

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เที่ยรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) หรือเดิม บริษัท เที่ยรสุรัตน์ จำกัด ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี 2535 มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท โดยมีจุดมุ่งหมาย คือ การผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำแบบขายตรงซึ่งเริ่มจากเครื่องกรองน้ำแบบท่อคู่ และได้พัฒนาเรื่อยมาจนเป็นเครื่องกรองน้ำที่มีระบบการกรองหลายขั้นตอนเพื่อให้น้ำที่ผ่านการกรองมีคุณภาพ ปลอดภัย รวมทั้งมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยในปี 2556 บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เที่ยรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน) และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2557

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ โดยใช้ระบบการขายแบบขายตรงแบบชั้นเดียวเป็นหลัก (Single Level Direct Sale) ในการจำหน่ายเครื่องกรองน้ำมาตั้งแต่ปี 2519 รวมเป็นเวลากว่า 41 ปี และเริ่มการขายผ่านช่องทางขายใหม่ โดยการขายผ่านโมเดิร์นเทรด ผ่านองค์กรต่างๆ โดยลูกค้าจะอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงตามหัวเมืองหลักในต่างจังหวัด ในปัจจุบันบริษัทเริ่มขยายกิจการ โดยการเปิดสาขาเพื่อให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อบริการลูกค้าอย่างทั่วถึง

นอกจากนี้ บริษัทย่อยและบริษัทร่วมทุนของบริษัท คือ บริษัท เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (บริษัทขายตรงขนาดใหญ่) บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด ดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ เฟดเดอร์ บริษัท เที่ยรสุรัตน์ ลีสซิ่ง จำกัด ดำเนินธุรกิจหลัก อาทิ สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อทะเบียนรถ เป็นต้น และบริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้า ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจ ปัจจัยสำคัญ

วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำของอาเซียนด้านนวัตกรรมเครื่องกรองน้ำดื่มและเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน เพื่อให้ทุกบ้านและองค์กรมีน้ำดื่มที่สะอาดและคุณภาพชีวิตที่ดี

พันธกิจ (Mission)

- สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
- สร้างความพึงพอใจและความผูกพันแก่ลูกค้า
- สร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น
- สร้างความผูกพันแก่บุคลากรโดยพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี
- รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ค่านิยมองค์กร (TSR Core Value)

เราคือ SAFE : SAFE คือเรา

S (Satisfaction)	สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า
A (Adaptation)	พัฒนา ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
F (Firm Company)	สื่อเสียง บริษัทธรรมาภิบาล
E (Excellent Service)	การบริการเป็นเลิศ

ธรรมนูญองค์กร

“เราจะนำบริการด้านสุขภาพ	สร้างคุณภาพความพอใจให้ลูกค้า
เราจะสร้างความมั่นคงตรงจาก	สร้างพนักงานมีคุณค่าปัญหาหลาย
เราจะสร้างผลกำไรใหญ่ไพศาล	เพื่อเจือจางกระจายถ่วงถ่วงหลากหลาย
ธรรมนูญองค์กรไม่คลอนแคลย	ห้าข้อใช้บรรลุจุดสูงสุดเลย”

ความสามารถหลักขององค์กร

S (Service Mind)	บริการด้วยใจ
M (Moral)	ยึดถือในจรรยาบรรณ
A (Achievement)	มุ่งมั่นความสำเร็จ
R (Responsibility)	สานเสร็จความรับผิดชอบ
T (Team Work)	รอบคอบงานเป็นทีม
s (Self-Learning)	ใฝ่เรียนรู้

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

- 2552 - บริษัทได้ย้ายที่ตั้งสำนักงานไปที่ 43/9 หมู่ที่ 7 ซอยชูชาติอนุสรณ์ 4 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 เพื่อตอบรับการเจริญเติบโต
- 2556 - บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เที่ยรส์รูดน์ จำกัด (มหาชน) และดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 344 ล้านบาท โดยเป็นทุนที่ชำระแล้ว 258 ล้านบาท
- 2557 - บริษัทเริ่มซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยวันแรก (First Day Trade) ภายใต้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “TSR”
- 2558 - วันที่ 12 พฤษภาคม บริษัทจดทะเบียนเพิ่มทุนจากเดิม 344 ล้านบาท เป็น 602 ล้านบาท โดยเป็นทุนชำระแล้ว 344 ล้านบาท
 - วันที่ 18 มิถุนายน บริษัทเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้วจากเดิม 344 ล้านบาท เป็น 401.33 ล้านบาท เนื่องจากได้มีการจ่ายเงินปันผลบางส่วนเป็นหุ้นสามัญในวันที่ 22 พฤษภาคม
 - บริษัทซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด (“เฟดเดอร์”) จากผู้ถือหุ้นรายเดิมโดย ณ สิ้นปี 2558 บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 59.99

- วันที่ 21 ธันวาคม บริษัทได้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 1 (TSR-W1) จำนวน 200,666,316 หน่วย (โดยไม่คิดมูลค่า) ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุ 3 ปี นับจากวันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ
 - ในปี 2558 บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำรุ่นใหม่ 3 รุ่น ออกจำหน่าย ได้แก่ 1) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น ROMA Alkaline Plus ที่มีคุณสมบัติเด่นในการกรองน้ำสะอาดด้วยระบบ RO (Reverse Osmosis) 2) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น UV Alkaline ที่มีคุณสมบัติเด่นในการฆ่าเชื้อโรคด้วยรังสี UV โดยทั้ง 2 รุ่นช่วยปรับสภาพน้ำที่กรองให้เป็นด่างเพื่อให้เหมาะกับการดื่มเพื่อสุขภาพ 3) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น i-Life ที่กรองน้ำด้วยระบบ UF ที่มีรูปแบบกะทัดรัด และมีประสิทธิภาพในการกรองสูง
 - ในปลายเดือนพฤศจิกายน บริษัทเปิดตัวและจำหน่ายเครื่องทำน้ำอุ่นยี่ห้อ “SAFE Electrics” โดยวางจำหน่ายในโมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร) และผ่านเว็บไซต์ (www.safealkaline.com)
- 2559**
- วันที่ 2 มิถุนายน บริษัทเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้วจากเดิม 401.33 ล้านบาท เป็น 467.18 ล้านบาท เนื่องจากได้มีการจ่ายเงินปันผลบางส่วนเป็นหุ้นสามัญในวันที่ 22 พฤษภาคม และกำหนดใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญตามใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งที่ 1 (TSR-W1) ในวันที่ 31 พฤษภาคม
 - วันที่ 11 กรกฎาคม ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เจริญวิทย์ สีสิ่ง จำกัด (“TSRL”) เพื่อประกอบธุรกิจหลัก การให้สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อทะเบียนรถ เป็นต้น ซึ่งต่อมาในเดือนพฤศจิกายน ได้รับอนุญาตจากกระทรวงการคลังให้ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ บริษัทถือหุ้นร้อยละ 100 เงินลงทุน 50 ล้านบาท
 - จากมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 6/2559 เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2559 ได้มีมติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลในอัตราหุ้นละ 0.11 บาท (จำนวนหุ้นชำระแล้ว เท่ากับ 467,178,789 หุ้น คิดเป็นจำนวนเงินเท่ากับ 51,389,666.79 บาท) การจ่ายเงินปันผลครั้งนี้เป็นการจ่ายจากผลการดำเนินงานรอบเก้าเดือนของปี 2559 (ซึ่งเป็นส่วนที่เสียภาษี ในอัตราร้อยละ 20) โดยกำหนดจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 9 ธันวาคม 2559
 - วันที่ 16 ธันวาคม ได้จดทะเบียนบริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด (“TSR Lao”) ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งได้ร่วมลงทุนกับกลุ่มบริษัท เจบี โดยประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้า บริษัทถือหุ้นร้อยละ 49 เป็นจำนวนเงินประมาณ 17.05 ล้านบาท (3,920 ล้านบาท) ทั้งนี้ TSR Lao ถือเป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัท
 - เครื่องกรองน้ำ 5 รุ่นของบริษัทได้ผ่านการทดสอบตามมาตรฐาน AS/NZS 4020:2005 ทดสอบโดย Eurofins AMS Laboratories Pty Ltd ซึ่งเป็นสถาบันชั้นนำจากประเทศออสเตรเลีย (AMS) 1) SAFE Super AlkaLi 2) SAFE Alkaline Mini 3)SAFE ROMA Alkaline Plus 4) SAFE UV Alkaline 5) SAFE UF Alkaline
 - บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำรุ่นใหม่ 2 รุ่น ออกจำหน่าย ได้แก่ 1) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น ROMA Plus ที่มีคุณสมบัติเด่นในการกรองน้ำสะอาดด้วยระบบ RO (Reverse Osmosis) 2) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น UF Alkaline ที่มีคุณสมบัติเด่นคือไส้กรอง UF (Ultra Filtration) ชนิดพิเศษ PVDF ความละเอียดการกรองสูง ถึง 0.01 ไมครอน โดยทั้ง 2 รุ่นช่วยปรับสภาพน้ำที่กรองให้เป็นด่างเพื่อให้เหมาะกับการดื่มเพื่อสุขภาพ
- บริษัทขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยทำการเปิดสาขาใหม่และปรับปรุงศูนย์บริการเดิมบางส่วนให้เป็นสาขาซึ่งเป็นไปตามแผนการดำเนินงานเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าและให้บริการได้ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศให้มากขึ้น

ณ สิ้นปี 2559 มีจำนวนสาขาและศูนย์บริการเท่ากับ 20 สาขาและ 3 ศูนย์บริการ (สิ้นปี 2558 มีจำนวน 14 สาขาและ 6 ศูนย์บริการ)

บริษัทได้วางโครงสร้างการบริหารที่สมดุล ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

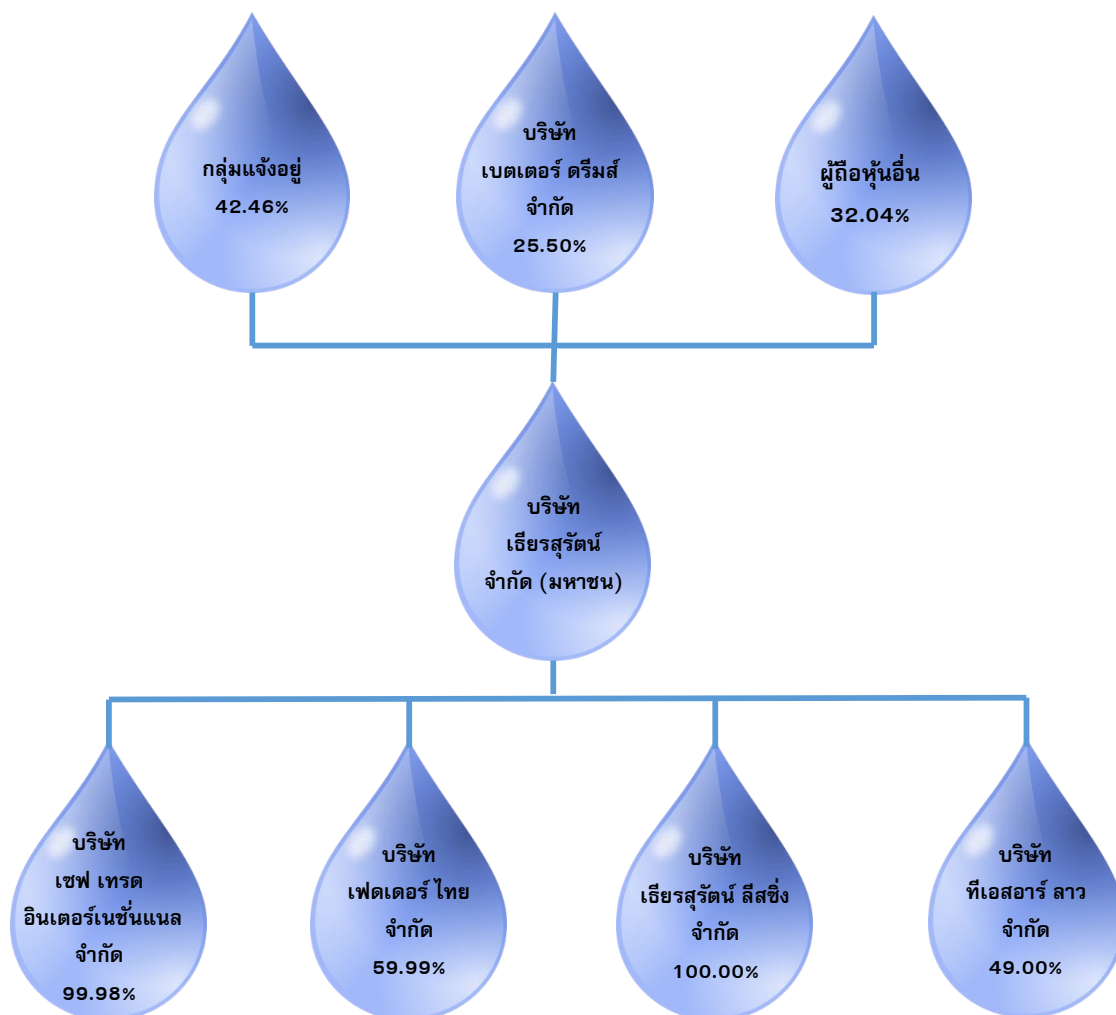
1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

