ 20.38 เมื่อเทียบกับปี 2562 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มบริษัทได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 อย่างไรก็ดี บริษัทมีกลุ่มลูกค้าซึ่งอยู่ในหลากหลายธุรกิจ (Customer Portfolio) นอกเหนือจากกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ตัวอย่างเช่น กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมและอาหารที่ยังคงเปิดดำเนินการได้ตามปกติ และมีการเพิ่มปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์ COVID-19 กลุ่มร้านอาหารประเภท Food Service ที่ยังคงมีการดำเนินธุรกิจผลิตอาหารปรุงสำเร็จเพื่อจัดส่งไปยังลูกค้าโดยตรง เป็นต้น ซึ่งจะช่วยประคองผลประโยชน์ของกลุ่มบริษัทและลดความเสี่ยงจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ได้ โดยจะเห็นได้จาก บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการขายน้ำยาฆ่าเชื้อในปี 2563 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.28 เมื่อเทียบกับปี 2562 ซึ่งเกิดจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของลูกค้าทำให้โรงงานอุตสาหกรรมให้ความสำคัญต่อการทำความสะอาดและการฆ่าเชื้อมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ภาครัฐเริ่มมีมาตรการการป้องกันโรคระบาด COVID-19 อาทิ มาตรการสนับสนุนกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ ลูกค้าของบริษัทเริ่มมีการสั่งซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าของบริษัทเริ่มกลับมาเปิดกิจการบางส่วนแล้ว โดยเฉพาะในเซกเตอร์ที่เน้นการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นหลัก เช่น หัวหิน ชะอำ และพัทยา เป็นต้น ดังจะเห็นได้จากยอดขายได้ของศูนย์ธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยวดังกล่าวเริ่มปรับตัวเพิ่มขึ้นมาตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2563 ตามลำดับ รวมทั้งการกลับมาเปิดให้บริการของร้านอาหารและเครื่องดื่มซึ่งสะท้อนจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ค่าเช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติที่ลูกค้ากลับมาชำระค่าเช่าตามปกติตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2563 เป็นต้นมา และได้รับการติดต่อสั่งซื้อและขอเช่าเครื่องล้างภาชนะอัตโนมัติเพิ่มขึ้นจากลูกค้าใหม่ค่อนข้างมากโดยเฉพาะกลุ่มสถาบันการศึกษา และมาตรการนำเข้าวัคซีน COVID-19 เริ่มฉีดวัคซีน COVID-19 ในปี 2564 จึงส่งผลให้ชาวต่างชาติสามารถเดินทางเข้ามายังประเทศไทยและช่วยกระตุ้นการ

ท่องเที่ยวส่งผลในทิศทางที่ดีในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality Industry) อาทิ ธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าของบริษัทโดยตรง

3.2 ความเสี่ยงต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและภัยคุกคามทางไซเบอร์

1) ความเสี่ยงต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันรวมทั้งการสร้าง ความแตกต่าง เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำตลาดของบริษัทชั้นนำ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Data Analytic ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน ผลกระทบ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ตั้งเป้าหมายเพื่อมุ่งใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการแสวงหาโอกาสเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผ่านการดำเนินงาน ดังนี้

บริษัทมีหน่วยงานสารสนเทศในการรองรับการปรับเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Transformation) เพื่อให้บริษัทสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในอนาคต โดยมุ่งเน้นการดำเนินงาน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งเสริมการพัฒนาฐานข้อมูล (IT/ Data Architecture) และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการภัยคุกคามทางไซเบอร์และการ เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้พนักงานให้สอดคล้องต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยีใหม่ รวมถึงการปรับเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

2) ความเสี่ยงภัยคุกคามทางไซเบอร์

การพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลที่มากขึ้น อาจกลายเป็นปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threat) ที่มีผลกระทบต่อระบบการผลิตและโครงข่ายปฏิบัติงานที่ต้องเชื่อมโยงกับโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศที่สำคัญของบริษัทและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ลูกค้า หรือคู่ค้าทางธุรกิจ โดยอาจทำให้ธุรกิจเกิดการหยุดชะงักได้ นอกจากนี้ ยังอาจถูกโจรกรรมข้อมูล ทำให้ข้อมูลสำคัญต่าง ๆ ที่มีความลับของบริษัทเกิดการรั่วไหล ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความมั่นใจของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อบริษัทฯ ภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threats)

- Malware – ภัยจากการถูกโจมตีด้วยมัลแวร์ (โปรแกรมไม่พึงประสงค์)
- Web Application Attack - ภัยจากการถูกโจมตีเว็บแอปพลิเคชัน
- Phishing – ภัยจากการถูกฟิชชิ่ง (เป็นเทคนิคในการดึงข้อมูลขึ้นที่เป็นความลับ เช่น หมายเลขบัตรเครดิต รหัสผ่าน ชื่อผู้ใช้โดยการปลอมแปลงเป็นองค์กรที่ถูกกฎหมาย)
- DDoS (Distributed denial of service) – DDoS - ภัยจากการถูกโจมตีเพื่อขัดขวางการทำงานของระบบ DDoS - เป็นการโจมตีโดยท่วมเซิร์ฟเวอร์จนโอเวอร์โหลด ทำให้เซิร์ฟเวอร์ล่มหรือช้าลง จนกระทั่งใช้งานไม่ได้
- Spam – ภัยจากการได้รับสแปมเมล
- Botnets – ภัยจากการที่อุปกรณ์ในองค์กรตกเป็นเหยื่อของบอทเน็ต (Email bombing and spamming: โจมตีด้วย อีเมลจำนวนมาก ทำให้ทรัพยากรของระบบเครือข่ายต้องทำงานหนัก จะส่งข้อความที่ไม่มีความหมายใด ๆ เพื่อต้องการให้อีเมล ชื่อบัญชี หรือเมลเซิร์ฟเวอร์ล่ม Botnets = private internet-connected computers whose

security has been compromised by malware and under the attacker's control as a DDoS attack. Spam (Violate) (AUP = the Acceptable Use Policy))

- Ransomware – ภัยจากมัลแวร์เรียกค่าไถ่
- Data Breaches - ภัยจากการที่ข้อมูลขององค์กรรั่วไหล

สร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ที่เกี่ยวกับภัยคุกคาม เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติ การป้องกัน และกฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทได้ทำการติดตั้งระบบป้องกันการบุกรุกจากภายนอก และมีระบบการสำรองข้อมูลระบบการรันสำรองข้อมูลอัตโนมัติในทุกๆ วัน บริษัททำการปลูกฝังให้พนักงานมีความระมัดระวังการใช้ระบบสารสนเทศมากขึ้น

3.3 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

1) ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารของบริษัท

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา 30 ปีที่ผ่านมา การเติบโตของผลประกอบการของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นผลมาจากความเชี่ยวชาญและ ประสบการณ์เฉพาะทางด้านเคมีภัณฑ์ทำความสะอาดของผู้บริหารหลักของบริษัท ซึ่งได้แก่ นายสืบพงศ์ เกตุณัติ นายวีระพงศ์ ลือสกุล และนายอรรณพ จุลพันธ์ รวมไปถึงผู้บริหารหลักยังมีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับลูกค้าและคู่ค้าของบริษัทและบริษัทย่อยมาโดยตลอด ปัจจุบันกลุ่มผู้บริหารดังกล่าวเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานของบริษัท อาจทำให้มีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหารตามที่กล่าว

