

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท สตาร์ ซานิตารีแวร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2533 จากการรวมตัวของกลุ่มนักลงทุนคนไทย และบุคลากรที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมเครื่องสุขภัณฑ์จากผู้ผลิตสุขภัณฑ์รายใหญ่ของประเทศ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 100 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องสุขภัณฑ์ดินเผาเคลือบวิเทรียสไชนา (Vitreous China) พร้อมอุปกรณ์ประกอบห้องน้ำ ได้แก่ โถส้วมพร้อมถังพักน้ำ อ่างล้างหน้า โถปัสสาวะชาย โถเนกประสงค์ ที่ใส่กระดาษชำระ ที่วางสบู่ เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า “STAR” เพื่อจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศโดยมุ่งเน้นเครื่องสุขภัณฑ์ที่อยู่ในตลาดระดับกลางถึงบน ซึ่งเครื่องสุขภัณฑ์ในตลาดแต่ละระดับจะแตกต่างกันตามรูปแบบ (Design) ความยาก หรือง่ายของกระบวนการผลิต และราคาของสินค้า โดยมีโรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัดสระบุรี บริษัทฯ มีกำลังการผลิตเพิ่มจากการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์จำนวน 9,230 ตันต่อปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสั่งซื้อสินค้าที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องสุขภัณฑ์มาเพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าของบริษัทฯ เช่น อ่างอาบน้ำ ฝารองนั่งพร้อมฝาปิด อุปกรณ์ชุดหม้อน้ำ ก๊อกน้ำ ราวแขวนผ้าเช็ดตัว และที่กดชักโครก เป็นต้น

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

วิสัยทัศน์ : มุ่งมั่นสร้างสรรค์สุขภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และจะเพิ่มขีดความสามารถให้กับองค์กรเพื่อจะก้าวไปสู่กลุ่มบริษัทชั้นนำระดับโลกต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ : เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และผู้บริโภค ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เปี่ยมไปด้วยอรรถประโยชน์ รูปแบบสวยงามทันสมัย และมีคุณภาพที่เหนือมาตรฐาน สร้างความผูกพันที่ดีกับลูกค้าจนเกิดความภักดีในตัวสินค้า ด้วยการบริหารและการกำกับดูแลกิจการที่ดี อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กร

เป้าหมาย : สร้างผลตอบแทนอย่างยั่งยืนด้วยการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดทั้งใน และต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้จุดขายของการเป็นผู้นำนวัตกรรมสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ ด้วยต้นทุนที่ต่ำเป็นกลยุทธ์หลักดันยอดขายให้บรรลุสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2550 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ มีมติอนุมัติให้ออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมจำนวนไม่เกิน 34 ล้านหน่วย ชนิดระบุชื่อผู้ถือและโอนเปลี่ยนมือได้ โดยไม่คิดมูลค่า ใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวมีอายุ 5 ปี นับแต่วันที่ออก โดยมีอัตราการใช้สิทธิคือ ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย มีสิทธิซื้อหุ้นสามัญได้ 1 หุ้น ในราคาใช้สิทธิ 2.30 บาทต่อ 1 หุ้นสามัญ อย่างไรก็ตาม ราคาการใช้สิทธิและ/หรืออัตราการใช้สิทธิข้างต้นอาจถูกปรับเมื่อมีเหตุการณ์ตามที่ได้กำหนดไว้ตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนจำนวน 170 ล้านบาท และมีหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วจำนวน 136 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 136 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท

เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2551 บริษัทฯ ได้ลดทุนจดทะเบียนเป็น 119 ล้านบาท และมีทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว จำนวน 95.20 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 136 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.70 บาท

ณ 31 ธันวาคม 2552 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 119 ล้านบาท แบ่งเป็น 170 ล้านหุ้น เรียกชำระแล้ว 95.20 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 136 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.70 บาท

ตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน 2550 ซึ่งเป็นวันใช้สิทธิครั้งแรก ถึง 31 ธันวาคม 2555 ไม่มีผู้มาใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าว ณ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนหุ้นสามัญ จำนวน 170 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.70 บาท จำนวน 119 ล้านบาท และเรียกชำระแล้วจำนวน 136,000,051 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.70 บาท จำนวน 95,200,036 บาท

ณ 31 พฤษภาคม 2555 มีผู้ออกใบสำคัญและแสดงสิทธิได้ใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญ จำนวน 51 หน่วยคิดเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 35.70 บาทและส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญจำนวน 81.60 บาทซึ่งบริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2555

เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2556 บริษัทได้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิเพื่อซื้อหุ้นสามัญ (STAR-W2) จำนวน 33,999,992 หน่วย และตลาดหลักทรัพย์ฯได้รับใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนตั้งแต่วันที่ 19 มิถุนายน 2556 อายุของ ใบสำคัญแสดงสิทธิ 3 ปี อัตราการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย ต่อหุ้นสามัญใหม่จำนวน 1 หุ้นราคาใช้สิทธิ 2.90 บาทต่อ หุ้นระยะเวลาการใช้สิทธิ 3 มิถุนายน 2557 วันที่ 3 มิถุนายน 2558 และวันใช้สิทธิครั้งสุดท้าย 3 มิถุนายน 2559

ปี 2558 มีผู้ถือหุ้นได้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิซื้อหุ้นสามัญจำนวน 15,000 หน่วย คิดเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,500 บาท และส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญจำนวน 33,000 บาทซึ่งบริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนต่อกระทรวงพาณิชย์แล้ว เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนหุ้นสามัญจำนวน 170,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.70 บาท จำนวน 119,000,000 บาท และมีทุนที่ออกและเรียกชำระแล้วจำนวน 136,000,051 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.70 บาท จำนวน 95,200,036 บาท ปัจจุบันบริษัทฯ มีกลุ่มผู้ถือหุ้นหลัก คือ กลุ่มตระกูลว่องอรุณ โดยมีสัดส่วนผู้ถือหุ้น ร้อยละ 33.79%

โครงสร้างผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 10 อันดับแรก ณ วันที่ 22 ธันวาคม 2558