บริษัท เจริญรุ่งเรือง จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อย และ บริษัทร่วม ดังต่อไปนี้

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท เจริญรุ่งเรือง จำกัด (มหาชน)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559



ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท

บริษัท	ผลิตภัณฑ์หลัก	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	ลักษณะการประกอบธุรกิจหลัก
บริษัท เจริญรุ่งเรือง จำกัด (มหาชน)	<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องกรองน้ำ - สารกรอง - เครื่องทำน้ำอุ่น - เครื่องปรับอากาศ - เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน 	467.18	ผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำแบบขายตรงชั้นเดียว ผ่านสาขาโมเดิร์นเทรดและ Agent
บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องทำน้ำแร่ - เครื่องกรองน้ำ - เหยือกกรองน้ำ - น้ำดื่ม 	4.00	จัดจำหน่ายเครื่องทำน้ำแร่ เครื่องกรองน้ำ เหยือกกรองน้ำ และน้ำดื่มผสมแร่ธาตุ โดยจัดจำหน่ายผ่านบริษัทขายตรงชั้นนำของประเทศ
บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด	จำหน่ายเครื่องปรับอากาศ ยี่ห้อ เฟดเดอร์	31.00	จำหน่ายเครื่องปรับอากาศ ยี่ห้อ เฟดเดอร์
บริษัท เจริญรุ่งเรือง ลีสซิ่ง จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - สินเชื่อส่วนบุคคล - สินเชื่อทะเบียนรถ 	50.00	ประกอบธุรกิจหลักเกี่ยวกับการให้สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ และสินเชื่อทะเบียนรถ
บริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง - เครื่องใช้ไฟฟ้า 	27.83*	ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ และ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

* ชำระเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2560 (อัตราแลกเปลี่ยน 1 บาท : 230 กีบ)

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท เจริญรุ่งเรือง จำกัด (มหาชน)

บริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น
1) บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	จัดจำหน่ายเครื่องทำน้ำแร่ เครื่องกรองน้ำ เหยือกกรองน้ำ และน้ำดื่มผสมแร่ธาตุ	99.98%
2) บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด	ประกอบธุรกิจหลักเกี่ยวกับจำหน่ายเครื่องปรับอากาศ ยี่ห้อ เฟดเดอร์	59.99%
3) บริษัท เจริญรุ่งเรือง ลีสซิ่ง จำกัด	ประกอบธุรกิจหลักเกี่ยวกับการให้สินเชื่อส่วนบุคคล ภายใต้การกำกับ และสินเชื่อทะเบียนรถ	100.00%
4) บริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด	ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	49.00%

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

บริษัท เจริญสวีสต์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

แบ่งรายได้จากการขายเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

- **รายได้จากการขายผ่านช่องทางการขายตรง:** มีรายได้หลักจากการขายเครื่องกรองน้ำและรายได้จากการขายสารกรองซึ่งใช้สำหรับเครื่องกรองน้ำของบริษัท โดยบริษัทเริ่มรับรู้รายได้จากการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศในปลายปี 2557 และเริ่มมีรายได้จากการขายเครื่องใช้ไฟฟ้ามากขึ้นจากการเพิ่ม Line Products ปลายปี 2558 และมีการเติบโตมากขึ้นในปี 2559 ตามลำดับ
- **รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทอื่น:** เป็นรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทย่อย (จำหน่ายแก่ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด)

สัดส่วนรายได้จากการขายแยกตามแต่ละประเภท แสดงตามตาราง ดังนี้

รายได้จากการขาย	ดำเนินการ โดย	% การ ถือหุ้น	2559		2558		2557	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายตรง :								
-ขายตรงแบบเงินสด	TSR	100.00	148.46	9.2	140.36	9.7	136.02	13.6
-ขายตรงแบบผ่อนชำระ	TSR	100.00	1,389.33	86.5	1,241.33	85.5	792.34	79.5
รวมรายได้จากการขายตรง			1,537.79	95.7	1,381.69	95.2	928.36	93.1
จัดจำหน่ายสินค้าผ่าน บริษัทอื่น	SAFE TRADE	99.98	69.83	4.3	70.50	4.8	68.47	6.9
รวมรายได้จากการขาย			1,607.62	100.0	1,452.19	100.0	996.83	100.0




2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ







2.1.1 ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เจริญสวีสต์ จำกัด (มหาชน)

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เจริญสวีสต์ จำกัด (มหาชน)	ช่องทางการจำหน่าย
<p>1 เครื่องกรองน้ำและสารกรอง</p> <p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น ROMA Plus</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter” - ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น UF Alkaline</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter” - ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น i-Life</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ www.homepro.co.th) - การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ - ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter” - ผ่านระบบ Social Media Line : Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น UV Alkaline</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอียร์สูรรัตน์ จำกัด (มหาชน)	ช่องทางการจำหน่าย
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น ROMA Alkaline Plus</p> 	<p>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</p>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น Alkaline Plus</p> 	<p>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com</p> <p>- การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ</p> <p>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</p> <p>- ผ่านระบบ Social Media Line : Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</p>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น Alkaline Deluxe</p> 	<p>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com</p> <p>- โมเดิร์นเทรด (ผ่านเว็บไซต์ www.homepro.co.th)</p> <p>- การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ</p> <p>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</p> <p>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</p>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น RO Mineral Plus</p> 	<p>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com</p> <p>- โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ www.homepro.co.th)</p> <p>- การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ</p> <p>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</p> <p>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</p>

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอียร์สูรตัน จำกัด (มหาชน)	ช่องทางการจำหน่าย
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น UV Plus</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ www.homepro.co.th) - การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ - ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter” - ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”
<p>- เครื่องกรองน้ำขนาดเล็ก (Compact) SAFE รุ่น Alkaline Mini</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ www.homepro.co.th) - การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ - ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter” - ผ่านระบบ Social Media Line : Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น Super Alkali</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ - ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter” - ผ่านระบบ Social Media Line : Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น Power Health (P-Health)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร) - การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ - ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter” - ผ่านระบบ Social Media Line : Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”

	ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอียร์สตรัทน์ จำกัด (มหาชน)	ช่องทางการจำหน่าย
	<p>- เหยือกกรองน้ำ SAFE รุ่น Ecomize</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - โมเดิร์นเทรด (ผ่านเว็บไซต์ www.homepro.co.th) - การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ - ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter” - ผ่านระบบ Social Media Line : Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”
2	<p>เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น (UV และ UF)</p> <p>เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น มีระบบควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติแบบเทอร์โมสแตท และระบบกรองน้ำแบบ UF มีความละเอียดในการกรองถึง 0.1 ไมครอน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่าน Officemate Catalog 2017 และระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.Officemate.co.th - ช่องทางลูกค้าองค์กร แบบบริการเช่าและแบบขายขาด - การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ
3	<p>เครื่องปรับอากาศ</p> <p>- บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศภายใต้ยี่ห้อ “ไดกิน” (Daikin) 2 รุ่น คือ</p> <p>เครื่องปรับอากาศ Daikin รุ่น FT SERIES-R32</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales) - ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ “PONSABUY” และ www.ponsabuy.com

	ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอียร์สตรัทน์ จำกัด (มหาชน)	ช่องทางการจำหน่าย
	<p>เครื่องปรับอากาศ Daikin รุ่น INVERTER R32 Smile</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales) - ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ www.ponsabuy.com
	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทได้ลงทุนใน บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด และจำหน่ายเครื่องปรับอากาศภายใต้ยี่ห้อ "เฟดเดอร์" (Fedders) 	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales) - ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ www.ponsabuy.com
4	<p>เครื่องทำน้ำอุ่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - เครื่องทำน้ำอุ่นภายใต้ยี่ห้อ "SAFE Electrics" จำหน่าย 2 รุ่น คือ SAFE Electrics รุ่น P-Series ซึ่งมีกำลังวัตต์ 3,800 วัตต์ และกำลังวัตต์ 4,500 วัตต์ <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>P-Series WH 3.8</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>P-Series WH 4.5</p>  </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ www.homepro.co.th) - การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ - ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales) - ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ www.ponsabuy.com
	<ul style="list-style-type: none"> - รุ่น Q-Series ซึ่งมีกำลังวัตต์ 3,800 วัตต์ และกำลังวัตต์ 4,500 วัตต์ <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Q-Series WH 3.8</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Q-Series WH 4.5</p>  </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ www.homepro.co.th) - การออกบูธแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ - ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ www.ponsabuy.com

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอียร์สูร์ตัน จำกัด (มหาชน)		ช่องทางการจำหน่าย
5	<div>เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ</div> <div><ul style="list-style-type: none">บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ ให้กับแบรนด์ชั้นนำ ดังนี้</div> <div><div><div>SAMSUNG</div><div><div><div>40"</div></div><div><div>48"</div></div></div></div><div><div><div>LG</div><div><div></div><div></div></div></div></div><div><div><div>TOSHIBA</div><div>Leading Innovation >>></div></div><div><div></div><div><div>40"</div></div></div></div><div><div><div>HITACHI</div><div>Inspire the Next</div></div><div><div><div></div><div></div></div></div></div></div> <div><ul style="list-style-type: none">ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ www.ponsabuy.com</div>	

2.1.2 ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด คือ เครื่องกรองน้ำ ในปัจจุบันมีเครื่องกรองน้ำที่ผลิตขึ้นโดยเฉพาะให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด โดยเป็นผู้ว่าจ้างผลิตและเป็นลูกค้าหลักของบริษัท ย่อย ตลอดหลายปีที่ผ่านมา และในปัจจุบันมีเครื่องกรองน้ำทั้งหมด 4 รุ่น ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	
1. เครื่องกรองน้ำ รุ่น Extra Pure Alkaline 	2. เครื่องกรองน้ำ รุ่น Alkaline Compact 
3. เครื่องกรองน้ำ รุ่น Safe Plus Alkaline 	4. เครื่องกรองน้ำรุ่น Purimag 

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 ภาวะอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนประกอบด้วยผู้ประกอบการหลายราย และมีการแข่งขันสูงเนื่องจากการผลิตสินค้าดังกล่าวในเบื้องต้นใช้เงินลงทุนต่ำและไม่จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีที่ซับซ้อนในการผลิต อย่างไรก็ตาม ในการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูง ผู้ผลิตจะต้องมีการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับการกรองน้ำเป็นของตนเองเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งจำเป็นต้องใช้ระยะเวลา สัมผัสประสบการณ์ ทักษะที่มีความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งซึ่งต่อความต้องการของผู้บริโภค

สำหรับในประเทศไทย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เครื่องกรองน้ำเพื่อกรองน้ำประปาสำหรับการบริโภคในครัวเรือน ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับทิศทางการเติบโต และขยายพื้นที่การให้บริการน้ำประปา อีกทั้งปัจจัยทางด้านการขยายตัวของที่อยู่อาศัยในประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลก็ยังเป็นปัจจัยเสริมต่อการขยายตัวของภาคครัวเรือน อันส่งผลต่อความต้องการเครื่องกรองน้ำเพื่อการบริโภคอย่างต่อเนื่อง