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารของบริษัท จึงได้มีการจัดทำแผนและกระบวนการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่งที่สำคัญ (Succession Plan) เพื่อกำหนดแนวทางการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่ง โดยกำหนดตำแหน่งที่สำคัญภายในบริษัทที่จะทำให้บริษัทสามารถดำเนินและขยายธุรกิจไปได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งกำหนดคุณลักษณะและความสามารถที่จำเป็นของตำแหน่งสำคัญนั้น เช่น ประธานเจ้าหน้าที่การตลาด ผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี ผู้จัดการฝ่ายการเงิน ผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้จัดการฝ่ายคุณภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ ปัจจุบันบริษัทมีโครงสร้างการบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการบริหาร (Executive Committee) ประกอบด้วยผู้บริหารที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโดยตรง ซึ่งเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารและแสดงความคิดเห็นในเรื่องสำคัญของบริษัท ทำให้ผู้บริหารมีอาชีพที่มีประสบการณ์เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารกิจการมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการกระจายอำนาจการบริหารจากคณะกรรมการบริษัท ไปยังคณะกรรมการบริหาร และผู้บริหารระดับสูง ได้แก่ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ และผู้จัดการฝ่ายต่างๆ ตามโครงสร้างองค์กร รวมถึงยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานในทุกหน่วยงาน เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นและเสนอแผนงานที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทและบริษัทย่อย รวมทั้งกระจายอำนาจให้ผู้บริหารระดับกลางมีส่วนร่วมในการบริหารและการตัดสินใจต่างๆ มากขึ้น ดังนั้น บริษัทจึงมั่นใจว่าจะได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวน้อย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เท่ากับ 425.23 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดทรัพย์สินที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธ.ค. 63 (ล้านบาท)	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	ที่ดินโฉนดเลขที่ 134341 และ 138063 ตั้งอยู่ แขวงสามเสนนอกเหนือ เขตห้วยขวาง (บางซื่อ) กรุงเทพมหานคร เนื้อที่ 0-0-62.8 ไร่	บริษัท	ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง (จำนองเพิ่มหลักทรัพย์) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวงเงินจำนองเดิม 300.00 ล้านบาท	65.74	อาคารสำนักงาน กรุงเทพมหานคร
	ที่ดินโฉนดเลขที่ 7213, 17004, 30441, 30442, และ 22280 ตั้งอยู่ ตำบลทับคาง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี เนื้อที่ ไร่ 56-3-91 ไร่	บริษัท	-เฉพาะที่ดินโฉนดเลขที่ 7213 และ 22280 ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง มูลค่าจำนอง 300.00 ล้านบาท และติดภาระจำนองลำดับที่สอง มูลค่าจำนอง 171.00 ล้านบาท -เฉพาะที่ดินโฉนดเลขที่ 17004 ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง มูลค่าจำนอง 238.00 ล้านบาท		สำนักงานเขาย้อย โรงงาน คลังสินค้า หอพักพนักงาน
	ที่ดินโฉนดเลขที่ 822 ตั้งอยู่ ตำบลทับคาง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี เนื้อที่ ไร่ 0-0-99 ไร่	บริษัท	ไม่มี		PRAPAT Outlet
	ที่ดินโฉนดเลขที่ 52900 ตั้งอยู่ ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื้อที่ 1-0-18 ไร่	บริษัท	ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง มูลค่าจำนอง 44.70 ล้านบาท		ศูนย์ธุรกิจสมุย

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธ.ค. 63 (ล้านบาท)	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
	ที่ดินโฉนดเลขที่ 52929, 52930, 52931 และ 55009 ตั้งอยู่ ตำบลหนองผึ้ง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ เนื้อที่ 0-1-34.9 ไร่	บริษัท	ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง มูลค่าจำนอง 7.36 ล้านบาท		ศูนย์ธุรกิจเชียงใหม่
	ที่ดินโฉนดเลขที่ 239513 ตั้งอยู่ ตำบลน้ำน้อย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื้อที่ 0-1-29.1 ไร่	บริษัท	ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง (จำนองเพิ่มหลักทรัพย์) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวงเงินจำนองเดิม 300.00 ล้านบาท		ศูนย์ธุรกิจหาดใหญ่
	ที่ดินโฉนดเลขที่ 69690 ตั้งอยู่ ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี เนื้อที่ 0-0-89 ไร่	บริษัท	ไม่มี		ศูนย์ธุรกิจพัทยา
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร (อาคารที่เช่าศึกษา รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ 5.3.1)	อาคารสำนักงาน / โรงงาน / คลังสินค้า	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	121.41	ใช้ในการดำเนินงาน
	อาคารพาณิชย์ 7 ชั้น เลขที่ 406 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ	บริษัท	ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง (จำนองเพิ่มหลักทรัพย์) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวงเงินจำนองเดิม 300.00 ล้านบาท		อาคารสำนักงาน
	อาคารพาณิชย์ 7 ชั้น เลขที่ 408 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ	สัญญาเช่า	ไม่มี		อาคารสำนักงาน
	อาคารพาณิชย์ 2 ชั้น 2 คูหา เลขที่ 13/14-15 ถนนเหมทนนท์ ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่	สัญญาเช่า	ไม่มี		สำนักงานสาขากระบี่
	บ้านไม้ 2 ชั้น เลขที่ 329/24 ถนนเพชรเกษม ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี (บนที่ดินเช่าโฉนดเลขที่ 29185)	สัญญาเช่า	ไม่มี		สำนักงานศูนย์ธุรกิจชะอำ
	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น เลขที่ 473/7 ถนนลาดพร้าว แขวงจันทระเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ	สัญญาเช่า	ไม่มี		อาคารเก็บอุปกรณ์

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธ.ค. 63 (ล้านบาท)	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
	ที่ดินโฉนดเลขที่ 29689 เลขที่ดิน 132 ตำบลคลองอำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	สัญญาเช่า	ไม่มี		สำนักงานศูนย์ธุรกิจภูเก็ต
	ที่ดินและโรงเรือน เลขที่ 108 หมู่ที่ 1 ตำบลห้วยโรง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี	สัญญาเช่า	ไม่มี		คลังสินค้า วังมะนาว
	เลขที่ 111 และเลขที่ 117 ซอยรุ่งเรือง ถนนสุทธิสารวินิจฉัย แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ	สัญญาเช่า	ไม่มี		สำนักงาน
	ห้องเช่าอาคารบ้านบุตรสินธุ์ ห้องเลขที่ 52/24 52/25 และ 52/26 ถนนศรีพังงา ตำบลกระบี่ใหญ่ อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่	สัญญาเช่า	ไม่มี		โชว์รูมธุรกิจสระว่ายน้ำ และที่พักพนักงาน
	ดึกแถว 1 คูหา เลขที่ 176/47, 176/49 และ 176/50 หมู่ที่ 18 ตำบลปากช่อง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา	สัญญาเช่า	ไม่มี		อาคารสำนักงาน
3. เครื่องจักร และอุปกรณ์	เครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับการผลิตสินค้า และเครื่องมือที่ใช้ในการบ่อน้ำยาและทำความสะอาด	บริษัทและบริษัทย่อย	เครื่องกำเนิดไฟฟ้า และเครื่องผลิตผงซักฟอก เลขทะเบียนเครื่องจักร 41-315-217-0001 และ 41-315-217-0002 ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง มูลค่าจำนอง 2.80 ล้านบาท	104.19	ใช้ในการดำเนินงาน
4. อุปกรณ์ให้เช่า	เครื่องล้างจาน	บริษัทย่อย (TSS)	ไม่มี	80.83	ใช้ในการดำเนินงาน
5. เครื่องตกแต่งติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	10.14	ใช้ในการดำเนินงาน