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1. ดร.สมชัย ว่องอรุณ	16,170,700	11.89%
2. นางกรรณิการ์ ว่องอรุณ	13,460,934	9.90%
3. นางสาวภัสธารีย์ วงษ์ทองหลิน	9,258,500	6.81%
4. นางสุดใจ วุฒิสักดิ์ศิลป์	6,231,900	4.58%
5. นางสาวเยาวนิจ ว่องอรุณ	5,100,000	3.75%
6. บริษัทหลักทรัพย์เออีซี จำกัด (มหาชน)	4,799,000	3.53%
7. นายอนุโรจน์ เสนีย์ประกรณ์	4,500,000	3.31%
8. นางพวงเพชร อิงศรีสวัสดิ์	3,509,000	2.58%
9. บริษัทไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)	3,476,400	2.55%
10. นางสาวพิมพ์สุตา สุทธิสงค์	3,403,000	2.50%
รวม	66,105,617	48.60%

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

2.1.1 ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องสุขภัณฑ์

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องสุขภัณฑ์ดินเผาเคลือบวิเทรียสไชนา (Vitreous China) พร้อมอุปกรณ์ประกอบห้องน้ำ (Accessories) ได้แก่ โถสุขภัณฑ์พร้อมถังพักน้ำ อ่างล้างหน้า โถปัสสาวะชาย โถเนกประสงค์ ที่วางสบู่ ที่ใส่กระดาษชำระ เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า “STAR” วิเทรียสไชนาเป็นเซรามิกเกรดมาตรฐานที่ใช้ผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ทั่วโลก ซึ่งมีความสามารถในการซึมของน้ำระดับปานกลาง สำหรับการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์นั้น หากตัวผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ และไม่สามารถดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องดังกล่าวได้ ได้แก่ รอยตำหนิ สี ขนาด และรูปทรงของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น บริษัทฯ จะต้องนำเครื่องสุขภัณฑ์ดังกล่าวไปทำการทุบทิ้ง กรณีดังกล่าวจะแตกต่างจากเซรามิกเกรดอื่นๆ เช่น Stoneware หรือ Porcelain ที่ใช้ในการผลิตถ้วยชามต่างๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์ถ้วยชามที่ผลิตได้จะสามารถจำหน่ายได้ทั้งหมดโดยการจำหน่ายถ้วยชามดังกล่าวจะแบ่งออกเป็นหลายเกรด ซึ่งจะมีราคาแตกต่างกันตามคุณภาพของถ้วยชามนั้นๆ ดังนั้น จะเห็นว่าอุตสาหกรรมเครื่องสุขภัณฑ์เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ และสามารถควบคุมการสูญเสียจากการผลิตให้อยู่ในระดับต่ำเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้

เครื่องสุขภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

- 1) เครื่องสุขภัณฑ์ใหญ่ ประกอบด้วย โถสุขภัณฑ์พร้อมถังพักน้ำ (Water Closet) อ่างล้างหน้า (Lavatory) โถปัสสาวะชาย (Urinal) โถชำระเนกประสงค์ (Bidet) และขาตั้งอ่างล้างหน้า เป็นต้น
- 2) เครื่องสุขภัณฑ์เล็ก ได้แก่ อุปกรณ์เซรามิกอื่นๆ ในห้องน้ำ (Accessories) เช่น ที่วางสบู่ ที่ใส่กระดาษชำระ เป็นต้น

2.1.2 ผู้จำหน่ายส่วนประกอบของเครื่องสุขภัณฑ์

นอกเหนือจากการเป็นผู้ผลิต และจำหน่ายเครื่องสุขภัณฑ์แล้ว ทางบริษัทฯ ยังมีการส่งผลิตสินค้าที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องสุขภัณฑ์ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “STAR” มาเพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าของบริษัทฯ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ สินค้าดังกล่าว ได้แก่ อ่างอาบน้ำ ฝารองนั่งพร้อมฝาปิด อุปกรณ์ชุดหมอน้ำ ก๊อกน้ำ ราวแขวนผ้าเช็ดตัว และปุ่มกดชักโครก เป็นต้น

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์

1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีนโยบายหลักในการให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยจะมีการควบคุมในทุกขั้นตอนการผลิต เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต การตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ การกำหนดส่วนผสมของน้ำดินการหล่อขึ้นงาน ตลอดจนมีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพ ตั้งแต่ก่อนและหลังการเผาจนถึงขั้นตอนการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยจะเห็นได้จากการที่บริษัทฯ ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 : 2008 และ ISO 14001 : 2004 ประกอบกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (ม.อ.ก.) สำหรับเครื่องสุขภัณฑ์ทุกประเภท และได้ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในการส่งออกจากประเทศต่างๆ ดังต่อไปนี้

ประเทศ	มาตรฐาน
สหรัฐอเมริกา	American National Standards Institute (ANSI) The American Society of Mechanical (ASME International)
อังกฤษ	British Standards Institute (BS)
แคนาดา	Canada Standards Association (CSA)
ญี่ปุ่น	Japanese Industrial Standards (JIS)
สิงคโปร์	Singapore Productivity and Standards Board (PSB)

การได้รับการรับรองมาตรฐาน ม.อ.ก. และมาตรฐานสากลดังกล่าว ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับความเชื่อถือและความไว้วางใจจากลูกค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศด้วยดีตลอดมา และเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ ให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

2. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ทำการวิจัยและพัฒนาารูปแบบของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยสอบถามความต้องการของลูกค้า ประกอบกับแนวโน้มของตลาด เพื่อให้มีความหลากหลาย ทั้งในด้านรูปแบบ สี สัน และประโยชน์การใช้สอย เนื่องจากบริษัทฯ เล็งเห็นว่า นอกเหนือจากการมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพแล้ว การมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมจะมีส่วนสำคัญในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ได้อีกทางหนึ่ง โดยในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีรูปแบบให้เลือกมากกว่า 150 รุ่น และมีสีให้เลือก 15 สี