จากสถิติของจำนวนผู้บริโภคใช้น้ำประปาที่รวบรวมและประเมินจำนวนผู้ใช้น้ำประปาและปริมาณน้ำประปาที่ถูกจำหน่ายโดยการประปาส่วนนครหลวงและการประปาส่วนภูมิภาค ในช่วงปี 2554 ถึงปี 2559 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4 ต่อปี (ที่มา : การประปาส่วนนครหลวงและการประปาส่วนภูมิภาค)

สำหรับการใช้น้ำประปาในส่วนภูมิภาคที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้น โดยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2559 (มกราคม ถึง กันยายน) มีปริมาณน้ำจำหน่ายและจำนวนผู้ใช้น้ำประปาส่วนภูมิภาค เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ที่มา : การประปาส่วนภูมิภาค) ซึ่งบริษัทมีแผนการดำเนินงานในการขยายสาขาให้ครอบคลุม ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าและให้บริการได้ทั่วถึง

นอกจากนี้ พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนรุ่นใหม่ มักต้องการความอิสระในการใช้ชีวิตและไลฟ์สไตล์ของกลุ่มวัยทำงานที่ต้องการความเป็นส่วนตัวจึงมักแยกตัวมาอยู่ในที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมและทาวน์เฮาส์ใกล้สถานที่ทำงานเพื่อความสะดวกในการเดินทาง ส่งผลให้จำนวนที่อยู่อาศัยแห่งใหม่เติบโตขึ้นโดยเฉพาะเขตชุมชนเมืองที่มีระบบขนส่งมวลชนแบบใหม่ เช่น รถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดิน สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือน โดยจำนวนที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลในระหว่างปี 2554 ถึงปี 2559 มีจำนวนมากกว่า 720,000 หน่วย (ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย)

อุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนยังได้รับปัจจัยบวกจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจรักษาสุขภาพทั้งของตนเองและครอบครัว โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวมีแนวโน้มในการซื้อสินค้าหรือใช้จ่ายเงินเพื่อการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น อีกทั้งเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนเป็นสินค้าที่ต้องคอยบำรุงรักษาและมีกำหนดเวลาในการเปลี่ยนสารกรองเมื่อหมดอายุการใช้งานเพื่อรักษาประสิทธิภาพการกรองน้ำให้สม่ำเสมอ ทำให้ผู้ผลิตสามารถขยายสารกรองได้อย่างต่อเนื่อง หรือแม้แต่เสนอขายสินค้ารุ่นใหม่ที่มีประสิทธิภาพในการกรองน้ำที่ดีกว่าเดิมเพื่อตอบสนองความต้องการในการดูแลสุขภาพแก่ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว

2.2.2. ภาพรวมตลาดเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือน

ตลาดเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

- (1) ตลาดเครื่องกรองน้ำทั่วไป: เป็นตลาดที่มีผู้เล่นหลายราย โดยสินค้าส่วนใหญ่จะผลิตจากผู้ผลิตรายย่อยหรือนำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก โดยการแข่งขันยังคงเน้นนโยบายด้านราคาเป็นหลัก เนื่องจากสินค้าที่ผลิตจากผู้ผลิตในกลุ่มนี้จะมีรูปแบบคล้ายคลึงกัน และไม่เน้นเทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนาเพื่อปรับปรุงคุณภาพสินค้า ซึ่งทำให้ผู้บริโภคไม่ยึดติดในตราสินค้าเนื่องจากคุณภาพสินค้าใกล้เคียงกัน ซึ่งโดยทั่วไปผู้ผลิตสินค้าในกลุ่มนี้จะจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางสรรพสินค้า และตัวแทนจำหน่ายในรูปแบบร้านขายวัสดุอุปกรณ์ทั่วไป
- (2) ตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง : เป็นตลาดที่ผู้บริโภคมีความใส่ใจด้านสุขภาพและคุณภาพของน้ำที่ได้จากเครื่องกรองน้ำ ทำให้ผู้ผลิตในตลาดนี้ให้ความสำคัญในการนำเสนอสินค้าที่มีเทคโนโลยีการกรองน้ำที่มีประสิทธิภาพ ผ่านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายแบบขายตรง (Direct Sales) หรือจำหน่ายผ่านสาขา หรือตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งโดยเฉพาะเนื่องจากผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตกลุ่มดังกล่าวมีความซับซ้อนจึงต้องการการอธิบายคุณลักษณะของสินค้าอย่างชัดเจน โดยพนักงานขายที่ผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดี ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการสร้างความรู้เข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการกรองน้ำ รวมถึงสร้างความนิยมในตราสินค้าแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

โดยบริษัทเป็นหนึ่งในผู้ผลิตภายในประเทศเพียงไม่กี่รายที่ใช้เทคโนโลยีการกรองระดับสูง ซึ่งจากการสั่งสมองค์ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในการปรับปรุงคุณภาพน้ำมาอย่างต่อเนื่องกว่า 41 ปี รวมถึงประสบการณ์ในธุรกิจขายตรงแบบชั้นเดียวมาอย่างยาวนาน ส่งผลให้ในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนแบบขายตรงที่มียอดขายติดอันดับในระดับต้น ๆ ในประเทศ และบริษัทจะยังคงเดินหน้าเพื่อนำนวัตกรรมใหม่เสนอให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องต่อไป

2.2.3 สภาพการแข่งขัน

2.2.3.1 สถานะการแข่งขัน

ในปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันในตลาดเครื่องกรองน้ำไทยทวีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากมีผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยจากในและต่างประเทศที่เข้ามาแบ่งส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการรายเดิมต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ทั้งนี้ การขยายตัวอย่างรวดเร็วของที่อยู่อาศัยที่มีหลากหลายประเภทมากขึ้นประกอบกับตัวเลขการเติบโตของจำนวนผู้น้ำประปาทั่วประเทศ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจในด้านสุขภาพมากขึ้น กอปรกับสภาพน้ำที่มีภาวะน้ำกร่อยในหลายพื้นที่ ยังคงเป็นปัจจัยบวกที่ส่งผลให้ความต้องการเครื่องกรองน้ำในครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น บริษัทได้มีการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) ที่ชัดเจนในกลุ่มตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้ขั้นตอนการกรองที่มีประสิทธิภาพสูงพร้อมทั้งครอบคลุมทั้งในด้านการออกแบบและการผลิตด้วยโรงงานผลิตของบริษัทเองเพื่อให้เป็นเครื่องกรองน้ำที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพน้ำในแต่ละพื้นที่ ประกอบกับบริษัท ยังสามารถควบคุมคุณภาพและต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนำเสนอนวัตกรรมเครื่องกรองที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งมีการตั้งราคาที่เหมาะสม ส่งผลให้บริษัทยังคงสามารถแข่งขันในตลาดเครื่องกรองน้ำได้เป็นอย่างดี

บริษัทพิจารณาและดำเนินการทางธุรกิจเพื่อรักษารายได้โดยรวมของบริษัทให้มีความเสถียรภาพและยั่งยืน จึงพยายามสำรวจ ประเมินความเป็นไปได้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อมองหาโอกาสใหม่ ๆ หนึ่งในธุรกิจนำร่องที่เรามีโอกาสดำเนินการในปีที่ผ่านมา และประสบความสำเร็จคือการพัฒนาธุรกิจเครื่องทำน้ำอุ่น แม้ว่าบริษัทจะค่อนข้างกังวลต่อการหดตัวของตลาด รวมทั้งอำนาจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ลดลงที่เป็นผลกระทบต่อเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจที่เปราะบาง รวมทั้งความไม่มั่นคงทางการเมือง แต่บริษัทเชื่อว่าพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคต่อเครื่องทำน้ำอุ่นยังคงเพิ่มขึ้นหากบริษัทสามารถสร้างให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในสินค้า และกระตุ้นการซื้อด้วยกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อให้พวกเขาเหล่านั้นสามารถมีสินค้าไว้ครอบครองได้ง่ายขึ้น

2.2.3.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบการแข่งขันของตลาด

การนำเสนอสินค้าคุณภาพที่หลากหลาย ตรงกับความต้องการของลูกค้า ด้วยราคาที่เป็นเจ้าของได้มาพร้อมกับบริการหลังการขายที่มีมาตรฐานเป็นนโยบายที่บริษัทยังคงเดินหน้าเพื่อมอบกลุ่มสินค้าเครื่องกรองน้ำ เครื่องทำน้ำอุ่น และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนเข้าสู่ตลาด

ในกลุ่มตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้ขั้นตอนการกรองที่มีประสิทธิภาพสูงนั้นมีผู้ประกอบการหลักจากทั้งในและต่างประเทศกว่า 10 ราย ซึ่งมีทั้งผู้ประกอบการที่เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ผู้ประกอบการที่เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย และผู้ประกอบการที่เป็นผู้จัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียว โดยผู้ประกอบการแต่ละรายมีกลยุทธ์และวิธีการนำเสนอจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งกลยุทธ์ทางด้านราคา คุณภาพการกรอง และการบริการหลังการขาย ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่จากต่างประเทศมักจะมีจำหน่ายโดยระบบขายตรงหลายชั้น (Multi-Level Marketing : MLM) ในขณะที่ผู้ประกอบการในประเทศส่วนใหญ่มีการจัดจำหน่ายผ่านสาขาของผู้ประกอบการเองซึ่งในส่วนของบริษัทฯ ปัจจุบันมีสาขาในภูมิภาคทั่วประเทศจำนวน 20 สาขา และศูนย์บริการอีก 3 แห่ง หรือการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง นอกจากนี้ ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศนิยมคือการจัดจำหน่ายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ บริษัทซึ่งเป็นทั้งบริษัทผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของตนเองที่มีการจัดจำหน่ายผ่านระบบขายตรงชั้นเดียว (Single Level Direct Sales) เป็นหลักโดยการมุ่งเน้นการขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงผ่านพนักงานขายของบริษัท ซึ่งมีความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และบริษัทยังได้มีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายเพื่อให้ตอบสนองต่อทุกความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ บริษัทได้ผลิตสินค้าเครื่องกรองน้ำ

ขายให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขายตรงชั้นนำแห่งหนึ่งของประเทศที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำภายใต้ยี่ห้อ “กิฟฟารีน” ผ่านเครือข่ายสมาชิกของบริษัทขายตรงดังกล่าว ซึ่งเป็นอีกช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท (จำหน่ายผ่านบริษัทย่อย)

ในขณะเดียวกันการแข่งขันภาพรวมได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังระบบอีคอมเมิร์ซเพื่อให้ครอบคลุมทุก segment ในตลาด

2.2.4 กลยุทธ์ด้านการตลาด

จากประสบการณ์มากกว่า 41 ปี และการสร้างนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ “SAFE” มีความโดดเด่นในการดูแลสุขภาพให้กับลูกค้าและประชาชน นอกจากคุณสมบัติในการกรองน้ำให้สะอาดปราศจากสิ่งเจือปน ปลอดภัยต่อสุขภาพ ยังเสริมแร่ธาตุที่จำเป็นต่อร่างกาย เช่น แคลเซียม แมกนีเซียม เป็นต้น และมีสภาพเป็นด่างอ่อนๆ หรือ “อัลคาไลน์” มีค่า PH 8.5-9.0 ที่จะช่วยปรับสมดุลให้กับร่างกาย ลดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคหลายชนิด ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ “SAFE” จึงไม่ใช่เครื่องกรองน้ำทั่วไป แต่เป็น “ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ” (Healthy Product)

บริษัทจึงได้เพิ่มระดับการให้ความรู้เรื่องคุณประโยชน์ของเครื่องกรองน้ำ “SAFE” รวมทั้งคุณสมบัติของน้ำดื่มที่ดีให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้ง On-line และ Off-line เช่น Website, Facebook, Line official, YouTube channel ของ “SAFE” สร้างสื่อการตลาด และการประชาสัมพันธ์ เช่น จัดทำ Viral VDO จำนวน 6 ชุด พัฒนาแผ่นพับ โบรชัวร์ ให้เข้าใจง่ายขึ้น การจัดกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ อาทิ งานบ้านและสวน งานโฮมโปร เอ็กซ์โป เป็นต้น รวมทั้งผ่านพนักงานขายทุกช่องทางของบริษัท

ตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจอันยาวนานของบริษัท บริษัทยังยึดปณิธานที่จะสร้างสุขภาพดีให้กับประชาชนชาวไทยทุกคนรอบครัว แนวทางการทำธุรกิจของบริษัทจึงมุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus) ด้วยการตอบสนองความต้องการ และสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ทั้งที่เป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไป (Mass) และกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche) ลูกค้าบุคคล (Consumer) และลูกค้าองค์กร (Corporate) โดยมีกลยุทธ์หลักดังนี้