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธ.ค. 63 (ล้านบาท)	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
6. ยานพาหนะ	ยานพาหนะที่ใช้ในการดำเนินงาน	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	5.99	ใช้ในการดำเนินงาน
7. งานระหว่างก่อสร้าง ¹	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	บริษัทและบริษัทย่อย	ไม่มี	33.5	ใช้ในการดำเนินงาน
รวม ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์-สุทธิ				421.79	
8. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	ที่ดินโฉนดเลขที่ 21546 และ 21547 ตั้งอยู่ ตำบลเชียงรากใหญ่ (บ้านพร้าว) อำเภอสามโคก (เชียงราก) จังหวัดปทุมธานี เนื้อที่ 0-1-61 ไร่	บริษัท	ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง (จำนองเพิ่มหลักทรัพย์) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวงเงินจำนองเดิม 300.00 ล้านบาท	3.44	ที่ดินเปล่า ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงาน
	ห้องชุดเลขที่ 303/31 – 303/32 และ 303/35 – 303/42 ตั้งอยู่ ตำบลบางพูน อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พื้นที่ห้องรวม 262.50 ตารางเมตร	บริษัท	ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง (จำนองเพิ่มหลักทรัพย์โดยไม่เพิ่มวงเงิน) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวงเงินจำนองเดิม 238.00 ล้านบาท		ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงาน
	ห้องชุดเลขที่ 711 หมู่ที่ 3 ตำบลเทพารักษ์ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ พื้นที่ห้องรวม 23.96 ตารางเมตร	บริษัทย่อย	ไม่มี		ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงาน
รวม อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน				3.44	

หมายเหตุ : /1 - งานระหว่างก่อสร้าง ได้แก่ โครงการปรับปรุงคลังสินค้า เครื่องจักรและอุปกรณ์ระหว่างการติดตั้งและพัฒนา งานระบบและเครื่องทำความสะอาดระหว่างติดตั้งแก่โรงงานของลูกค้า

4.1.2 สิทธิประโยชน์การใช้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีสิทธิประโยชน์ใช้สิทธิ เท่ากับ 23.51 ล้านบาท โดยบริษัทและบริษัทย่อยได้ทำสัญญาเช่าที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร เครื่องจักร ยานพาหนะ และอุปกรณ์ใช้ในการดำเนินกิจการ โดยมีกำหนดการชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน และมีอายุของสัญญาโดยเฉลี่ยประมาณ 2 – 20 ปี

4.2 สิทธิประโยชน์ไม่มีตัวตนที่ใช้ประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินไม่มีตัวตนสุทธิ เท่ากับ 1.19 ล้านบาท คือ ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ประกอบด้วย ราคาทุนเท่ากับ 7.33 ล้านบาท และค่าตัดจำหน่ายสะสมเท่ากับ 6.14 ล้านบาท

4.3 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

4.3.1 สัญญาเช่าสินทรัพย์

ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีสัญญาเช่าสินทรัพย์ มีรายละเอียด ดังนี้

1. สัญญาเช่ากับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน

ผู้ให้เช่า	: นางสาวปิยนุช เป้าสุวรรณ (คู่สมรสของนายสืบพงศ์ เกตุนุติ ซึ่งเป็นกรรมการบริษัท)
ผู้เช่า	: บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เช่า	: ที่ดินโฉนดเลขที่ 29185 เลขที่ดิน 47 ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พร้อมสิ่งปลูกสร้างบ้านไม้ 2 ชั้น เลขที่ 329/4 ถนนเพชรเกษม ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: สำนักงานโชว์รูมสินค้า และคลังสินค้า
ระยะเวลาเช่า	: 3 ปี ตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน 2560 ถึง 31 ตุลาคม 2563
อัตราค่าเช่า	: 19,800 บาทต่อเดือน
เงื่อนไขอื่นๆ	: 1. ผู้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าภาษีโรงเรือน 2. ไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นเช่าช่วง ยกเว้นได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า 3. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 36,000 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าภายใน 15 วัน นับจากวันที่ครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่าโดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระให้ผู้ให้เช่าแต่อย่างใด

หมายเหตุ : สัญญาเช่าดังกล่าวไม่มีการจดทะเบียนสิทธิการเช่าที่ดินระยะยาวที่สำนักงานที่ดิน

2. สัญญาเช่ากับบุคคลภายนอก

ผู้ให้เช่า	: นายเจริญ เหล่าธรรมทัศน์
ผู้เช่า	: บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เช่า	: อาคารพาณิชย์ 7 ชั้น เลขที่ 408 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: อาคารสำนักงาน กรุงเทพมหานคร
ระยะเวลาเช่า	: 3 ปี ตั้งแต่ 24 พฤษภาคม 2561 ถึง 23 พฤษภาคม 2564
อัตราค่าเช่า	: ในช่วง 24 พฤษภาคม 2561 ถึง 23 พฤษภาคม 2562 อัตราค่าเช่า 118,750 บาทต่อเดือน ในช่วง 24 พฤษภาคม 2562 ถึง 23 พฤษภาคม 2563 อัตราค่าเช่า 137,750 บาทต่อเดือน ในช่วง 24 พฤษภาคม 2563 ถึง 23 พฤษภาคม 2564 อัตราค่าเช่า 156,750 บาทต่อเดือน

เงื่อนไขอื่นๆ	: 1. ผู้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าภาษีโรงเรือน 2. ไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นเช่าช่วง ยกเว้นบริษัทในกลุ่มหรือได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า 3. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 100,000 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าภายใน 30 วัน นับจากวันที่ครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่า โดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระผู้ให้เช่าแต่อย่างใด
---------------	---

ผู้ให้เช่า	: นายศุภางค์ กระแสร์สาร
ผู้เช่า	: บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เช่า	: อาคารพาณิชย์ 2 ชั้น 2 คูหา เลขที่ 13/14 – 13/15 ถนนเหมทนานนท์ ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: อาคารสำนักงาน สาขากระบี่
ระยะเวลาเช่า	: 3 ปี ตั้งแต่ 1 มีนาคม 2562 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2565
อัตราค่าเช่า	: 19,000 บาทต่อเดือน
เงื่อนไขอื่นๆ	: 1. ผู้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าภาษีโรงเรือน 2. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 20,000 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าภายหลังจากสัญญาเช่าสิ้นสุดลง โดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระผู้ให้เช่าแต่อย่างใด

ผู้ให้เช่า	: นางสาวอารยา แซ่กอ
ผู้เช่า	: บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เช่า	: อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น เลขที่ 476/7 ถนนลาดพร้าว แขวงจันทระเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: อาคารเก็บอุปกรณ์
ระยะเวลาเช่า	: 1 ปี ตั้งแต่ 1 มกราคม 2564 ถึง 31 ธันวาคม 2564
อัตราค่าเช่า	: 17,894.74 บาทต่อเดือน
เงื่อนไขอื่นๆ	: 1. ผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าภาษีโรงเรือน 2. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 24,000 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าภายใน 30 วัน นับจากวันที่ครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่า โดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระผู้ให้เช่าแต่อย่างใด

หมายเหตุ : บริษัทอยู่ระหว่างการต่อสัญญาเช่าฉบับใหม่กับบุคคลภายนอกดังกล่าว

ผู้ให้เช่า	: นายอุทิศ ใจกล้า
ผู้เช่า	: บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เช่า	: บางส่วนของที่ดินโฉนดเลขที่ 29689 เลขที่ดิน 132 ตำบลคลอง อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ขนาดพื้นที่เช่า 3-0-0 ไร่ (ที่ดินทั้งผืนขนาด 8-2-66.9 ไร่)
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: ศูนย์ธุรกิจจังหวัดภูเก็ต
ระยะเวลาเช่า	: 14 ปี 4 เดือน ตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2553 ถึง 30 กันยายน 2567
อัตราค่าเช่า	: เดือนมิถุนายน 2553 ถึงเดือนกันยายน 2557 ค่าเช่า 24,000 บาทต่อเดือน เดือนตุลาคม 2557 ถึงเดือนกันยายน 2562 ค่าเช่า 26,000 บาทต่อเดือน

	เดือนตุลาคม 2562 ถึงเดือนกันยายน 2567 ค่าเช่า 34,000 บาทต่อเดือน
เงื่อนไขอื่นๆ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าภาษีโรงเรือน 2. ไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นเช่าช่วง ยกเว้นได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า 3. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 100,000 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าภายใน 30 วัน นับจากวันที่ครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่า โดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระผู้ให้เช่าแต่อย่างใด 4. กรรมสิทธิ์ในสิ่งปลูกสร้างและสรวายน้ำเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้เช่า ให้ผู้เช่ารื้อถอนออกไปเมื่อครบสัญญาเช่า และผู้เช่าต้องปรับหน้าดินให้เรียบร้อยเป็นปกติ