3. ความแน่นอนและเชื่อถือได้ในการส่งสินค้า

การส่งมอบสินค้าให้ตรงตามกำหนดเวลา เป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาในการเลือกซื้อสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าแต่ละราย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลูกค้าประเภทโครงการก่อสร้าง ซึ่งมีกำหนดเวลาส่งมอบงานที่ชัดเจน หากผู้ผลิตไม่สามารถจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าตามกำหนดเวลา จะส่งผลกระทบต่อทีมงานก่อสร้างเกิดความล่าช้า และส่งงานไม่ทันตามกำหนดเวลา ดังนั้นบริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการจัดส่งสินค้าให้ตรงตามเวลาที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาที่มา บริษัทฯ สามารถรักษาความเที่ยงตรงในการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้ามาโดยตลอด อันเป็นผลจากการที่บริษัทฯ มีการวางแผนการผลิตและการบริหารคลังสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการเก็บสำรองสินค้าส่วนหนึ่งไว้ในคลังสินค้าเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ลูกค้าของบริษัทฯ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นตัวแทนจำหน่ายเกิดความพึงพอใจเนื่องจากไม่ต้องเก็บ Stock สินค้าไว้เอง จึงทำให้ตัวแทนจำหน่ายดังกล่าวสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้าลงได้

4. การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ

จากการที่รายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทฯ มาจากการจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นที่จะรักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง โดยฝ่ายขายของบริษัทฯ จะทำการตรวจเยี่ยมตัวแทนจำหน่ายอยู่เป็นประจำ ทำให้ได้รับทราบปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการให้บริการของบริษัทฯ รวมทั้งข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้บริษัทฯ สามารถทำการวิจัยและพัฒนาารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

5. การมีบุคลากรที่มีความชำนาญ และผู้ให้คำปรึกษาที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเครื่องสุขภัณฑ์

การผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และมีอัตราการสูญเสียจากการผลิต (Defect Rate) ในอัตราที่ต่ำ ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งนั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยบุคลากรที่มีทักษะ และความชำนาญ (Skilled Labor) บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการบริหารบุคลากรที่ดี สร้างความผูกพันต่อบริษัทฯ โดยการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมเพื่อเป็นแรงจูงใจในการทำงาน และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาฝีมือของบุคลากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ทำการว่าจ้างที่ปรึกษาชาวต่างประเทศ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมเครื่องสุขภัณฑ์มานานกว่า 40 ปี เพื่อช่วยให้คำปรึกษาและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. การบริการหลังการขาย

บริษัทฯ ได้จัดให้มีบริการหลังการขาย โดยจัดให้มีช่างที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท และระบบประปา ไว้คอยให้บริการรวมทั้งให้คำปรึกษา และคำแนะนำการแก้ไขปัญหาต่างๆ แก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าของบริษัท การให้บริการดังกล่าว นอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจแล้ว ยังทำให้บริษัทฯ ได้รับทราบปัญหาและข้อบกพร่องต่างๆ ที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์จากลูกค้าโดยตรง และสามารถนำข้อบกพร่องดังกล่าวมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้มีคุณภาพ และตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ สำหรับลูกค้าในต่างประเทศบางราย ที่ปรึกษาชาวต่างประเทศของบริษัทฯ จะเป็นผู้รับผิดชอบในการให้บริการหลังการขายดังกล่าว โดยที่ปรึกษาจะเป็นผู้ไปสำรวจปัญหาและข้อบกพร่อง พร้อมทั้งให้คำแนะนำการแก้ไขปัญหาต่างๆ แก่ลูกค้าร่วมกับทีมงานของบริษัทฯ

2.2.2 ลักษณะลูกค้า

ลูกค้าหลักของบริษัทฯ คือ ตัวแทนจำหน่าย (Dealer) ในประเทศ และผู้จัดจำหน่าย (Distributor) ต่างประเทศ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการคัดเลือกตัวแทนจำหน่าย/ผู้จัดจำหน่ายเป็นอย่างมาก โดยบริษัทฯ จะพิจารณาจากสถานะทางการเงินของตัวแทนจำหน่าย/ผู้จัดจำหน่ายเป็นหลัก โดยดูจากผลการดำเนินงานและฐานะการเงิน การสอบถามจากสถาบันการเงิน ประวัติการติดต่อทำธุรกิจระหว่างตัวแทนจำหน่าย/ผู้จัดจำหน่ายกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในอุตสาหกรรม และการเยี่ยมชมกิจการของตัวแทนจำหน่าย/ผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังอาจจะพิจารณาถึงนโยบายทางการตลาดของตัวแทนแต่ละรายด้วย เนื่องจากตัวแทนจำหน่าย/ผู้จัดจำหน่ายจะต้องเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเองทั้งหมด โดยบริษัทฯ จะไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผน หรือกำหนดนโยบายทางการตลาดของตัวแทนจำหน่าย/ผู้จัดจำหน่าย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะให้การสนับสนุนตัวแทนจำหน่าย/ผู้จัดจำหน่ายในด้านอื่นๆ เช่น การพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม และตรงตามความต้องการของแต่ละราย การสนับสนุนการส่งเสริมการขายต่างๆ ของตัวแทนจำหน่าย เช่น การลดราคาสินค้า การแถมของสมนาคุณต่างๆ การจัดวางสินค้าของบริษัทฯ ณ ร้านค้าของตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น การขายสินค้าของบริษัทฯ ให้แก่ตัวแทนจำหน่าย/ผู้จัดจำหน่ายแต่ละราย บริษัทฯ จะใช้ระบบการขายขาด โดยตัวแทนจำหน่าย/ผู้จัดจำหน่ายจะไม่สามารถคืนสินค้าให้แก่บริษัทฯ ได้ สำหรับการขายสินค้าในต่างประเทศโดยส่วนใหญ่แล้ว บริษัทฯ จะกำหนดให้มีผู้จัดจำหน่าย (Distributor) เพียงรายเดียวในแต่ละประเทศ

ทั้งนี้ ลูกค้าของบริษัทฯ สามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. ลูกค้าในประเทศ

ลูกค้าในประเทศของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 ลูกค้าประเภทตัวแทนจำหน่าย (Dealer)

ลูกค้าประเภทตัวแทนจำหน่าย (Dealer) จะซื้อสินค้าของบริษัทฯ ไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้า (End User) อีกทอดหนึ่ง โดยส่วนใหญ่ตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ จะเป็นร้านจำหน่ายวัสดุตกแต่งและอุปกรณ์ก่อสร้าง รวมทั้งร้านโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) เช่น ร้านค้าสินค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store) ซึ่งจะจำหน่ายเฉพาะสินค้าประเภทกระเบื้องและเครื่องสุขภัณฑ์ ณ ปี 2556 บริษัทฯ มีตัวแทนจำหน่ายในประเทศทั้งสิ้น 250 ราย กระจายอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ

1.2 ลูกค้าประเภทโครงการก่อสร้าง

ลูกค้าประเภทโครงการก่อสร้าง ได้แก่ ผู้รับเหมาก่อสร้างทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นโครงการบ้านจัดสรร อาคารสำนักงาน โรงแรม และโครงการภาครัฐ เป็นต้น ลูกค้าประเภทนี้จะซื้อสินค้าโดยตรงผ่านตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ

โดยฝ่ายสถาปนิก และโครงการของบริษัทฯ จะทำหน้าที่ในการติดต่อเพื่อเข้าไปนำเสนอผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และให้คำปรึกษาต่างๆ กับเจ้าของโครงการ สถาปนิก และผู้รับเหมาก่อสร้าง รวมทั้งเป็นตัวกลางในการติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้าโครงการกับตัวแทนจำหน่าย

2. ลูกค้าต่างประเทศ

รายได้หลักของบริษัทฯ ประมาณร้อยละ 50-70 มาจากการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสุขภัณฑ์ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยตลาดหลักในการส่งออกเครื่องสุขภัณฑ์ของบริษัทฯ ประกอบด้วย ประเทศอังกฤษ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น ประเทศออสเตรเลีย ยังส่งเครื่องสุขภัณฑ์ไปจำหน่ายในประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศพม่า และประเทศกัมพูชา เป็นต้น รวมทั้งประเทศอื่นๆ ด้วย

ลูกค้าต่างประเทศของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1 ลูกค้าประเภทผู้จัดจำหน่าย (Distributor)

ปี 2558 บริษัทฯ มีผู้จัดจำหน่าย (Distributor) ในต่างประเทศจำนวน 35-40 ราย ซึ่งกระจายอยู่ในประเทศต่างๆ กว่า 20 ประเทศ โดยผู้จัดจำหน่าย (Distributor) ดังกล่าว จะนำสินค้าของบริษัทฯ ไปจำหน่ายต่อให้กับตัวแทนจำหน่าย (Dealer) รายอื่นในประเทศนั้นๆ ตามปกติ บริษัทฯ จะมีผู้จัดจำหน่ายเพียง 1 ราย (Exclusive Distributor) ในแต่ละประเทศ ยกเว้น ประเทศอังกฤษ ซึ่งบริษัทฯ มีผู้จัดจำหน่าย (Distributor) 2 ราย โดยผู้จัดจำหน่ายทั้งสองรายจะเน้นขายสินค้าคนละตลาดกัน ทั้งนี้ สินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายจะเป็นสุขภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “STAR” หรือในบางกรณีอาจไม่ติดเครื่องหมายการค้า “STAR” ขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างบริษัทฯ และผู้จัดจำหน่ายแต่ละราย

2.2 ลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตเครื่องสุขภัณฑ์

สินค้าที่จำหน่ายให้แก่ลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตสุขภัณฑ์ในต่างประเทศ จะเป็นสินค้าที่บริษัทผลิตตามแบบของลูกค้า โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะมีโรงงานผลิตเครื่องสุขภัณฑ์เป็นของตนเอง แต่ไม่สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า จึงต้องมีการสั่งซื้อเครื่องสุขภัณฑ์จากผู้ผลิตอื่นเพิ่มเติม ประกอบด้วย ลูกค้าจากประเทศญี่ปุ่น และประเทศสหรัฐอเมริกา

2.2.3 นโยบายราคา

บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดราคาขายจากต้นทุนบวกด้วยอัตรากำไรขั้นต้นที่เหมาะสม (Cost Plus Margin) โดยจะคำนึงถึง ภาวะการแข่งขันของแต่ละตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ การยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ซึ่งจะพิจารณาจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความเที่ยงตรงในการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า รวมถึงการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ต้นทุนในการผลิตสินค้าของบริษัทฯ จะแตกต่างกันตามความยากง่ายในการผลิต เช่น สุขภัณฑ์แบบชักเดียว สุขภัณฑ์แบบสองชัก เป็นต้น รูปแบบ และสีของผลิตภัณฑ์

2.2.4 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

เนื่องจากนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ คือ การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนจำหน่าย ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นลูกค้าหลักของบริษัทฯ รวมทั้งการเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพแก่ลูกค้า ดังนั้น ช่องทางการจำหน่ายหลักของบริษัทฯ คือ การจำหน่ายสินค้าผ่านเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทฯ ปัจจุบัน บริษัทฯ แบ่งทีมงานการขายออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. ฝ่ายขายในประเทศ

ฝ่ายขายในประเทศจะแบ่งเขตการขายเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย (1) พื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และ (2) พื้นที่ในเขตต่างจังหวัด โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทฯ จะทำหน้าที่ในการติดต่อหาลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ๆ และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าปัจจุบัน โดยแบ่งการดูแลลูกค้าออกเป็นส่วนของ Modern Trade เช่น

บุญถาวร, โอมโปร, ไทวัสดุ, โกลบอลเฮ้าส์, ตัวแทนจำหน่าย, ลูกค้าโครงการเพื่อสร้างความสัมพันธ์และบริการลูกค้าให้ทั่วถึง โดยจะมีการตรวจเยี่ยมตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ อยู่เป็นประจำ เพื่อให้ข้อมูลสินค้าและโปรแกรมส่งเสริมการขายของสินค้าแต่ละรุ่นในแต่ละช่วงเวลา สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัทฯ รวมทั้งรับฟังปัญหาต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไขต่อไป

2. ฝ่ายขายต่างประเทศ

ฝ่ายขายต่างประเทศจะรับผิดชอบดูแลลูกค้าโดยแบ่งตามเขตพื้นที่ เช่น ประเทศแถบทวีปเอเชีย ทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา เป็นต้น เนื่องจากแบบของผลิตภัณฑ์และความต้องการของลูกค้าในแต่ละภูมิภาคจะมีลักษณะที่ต่างกัน ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่การขายแต่ละรายจะมีหน้าที่ในการติดต่อประสานงาน รวมทั้งให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้สูงสุด

นอกเหนือจากการจำหน่ายสินค้าโดยผ่านเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายโดยตรงแล้ว บริษัทฯ ยังมุ่งหวังที่จะขยายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ครอบคลุมลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ จึงมีนโยบายที่จะเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่จัดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อเป็นการแนะนำบริษัทฯ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