(1) มุ่งเน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์

บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงที่นำมาใช้ในการผลิตเครื่องกรองน้ำ เช่น การใช้สารกรองที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจาก NSF สารกรอง แอ็คทีเวเต็ดคาร์บอนที่นำเข้าจากยุโรป เป็นต้น เครื่องกรองน้ำ “SAFE” ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากห้องปฏิบัติการทดลอง Eurofins ams Laboratories Pty Ltd (ออสเตรเลีย) ตามมาตรฐาน

บริษัทมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำหน้าที่ค้นคว้าวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัทอย่างต่อเนื่อง ทั้งตัวผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ และไส้กรอง เพื่อสร้างความแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่งในตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งแก้ไขปัญหาคุณภาพน้ำที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ของประเทศ เช่น น้ำกร่อย และน้ำบาดาล เป็นต้น มีการคิดค้นระบบ “SMART Control” เครื่องกรองน้ำเซฟ รุ่น ROMA Plus ซึ่งเป็นระบบ RO (Reverse Osmosis) ให้สามารถทำงานได้ดียิ่งอย่างต่อเนื่อง แม้มีแรงดันน้ำที่ลดลงก็ตาม และพัฒนาระบบ Flush Valve เพื่อความสะดวกในการที่ลูกค้าจะดูแลรักษาเครื่องกรองน้ำได้อย่างสะดวก

ในปี 2559 ที่ผ่านมามีบริษัทยังได้รับ “อนุสิทธิบัตร” ระบบการปรับสภาพความเป็นด่างของน้ำจากกรรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่นที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า สร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ “SAFE”

(2) **พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง และเพิ่มกลุ่มสินค้าให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าแบบโซลูชัน (Solution)**

บริษัทได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เหมาะสมกับการบริโภค การใช้งาน และรสนิยมของลูกค้า ทั้งที่เป็นระบบการกรอง UF (Ultrafiltration), UV (ระบบการฆ่าเชื้อโรคด้วยแสง UV) และ RO (Reverse Osmosis) มีผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กที่เหมาะสมกับครอบครัวเดี่ยวในคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ หรือที่มีสมาชิกในครอบครัวน้อย มีผลิตภัณฑ์หลายระดับราคาของลูกค้าสามารถเลือกตามกำลังซื้อ เช่นในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ออกสินค้ารุ่น UF Alkaline มาเพื่อตอบสนองลูกค้าที่ใช้สระว่ายน้ำ และต้องการระบบการกรองน้ำที่มีความละเอียดในระดับราคาปานกลาง บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ตู้กดน้ำดื่มที่เป็นน้ำร้อน-น้ำเย็น คุณภาพสูง มีระบบการกรอง ในตัวมีแร่ธาตุ และเป็นด่างอ่อนๆ ของ “SAFE” ที่สามารถใช้ได้ทั้งภายในสำนักงาน และภายในครัวเรือน ซึ่งเป็นที่นิยมใช้กันมากขึ้น รวมไปถึงได้นำเสนอระบบการกรองน้ำใช้ภายในบ้าน “Water Mate” ที่ช่วยเพิ่มคุณภาพน้ำที่ใช้การอุปโภคได้อย่างปลอดภัยมากขึ้น

บริษัทได้เพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้นอีกด้วยบริการเช่าเครื่องกรองน้ำ “Water 2 U” ซึ่งลูกค้าสามารถชำระค่าเช่ารายเดือน โดยมีโปรแกรมบริการในการดูแลบำรุงรักษาเครื่องกรองน้ำให้ตามรอบระยะเวลา

จากการสำรวจตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัทพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการสินค้าในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว บริษัทได้ตอบสนองความต้องการดังกล่าวด้วยการนำเสนอสินค้าคุณภาพให้กับลูกค้า นอกจากเครื่องทำน้ำอุ่น “Safe Electrics” ที่มีความปลอดภัยสูง และเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ Fedders และ Daikin แล้ว บริษัทได้คิดสรรเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้รับความนิยม และมีคุณภาพดี นำเสนอให้กับลูกค้า เช่น โทรทัศน์ยี่ห้อ Samsung ตู้เย็นยี่ห้อ Toshiba เครื่องซักผ้ายี่ห้อ LG ปัมป์น้ำยี่ห้อ Hitachi เป็นต้น และเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า ภายใต้โปรแกรม “ผ่อนสบาย” (“PONSABUY”) ที่ลูกค้าสามารถเลือกผ่อนชำระสินค้ากับบริษัทได้ สร้างความสุขและความสะดวกสบายให้กับครอบครัวได้ดียิ่งขึ้น

(3) **ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและความสะดวกสบายของลูกค้า**

ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ นอกจากจะช่วยดูแลสุขภาพของลูกค้าแล้ว ยังช่วยให้ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้ำดื่มได้ในราคาไม่ถึงลิตรละ 1 บาท บริษัทมีการรับประกันสินค้าสูงสุดถึง 2 ปี ในระหว่างการรับประกันลูกค้าจะได้รับบริการถึงบ้านโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

บริษัท เห็นว่าความสะดวกของลูกค้าเป็นภารกิจสำคัญที่ต้องปฏิบัติ เน้นการให้บริการถึงบ้าน โดยเริ่มจากการมีพนักงานไปนำเสนอ และให้ความรู้กับลูกค้าที่บ้าน การติดตั้งสะดวกรวดเร็ว มีบริการผ่อนชำระสินค้าและเก็บค่างวด มีบริการหลังการขายทั้งการซ่อมแซมและการเปลี่ยนสารกรองถึงบ้าน เพียงโทร 1210 ที่มีพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ พร้อมให้บริการทุกวัน และเพิ่มความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทผ่านทางช่องทาง Online ทั้งทาง Website, Facebook, Line official และ YouTube channel ตลอด 24 ชั่วโมง

บริษัทได้พัฒนาประสิทธิภาพการบริการให้กับลูกค้า ให้สามารถครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศไทยได้ นำระบบ CRM (Customer Relationship Management) มาใช้อย่างจริงจัง มีการพัฒนาระบบ “Safe Mobile Application” ใช้ในการขาย และการจัดเก็บค่างวด ในการบริการด้วยช่างที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญหลายร้อยคนที่ประจำอยู่ทั่วประเทศ บริหารการให้บริการด้วยระบบ “I-Mind” ทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่สะดวกรวดเร็ว มีประสิทธิภาพสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

(4) เพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทได้ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) เพิ่มขึ้น จากการที่บริษัทมีความแข็งแกร่งในช่องทางการขายตรงสินค้าผ่านช่องทางการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Direct Sales) ซึ่งมีพนักงานขายและบริการเข้า 1,000 คน ทั่วประเทศ

บริษัทได้ขยายสาขา จำนวน 20 สาขา และ 3 ศูนย์บริการ ครอบคลุมหัวเมืองหลักของประเทศในลักษณะที่เป็นเครือข่าย (Network) เพิ่มความสะดวกในการนำเสนอขายและการบริการให้ลูกค้า บริษัทยังได้เพิ่มจำนวนพนักงานขายทางโทรศัพท์ ให้มีจำนวนมากกว่า 100 ที่นั่ง ขยายช่องทางผ่านโมเดิร์นเทรด เพิ่มในโฮมโปร จำนวน 27 สาขา ดูโฮม 6 สาขา และมีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายภูมิภาคเพิ่มขึ้น เช่น ห้างโอเปกซิง ในจังหวัดขอนแก่น และมหาสารคาม ห้างธนาอิวัตต์ในจังหวัดระยอง จันทบุรี และห้างไต้ฟ้าซีตี้ในจังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น ขยายช่องทางลูกค้ากลุ่มสำนักงานร่วมกับ Office Mate

จากกระแสความนิยมในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก บริษัทได้เพิ่มทีมงาน Digital Marketing และ Online Telesales เพื่อใช้ช่องทาง Online ผ่านทาง Website, Facebook, Line official ของบริษัท และได้ทำการสร้างทางเชื่อมต่อและโฆษณาผ่านพันธมิตรทางระบบออนไลน์ เช่น Lazada, Kaidee, OfficeMate เป็นต้น โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านระบบออนไลน์ เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างรวดเร็ว

(5) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างยั่งยืน

เครื่องกรองน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการคำแนะนำ บริษัทถึงเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และการดูแลสุขภาพของลูกค้า และครอบครัว พนักงานจึงเป็นปัจจัยหลักสำคัญของความสำเร็จ (Key Success Factor)

บริษัทได้พัฒนาวิธีการสรรหา และคัดเลือกพนักงานที่มีคุณภาพให้รองรับการขยายตัวของธุรกิจอย่างรวดเร็วของบริษัท บริษัทให้ความสำคัญในการสร้างความรู้ ทักษะ และมีการฝึกฝนอย่างจริงจัง นับตั้งแต่วันแรกที่เข้ามาปฏิบัติงาน ทั้งด้านความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ทักษะการขาย การบริการ การดูแลลูกค้า สร้างให้พนักงานมีทัศนคติ มีจิตใจบริการ เพื่อส่งมอบสุขภาพดีให้กับลูกค้า มีการจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมขึ้น เพื่อพัฒนาคุณภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบ มีระบบครูฝึกภาคสนามให้แก่พนักงาน บริษัทดูแลผลตอบแทน สวัสดิการ และความเป็นอยู่ต่าง ๆ ของพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความสุข และความมั่นคง ที่จะส่งมอบบริการที่ดีมีคุณภาพให้กับลูกค้าได้ ในทุกจุดที่ลูกค้าได้สัมผัสกับบริษัท เช่น เมื่อครบระยะเวลาในการเปลี่ยนสารกรอง พนักงาน Telesales โทรไปแจ้งให้กับลูกค้า และมีพนักงานไปบริการถึงบ้าน พนักงานที่เก็บเงินค่างวดจะถามไถ่ปัญหาและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นประจำ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อให้กับญาติ และเพื่อนต่อไปด้วย

2.2.5 ช่องทางการจำหน่าย**2.2.5.1 การจัดจำหน่ายผ่านระบบขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Direct Sales)**

บริษัทใช้ระบบการขายตรงแบบชั้นเดียวเป็นช่องทางหลักในการขายสินค้าของบริษัท เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าเป็นช่องทางที่พนักงานขายสามารถนำเสนอคุณสมบัติของสินค้าได้ชัดเจน และสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายสินค้าอื่น ๆ ของบริษัทต่อไป ทั้งนี้ พนักงานขายและบริการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีจำนวนกว่า 1,000 คน โดยพนักงานส่วนใหญ่ประจำที่สำนักงานใหญ่จังหวัดนนทบุรี ซึ่งรวมถึงกลุ่มพนักงานขายที่ประจำตามสาขาและศูนย์บริการในจังหวัดต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนและรองรับการขยายเครื่องกรองน้ำและสารกรอง และสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าคุณภาพที่บริษัทคิดค้นมาแล้วเป็นอย่างดี บริษัทได้ทำการเปิดสาขาใหม่และปรับปรุงศูนย์บริการเดิมบางส่วนให้เป็นสาขาทำให้จำนวนสาขาและศูนย์บริการ ณ สิ้นปี 2559 เท่ากับ 20 สาขา และ 3 ศูนย์บริการ (สิ้นปี 2558 มีจำนวน 14 สาขาและ 6 ศูนย์บริการ) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รายละเอียดสาขา (20 สาขา)