หมายเหตุ : สัญญาเช่าดังกล่าวมีการจดทะเบียนสิทธิการเช่าที่ดินระยะยาวที่สำนักงานที่ดิน

ผู้ให้เช่า	: นางน้อย เลิศเจริญธรรม
ผู้เช่า	: บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เช่า	: ที่ดินและโรงเรือน เลขที่ 108 หมู่ที่ 1 ตำบลห้วยโรง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: ศูนย์แสดงสินค้า (Showroom) ตำบลวังมะนาว
ระยะเวลาเช่า	: 7 ปี ตั้งแต่ 1 กันยายน 2561 ถึง 1 กันยายน 2568
อัตราค่าเช่า	: 1,080,000 บาทต่อปี
เงื่อนไขอื่นๆ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าภาษีโรงเรือน 2. ไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นเช่าช่วง ยกเว้นได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า 3. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 50,000 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าเมื่อครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่า โดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระผู้ให้เช่าแต่อย่างใด

หมายเหตุ : สัญญาเช่าดังกล่าวไม่มีการจดทะเบียนสิทธิการเช่าที่ดินระยะยาวที่สำนักงานที่ดิน

ผู้ให้เช่า	: นายยิ่งอิทธิพล หนองหารพิทักษ์
ผู้เช่า	: บริษัท แคลวาทีส-เอเชีย แปซิฟิค จำกัด
ทรัพย์สินที่เช่า	: เลขที่ 111 ซอยรุ่งเรือง ถนนสุทธิสารวิจิตรชัย แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: เพื่อที่อยู่อาศัย
ระยะเวลาเช่า	: 10 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2561 ถึง 30 กันยายน 2571
อัตราค่าเช่า	: 14,737 บาทต่อเดือน
เงื่อนไขอื่นๆ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าภาษีโรงเรือน 2. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 28,000 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าเมื่อครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่า โดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระผู้ให้เช่าแต่อย่างใด

หมายเหตุ : สัญญาเช่าดังกล่าวไม่มีการจดทะเบียนสิทธิการเช่าที่ดินระยะยาวที่สำนักงานที่ดิน

ผู้ให้เช่า	: นายประเสริฐ ศรีตะบวรไพบูลย์
ผู้เช่า	: บริษัท แคลวาทีส-เอเชีย แปซิฟิค จำกัด
ทรัพย์สินที่เช่า	: เลขที่ 117 ซอยรุ่งเรือง ถนนรัชดาภิเษก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: เพื่อที่อยู่อาศัย
ระยะเวลาเช่า	: 2 ปี ตั้งแต่ 1 มกราคม 2564 ถึง 31 ธันวาคม 2565
อัตราค่าเช่า	: 38,000 บาทต่อเดือน
เงื่อนไขอื่นๆ	: 1. ไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นเช่าช่วง ยกเว้นได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า 2. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 70,000 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าเมื่อครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่า โดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระผู้ให้เช่าแต่อย่างใด

หมายเหตุ : บริษัทอยู่ระหว่างการต่อสัญญาเช่าฉบับใหม่กับบุคคลภายนอกดังกล่าว

ผู้ให้เช่า	: นายไพจิตร จูฑามาศย์ โดยนายไพรัช จูฑามาศย์
ผู้เช่า	: บริษัท มิสเตอร์พูล จำกัด
ทรัพย์สินที่เช่า	: ห้องเช่าอาคารบ้านบุตรสินธุ์ ชั้นที่ 2 ห้องเลขที่ 52/24 และ 52/25 ถนนศรีพังงา ตำบลกระบี่ใหญ่ อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: สถานที่พักของพนักงาน
ระยะเวลาเช่า	: 3 ปี ตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2561 ถึง 30 พฤศจิกายน 2564
อัตราค่าเช่า	: 36,000 บาทต่อปี
เงื่อนไขอื่นๆ	: 1. ไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นเช่าช่วง ยกเว้นได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า 2. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 3,600 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าเมื่อครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่า โดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระผู้ให้เช่าแต่อย่างใด

ผู้ให้เช่า	: นางสาวฐิติ จูฑามาศย์ และนายไพจิตร จูฑามาศย์
ผู้เช่า	: บริษัท มิสเตอร์พูล จำกัด
ทรัพย์สินที่เช่า	: ห้องเช่าอาคารบ้านบุตรสินธุ์ ชั้นที่ 1 ห้องเลขที่ 52/24, 52/25 และ 52/26 ถนนศรีพังงา ตำบลกระบี่ใหญ่ อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: สถานที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสระว่ายน้ำ สาขากระบี่
ระยะเวลาเช่า	: 3 ปี 1 เดือน ตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน 2561 ถึง 30 พฤศจิกายน 2564
อัตราค่าเช่า	: 264,000 บาทต่อปี
เงื่อนไขอื่นๆ	: 1. ผู้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าภาษีโรงเรือน 2. ไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นเช่าช่วง 3. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 26,400 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าเมื่อครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่า โดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระผู้ให้เช่าแต่อย่างใด

ผู้ให้เช่า	: นางสาวจินดาหรรษา สุระสัจจะ
ผู้เช่า	: บริษัท มิสเตอร์พูล จำกัด
ทรัพย์สินที่เช่า	: ตึกแถว 1 คูหา เลขที่ 176/47 หมู่ที่ 18 ตำบลปากช่อง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: ที่ตั้งสำนักงานสาขา
ระยะเวลาเช่า	: 3 ปี ตั้งแต่ 15 กันยายน 2563 ถึง 14 กันยายน 2566
อัตราค่าเช่า	: 6,000 บาทต่อเดือน
เงื่อนไขอื่นๆ	: <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าภาษีโรงเรือน 2. ไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นเช่าช่วง ยกเว้นบริษัทในกลุ่มหรือได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า 3. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 18,000 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าภายใน 15 วัน นับจากวันที่ครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่า โดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระผู้ให้เช่าแต่อย่างใด

ผู้ให้เช่า	: นางสาวจินดาหรรษา สุระสัจจะ
ผู้เช่า	: บริษัท มิสเตอร์พูล จำกัด
ทรัพย์สินที่เช่า	: ตึกแถว 2 คูหา เลขที่ 176/49-50 หมู่ที่ 18 ตำบลปากช่อง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา
วัตถุประสงค์ในการเช่า	: ที่ตั้งสำนักงานสาขา
ระยะเวลาเช่า	: 3 ปี ตั้งแต่ 1 กันยายน 2563 ถึง 31 สิงหาคม 2566
อัตราค่าเช่า	: 19,000 บาทต่อเดือน
เงื่อนไขอื่นๆ	: <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าภาษีโรงเรือน 2. ไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นเช่าช่วง ยกเว้นบริษัทในกลุ่มหรือได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า 3. ผู้เช่าได้วางเงินประกันไว้แก่ผู้ให้เช่าเป็นจำนวน 48,000 บาท โดยผู้ให้เช่าจะคืนเงินดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าภายใน 15 วัน นับจากวันที่ครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่า โดยไม่ปรากฏว่าผู้เช่าได้ทำผิดสัญญาหรือมีหนี้ค้างชำระผู้ให้เช่าแต่อย่างใด