- งานแสดงสินค้าในประเทศ ได้แก่ งานสถาปนิกสยาม, Home Works Expo, Home Pro Expo
- งานแสดงสินค้าต่างประเทศ ได้แก่ International Sanitary and Heating (ISH) ที่จัดขึ้นที่ประเทศเยอรมัน เป็นประจำทุก 2 ปี

การร่วมงานแสดงสินค้านี้ดังกล่าว นอกจากจะเป็นการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นแล้ว ยังช่วยให้บริษัทฯ ได้พบปะผู้ผลิต และผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเครื่องสุขภัณฑ์จากประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทำให้สามารถแลกเปลี่ยนข่าวสาร เทคโนโลยีการออกแบบ และการผลิตสินค้า รวมทั้งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาของเครื่องสุขภัณฑ์ได้อย่างใกล้ชิด และทันกับสถานการณ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ที่ปรึกษาชาวอังกฤษของบริษัทฯ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเซรามิกก็มีส่วนช่วยในการแนะนำลูกค้าต่างประเทศให้แก่บริษัทฯ รวมทั้งให้บริการหลังการขาย ตามรายละเอียดในข้อ 3.2.1 กลยุทธ์ในการแข่งขัน

ภาวะการแข่งขัน

คู่แข่งในอุตสาหกรรมสามารถแบ่งออกได้เป็นตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ ดังนี้

ตลาดในประเทศ

คู่แข่งในตลาดเครื่องสุขภัณฑ์ภายในประเทศ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 ผู้ผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ในประเทศ ปัจจุบันมีผู้ผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ในประเทศอยู่ 8 ราย โดยมีกำลังการผลิตรวมประมาณ 160,000 ตันต่อปี หรือ ประมาณ 13.5 ล้านชิ้นต่อปี

ผู้ผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ที่มีกำลังการผลิตสูงสุด 3 รายแรก มีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันประมาณร้อยละ 75 โดยผู้ผลิตอีก 5 ราย (รวม STAR) มีส่วนแบ่งการตลาดรวมประมาณร้อยละ 25 ทั้งนี้ บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 7-8 ของตลาดสุขภัณฑ์รวม ผู้ผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ในประเทศส่วนใหญ่อยู่ในตลาดระดับกลางและบน รวมถึงบริษัทฯ ก็มุ่งเน้นการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในตลาดระดับกลางถึงบนด้วยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ การแบ่งแยกเครื่องสุขภัณฑ์ในตลาดแต่ละระดับจะขึ้นอยู่กับรูปแบบ (Design) ความยากหรือง่ายของกระบวนการผลิต และราคาของสินค้า โดยหากเป็นเครื่องสุขภัณฑ์ระดับบน ก็จะเป็นสินค้าที่มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ ทำให้มีกระบวนการผลิตที่ยากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ก็สามารถขายสินค้าในราคาที่สูงขึ้น

การเข้ามาทำธุรกิจของผู้ผลิตรายใหม่ในอุตสาหกรรมเครื่องสุขภัณฑ์นั้น มีความเป็นไปได้ยาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยบุคลากรที่มีทักษะ และความชำนาญในระดับสูง เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต โดยเฉพาะเตาเผามีราคาสูง ตลอดจนการที่ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับชื่อเสียง และตราผลิตภัณฑ์ ดังนั้น จึงทำให้การแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสุขภัณฑ์ในประเทศเป็นการแข่งขันของผู้ผลิตน้อยราย

1.2 สินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เครื่องสุขภัณฑ์นำเข้าส่วนใหญ่จะมาจากประเทศจีน ประเทศเยอรมัน ประเทศอิตาลี ประเทศไต้หวัน และประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น โดยเครื่องสุขภัณฑ์นำเข้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- สินค้าที่มีคุณภาพและราคาสูง ได้แก่ เครื่องสุขภัณฑ์จากประเทศในแถบทวีปยุโรป ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูงเป็นหลัก
- สินค้าที่มีราคาถูก ส่วนใหญ่เป็นเครื่องสุขภัณฑ์ที่นำเข้าจากประเทศจีน เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก โดยตลาดของสินค้าประเภทนี้จัดอยู่คนละตลาดกับสินค้าของบริษัท ซึ่ง เป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง

ตลาดต่างประเทศ

คู่แข่งสำคัญในตลาดต่างประเทศ ประกอบไปด้วยสินค้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศแถบทวีปยุโรป เช่น ประเทศสเปน ประเทศเยอรมัน เป็นต้น และประเทศในแถบเอเชีย เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศจีน ประเทศไต้หวัน และประเทศมาเลเซีย โดยผู้ผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ชั้นนำของโลก มักจะเป็นลักษณะของกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ที่เป็นประเทศข้ามชาติที่มีกำลังการผลิตมากกว่าหนึ่งล้านชิ้นต่อปี และมีโรงงานตั้งอยู่ในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.3.1 การผลิต

โรงงานของบริษัท ตั้งอยู่ที่อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี บนเนื้อที่ประมาณ 41 ไร่ การผลิตของบริษัท จะแบ่งเป็น 2 กรณี คือ (1) ผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าสำหรับลูกค้าต่างประเทศ โดยลูกค้าจะต้องส่งคำสั่งซื้อล่วงหน้าให้แก่บริษัท ซึ่งส่วนใหญ่จะประมาณ 12 เดือน และ (2) ผลิตพร้อมสำหรับการจำหน่ายให้แก่ลูกค้าในประเทศ โดยบริษัท จะมีการเก็บสินค้าคงเหลือให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสม โดยประมาณการจากยอดขายในอดีต และแนวโน้มความต้องการของลูกค้า และเพื่อให้บริษัท สามารถผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ และจัดส่งให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามกำหนดเวลา บริษัท จึงเน้นการวางแผนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะมีการประชุมวางแผนการผลิตร่วมกันระหว่างฝ่ายผลิตและฝ่ายขายเป็นประจำทุกเดือน