ภาค	สาขา	ที่อยู่	เบอร์โทร
เหนือ	เชียงราย	866/10-11 ถ.ทางหลวงแผ่นดิน 1 ต.เวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000	053-719-288
	เชียงใหม่	221/7-8 ถ.ช้างคลาน ต.ช้างคลาน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100	053-271-378
	ลำปาง	357/34-35 ถ.บุญวาทย์(ฉัตรไชย) ต.สวนดอก อ.เมือง จ.ลำปาง 52100	054-222-901
	พิษณุโลก	1191/11-12 ถ.บรมไตรโลกนาถ 2 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000	055-005-000
	นครสวรรค์	1102/86 หมู่ 10 ต.นครสวรรค์ตก อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000	099-380-3886
ตะวันออก	ระยอง	349/1 ถ.สุขุมวิท ต.เนินพระ อ.เมือง จ.ระยอง 21000	038-621-277-8
	ชลบุรี	600/23-24 ถ.สุขุมวิท ต.แสนสุข อ.เมืองชลบุรี จ.ชลบุรี 20130	038-110-083
กลาง	นครปฐม	667/2 ถ.เพชรเกษม ต.ห้วยจรเข้ม อ.เมือง จ.นครปฐม 73000	034-275-383
	เพชรบุรี	585/17 หมู่ 5 ต.บ้านหม้อ อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000	032-401-629
ตะวันออก เฉียงเหนือ	ขอนแก่น	118/9 ถ.เหล่านาดี ต.ในเมือง อ.เมืองขอนแก่น จ.ขอนแก่น 40000	043-043-500
	อุดรธานี	392/20 หมู่ 5 ต.บ้านเลื่อม อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000	042-223-448
	อุบลราชธานี	65/4-265/5 ถ.อุปลีสาน ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000	045-243-495-6
	นครราชสีมา	901/7 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	044-262-900
	ร้อยเอ็ด	426 หมู่ 23 ต.เหนือเมือง อ.เมือง จ.ร้อยเอ็ด 45000	043-515-027
	บุรีรัมย์	999/13 หมู่ 1 ต.อิสาน อ.เมืองบุรีรัมย์ จ.บุรีรัมย์ 31000	044-613-899
	มุกดาหาร	122/4, 122/5 ถ.วิจิตรถาวร ต.มุกดาหาร อ.เมืองมุกดาหาร จ.มุกดาหาร 49000	042-042-000
ใต้	นครศรีธรรมราช	180/26-27 หมู่ 5 ต.ปากพูน อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000	075-806-877-8
	สุราษฎร์ธานี	20/1 ม.10 ต.วัดประดู่ อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี 84000	077-964-000
	ภูเก็ต	32/4 ถ.พุนผล ต.ตลาดเหนือ อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000	076-619-111
	หาดใหญ่	1502, 1504 หมู่ที่ 3 ถ.สนามบิน-ลพบุรีราเมศวร์ ต.ควนลัง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	074-250-420

รายละเอียดศูนย์บริการ (3 แห่ง)

ภาค	ศูนย์บริการ	ที่อยู่	เบอร์โทร
	ลพบุรี	218/1 ถ.นเรศวร ต.เขาสามยอต อ.เมือง จ.ลพบุรี 15000	036-680-520
	ลำลูกกา	38/16 หมู่ 3 ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12130	02-819-8888 ต่อ 3319
	สมุทรปราการ	392/4-5 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270	02-819-8888 ต่อ 3306

ในระบบการขายตรงของบริษัท พนักงานขายจะได้รับค่านายหน้าแปรผันตามยอดขาย นอกจากนี้ บริษัทยังมี การกำหนดผลตอบแทนสำหรับพนักงานขาย เพื่อสนับสนุนยอดขายตามความเหมาะสม

2.2.5.2 การจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing)

ในการจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing) นั้น บริษัทได้พัฒนาขีดความสามารถในการจัดจำหน่ายสินค้าทางโทรศัพท์โดยการนำโปรแกรมบริหารงานลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) เชื่อมต่อกับระบบโทรศัพท์ (Cisco-IP Telephony) และฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท (Customer Database) ซึ่งบริษัทได้เริ่มใช้ระบบดังกล่าวในการขายสารกรองควบคู่ไปกับการขายผ่านพนักงานขายสารกรองแบบปกติ ในปี 2559 การขายผ่านทางโทรศัพท์ หรือ Telesales มียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น โดยมีจำนวนพนักงานขายทางโทรศัพท์ประมาณ 100 ที่นั่ง และเน้นช่องทางการติดต่อลูกค้าให้สะดวกมากยิ่งขึ้นด้วยการเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์ในการติดต่อ 4 หลัก Call center 1210 และหมายเลข 02-819-8888 รวม 120 คู่สาย เพื่อให้บริการติดต่อฝ่ายบริการและงานขาย อีกทั้งได้ทำการเพิ่มหมวดหมู่สินค้าให้กับทางลูกค้า นอกจากผลิตภัณฑ์หลักคือเครื่องกรองน้ำแล้วบริษัทยังนำเสนอขายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อไดกิ้น, เครื่องปรับอากาศยี่ห้อเพดเดอร์, เครื่องทำน้ำอุ่น และ เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ ทั้งนี้ ในปี 2559 การบริหารงานขายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์นี้จะสามารถติดต่อลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายของงานขายและยังสามารถบริหารต้นทุนโดยเกิดค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางการขายด้านอื่น ๆ ส่งผลให้บริษัทได้รับผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจ

2.2.5.3 การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทอื่น

บริษัทย่อยเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าเครื่องกรองน้ำ และเหยือกกรองน้ำให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด โดยบริษัทย่อยได้รับความไว้วางใจให้ผลิตสินค้าดังกล่าว เนื่องจากปัจจัยความพร้อมในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การค้นคว้าและวิจัยเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง คุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน การจัดส่งที่ตรงตามเวลาบริการหลังการขาย การจัดอบรมความรู้ผลิตภัณฑ์ให้แก่สมาชิกเครือข่าย รวมทั้งความสัมพันธ์อันดีกับทางลูกค้า

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

(ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำทั้งสิ้น 4 แห่ง ได้แก่

- โรงงานที่ 1 ผลิตเครื่องกรองน้ำ และชุดสารกรอง
- โรงงานที่ 2 ผลิตเหยือกกรองน้ำและส่วนประกอบ
- โรงงานที่ 3 ผลิตชุดสารกรอง
- โรงงานที่ 4 ผลิตเครื่องกรองน้ำ และชุดสารกรอง

โดยทั้ง 4 โรงงานมีกำลังการผลิต รวมสำหรับเครื่องกรองน้ำเฉลี่ยประมาณเดือนละ 30,000 เครื่อง โดยปัจจุบันใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ประมาณร้อยละ 70 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ต่อการทำงาน 8 ชั่วโมง

(ข) กระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ ของบริษัท

กระบวนการดำเนินงานหลักต่าง ๆ ของบริษัท ได้แก่

1. ขั้นตอนการดำเนินงาน กระบวนการผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัท มีขั้นตอนโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

- **การออกแบบเครื่องกรองน้ำ** : ดำเนินการโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านเครื่องกรองน้ำโดยตรง โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพการกรองน้ำ ความสะดวกในการใช้งาน และรูปลักษณ์ความสวยงามของเครื่องกรองน้ำ
- **การทำแม่พิมพ์** : ภายหลังจากขั้นตอนการออกแบบ บริษัทจะส่งแบบให้ผู้ผลิตทำแม่พิมพ์ส่วนต่าง ๆ และให้ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าไปตรวจสอบชิ้นงานแม่พิมพ์ต้นแบบที่โรงงานผลิตเพื่อควบคุมรายละเอียดต่าง ๆ ของชิ้นงานให้เป็นไปตามที่ออกแบบ
- **การคัดเลือกวัสดุส่วนประกอบและสารกรองน้ำ** :
วัสดุส่วนประกอบ คัดเลือกวัสดุคุณภาพ Food Grade ที่มีความแข็งแรงทนทาน และมีความเหมาะสมกับรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ในส่วนวัสดุที่สัมผัสน้ำได้เลือกใช้วัสดุที่มีความปลอดภัย สามารถนำมาใช้กับน้ำดื่มได้ (Food Grade) โดยบริษัทจะจัดส่งแม่พิมพ์ให้แก่ผู้ผลิตเพื่อการฉีดพลาสติกขึ้นเป็นชิ้นส่วนประกอบต่าง ๆ ของเครื่องซึ่งบริษัทจะทำการคัดเลือกผู้รับจ้างที่มีมาตรฐานและมีประสบการณ์ในการฉีดขึ้นรูปเครื่องกรองน้ำเท่านั้น
สารกรองน้ำ คัดเลือกสารกรองน้ำเกรดสูงทั้งจากในประเทศและจากต่างประเทศ มีมาตรฐานสากลรับรอง นอกจากนี้ มีการทดสอบค่าการดูดซับสารเคมี (Iodine Number) ทางห้องปฏิบัติการอย่างสม่ำเสมอและมีการส่งไปยังหน่วยงานภายนอกเพื่อตรวจสอบคุณภาพเป็นประจำทุกปี อีกทั้งยังได้มีการส่งเครื่องกรองน้ำไปทดสอบด้านคุณภาพการกรอง ณ ห้องปฏิบัติการทดสอบ Eurofins AMA Laboratories ประเทศออสเตรเลีย ซึ่งถือได้ว่ามีความเชี่ยวชาญด้านการทดสอบอาหารและเครื่องดื่ม เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และในการคัดเลือกวัตถุดิบก่อนที่จะมีการผลิตจะต้องตรวจรับวัตถุดิบว่ามีคุณสมบัติเป็นไปตามที่กำหนดไว้ โดยบริษัทจะเน้นการคัดสรร ผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่ดีที่สุดที่จะนำมาใช้กับเครื่องกรองน้ำของบริษัท

ในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน บริษัทได้จัดทำเป็นคู่มือมาตรฐานแสดงขั้นตอนที่ชัดเจน เพื่อให้การผลิตสินค้ามีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานที่วางไว้โดยบริษัทได้รับการรับรอง ISO 9001:2008 นอกจากนี้ บริษัทมีการวางแผนการผลิตที่ชัดเจน เพื่อสอดคล้อง กับยอดขาย ความต้องการสินค้า และปริมาณสินค้าคงคลัง เพื่อป้องกันปัญหาสินค้าขาดแคลน หรือการ

สำรองสินค้ามากเกินไป นอกจากนี้ บริษัทจะดำเนินการตรวจสอบคุณภาพสินค้าภายหลังจากผลิตเสร็จ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัท

2. ขั้นตอนการดำเนินงาน การจำหน่าย และเก็บค่างวดการจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ มีขั้นตอนโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

- 1) พนักงานขายนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า โดยแจ้งว่าจำหน่ายทั้งระบบเงินสดและเงินผ่อน ในกรณีการผ่อนชำระ บริษัทมีนโยบายในการคัดกรองลูกค้าโดยให้พนักงานขายคัดกรองในเบื้องต้น จากนั้นหัวหน้าทีมขายจะประเมินอีกรอบก่อนทำสัญญาเช่าซื้อ นอกจากนี้ ฝ่ายเครดิต ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เดินทางไปเก็บเงินค่าสินค้าตั้งแต่งวดที่สองเป็นต้นไป จะเป็นผู้ตรวจสอบคุณสมบัติของลูกค้าด้วยเช่นกัน
- 2) ทีมขายนำเสนอสัญญาเช่าซื้อพร้อมเอกสารที่เกี่ยวข้องและเงินงวดแรกที่เก็บจากลูกค้าให้แก่ฝ่ายปฏิบัติการ เพื่อจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าต่อไป
- 3) ในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาในการผ่อนชำระ บริษัทได้ดำเนินการติดตามและเรียกเก็บหนี้ โดยแผนกเร่งรัดหนี้สิน และในกรณีที่บริษัทได้ส่งจดหมายทวงถามหนี้ไปยังลูกค้ารวม 2 ครั้ง บริษัทอาจพิจารณาดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

3. ขั้นตอนการดำเนินงาน การจำหน่ายและเก็บค่างวดการจ่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า มีขั้นตอนโดยสรุปดังต่อไปนี้

- 1) พนักงานขายทางโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าหรือพนักงานขายนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า โดยแจ้งว่าจำหน่ายทั้งระบบเงินสดและเงินผ่อน
- 2) กรณีผ่อนชำระ จะมีเจ้าหน้าที่ทำสัญญา (Contractor) เข้าไปตรวจสอบพร้อมกับรถที่ติดตั้งผลิตภัณฑ์ เพื่อประเมินความสามารถในการผ่อนชำระของลูกค้าก่อนทำสัญญาเช่าซื้อ
- 3) เจ้าหน้าที่ทำสัญญา (Contractor) และส่งสัญญาเช่าซื้อพร้อมเอกสารที่เกี่ยวข้องและเงินงวดแรกให้แก่ฝ่ายปฏิบัติการเพื่อจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าต่อไป
- 4) ในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาในการผ่อนชำระ บริษัทได้ดำเนินการติดตามและเรียกเก็บหนี้ โดยแผนกเร่งรัดหนี้สิน และในกรณีที่บริษัทได้ส่งจดหมายทวงถามหนี้ไปยังลูกค้ารวม 2 ครั้ง บริษัทอาจพิจารณาดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