4.3.2 สัญญากรรมธรรม์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทมีสัญญากรรมธรรม์เพื่อประกันภัยทรัพย์สินของบริษัทจำนวน 23 ฉบับ โดยจะมีการต่ออายุการประกันภัยทุกฉบับเมื่อหมดอายุประกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริษัท	คู่สัญญา	เลขที่กรรมธรรม์	วันทำสัญญาประกันภัย	วันที่ทำกรรมธรรม์	เริ่มสัญญา	สิ้นสุดสัญญา	สถานที่ตั้งทรัพย์สิน	สถานที่ใช้	จำนวนเงินเอาประกัน
PP	บริษัท ชับปัสมาคคีประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03082	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	อาคาร 408 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	โกดังและสำนักงาน(1006)	13,000,000.00
PP	บริษัท ชับปัสมาคคีประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03170	16/07/2563	21/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	อาคาร 406 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	สำนักงาน	32,000,000.00
PP	บริษัท ชับปัสมาคคีประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03164	16/07/2563	21/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	เลขที่369,369/2(ฉ.52929-31,55009 จ.เชียงใหม่	โกดัง,สำนักงานโชว์รูมสินค้า	8,790,000.00
PP	บริษัท ชับปัสมาคคีประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03066	16/07/2563	18/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	108 หมู่ 1 ต.ห้วยโรง อ.เขาย้อย จ.เพชรบุรี	โกดัง	10,000,000.00
PP	บริษัท ชับปัสมาคคีประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-108-04960	16/07/2563	17/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	303/31-32,309/35-42(ฉ.28201) โครงการรังสิตซิตี้ อาคารชุดปลาทอง63 จ.ปทุมธานี	ที่อยู่อาศัย	840,000.00
PP	บริษัท ชับปัสมาคคีประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03095	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	(ฉ.7213)เลขที่118/1 หมู่4 ต.ทับคาง อ.เขาย้อย จ.เพชรบุรี	โกดัง(1006)	5,544,000.00
PP	บริษัท ชับปัสมาคคีประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03088	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564			59,100,000.00

							เลขที่ 118/1, 118/3 (ฉ. 7213) หมู่ 4 ต.ทับคาง อ.เขาย้อย จ.เพชรบุรี	โรงงานผลิตผงซักฟอก, น้ำยาล้างจาน, โรงงานผลิตขวดบรรจุภัณฑ์, สำนักงาน	
PP	บริษัท ชัยปัสสัณคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03155	16/07/2563	21/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	โรงงาน เลขที่ 118 (ฉ. 17004) หมู่ 4 ต.ทับคาง อ.เขาย้อย จ.เพชรบุรี	โรงงานผลิตผงซักฟอก, น้ำยาล้างจาน, โรงงานผลิตขวดบรรจุภัณฑ์, สำนักงาน	132,638,000.00
PP	บริษัท ชัยปัสสัณคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03163	16/07/2563	21/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	เลขที่ 13/14, 13/15 ต.ปากน้ำ อ.เมืองกระบี่ จ.กระบี่	โกดัง, สำนักงานโชว์รูมสินค้า	600,000.00
PP	บริษัท ชัยปัสสัณคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03084	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	เลขที่ 329/24 ต.ชะอำ อ.เขาย้อย จ.เพชรบุรี	โกดังและสำนักงาน (1006)	2,900,000.00
PP	บริษัท ชัยปัสสัณคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03162	16/07/2563	21/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	เลขที่ 462/47 หมู่ 4 ต.นาเกลือ อ.บางละมูน จ.ชลบุรี	โกดัง, สำนักงานและโชว์รูมสินค้า	1,500,000.00
PP	บริษัท ชัยปัสสัณคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03065	16/07/2563	18/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	เลขที่ 7/29 หมู่ 7 ต.ฉลอง อ.เมือง จ.ภูเก็ต	โชว์รูมและศูนย์ธุรกิจ	12,500,000.00
PP	บริษัท ชัยปัสสัณคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03133	16/07/2563	20/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	เลขที่ 169 (ฉ. 239513) หมู่ 1 ต.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	โกดัง, สำนักงานและโชว์รูมสินค้า	6,300,000.00
PP	บริษัท ชัยปัสสัณคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03060	16/07/2563	18/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	เลขที่ 153 (ฉ. 22280) หมู่ 4 ต.ทับคาง อ.เขาย้อย จ.เพชรบุรี	สำนักงาน (1062)	80,545,000.00

AL	บริษัท ชัยปรีชาภัณฑ์ ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03086	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	อาคาร 406 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วย ขวาง กรุงเทพฯ 10310	บริษัท แอลโลส อินเตอร์เทรด จำกัด	600,000.00
TSS	บริษัท ชัยปรีชาภัณฑ์ ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03081	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	อาคาร 408 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วย ขวาง กรุงเทพฯ 10310	โกดังและสำนักงาน(1006)	25,000,000.00
TSS	บริษัท ชัยปรีชาภัณฑ์ ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03093	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	อาคาร 118/3	โรงงานทำผงซักฟอก	30,000,000.00
TSS	บริษัท ชัยปรีชาภัณฑ์ ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03094	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	อาคาร 118(ต.17004)	โรงงานทำผงซักฟอก	1,000,000.00
CVT	บริษัท ชัยปรีชาภัณฑ์ ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03092	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	อาคาร 118	โรงงานผลิตผงซักฟอก	1,000,000.00
CVT	บริษัท ชัยปรีชาภัณฑ์ ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03108	16/07/2563	20/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	117 ซอยรุ่งเรือง	สำนักงาน	300,000.00
CVT	บริษัท ชัยปรีชาภัณฑ์ ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03094	09/09/2563	18/09/2563	09/09/2563	09/09/2564	111 ซอยรุ่งเรือง	ซื้อปชา่ง	3,000,000.00
MP	บริษัท ชัยปรีชาภัณฑ์ ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03091	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	อาคาร 118 (โฉนดเลขที่ 17004) หมู่ 4 (วัดสวนสันติ) จ.เพชรบุรี	โรงงานทำผงซักฟอก	3,000,000.00

MP	บริษัท ชัยบัสสามัคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03085	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	อาคาร 6 (ฉ.6597) หมู่ 1 ต. สระพัง จ.เพชรบุรี	โกดัง	23,000,000.00
MP	บริษัท ชัยบัสสามัคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03083	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	อาคาร 176/49-50 หมู่ 18 ต. ปากช่อง จ.นครราชสีมา	ขายอุปกรณ์สระว่ายน้ำ	6,700,000.00
MP	บริษัท ชัยบัสสามัคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-03080	16/07/2563	19/08/2563	16/07/2563	16/07/2564	อาคาร 408 ถ.รัชดาภิเษก กรุงเทพฯ	โซฟารวม	1,000,000.00
MP	บริษัท ชัยบัสสามัคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-04665	17/12/2563	17/12/2563	24/12/2563	24/12/2564	อาคาร 176/47 หมู่ 18 ต.ปาก ช่อง จ.นครราชสีมา	จำหน่ายอุปกรณ์และเคมีภัณฑ์ที่ เกี่ยวกับสระว่ายน้ำ	4,550,000.00
MP	บริษัท ชัยบัสสามัคคี ประกันภัย จำกัด(มหาชน)	000-20-11-IAR-04662	17/12/2563	17/12/2563	24/12/2563	24/12/2564	อาคาร 52/24-26 (ชั้น1) ต. กระปี่ใหญ่ จ.กระบี่	จำหน่ายอุปกรณ์และเคมีภัณฑ์ที่ เกี่ยวกับสระว่ายน้ำ	14,000,000.00

รวมทุนประกัน 479,407,000.00

4.3.3 สัญญาความร่วมมือทางธุรกิจ

บริษัทได้จัดทำข้อตกลงการผลิตและจัดจำหน่ายกับ Calvatis GmbH (ประเทศเยอรมนี) โดยมีสาระสำคัญของสัญญา ดังนี้