กำลังการผลิตเต็มที่ ปริมาณการผลิตจริง และอัตราการใช้กำลังการผลิตของบริษัท วัดจากจำนวนเครื่องสุขภัณฑ์ที่นำเข้าเตา (Input) ซึ่งตามปกติของอุตสาหกรรมเครื่องสุขภัณฑ์นั้น ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ผลิตได้จะไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่สามารถนำไปจำหน่ายได้ เนื่องจากเครื่องสุขภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องอาศัยความประณีต และต้องใช้ความละเอียดอ่อนในทุกขั้นตอนการผลิตไม่ว่าจะเป็นการผสมน้ำดิน การหล่อ การเผา ดังนั้น จะมีผลิตภัณฑ์บางส่วนหลังจากที่นำออกจากเตาเผาที่มีรอยตำหนิ หรือรูปทรงที่ไม่ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดที่จะต้องนำไปทุบทิ้ง สำหรับเครื่องสุขภัณฑ์ที่เป็นสินค้าเกรด A กล่าวคือมีขนาด รูปทรง สี การทาสีต่าง การขึ้นน้ำเป็นไปตามมาตรฐาน ไม่มีรอยตำหนิ หรือมี แต่อยู่ในขอบเขตตามที่มาตรฐานกำหนดไว้ของบริษัท โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 70-75 ของสินค้าที่นำเข้าเตาเผา จัดว่าอยู่ในระดับเดียวกันกับอัตราเฉลี่ยของอุตสาหกรรมเครื่องสุขภัณฑ์โดยรวม ซึ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 70-80 ของเครื่องสุขภัณฑ์ที่นำเข้าเตาเผา

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยทักษะ และความชำนาญในการผลิตอย่างสูงในทุกขั้นตอนการผลิต โดยบริษัท จัดให้มีแผนกควบคุมคุณภาพเพื่อทำหน้าที่ในตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ รวมไปถึงจนถึงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เพื่อให้แน่ใจว่าการผลิตเป็นไปตามแผนการผลิตที่วางไว้และเกิดการสูญเสียจากการผลิตน้อยที่สุด เนื่องจากระบวนการผลิตเซรามิกเป็นกระบวนการที่ละเอียดอ่อน และมีแนวโน้มที่จะเกิดการสูญเสียได้ในทุก ๆ ขั้นตอนการผลิต

2.3.2 กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ของบริษัท แบ่งออกได้เป็น 6 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1. การเตรียมวัตถุดิบนำดิน (Slip) และสีเคลือบ (Glaze)
2. การทำแบบ (Mold)

3. การหล่อแบบ (Casting)
4. การพ่นเคลือบ (Spraying)
5. การเผา (Firing)
6. การตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control)

โดยขั้นตอนการผลิตจะเริ่มจากการเตรียมน้ำดินเพื่อให้ได้ส่วนผสมตามมาตรฐาน แล้วจึงนำน้ำดินดังกล่าวมาหล่อแบบตาม mold แบบต่างๆ ทั้งนี้ระยะเวลาการหล่อจะขึ้นอยู่กับตัวชิ้นงาน อุณหภูมิ และความชื้นของอากาศในขณะนั้น หลังจากนั้นจึงนำชิ้นงานที่ทำการหล่อเรียบร้อยแล้วมาเข้าขั้นตอนการอบแห้ง พ่นเคลือบ ทำสี ด้วยสเปรย์ และทิ้งไว้ให้แห้งก่อนนำเข้าเตาเผา (Kiln) ที่อุณหภูมิประมาณ 1,250 องศาเซลเซียส เมื่อเผาเสร็จนำออกจากเตาเผา และทิ้งไว้ให้เย็น ขั้นตอนสุดท้ายเป็นขั้นตอนของการตรวจสอบคุณภาพและการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ซึ่งในกระบวนการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ บริษัทฯ ใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงในการผลิต โดยบริษัทฯ มีการทำสัญญาซื้อขายก๊าซธรรมชาติกับ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) เป็นระยะเวลา 10 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2548

2.3.3 การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ประกอบด้วย

1. วัตถุดิบที่ใช้ในการทำเนื้อผลิตภัณฑ์ (Body) ประกอบไปด้วย ดินขาว (China Clay) ดินเหนียว (Ball Clay) ทราาย และหินฟันม้า
2. วัตถุดิบที่ใช้ในการเคลือบผิวสุขภัณฑ์ (Glaze) เพื่อให้ผิวของสุขภัณฑ์เป็นมันวาวหลังการเผา ประกอบด้วย ดินขาว ทราายแก้ว หินฟันม้า และแคลเซียมคาร์บอเนต
3. สีที่ใช้ในการพ่นเคลือบผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถจำแนกสีออกได้หลายเกรด ประกอบด้วย สีขาว สีธรรมชาติ สีพิเศษ และสีพรีเมียม การใช้สีที่มีคุณภาพแตกต่างกันจะส่งผลต่อต้นทุนของสินค้าด้วย

จากการที่บริษัทฯ มีนโยบายหลักในการให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น บริษัทฯ จึงเน้นการสั่งซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบที่สามารถเชื่อถือ และวางใจได้ ว่าจะสามารถส่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพตามที่กำหนดได้อย่างครบถ้วนและตรงต่อเวลา โดยวัตถุดิบทั้งหมดของบริษัทฯ สั่งซื้อจากในประเทศ ซึ่งการเลือกแหล่งวัตถุดิบโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดินขาวและดินเหนียวจากแต่ละแหล่งนั้นมีความสำคัญมาก เนื่องจากดินจากแต่ละแหล่งหรือแม้แต่แหล่งเดียวกันแต่พื้นที่ชุดเป็นคนละตำแหน่งก็มีส่วนผสมของเนื้อดินที่แตกต่างกันและส่งผลให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนสูตรผสมของน้ำดินเพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพเครื่องสุขภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้คงที่ ดังนั้น การสั่งซื้อวัตถุดิบประเภทดินขาวและดินเหนียว บริษัทฯ จะต้องทำการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจในคุณภาพ และคุณสมบัติของดินทุกครั้ง ก่อนการรับวัตถุดิบจาก Supplier โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ สั่งซื้อดินขาวจากจังหวัดระนอง และดินเหนียวจากจังหวัดลำปาง

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

2.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาท หรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม และผลกระทบอันเกิดต่อสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด โดยมีการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม และควบคุมการบำบัดของเสียให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกรมโรงงานอุตสาหกรรม และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ของเสียหลักที่เกิดจากกระบวนการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแบ่งได้เป็น