นโยบายทางบัญชี

บริษัทจำหน่ายสินค้าในรูปแบบผ่อนชำระประมาณร้อยละ 90 ของรายได้จากการขายสินค้า จึงได้ให้ความสำคัญกับนโยบายทางบัญชีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ
2. ค่าเผื่อการรับคืนสินค้าตามนโยบายรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า
3. ค่าเผื่อการรับประกันสินค้า โดยการเปลี่ยน/ซ่อมสินค้าให้แก่ลูกค้าตามนโยบายรับประกันคุณภาพสินค้า

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด																		
1	ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ	<p>บริษัทมีการตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกค้าที่คาดว่าจะชำระหนี้ไม่ได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ลูกค้าซื้อเงินเชื่อจากการขายตรง : ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญตามแบบเฉพาะเจาะจง โดยลูกค้าที่คาดว่าจะชำระหนี้ไม่ได้ จะสำรองหนี้สูญ 100% และสำหรับการขายตั้งแต่เดือนกันยายน 2556 เป็นต้นไป บริษัทจะตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญจากรายงานวิเคราะห์อายุลูกค้า โดยลูกค้าที่ค้างชำระเกินกว่า 3 งวด จะมีการตั้งสำรอง 100% ■ ลูกค้าซื้อเงินผ่อน : บริษัทมีนโยบายการตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกค้าผ่อนชำระดังนี้ <table border="1"> <thead> <tr> <th>งวดที่ค้างชำระ</th><th>การตั้งสำรอง*</th><th>การรับรู้รายได้ดอกเบี้ย</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ยังไม่ถึงกำหนดชำระ</td><td>2.5%</td><td>บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย</td></tr> <tr> <td>1</td><td>6%</td><td>บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย</td></tr> <tr> <td>2</td><td>30%</td><td>บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย</td></tr> <tr> <td>3</td><td>50%</td><td>บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย</td></tr> <tr> <td>เกินกว่า 3 งวด</td><td>100%</td><td>บริษัทหยุดรับรู้รายได้ดอกเบี้ย</td></tr> </tbody> </table> <p>หมายเหตุ : * คือ การตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ</p> <p>เมื่อบริษัทออกจดหมายทวงถาม แก่ลูกค้าครบ 2 ครั้ง บริษัทจะดำเนินการล้างรายการสำรองหนี้สงสัยจะสูญ รายการลูกหนี้คงค้าง และบันทึกบัญชีหนี้สูญ</p>	งวดที่ค้างชำระ	การตั้งสำรอง*	การรับรู้รายได้ดอกเบี้ย	ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	2.5%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย	1	6%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย	2	30%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย	3	50%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย	เกินกว่า 3 งวด	100%	บริษัทหยุดรับรู้รายได้ดอกเบี้ย
งวดที่ค้างชำระ	การตั้งสำรอง*	การรับรู้รายได้ดอกเบี้ย																		
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	2.5%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย																		
1	6%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย																		
2	30%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย																		
3	50%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย																		
เกินกว่า 3 งวด	100%	บริษัทหยุดรับรู้รายได้ดอกเบี้ย																		
2	ค่าเผื่อการรับคืนสินค้า	<p>บริษัทมีนโยบายการรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถคืนสินค้าภายในเวลา 30 วันนับจากวันที่ติดตั้ง ค่าเผื่อการคืนสินค้าในปี 2559 อ้างอิงจากสถิติการคืนสินค้าของลูกค้าในปี 2557 และ 2558</p> <p>ปัจจุบันบริษัทสำรองค่าเผื่อการรับคืนสินค้าเท่ากับร้อยละ 1.66 ของยอดขายสินค้า โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีการตั้งค่าเผื่อการรับคืนสินค้า เท่ากับ 1.37 ล้านบาท</p>																		
3	ค่าเผื่อการรับประกันสินค้า	<p>บริษัทมีนโยบายเปลี่ยน และ/หรือ ซ่อมสินค้าให้แก่ลูกค้าตามนโยบายรับประกันคุณภาพสินค้าภายในเวลา 2 ปี นับจากวันที่ติดตั้ง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีการตั้งประมาณการหนี้สินจากค่าเผื่อการเปลี่ยน/ซ่อมสินค้าเท่ากับ 1.12 ล้านบาท</p>																		

3. การจัดหาวัตถุดิบ

3.1) วัตถุดิบในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัท ได้แก่ โครงสร้างตัวถังเครื่องกรองน้ำ (Housing) และสารกรอง (Filter Media) ที่เป็นส่วพลาสติก บริษัทเป็นผู้ออกแบบและว่าจ้างบริษัทคู่ค้าให้เป็นผู้ฉีดส่วนสารกรอง(คาร์บอน) ซึ่งบริษัทจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่ผ่านผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศหลายราย และนำเข้าบางส่วนจากต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ขายที่มีความสัมพันธ์มากกว่า 5 ปี โดยบริษัทมีนโยบายสำรองวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าได้ไม่ต่ำกว่า 15 - 20 วัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาในกระบวนการผลิตของวัตถุดิบแต่ละชนิด

3.2) พนักงานขาย

บริษัทมีกระบวนการคัดเลือกพนักงานขายโดยคัดเลือกจากผู้สมัครที่น่าเชื่อถือและมีใจที่รักด้านงานขาย หลังขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากร บริษัทจะจัดฝึกอบรมพนักงานใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในสินค้าเป็นอย่างดี รวมถึง การจัดฝึกอบรมเพื่อสร้างทักษะการขายและเข้าใจถึงจิตวิทยาการขาย และจัดทำคู่มือการขายเพื่อให้พนักงานขายทุกคนใช้เป็นแนวทางในการขายสินค้า ทั้งนี้ ฝ่ายขายและการตลาดจัดกิจกรรมสัมมนาเป็นประจำทุกไตรมาส โดยการให้รางวัลแก่กลุ่มพนักงานขายที่สามารถทำยอดขายได้เกินเป้าที่ตั้งไว้ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้พนักงานขายมีความมุ่งมั่นในการขาย และเป็นการสนับสนุนพนักงานขายที่มีคุณภาพให้อยู่ทำงานกับบริษัทในระยะยาว

(ค) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีการบริหารจัดการในกรณีที่ยึดเครื่องคืนมาจากลูกค้า หรือรับคืนเครื่องเก่ามาจากลูกค้า หรือของเสียในการผลิต ได้แก่ พลาสติก และสารกรอง ส่วนสารกรองนั้น บริษัทได้จำแนกออกเป็นสารกรองที่ดีกับสารกรองคุณภาพต่ำ โดยสารกรองที่ดีนั้น บริษัทจะนำมาปรับปรุงคุณภาพ เพื่อขายให้แก่ผู้ผลิตเครื่องกรองน้ำที่ไม่ใช่เครื่องกรองน้ำเพื่ออุปโภคบริโภคในครัวเรือน อาทิเช่น เครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในอุตสาหกรรม เป็นต้น ในส่วนของสารกรองคุณภาพต่ำนั้น บริษัทนำมาผ่านกระบวนการอัดทำเป็นอิฐมวลเบาเพื่อใช้งานภายใน นอกจากนี้ บริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งตามมาตรฐานน้ำทิ้งของกระทรวงอุตสาหกรรม

การจัดการด้านความปลอดภัย

ความปลอดภัยของพนักงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญมาโดยตลอด โดยได้มีการกำหนดขั้นตอนแห่งความปลอดภัยไว้ในคู่มือการทำงานของบริษัท (Work Instruction) เพื่อให้พนักงานผลิตปฏิบัติตาม รวมทั้งจัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่เหมาะสมกับพนักงานในแต่ละหน้าที่ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด ทั้งนี้ ในกระบวนการผลิตในปี 2559 ที่ผ่านมามีการเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงทั้งในสำนักงานและโรงงาน

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงต่อไปนี้เป็นเพียงปัจจัยความเสี่ยงสำคัญบางประการที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัท ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในการลงทุนของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ อาจมีปัจจัยความเสี่ยงอื่น ๆ ที่บริษัทยังไม่สามารถทราบได้ในปัจจุบันและอาจมีปัจจัยความเสี่ยงบางประการที่บริษัทเห็นว่าไม่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทในอนาคตได้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ภาครัฐ

ปัจจุบันธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำของบริษัทยังไม่ได้เป็นธุรกิจที่ถูกควบคุมโดยตรงจากหน่วยงานภาครัฐ อย่างไรก็ตามมีหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัททางอ้อม กล่าวคือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ทำหน้าที่ดูแลให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจเข้าซื้อเอาเปรียบผู้บริโภค ขณะที่กระทรวงพาณิชย์ได้มีการออกกฎหมายควบคุมการขายตรง โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการขายตรงต้องมีใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจโดยเฉพาะ และกระทรวงอุตสาหกรรมจะเป็นผู้ดูแลการต่อใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานซึ่งบริษัทถือเป็นนโยบายหลักที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังกล่าวอย่างเคร่งครัด อย่างไรก็ตามบริษัทมีความเสี่ยงในกรณีที่หน่วยงานภาครัฐอาจบังคับใช้กฎระเบียบเพิ่มเติมที่เข้มงวดมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ดังนั้นบริษัทจึงได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับแนวทางที่ทางราชการกำหนดในปัจจุบัน พร้อมทั้งติดตามข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องดังกล่าวตลอดเวลาเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้การดำเนินงานของบริษัทสอดคล้องกับกฎระเบียบของภาครัฐต่อไป

3.1.2 ความเสี่ยงจากการจำหน่ายผ่านช่องทางขายตรงเป็นหลัก

บริษัทจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่ผ่านทางช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบขายตรงชั้นเดียว (Single Level Direct Sales) โดยมุ่งเน้นการขายสินค้าผ่านทีมงานขายตรง และมีรายได้จากการจัดจำหน่ายด้วยช่องทางการขายตรงประมาณร้อยละ 90 ของรายได้จากการขาย อย่างไรก็ตามจากประสบการณ์ในการขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบขายตรงชั้นเดียวมาอย่างยาวนาน บริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการขายผ่านช่องทางดังกล่าวนี้เป็นช่องทางที่เหมาะสม เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำจำเป็นต้องอาศัยการอธิบายรายละเอียดด้านเทคนิคและคุณสมบัติระหว่างพนักงานขายและลูกค้าอย่างชัดเจน เพื่อแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนปิดการขาย ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถเฉพาะตัวของพนักงานแต่ละคน โดยพนักงานที่มีทักษะการขายที่โดดเด่นอาจถูกดึงตัวไปเป็นพนักงานหรือตัวแทนขายของผู้ประกอบการรายอื่นที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าได้ บริษัทจึงมีนโยบายให้ความสำคัญแก่พนักงานขายโดยเสนอค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมแก่กลุ่มพนักงานขายดังกล่าว และบริษัทได้จัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการขายแก่พนักงานขายของบริษัทและเพื่อเสริมประสิทธิภาพของทีมงานขายอย่างสม่ำเสมอ และจากการที่บริษัทมีการเปิดสาขาในต่างจังหวัดเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีจำนวนพนักงานขายในต่างจังหวัดเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบขายตรงชั้นเดียว จึงได้พยายามเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากช่องทางขายตรงดังกล่าว เพื่อให้ครอบคลุมลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เช่น การจำหน่ายสินค้าในโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) การจำหน่ายสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing) ช่องทางอินเทอร์เน็ต (E-commerce) สื่อออนไลน์ และการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพื่อให้สามารถนำเสนอสินค้าและบริการให้เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการขายอื่นๆ อาทิ การผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภท OEM แก่บริษัทขายตรงอื่น

3.1.3 ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้า และการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่อาจส่งผลกระทบต่อยอดขาย และต้นทุนการผลิต