ผู้ทำสัญญา	:	บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) หรือ "Distributor"
คู่สัญญา	:	Calvatis GmbH (บริษัทจากประเทศเยอรมนี) หรือ "Calvatis"
วันที่ทำสัญญา	:	31 มีนาคม 2559 (ปรับปรุงเพิ่มเติมจากสัญญาฉบับเดิม ปี 2545)
ระยะเวลาของสัญญา	:	สัญญามีผลบังคับใช้ต่อเนื่อง เว้นแต่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งทำหนังสือบอกเลิก
การจัดตั้งบริษัท	:	<p>บริษัท แคลวาทิส เอเซีย-แปซิฟิก จำกัด หรือ "CVT" ถือหุ้นโดย บริษัท สัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 70 และ Calvatis สัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 20 (ส่วนที่เหลือร้อยละ 10 ถือโดยผู้บริหาร CVT)</p> <p>ทั้งนี้ อ้างอิงจากสัญญาฉบับเดิมเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2545 และสัญญาแนบท้ายวันที่ 1 กันยายน 2554 โดยสัญญาทั้งสองฉบับมีระยะเวลาการจัดทำกว่า 14 ปี ซึ่งคู่สัญญาได้มีการเปลี่ยนชื่อบริษัท หรือธุรกิจ ดังนั้น บริษัทและ Calvatis จึงตกลงให้มีการจัดทำสัญญาฉบับใหม่นี้ขึ้น โดยบริษัทจะเป็น ผู้ผลิต ทำการตลาด และขายสินค้าแก่ CVT แต่เพียงผู้เดียว เพื่อ CVT ดำเนินการขายสินค้าในอาณาเขตตามสัญญา ได้แก่ ประเทศไทย เวียดนาม กัมพูชา เมียนมาร์ และ สปป.ลาว</p>
รายละเอียดของสัญญาที่สำคัญ	:	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทสามารถผลิตและจำหน่าย ทำการตลาดสินค้า ให้บริการ ภายใต้ตราสินค้า Calvatis ภายในอาณาเขตตามที่ระบุในสัญญาได้ โดย Calvatis จะให้สิทธิบริษัทแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) ในการดำเนินการในอาณาเขต บริษัทต้องซื้อสินค้าที่จำเป็นในการผลิตสินค้าของ Calvatis จาก Calvatis หรือบริษัทในกลุ่มของ Calvatis หรือให้เป็นไปตามที่ Calvatis ระบุ
ขอบเขตและการให้สิทธิแต่เพียงรายเดียว	:	<ul style="list-style-type: none"> Calvatis จะไม่แต่งตั้งตัวแทนรายอื่นเพื่อดำเนินการทางธุรกิจในพื้นที่อาณาเขต ที่ได้แต่งตั้งบริษัทแล้ว ยกเว้นกรณีที่บริษัทไม่สามารถจ่ายค่าสิทธิ (Royalty) ได้ตามที่ระบุในสัญญา ซึ่ง Calvatis มีสิทธิจะแต่งตั้งตัวแทนรายอื่นเข้าดำเนินการทางธุรกิจภายในอาณาเขตของสัญญานี้ และจะทำให้บริษัทมิได้เป็นตัวแทนที่ได้รับสิทธิแต่เพียงรายเดียวอีกต่อไป (Non-Exclusive) ในกรณีที่บริษัทไม่สามารถชำระค่าสิทธิขั้นต่ำ (Minimum Royalty) ให้แก่ Calvatis ได้ Calvatis มีสิทธิบอกเลิกสัญญาฉบับนี้ โดยแจ้งเป็นหนังสือแก่บริษัทไม่น้อยกว่า 1 เดือน บริษัทต้องไม่จำหน่ายสินค้าของ Calvatis นอกอาณาเขตที่กำหนดไว้ในสัญญานี้ หากบริษัทฝ่าฝืน Calvatis มีสิทธิบอกเลิกสัญญา หรือทางบริษัทต้องชำระค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนของ Calvatis ในพื้นที่อาณาเขตจำหน่ายอื่น
อัตราค่าธรรมเนียม (Royalty Fee)	:	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทต้องจ่ายค่าสิทธิให้แก่ Calvatis โดยในอัตรา ร้อยละ 5.00 ของยอดขายสุทธิของสินค้าและบริการ ทั้งนี้ บริษัทต้องแจ้งมูลค่าการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของ Calvatis ของแต่ละปี ให้ทาง Calvatis รับทราบภายในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ ของแต่ละปีปฏิทิน บริษัทต้องจัดทำรายงานการขายสินค้าของ Calvatis ซึ่งมีการคำนวณค่าสิทธิที่ต้องจ่ายแต่ละรายการ เพื่อเป็นข้อมูลให้ Calvatis ใช้ในการตรวจสอบค่าสิทธิที่บริษัทต้องจ่ายชำระ ทั้งนี้ Calvatis มีสิทธิตรวจสอบหรือจัดหาผู้สอบบัญชีภายนอกเพื่อตรวจสอบรายละเอียดดังกล่าว ค่าสิทธิที่ทางบริษัทต้องชำระแก่ Calvatis จะเป็นยอดสุทธิตามจำนวนข้างต้น หลังจากการชำระภาษีต่างๆ ตามกฎหมายของประเทศไทยแล้ว

	<ul style="list-style-type: none"> อัตราค่าสิทธิขั้นต่ำ (Minimum Royalty) ที่ทางบริษัทต้องจ่าย จะต้องไม่น้อยกว่าที่ชำระในปีก่อนหน้า ในกรณีที่ปีใดบริษัทมีค่าสิทธิที่จ่ายต่ำกว่าค่าสิทธิที่ได้จ่ายชำระในปีก่อนหน้า บริษัทต้องจ่ายชำระค่าสิทธิเพิ่มเติมโดยต้องไม่น้อยกว่าค่าสิทธิขั้นต่ำที่กำหนด Calvatis และบริษัทสามารถเจรจาค่าสิทธิขั้นต่ำ (Minimum Royalty) ร่วมกันได้ หากปีใดเห็นว่าสถานการณ์ทางธุรกิจไม่เอื้อให้ทางบริษัทสามารถจ่ายชำระค่าสิทธิได้เป็นไปตามค่าสิทธิขั้นต่ำของปีก่อนหน้า
--	---

4.3.4 สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย


ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศ 18 ราย และตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ 10 ราย ทั้งนี้ สามารถสรุปสาระสำคัญของสัญญาตัวแทนจำหน่ายที่จะทำกับตัวแทนจำหน่ายได้ดังนี้

สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย	
ผู้ทำสัญญา	: บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
คู่สัญญา	: นิติบุคคลที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ("ตัวแทนจำหน่าย")
วันที่ทำสัญญา	: 1 มกราคม 2564
ระยะเวลาของสัญญา	: 31 ธันวาคม 2564
รายละเอียดของสัญญาที่สำคัญ ¹	<ul style="list-style-type: none"> ตัวแทนจำหน่ายจะต้องทำการตลาดและขายสินค้าตามกลุ่มสินค้าที่กำหนด กับลูกค้าในพื้นที่ที่กำหนด โดยจะระบุตามพื้นที่ประเทศกรณีเป็นตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ และระบุพื้นที่จังหวัด หรืออำเภอ กรณีเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศ ตัวแทนจำหน่ายตกลงสั่งซื้อสินค้าเพื่อการจำหน่ายจากบริษัทเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่าจำนวนที่กำหนดภายในกำหนดระยะเวลาสัญญานี้ ซึ่งในกรณีที่ตัวแทนจำหน่ายไม่สามารถบรรลุยอดขายได้ตามที่กำหนด บริษัทมีสิทธิพิจารณาต่อสัญญาตัวแทนจำหน่ายออกไปหรือแก้ไขเงื่อนไขในสัญญาได้ ตัวแทนจำหน่ายจะไม่ทำธุรกิจแข่งขันกับบริษัทโดยการเป็นตัวแทนหรือการขายสินค้าที่คล้ายคลึงกัน และไม่ดำเนินการด้านการตลาดที่เป็นตัวแทนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้แก่สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใด ที่อาจแข่งขันกับสินค้าของบริษัท ตัวแทนจำหน่ายที่มารับสินค้าหน้าโรงงานของบริษัทหรือที่สำนักงานใหญ่จะได้รับส่วนลด 4% ของมูลค่าสินค้า และในกรณีที่สั่งซื้อสินค้ากลุ่ม ชัก อบ รีด โดยมีจำนวนเป็นไปตามรอบการผลิต (Batch Size) จะได้รับส่วนลด 2% ของมูลค่าสินค้านี้ดังกล่าว
วงเงินเครดิต	: บริษัทจะกำหนดวงเงินเครดิตเพื่อการชำระค่าสินค้าของตัวแทนจำหน่ายแต่ละราย ซึ่งพิจารณาจากเป้าหมายยอดขายของแต่ละตัวแทนจำหน่าย
หลักประกัน	: ตัวแทนจำหน่ายต้องจัดหาหนังสือค้ำประกันของธนาคารพาณิชย์หรือนำเงินสดมอบให้แก่บริษัทเพื่อค้ำประกันวงเงินเครดิต
การยกเลิกสัญญา	: ในกรณีที่ตัวแทนจำหน่ายผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่งซึ่งถือเป็นสาระสำคัญของสัญญา บริษัทมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที เช่น ตัวแทนจำหน่ายสั่งซื้อสินค้าไม่ได้ตามยอดขายที่กำหนด ตัวแทนจำหน่ายประกอบกิจการแข่งขันกับบริษัท ตัวแทนจำหน่ายผิดนัดชำระหนี้ เป็นต้น