1. น้ำเสียที่เกิดขึ้นจากขั้นตอนต่าง ๆ ในระหว่างกระบวนการผลิต

น้ำเสียดังกล่าวเกิดจากน้ำดินที่เหลือจากกระบวนการหล่อแบบ น้ำล้างภาชนะที่เป็นดินและน้ำ เช็ดแต่งชิ้นงานที่เป็นเนื้อดิน ลักษณะของน้ำเสียดังกล่าว จึงเป็นเพียงน้ำสกปรกที่มีโคลนผสมอยู่โดยไม่มีสารพิษเจือปนแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ทำการบำบัดน้ำเสียจากกระบวนการผลิตดังกล่าว โดยการปล่อยให้ตกตะกอน สำหรับน้ำเสียจากการฟั่นเคลือบเครื่องสุขภัณฑ์ บริษัทฯ จะทำการกรองน้ำเพื่อคัดแยกสารฟั่นเคลือบต่างๆ และนำไปทิ้งในบ่อเก็บเศษวัตถุดิบ ทั้งนี้ น้ำในระบบทั้งหมดจะถูกนำกลับมาใช้ในกระบวนการผลิตใหม่ (Recycle)

2. ดินที่เสียจากขั้นตอนการหล่อแบบ

บริษัทฯ จะนำดินดังกล่าวมาทำการชำระล้างด้วยน้ำสะอาดเพื่อขจัดสารเคมีที่ผสมอยู่ในดินออกไป จากนั้นจึงนำดินที่ล้างสะอาดแล้วกลับมาใช้ในการผลิตใหม่

3. เครื่องสุกภัณฑ์ที่ชำรุดและมีตำหนิที่ไม่สามารถนำไปจำหน่ายได้

บริษัทฯ จะนำเครื่องสุกภัณฑ์ดังกล่าวทำการทุบทิ้งเป็นเศษเซรามิค โดยจะมีเศษวัสดุบางส่วนเท่านั้นที่จะนำไปผ่านขั้นตอนการบดย่อยให้ละเอียดเพื่อนำกลับมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตใหม่

4. แม่พิมพ์หล่อสุกภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งาน

โดยปกติแล้วแม่พิมพ์ที่ใช้หล่อเครื่องสุกภัณฑ์ที่ทำมาจากปูนปลาสเตอร์จะมีอายุการใช้งาน โดยเฉลี่ยประมาณ 75 – 90 ครั้ง เมื่อครบกำหนดอายุการใช้งานแล้ว จะมีโรงงานผลิตยิปซัม และโรงงานปูนปลาสเตอร์มาติดต่อขอรับแม่พิมพ์ที่หมดอายุเพื่อทำการแปรสภาพและนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

นอกจากนี้ การที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ “ฉลากเขียว” อันเป็นโครงการที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย และสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม ย่อมแสดงให้เห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย รวมทั้ง บริษัทฯ ยังได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของน้ำในบ่อบำบัดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้คุณภาพของน้ำเป็นไปตามมาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

3. ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการฝ่ายบริหาร ผู้ตรวจสอบภายใน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง ได้กำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงและระบบป้องกันความเสี่ยง เพื่อลดผลกระทบที่อาจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และสนับสนุนแนวทางในการกำกับดูแลกิจการที่ดี และปรับปรุงพัฒนาแนวทางในการบริหารความเสี่ยงในแต่ละระดับร่วมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งนี้ ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนอื่นที่บริษัทฯ มิได้กล่าวถึงจัดเป็นความเสี่ยงที่ไม่มีความสำคัญ หรือเป็นความเสี่ยงที่บริษัทฯ ไม่อาจคาดหมายได้

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งบุคลากร

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีมาตรการในการลดความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และเดินได้ไปพร้อมๆ กับความสำเร็จของบริษัทฯ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้พนักงานทำงานอยู่กับบริษัทในระยะยาว โดยมีนโยบายส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และมีระบบการทำงานที่ดี เพื่อให้การดำเนินงานโดยรวมของบริษัทฯ ไม่ยึดติดกับบุคคลใดโดยเฉพาะ ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในข้อนี้ไปได้

2. ความเสี่ยงจากการจลาจลและภัยพิบัติทางธรรมชาติ

การจลาจลและภัยพิบัติทางธรรมชาติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถกำหนดหรือคาดการณ์ได้ ผลกระทบที่เกิดขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งทางตรงและทางอ้อม อย่างไรก็ตามได้มีการเตรียมความพร้อม และวางแผนล่วงหน้าสามารถหาวิธีลดความรุนแรง บรรเทาผลกระทบและความสูญเสียที่เกิดขึ้นได้ โดยบริษัทฯ ได้จัดทำแผนฉุกเฉินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

3. ความเสี่ยงทางการให้สินเชื่อ

การขายส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นการขายโดยการให้สินเชื่อกับลูกค้าเดิม อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาบริษัทฯ มีหนี้เสียที่เกิดจากการให้สินเชื่อน้อยมาก ไม่มีสาระสำคัญต่อฐานะของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยในการพิจารณาอนุมัติให้สินเชื่อทำการพิจารณาบททวงวงเงินสินเชื่อ ซึ่งบริษัทฯ จะทำการวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน แนวโน้มความเจริญเติบโตของกิจการ ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของลูกค้า ประวัติการชำระหนี้และจำนวนการสั่งซื้อในอดีต ก่อนที่จะทำการอนุมัติสินเชื่อการค้าแก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่ง

4. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายเป็นเงินตราต่างประเทศ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว โดยฝ่ายการเงินของบริษัทฯ จะติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด และจะพิจารณาป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า ตามสถานการณ์และความจำเป็น ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะช่วยลดความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้ในระดับหนึ่ง

5. ความเสี่ยงจากโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ กลุ่มว่องอportun ซึ่งมีการถือหุ้นร้อยละ 27.09% ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ไม่เกินกึ่งหนึ่งจึงอาจมีความเสี่ยงในลักษณะครอบงำกิจการ และปัญหาพิพาทสิทธิของผู้ถือหุ้นส่วนน้อยได้ แต่เนื่องจาก กลุ่มว่องอportun เป็นกลุ่มที่เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งบริษัทฯ แต่แรก มีความรู้ ความสามารถทางด้านธุรกิจและตลาด เป็นอย่างดีมีประสบการณ์ยาวนานถึง 25 ปี จึงมีกลุ่มพันธมิตรและกลุ่มเครือข่ายที่ได้เข้าร่วมทุนในบริษัทร่วมกันมาในสัดส่วนที่มาก เมื่อรวมกับกลุ่มว่องอportun แล้วก็จะยังคงเสียงข้างมากในการถือหุ้นบริษัทอยู่ แนวโน้มความเป็นไปได้ที่จะเกิดความเสี่ยงในการครอบงำกิจการจึงไม่มี มาตรการรองรับความเสี่ยง แนวนโยบายและการแก้ไขปัญหาเพื่อขจัดความเสี่ยงดังกล่าว ก็คือ บริหารกิจการด้วยความโปร่งใส มีธรรมาภิบาลที่ดี สร้างผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายในสัดส่วนที่เหมาะสม และสร้างความเจริญก้าวหน้าของกิจการให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนตลอดไป

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ประเภทของทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	วงเงินจำนอง (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และส่วนปรับปรุงที่ดิน 55-55/1 หมู่ที่ 6 ถ.พหลโยธิน กม.82 ต. ไร่ต่า อ. หนองแค จ.สระบุรี	เป็นเจ้าของ	190	จดจำนองกับธนาคาร ¹⁾
2. อาคาร และส่วนปรับปรุงอาคาร	เป็นเจ้าของ		จดจำนองกับธนาคาร ¹⁾
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	70	จดจำนองกับธนาคาร ²⁾
4. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	-	-
5. ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	-	-
6. แม่พิมพ์เครื่องสุขภัณฑ์	เป็นเจ้าของ	-	-
7. งานระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ	-	-

4.2 เครื่องหมายการค้า

บริษัทฯ เป็นเจ้าของ และจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “Star Sanitaryware” ต่อกมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ สำหรับสินค้าโถชักโครกพร้อมถังพักน้ำ ฝารองนั่ง สุขาภัณฑ์นั่งยอง โถปัสสาวะชาย โถปัสสาวะหญิง อ่างล้างหน้า อ่างอาบน้ำ ที่วางสบู่ ที่ใส่กระดาษชำระ ที่แขวนแปรงสีฟัน ตะขอแขวนผ้า ราวแขวนผ้า การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าว มีอายุ 10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และสามารถต่ออายุได้ทุก 10 ปี โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2534 และต่ออายุเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2545 และต่ออายุอีก 10 ปี เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2550 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2560

4.3 รายละเอียดของสัญญาเช่า

4.3.1 สัญญาเช่าอาคาร

บริษัทฯ มีการตกลงทำสัญญาเช่าอาคารพาณิชย์ เลขที่ 410/7-9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ เพื่อใช้เป็นสำนักงานของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้เช่า	:	นางอังคณา ธนียวัน
ความสัมพันธ์	:	ไม่มี
อายุของสัญญา	:	3 ปี
ระยะเวลาเช่า	:	1 ม.ค. 2556 – 31 ธ.ค. 2558
อัตราค่าเช่า	:	165,000 บาท ต่อเดือน
เงื่อนไขการบอกเลิกการเช่า	:	บริษัทฯ ต้องมีหนังสือแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 180 วัน ก่อนครบกำหนด
เงื่อนไขการต่อสัญญา	:	บริษัทฯ ต้องมีหนังสือแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน

4.3.2 สัญญาเช่าพื้นที่

บริษัทฯ มีการตกลงทำสัญญาเช่าพื้นที่เพื่อติดตั้งป้ายโฆษณาเครื่องสุขภัณฑ์ของบริษัทฯ บริเวณถนนวิภาวดีรังสิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้เช่า	:	นางจิรวิทย์ ว่องอรุณ
ความสัมพันธ์	:	เป็นมารดาของ ดร.สมชัย ว่องอรุณ ประธานกรรมการบริษัท ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 11.89 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด
อายุของสัญญา	:	1 ปี
ระยะเวลาเช่า	:	1 ต.ค. 2558 - 30 ก.ย. 2559
อัตราค่าเช่า	:	126,315.79 บาท ต่อเดือน

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายที่จะเช่าพื้นที่ดังกล่าวต่อไป โดยสามารถดูรายละเอียดเกี่ยวกับความจำเป็น และความสมเหตุสมผลของรายการ และแนวโน้มการทำรายการในอนาคตได้ในข้อ 10. รายการระหว่างกัน

4.4 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ไม่มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม และในปัจจุบัน บริษัทฯ ยังไม่มีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทใดๆ เพิ่มเติม

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ไม่เป็นคู่ความหรือคู่กรณี ในคดีดังต่อไปนี้

- คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558
- คดีที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้
- คดีที่ไม่ได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	บริษัท สตาร์ ซานิตารีแวร์ จำกัด (มหาชน)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายเครื่องสุขภัณฑ์ดินเผาเคลือบวิเทรียสไชนา (Vitrous China) พร้อม อุปกรณ์ประกอบห้องน้ำ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	410/7-9 ถนนรัชดาภิเษก 22 แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
ที่ตั้งโรงงาน	55-55/1 หมู่ที่ 6 ถนนพหลโยธิน กม. 82 ตำบลไผ่ต่ำ อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี
เลขทะเบียนบริษัท	0107548000242
เว็บไซต์	www.starsanitaryware.com
โทรศัพท์ ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์	0-2541-5065-70, 0-2541-5577, 0-2541-5588, 0-2541-5873-76 ต่อ 32
โทรสาร	0-2541-5877
ทุนจดทะเบียน	หุ้นสามัญจำนวน 119,000,000 บาท แบ่งเป็น 170,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.70 บาท เรียกชำระแล้ว 95,200,036 บาท จำนวน 136,000,051 หุ้น
นายทะเบียน	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขที่ 62 ถ.รัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2229-2800, 0-2654-5599
ผู้สอบบัญชี	นางสาวจินตนา มหาวนิช ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4687 บริษัท สำนักงานสอบบัญชี ซี แอนด์ เอ จำกัด 53 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 0-2678-0750-8

ที่ปรึกษากฎหมาย

นายสังเกต ภูักฤษณา

บริษัท สำนักงานกฎหมายและการบัญชีภูักฤษณา จำกัด

525/5 ม.7 ซอยพรสวรรค์นิเวศน์ 9 ถนนสุขุมวิท ต.สาโร่งเหนือ อ.เมือง

จ.สมุทรปราการ 10270

โทรศัพท์ 0-2754-1005, 0-2754-1178 โทรสาร 0-2754-1178

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

ไม่มี