การเปิดเสรีการค้า และการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 ซึ่งเป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคของประเทศในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือ อาเซียน (ASEAN) 10 ประเทศ จะส่งผลให้มีการเปิดเสรีการค้าเคลื่อนย้ายทรัพยากรเงินทุน แรงงาน และการค้าขายระหว่างกันในตลาดอาเซียน อาจจะทำให้มีสินค้าจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ เข้ามาแข่งขันในไทยมากขึ้น บริษัทจึงมีแผนการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้บริษัทมีแผนที่จะขยายตลาดไปยังประเทศแถบประชาคมอาเซียน (AEC) โดยจะพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ และความเป็นไปได้ในการทำการตลาด และได้เริ่มนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และกำลังศึกษาที่จะนำสินค้าไปจำหน่ายในประเทศอื่น ๆ ต่อไป

3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

3.2.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาราคาวัตถุดิบ

กระบวนการผลิตเครื่องกรองน้ำประกอบด้วย ส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่หลากหลาย ทั้งในส่วนของตัวเอง เครื่องและชุดสารกรอง ซึ่งส่วนใหญ่สามารถผลิตได้ภายในประเทศ และบางส่วนต้องพึ่งพาการนำเข้าจากผู้จำหน่ายรายใหญ่ โดยราคาราคาวัตถุดิบและอุปกรณ์จะแปรผันตามราคาตลาดและอัตราแลกเปลี่ยนในกรณีที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งบริษัทอาจได้รับผลกระทบบางส่วนจากความผันผวนของราคาราคาวัตถุดิบและอุปกรณ์รวมทั้งอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งในส่วนนี้บริษัทได้นำเครื่องมือทางการเงินมาใช้ในการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน เพื่อลดผลกระทบบางส่วนจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

3.2.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับใบอนุญาตการประกอบธุรกิจ

โรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัทแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ในพื้นที่สีส้ม ซึ่งเป็นพื้นที่ประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่น โดยได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2550 ภายใต้เงื่อนไขว่าใบอนุญาตดังกล่าวอาจถูกเพิกถอนได้ หากได้รับการร้องเรียนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือก่อให้เกิดปัญหาแก่ชุมชน สำหรับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานในปี 2559 มีรายละเอียดดังนี้

- โรงงานที่ 1 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบและซ่อมเครื่องกรองน้ำ โดยใบอนุญาตฯ ได้หมดอายุในวันที่ 31 ธันวาคม 2559 ซึ่งบริษัทได้มีการต่ออายุใบอนุญาตฯ ดังกล่าวแล้ว โดยสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ได้มีการอนุญาตให้ต่ออายุไปถึงวันที่ 1 มกราคม 2565
- โรงงานที่ 2 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบและซ่อมเครื่องกรองน้ำจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2563
- โรงงานที่ 3 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทบดย่อยเศษพลาสติกจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2562
- โรงงานที่ 4 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบ ซ่อม เครื่องกรองน้ำและบดเศษพลาสติก จากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2563

ทั้งนี้ บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่ออายุใบอนุญาตของแต่ละโรงงาน อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารของบริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถได้รับการต่ออายุใบอนุญาตดังกล่าว เนื่องจากการประกอบไม่สร้างมลพิษใด ๆ และบริษัทยังไม่เคยได้รับการแจ้งเตือนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือการร้องเรียนจากผู้อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงอย่างมีนัยสำคัญแต่อย่าง

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.3.1 ความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อ

การขายเครื่องกรองน้ำผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นการขายผ่อนชำระตามสัญญาเช่าซื้อ ซึ่งคุณภาพของลูกค้าที่เช่าซื้อจะเป็นปัจจัยหลักในการรับรู้รายได้ของบริษัท โดยบริษัทมียอดลูกค้าตามสัญญาเช่าซื้อที่ค้างชำระตั้งแต่ 3 งวดขึ้นไป ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีสัดส่วนร้อยละ 8.0 ของยอดลูกค้าตามสัญญาเช่าซื้อ (หลังหักดอกเบี้ยที่ยังไม่ถึงเป็นรายได้) ที่ผ่านมาลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายย่อยในระดับล่างถึงกลาง โดยบริษัทกำหนดนโยบายการคัดเลือกลูกค้าที่ผ่อนปรนเพื่อให้กลุ่มลูกค้าดังกล่าวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทกำหนดนโยบายการตรวจสอบและควบคุมการให้สินเชื่อ รวมทั้งในกรณีที่ลูกค้าค้างชำระ บริษัทจะตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในระดับที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับสัดส่วนหนี้สูญในอดีต และหากลูกค้าค้างชำระเกิน 3 งวด บริษัทจะหยุดรับรู้รายได้ต่อผลจากการเช่าซื้อทั้งจำนวน รวมทั้งดำเนินการทางกฎหมายโดยออกหนังสือทวงถามไปยังลูกค้า รวม 2 ครั้ง ก่อนการตัดลูกหนี้ดังกล่าวเป็นหนี้สูญต่อไป ทั้งนี้จากการที่สินค้าของบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง ในปี 2559 อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 77.7 เมื่อหักค่าใช้จ่ายในการขายหนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญดังกล่าวแล้ว บริษัทยังมีกำไรจากการดำเนินการขายตรงแบบผ่อนชำระในเกณฑ์สูงเพียงพอ โดยในปี 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 4.3

ทั้งนี้ มาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากลูกค้าเช่าซื้อซึ่งอาจไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงในสัญญาของบริษัทสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

- กำหนดคุณสมบัติของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในเบื้องต้น เพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนแก่ทีมงานขาย โดยต้องผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากพนักงานขาย และหัวหน้าทีมพิจารณาอีกครั้งก่อนทำสัญญา จากนั้นมีการตรวจสอบคุณภาพลูกค้าโดยฝ่ายเครดิตประเมินความน่าเชื่อถือของลูกค้าแต่ละรายว่าเหมาะสมกับแผนการผ่อนชำระสินค้า พร้อมทั้งตรวจสอบว่ามีการติดตั้ง ครบถ้วนหรือไม่ และฝ่ายเครดิตเป็นหน่วยงานที่เก็บค่างวดผ่อนชำระ
- กำหนดการจ่ายผลตอบแทนแก่ทีมงานขาย โดยอ้างอิงจากคุณภาพการขาย และในกรณีที่เกิดหนี้สูญจากการขาย พนักงานขายและผู้บริหารฝ่ายขายที่เกี่ยวข้องจะมีส่วนร่วมรับผิดชอบชำระค่าเสียหายแก่บริษัท เพื่อทดแทนความเสียหายตามหลักเกณฑ์ของบริษัท
- ในกรณีที่ลูกค้าเช่าซื้อไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญากับบริษัท บริษัทจะดำเนินการติดตามทวงถามหนี้สินคงค้างจากลูกค้าที่ค้างชำระเกินกำหนดโดยแผนกเร่งรัดหนี้สินและฝ่ายกฎหมายของบริษัท รวมทั้งจะดำเนินการถอดเครื่องคืนจากลูกค้าดังกล่าว โดยหากเครื่องที่ยึดคืนยังอยู่ในสภาพดี จะถูกส่งไปปรับปรุงสภาพที่โรงงาน และขายให้แก่พนักงานของบริษัท (ยกเว้นพนักงานฝ่ายขาย) ในลักษณะสินค้าตกเกรดในราคาถูก สำหรับสินค้าที่อยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์ บริษัทจะทำการถอดชิ้นส่วนโครงสร้างเพื่อจำหน่ายเป็นเศษพลาสติกต่อไป

3.3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

บริษัทเบิกใช้เงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินเพื่อใช้สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินคงค้างจำนวน 596.92 ล้านบาท และมีเงินกู้ยืมระยะยาวคงค้างจำนวน 41.10 ล้านบาท ในการบริหารต้นทุนทางการเงิน บริษัทพิจารณาใช้แหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ทั้งนี้จะพิจารณาเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยจากสถาบัน

การเงินต่างๆ ตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา บริษัทจึงมีความเสี่ยงบางส่วนจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทมีวงเงินเครดิตกับสถาบันการเงินหลายแห่ง เพื่อรองรับในกรณีที่มีความจำเป็นต้องใช้เงินทุน นอกจากนี้บริษัทได้พิจารณาจัดหาเงินทุนด้วยวิธีอื่นตามความเหมาะสมของสถานะเศรษฐกิจ

3.4 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์สิน

ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจกำหนดนโยบายการบริหาร

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ ได้แก่ กลุ่มแจ่งอยู่ (รายละเอียดเพิ่มเติมใน : ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น) โดย ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 ถือหุ้นรวมกันในบริษัทจำนวน 317,512,783 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.96 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท จึงทำให้กลุ่มแจ่งอยู่ สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดต้องให้ได้รับเสียงสามในสี่ (3 ใน 4) ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้ ซึ่งบริษัทได้ตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงดังกล่าวจึงได้จัดโครงสร้างการจัดการซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบไปด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ โดยมีการแต่งตั้งบุคคลภายนอกที่เป็นอิสระเข้าร่วมในคณะกรรมการบริษัท จำนวน 5 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 10 ท่าน โดยกรรมการอิสระจำนวน 4 ท่าน รับหน้าที่เป็นคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ และพิจารณาให้ความเห็นเกี่ยวกับความสมเหตุสมผลในการทำรายการระหว่างกัน ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นต่อไป

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ**4.1 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนหลัก : ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์**

บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สู่ติ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 เป็นจำนวน 499.88 ล้านบาท โดยมีที่ดิน อาคารและอุปกรณ์บางส่วนนำไปเป็นหลักประกันการกู้ยืมเงิน

รายละเอียดสินทรัพย์	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 (ล้านบาท)	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 (ล้านบาท)	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 (ล้านบาท)
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	241.57	241.05	228.78
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	122.45	124.75	98.65
เครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานและ เครื่องตกแต่งติดตั้ง และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	42.55	35.79	23.18
ยานพาหนะ	80.55	56.63	19.75
งานระหว่างก่อสร้างและงานระหว่างจ้างทำ	12.76	3.88	16.98
รวม	499.88	462.10	387.34

ทั้งนี้ รายละเอียดของสินทรัพย์หลัก มีมูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 แบ่งตามการใช้ประโยชน์และทำเลที่ตั้งแสดงดังตาราง

ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
สำนักงานใหญ่ ที่ตั้ง : ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 5-0-41.2 ไร่ ที่ตั้ง : ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 7 ตรว.	47.03 0.50	เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/} ปลอดภาระจำนอง
ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่ ที่ตั้ง : ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 2-1-73.9 ไร่	34.36	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่ ที่ตั้ง : ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 3-2-15.7 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน	62.56	เป็นเจ้าของ	จำนองเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/}
โรงงานที่ 1 ที่ตั้ง : ต.บางกระสอ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 1-0-0 ไร่ ที่ตั้ง : ต.บางกระสอ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 0-0-87 ไร่	4.80 2.06	บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/} ปลอดภาระจำนอง
โรงงานที่ 2 ที่ตั้ง : ต.บางกระสอ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 0-2-0 ไร่	5.22	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/}
โรงงานที่ 3 ที่ตั้ง : ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 2-0-24.5 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน	25.02	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/}

ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
โรงงานที่ 4 ที่ตั้ง : ต.บางกะดี อ.เมืองปทุมธานี จ. ปทุมธานี - ที่ดิน : พื้นที่ 8-3-30.3 ไร่ ที่ตั้ง : ต.บางกะดี อ.เมืองปทุมธานี จ. ปทุมธานี - ที่ดิน : พื้นที่ 2-1-53.9 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน	24.61 15.08	เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/} ปลอดภาระจำนอง
อาคารพักอาศัยพนักงาน ที่ตั้ง : ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 0-3-91 ไร่	20.33	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/}
รวม	241.57		

หมายเหตุ : ^{1/}ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของกลุ่มบริษัทเป็นหลักประกันแก่วงเงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
สำนักงานใหญ่ (อาคาร)	76.11	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/}
ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่ (ลานจอดรถ และคลังสินค้า)	11.23	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/}
โรงงานที่ 1 (อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร)	4.31 2.35	บริษัทย่อย เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/}
โรงงานที่ 2 (อาคาร)	0.04	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/}
โรงงานที่ 3 (อาคาร)	2.46	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/}
โรงงานที่ 4 (อาคาร)	10.30	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/}
อาคารพักอาศัยพนักงาน	0.56	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/}
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าสำนักงานสาขาและ ศูนย์บริการต่างจังหวัด รวม 23 แห่ง	15.09	กรรมสิทธิ์ของ ผู้ให้เช่า	กรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่า
รวม	122.45		