หมายเหตุ : /1 บริษัท เพ็ชรชักรีด จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวที่จำหน่ายเฉพาะสินค้ากลุ่ม ชัก อบ รีด ให้แก่ลูกค้าประเภทร้านชักรีดร้านชักรีด แต่แตกต่างจากตัวแทนจำหน่ายรายอื่นๆ ที่มีการจำหน่ายสินค้าหลากหลาย และครอบคลุมกลุ่มลูกค้ามากกว่า

4.4 เครื่องหมายการค้า

บริษัท และบริษัทย่อยมีเครื่องหมายการค้าหลัก (Trademark) และตราสินค้า สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ บริษัท (Brand Logo) ที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ดังนี้

ลำดับที่	ภาพ เครื่องหมาย การค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้าและบริการ	เลขทะเบียน	วันที่สิ้นสุด
1.		บริษัท	ผงซักฟอก	ค191606	16 มีนาคม 2566
2.		บริษัท	ผงซักฟอก	ค212045	15 สิงหาคม 2567
3.		บริษัท	ผงซักฟอก	ค197775	5 ตุลาคม 2566
4.		บริษัท	บริการซ่อมบำรุงเครื่องปั้นนํ้ายาลัดโนมิติ	บ44897	17 พฤศจิกายน 2571
5.		บริษัท	ผงซักฟอก นํ้ายาล้างจาน	ค307144	17 พฤศจิกายน 2571
6.		บริษัท	ฟีนอน	ค398617	2 มิถุนายน 2566
7.		บริษัท	นํ้ายาเช็ดพื้น นํ้ายาสุขภัณฑ์ นํ้ายาเช็ด กระจก นํ้ายาซักพรม	191103764	17 ตุลาคม 2570
8.		บริษัท	นํ้ายาเช็ดพื้น นํ้ายาสุขภัณฑ์ นํ้ายาเช็ด กระจก นํ้ายาซักพรม	ค347813	28 กรกฎาคม 2573
9.		บริษัท	กระดาดพืชชู	ค418627	1 กรกฎาคม 2567
10.		บริษัท	ผงซักฟอก นํ้ายาล้างจาน ผงฟอกขาว สาร ที่เตรียมขึ้นเพื่อการฟอกขาว สารฟอกผ้า ขาว สารที่เตรียมขึ้นเพื่อทำความสะอาด สำหรับซักล้าง นํ้ายาปรับผ้านุ่ม สารปรับ ผ้านุ่ม นํ้ายารีดผ้า นํ้ายารีดผ้าอัดกลีบ ซีดีใช้ในงานซักรีด นํ้ายาขจัดรอยด่าง ผง ขจัดรอยเปื้อน	161109025	26 พฤษภาคม 2568
11.		บริษัท	ให้บริการซ่อมบำรุงเครื่องปั้นนํ้ายา อัดโนมิติ	161108873	26 พฤษภาคม 2568

ลำดับที่	ภาพ เครื่องหมาย การค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้าและบริการ	เลขทะเบียน	วันที่สิ้นสุด
12.		บริษัท	การจัดการกิจการพาณิชย์ การจัดการด้าน การค้า การจัดการด้านบริการทางธุรกิจ การจัดการตลาด การจัดการทางการค้าที่ เกี่ยวกับการขนส่ง บริหารธุรกิจ	171104843	26 สิงหาคม 2568
13.		บริษัท	เครื่องทำน้ำร้อนชนิดติดตั้งกับที่ เครื่องทำ น้ำร้อนด้วยพลังแสงอาทิตย์ เครื่องทำน้ำ ร้อนไฟฟ้า เครื่องทำน้ำร้อนชนิดไหล ต่อเนื่อง แผงเก็บพลังงานความร้อนจาก แสงอาทิตย์	171112355	13 ตุลาคม 2568
14.		บริษัท	น้ำยาล้างจาน	171115167	8 ตุลาคม 2568
15.		บริษัท	ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาซักผ้า ผงฟอกผ้าขาวและผ้าสี น้ำยา รีดผ้า น้ำยาขจัดคราบไขมันใช้ในครัวเรือน น้ำยาเช็ดกระจก น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยา ทำความสะอาดพื้น	181102396	14 มิถุนายน 2569
16.		บริษัท	น้ำยาล้างจาน น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาซัก ผ้า น้ำยาซักผ้าขาว ผงซักฟอก น้ำยารีดผ้า น้ำยารีดผ้าอ้อม ผ้า น้ำยาเช็ดกระจก น้ำยาขัดห้องน้ำ น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยา ขัดพื้น น้ำยาทำความสะอาด ผงซักฟอก	181125867	4 กรกฎาคม 2570
17.		บริษัท	หัวเช็อน้ำยาล้างจาน หัวเช็อน้ำยาซักผ้า หัวเช็อน้ำยาถูพื้น หัวเช็อน้ำยาปรับผ้านุ่ม	191108056	29 พฤศจิกายน 2570
18.		บริษัท	ไม่ผ่านการพิจารณา มาตรา 6 เครื่องหมายคล้ายคนอื่น		
19.		บริษัท	ได้รับการพิจารณาแล้ว ลงวันที่ 26/6/2563 สิ้นสุดวันที่ 1 กันยายน 2571		
20.		TSS	เครื่องล้างจานชนิดใช้ไฟฟ้า	ค411506	21 เมษายน 2567

ลำดับที่	ภาพ เครื่องหมาย การค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้าและบริการ	เลขทะเบียน	วันที่สิ้นสุด
21		MP	น้ำยาปรับสภาพน้ำ	ค212039	5 กรกฎาคม 2567
22		MP	วางระบายน้ำที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ	ค212040	5 กรกฎาคม 2567
23		MP	บริการก่อสร้าง ซ่อมแซมสระน้ำ ดูแล บำรุงรักษาสระน้ำ แก้ไขปรับปรุงสระน้ำ	บ25797	5 กรกฎาคม 2567

นอกจากนี้ บริษัทยังได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ ได้แก่ กัมพูชา จีน สปป.ลาว มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม และเมียนมาร์ สำหรับการจำหน่ายสินค้าของบริษัทประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เช่น ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน ผงฟอกขาว สารที่เตรียมขึ้นเพื่อการฟอกขาว สารฟอกผ้าขาว สารที่เตรียมขึ้นเพื่อทำความสะอาด สำหรับซักล้าง น้ำยาปรับผ้านุ่ม สารปรับผ้านุ่ม น้ำยารีดผ้า น้ำยารีดผ้าอ้อมกลับ ซีฟี่ใช้ในงานซักรีด น้ำยาขจัดรอยด่าง ผงขจัดรอยเปื้อน เป็นต้น

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยจะลงทุนในธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องหรือใกล้เคียง กับธุรกิจที่บริษัทดำเนินการอยู่ ซึ่งบริษัทมีนโยบายจะไม่ดำเนินการถือหุ้นของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในลักษณะที่เป็นการถือหุ้น ไขว้ รวมถึงจะไม่ลงทุนร่วมกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง เว้นแต่มีเหตุจำเป็น ซึ่งการลงทุนดังกล่าวต้องไม่ขัดกับหลักเกณฑ์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องจนทำให้บริษัทขาดคุณสมบัติในการเป็นบริษัทจดทะเบียน นอกจากนี้ บริษัทยังกำหนดขั้นตอนในการ เข้าลงทุน โดยจะต้องมีการประเมินความเป็นไปได้ของการลงทุน หากจำเป็นอาจเสนอให้มีที่ปรึกษาอิสระหรือผู้เชี่ยวชาญในการ ประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนด้วย ก่อนจะเสนอให้คณะกรรมการบริษัทหรือผู้ถือหุ้นอนุมัติการลงทุนตามขอบเขต อำนาจอนุมัติของบริษัท ทั้งนี้ ในภายหลังการเข้าลงทุนแล้ว บริษัทจะส่งตัวแทนเข้าเป็นกรรมการในบริษัทดังกล่าวโดยเป็นไป ตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อให้บริษัทมีส่วนร่วมในการบริหารงานให้เป็นไปตามแนวทาง และนโยบายของบริษัท รวมถึงกำกับ ดูแลให้บริษัทย่อยและบริษัทเกี่ยวข้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วย

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563 บริษัทมีมูลค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อยและเงินลงทุนระยะยาวอื่น ภายใต้วิธีราคาทุนสุทธิ จากค่าเผื่อด้อยค่าเงินลงทุน เท่ากับ 33.98 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.42 ของสินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะ กิจการของบริษัทโดยมีรายละเอียด ดังนี้

บริษัทย่อยและบริษัทเกี่ยวข้อง	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว	สัดส่วน การลงทุน (%)	มูลค่าตามบัญชี ของราคาหุ้น (ล้านบาท)
1. บริษัท ไทยสัจจิวต เซอร์วิสเช็ส จำกัด	15.00 ล้านบาท	15.00 ล้านบาท	92.40%	14.69
2. บริษัท มิสเตอร์พูล จำกัด	5.00 ล้านบาท	5.00 ล้านบาท	96.00%	5.67
3. บริษัท แคลวาทิส-เอเชีย แปซิฟิค จำกัด	10.00 ล้านบาท	10.00 ล้านบาท	70.00%	7.48
4. บริษัท แอลโลส์ อินเตอร์เทรด จำกัด	2.00 ล้านบาท	2.00 ล้านบาท	90.00%	8.12
5. บริษัท พีซีเค เท็กซ์ไทล์ เคมีคอล จำกัด	8.00 ล้านบาท	8.00 ล้านบาท	9.99%	0.79
รวมมูลค่าเงินลงทุน				36.76
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน ¹				(2.78)
รวมมูลค่าเงินลงทุน-สุทธิ				33.98

หมายเหตุ : / 1 - ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนดังกล่าว เป็นค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัท มิสเตอร์พูล จำกัด ซึ่งเกิดขึ้นในปี 2554

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่

- อาจมีผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
- คดีที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือบริษัทย่อย อย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้
- คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทหรือบริษัทย่อย

6. ข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่ออกหลักทรัพย์

- ชื่อภาษาไทย : บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
- ชื่อภาษาอังกฤษ : Peerapat Technology Public Company Limited
- เลขทะเบียนบริษัท : 0107551000231
- ชื่อย่อหลักทรัพย์ : PRAPAT
- ลักษณะการประกอบธุรกิจ : บริษัทและบริษัทย่อยเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำยาทำความสะอาดและน้ำยาฆ่าเชื้อภายใต้ตราสินค้าหลัก "PEERAPAT" รวมทั้งเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality Industry) โดยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ผลิตหรือนำเข้ามามีจำหน่าย แบ่งออกเป็น 7 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ซักผ้า 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านครัว 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์แม่บ้านและการทำความสะอาดพื้น 5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน 6) กลุ่มผลิตภัณฑ์สระว่ายน้ำ 7) กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อนประหยัด

พลังงาน อีกทั้งการให้เช่าและให้บริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัท ได้แก่ การให้เช่าและบริการด้านครัว งานบริการด้านสระว่ายน้ำ งานบริการด้านเครื่องทำน้ำร้อนประหยัดพลังงาน และงานบริการอื่นๆ

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 406 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
ที่ตั้งโรงงาน	:	เลขที่ 118 หมู่ 4 ซอยวัดสวนสันติ ตำบลทับคาง อำเภอยะย้อย จังหวัดเพชรบุรี 76140
โทรศัพท์	:	(66) 2-290-1234
โทรสาร	:	(66) 2-290-1249
เว็บไซต์ (URL)	:	https://www.peerapat.com
ทุนจดทะเบียน	:	170,000,000 บาท (หนึ่งร้อยเจ็ดสิบล้านบาทถ้วน)
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว	:	170,000,000 บาท (หนึ่งร้อยเจ็ดสิบล้านบาทถ้วน)
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ต่อหุ้น	:	0.50 บาท (ห้าสิบสตางค์)

6.2 นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

รายละเอียดข้อมูลสามารถศึกษาเพิ่มเติมในหัวข้อ 2.1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ หัวข้อย่อย 1.4 โครงสร้างกลุ่มบริษัท

6.3 ข้อมูลของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

8.3.1 นายทะเบียนหลักทรัพย์หุ้นสามัญ	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 1 อาคาร B เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ : (66) 02 – 009 9000 โทรสาร : (66) 02 – 009 9991 TSD Call Center : (66) 02 – 009 9999
8.3.2 ผู้สอบบัญชี	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ชั้น 33 อาคารเลครัชดา เลขที่ 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (66) 02 – 264 9090 โทรสาร (66) 02 – 264 0789

- 8.3.3 ผู้ตรวจสอบภายใน
บริษัท ออดิท เอ็นท์ จำกัด
เลขที่ 19 ซอยลาดพร้าว 120 แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง
กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์ (66) 02 – 530 6886
โทรสาร (66) 02 – 934 0607
- 8.3.4 ที่ปรึกษาการเงิน
บริษัท แอสเซท โปร แมเนจเม้นท์ จำกัด
เลขที่ 999/9 ดิ ออฟฟิศ แอท เซ็นทรัล เวิลด์ ชั้น 10
ห้อง 1011-1012 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์ (66) 02 – 264 5678
โทรสาร (66) 02 – 264 5679
- 8.3.5 ที่ปรึกษากฎหมาย
บริษัท เอ็มเอสซี อินเตอร์เนชั่นแนล ลอว์ ออฟฟิศ จำกัด
เลขที่ 90 อาคารซีดีบีเบิลยู ทาวเวอร์ อาคาร B ชั้น 29 ห้อง 2901
ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์ (66) 02-168-3270-3
โทรสาร –

6.4 ข้อมูลสัญญาดำเนินงานอื่นๆ

สัญญาเงินกู้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีสัญญาเงินกู้กับสถาบันการเงินในประเทศจำนวน 8 แห่ง ทั้งในรูปแบบของวงเงินกู้ยืมระยะสั้น วงเงินกู้ยืมระยะยาว วงเงินสำหรับการทำธุรกรรมต่างประเทศ เช่น วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศ เลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C) และ/หรือ ทรัสตรีชีท (T/R) เป็นต้น โดยมีเงื่อนไขการดำรงอัตราส่วนที่สำคัญ คือ บริษัทต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนทุนไว้ในอัตราไม่เกิน 2.0 เท่า และต้องดำรงอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR) ไว้ในอัตราไม่ต่ำกว่า 1.2 เท่า