หมายเหตุ : ^{1/}ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของกลุ่มบริษัทเป็นหลักประกันแก่วงเงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

4.1.1 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

บริษัทให้เช่าที่ดินและอาคารแก่บุคคลภายนอกเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงาน คลังสินค้า และโรงงาน โดยบริษัทไม่ใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์เพื่อการดำเนินธุรกิจโดยตรง จึงจัดเป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทและบริษัทย่อย มีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนเป็นจำนวน 58.78 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดแสดงดังตาราง

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
สำนักงานให้เช่า ที่ตั้ง : ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 0-0-50 ไร่	0.70	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
สำนักงานให้เช่า ที่ตั้ง : ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 0-3-1 ไร่ - อาคาร : สูง 4 ชั้น จำนวน 7 คูหา พื้นที่ใช้ สอยรวม 1,680 ตรม.	5.02 0.77	เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อม สิ่งปลูกสร้างเพื่อค้ำ ประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/}
ที่ดินรอการพัฒนา ที่ตั้ง : ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน : พื้นที่ 4-1-43 ไร่	52.29	เป็นเจ้าของ	จำนองเพื่อค้ำประกัน วงเงินสินเชื่อ ^{1/}
รวม	58.78		

หมายเหตุ : ^{1/}ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของกลุ่มบริษัทเป็นหลักประกันแก่วงเงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

4.1.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทและบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเป็นจำนวน 25.05 ล้านบาท โดยประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สินทรัพย์ระหว่างพัฒนา (ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์) และค่าความนิยม

4.1.3 สัญญาเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทและบริษัทย่อย มีสัญญาเช่าที่สำคัญโดยสรุปได้ ดังนี้

▪ สัญญาเช่าระหว่างบริษัทกับบริษัทย่อย

สินทรัพย์	คู่สัญญา	ระยะเวลา
อาคารโรงงาน 1	ผู้ให้เช่า : บจ. เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล ผู้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2559 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2559
อาคารสำนักงานและคลังสินค้า	ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ ผู้เช่า : บจ. เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล	เริ่มต้น : 1 พฤษภาคม 2557 สิ้นสุด : 30 เมษายน 2560

■ สัญญาเช่าระหว่างบริษัทหรือบริษัทย่อยกับบุคคลภายนอก

สินทรัพย์	คู่สัญญา	ระยะเวลา
อาคารสำนักงานและคลังสินค้า	ผู้ให้เช่า : บมจ. เอียร์สตรัท ผู้เช่า : บจ. เบตเตอร์ ดรีมส์	เริ่มต้น : 1 พฤษภาคม 2557 สิ้นสุด : 30 เมษายน 2560
พื้นที่โรงงาน	ผู้ให้เช่า : บมจ. เอียร์สตรัท ผู้เช่า : บจ. เบตเตอร์ ดรีมส์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2559 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2559
พื้นที่โรงงาน	ผู้ให้เช่า : บมจ. เอียร์สตรัท ผู้เช่า : บจ. ไอดีล วอเตอร์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2559 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2559
ที่ดินเปล่า (ที่จอดรถ)	ผู้ให้เช่า : นางจันทนา อยู่หุ่น ผู้เช่า : บมจ. เอียร์สตรัท	เริ่มต้น : 18 พฤษภาคม 2554 สิ้นสุด : 18 พฤษภาคม 2564
ที่ดินเปล่า (ที่จอดรถ)	ผู้ให้เช่า : นายประภาส โรจน์นรินทร์ ผู้เช่า : บมจ. เอียร์สตรัท	เริ่มต้น : 2 มิถุนายน 2558 สิ้นสุด : 2 มิถุนายน 2561

นอกจากการเช่าอาคารสำนักงานและคลังสินค้า พื้นที่โรงงาน และที่ดินเปล่า ตามตารางข้างต้น บริษัทยังมีการเช่าอาคารพาณิชย์เพื่อเป็นสาขาและศูนย์บริการ รวมทั้งสิ้น 23 สัญญา มีระยะเวลาเช่าไม่น้อยกว่า 1 ปี และระหว่าง 1-4 ปี และสำหรับสัญญาเช่าบางฉบับไม่มีกำหนดระยะเวลาเช่า ทั้งนี้ บริษัทสามารถบอกเลิกสัญญาเช่าได้

4.1.4 เครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้าที่บริษัทดำเนินการจดทะเบียนตราสัญลักษณ์กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ สรุปได้ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	การใช้ประโยชน์	ระยะเวลา
 บริษัท เอียร์สตรัท จำกัด (มหาชน)	<p>เพื่อเป็นตราสัญลักษณ์บริษัท ประกอบการดำเนินธุรกิจ</p>	<p>เครื่องหมายการค้าดังกล่าวได้รับการอนุมัติการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้วเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2556 นายทะเบียนสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา ออกหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าให้เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2559 เครื่องหมายการค้าดังกล่าวมีอายุการคุ้มครอง 10 ปี นับตั้งแต่วันที่ 6 มิถุนายน 2556 ถึงวันที่ 5 มิถุนายน 2566</p>

เครื่องหมายการค้า	การใช้ประโยชน์	ระยะเวลา
	<p>เพื่อเป็นเครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าจำพวก <u>เครื่องทำน้ำอุ่น</u></p>	<p>บริษัท ทำการยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าวในวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2559 โดยปัจจุบันการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าอยู่ระหว่างการพิจารณาของเจ้าหน้าที่ คาดว่าหากนายทะเบียนสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา อนุมัติการจดทะเบียนดังกล่าว บริษัทจะได้รับการอนุมัติจดทะเบียนตราสัญลักษณ์บริษัทรูปแบบใหม่ภายในปี 2560 และจะใช้ตราสัญลักษณ์ข้างต้นเพื่อประกอบการดำเนินธุรกิจต่อไป</p> <p>ทั้งนี้ ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายทางการค้า พ.ศ.2534 การจดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้ามีกำหนดอายุไม่เกิน 10 ปี และเมื่อครบกำหนดอายุต่ออายุได้คราวละ 10 ปี</p>
	<p>เพื่อเป็นเครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าจำพวก <u>เครื่องกรองน้ำ</u></p>	<p>บริษัท ทำการยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าวในวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2559 โดยปัจจุบันการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าอยู่ระหว่างการพิจารณาของเจ้าหน้าที่ คาดว่าหากนายทะเบียนสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา อนุมัติการจดทะเบียนดังกล่าว บริษัทจะได้รับการอนุมัติจดทะเบียนตราสัญลักษณ์บริษัทรูปแบบใหม่ภายในปี 2560 และจะใช้ตราสัญลักษณ์ข้างต้นเพื่อประกอบการดำเนินธุรกิจต่อไป</p> <p>ทั้งนี้ ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายทางการค้า พ.ศ.2534 การจดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้ามีกำหนดอายุไม่เกิน 10 ปี และเมื่อครบกำหนดอายุต่ออายุได้คราวละ 10 ปี</p>

4.1.5 สิทธิบัตร

บริษัทมีสิทธิบัตรที่ไม่มีตัวตน ประเภทสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรต่าง ๆ ซึ่งมีอายุในช่วง 4-5 ปี นับแต่วันที่ได้จดทะเบียนต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสิทธิบัตร ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ การออกแบบอุปกรณ์กรองเชื้อโรคสำหรับเครื่องกรองน้ำ และอนุสิทธิบัตร ได้แก่ กรรมวิธีการผลิตหินแร่ กรรมวิธีการผลิตคาร์บอนเคลือบเงินเพื่อเป็นสารกรองน้ำเพื่อใช้รับฟิเอน้ำ อีฐบล็อกคาร์บอน และกรรมวิธีการผลิต

4.1.7 ใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจขายตรงของบริษัทต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (“สคบ.”) ซึ่งบริษัทได้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงดังกล่าวแล้ว อ้างอิงตามหนังสือจาก สคบ. เลขที่ นร 0307/2909 ลงวันที่ 24 มีนาคม 2546

ทั้งนี้ โรงงานที่ 1 และ โรงงานที่ 2 ของบริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบและซ่อมเครื่องกรองน้ำจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ส่วนโรงงานที่ 3 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทบดย่อยเศษพลาสติกจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ส่วนโรงงานที่ 4 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบ ซ่อม เครื่องกรองน้ำและบดเศษพลาสติกจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้ ใบอนุญาตของโรงงานที่ 1 หมดอายุ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทได้มีการต่ออายุใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน 1 แล้ว ซึ่งสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ได้มีการอนุญาตให้ต่ออายุไปถึงวันที่ 1 มกราคม 2565 ในขณะที่ใบอนุญาตของโรงงานที่ 2 หมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2563 ส่วนใบอนุญาตโรงงานที่ 3 หมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2562 และ ใบอนุญาตโรงงานที่ 4 หมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2563

4.2 เงินลงทุน

บริษัทมีนโยบายลงทุนในกิจการที่สนับสนุนการเติบโตในระยะยาว ซึ่งในการเข้าลงทุนในบริษัทย่อยจะต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท โดยคำนึงถึงแนวโน้มธุรกิจ มูลค่าเงินลงทุน ความเสี่ยงและผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท รวมทั้งดูแลการบริหารงานอย่างเหมาะสม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 3 แห่ง คือ บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องกรองน้ำให้แก่บริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 99.98 ในบริษัทย่อยดังกล่าว และมีมูลค่าเงินลงทุนรวม 4.00 ล้านบาท บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด ดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อเฟดเดอร์ โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 59.99 ในบริษัทย่อยดังกล่าว มีมูลค่าเงินลงทุนรวม 18.60 ล้านบาท และบริษัท เอียร์สูร์ตัน ลีสซิ่ง จำกัด ดำเนินธุรกิจให้สินเชื่อรายย่อย โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100 ในบริษัทย่อยดังกล่าว และมีมูลค่าเงินลงทุนรวม 50.00 ล้านบาท และบริษัทมีบริษัทร่วมทุน 1 แห่ง คือ บริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียน หรือคิดเป็นเงินลงทุน 3,920 ล้านบาท โดยเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2560 บริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นดังกล่าวประมาณ 13.77 ล้านบาท (เรียกชำระร้อยละ 80 ของทุนจดทะเบียน)

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทและบริษัทย่อย ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุดที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทและบริษัทย่อย เกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์ : บริษัท เติร์สุรัตน์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “บมจ. เติร์สุรัตน์”)
เลขทะเบียนบริษัท : 0107556000213
ประเภทธุรกิจ : ผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำใช้ในครัวเรือน
ทุนจดทะเบียน : 662,199,169 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 662,199,169 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว : 467,178,789 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 43/9 หมู่ 7 ซอยชูชาติอนุสรณ์ 4 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด
: จังหวัดนนทบุรี 11120
โทรศัพท์ : 02-819-8899
ศูนย์บริการลูกค้า : 1210 และ 02-819-8888
โทรสาร : 02-962-6951-3, 02-962-6675
เว็บไซต์ : www.thiensurat.co.th
ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ : โทรศัพท์ 02-819-8899 ต่อ 1536
: อีเมล IR@thiensurat.co.th

6.1.2 นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ชื่อนิติบุคคล/ที่อยู่ และรายละเอียด	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%) ของบริษัท	สัดส่วน การถือ หุ้น (%) ของผู้ร่วม ทุน	ทุนจด ทะเบียน (ล้านบาท)	ทุนชำระ แล้ว (ล้านบาท)
บริษัท เซฟเทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เลขทะเบียนบริษัท : 0125538005592 162, 164, 166 ถนนสามัคคี ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โทรศัพท์ : 02-962-6651-2 โทรสาร : 02-962-6659-60 เว็บไซต์ : www.safetrade.co.th	จัดจำหน่ายเครื่องทำ น้ำแร่ เครื่องกรองน้ำ เหยือกกรองน้ำ และ น้ำดื่มผสมแร่ธาตุ	99.98		4.00	4.00

ชื่อนิติบุคคล/ที่อยู่ และรายละเอียด	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%) ของบริษัท	สัดส่วน การถือ หุ้น (%) ของผู้ร่วม ทุน	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	ทุนชำระ แล้ว (ล้านบาท)
บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด เลขทะเบียนบริษัท : 0105557169406 59/1 ซอยรามอินทรา 58 แขวงรามอินทรา เขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 02-936-8990 โทรสาร : 02-510-1877 เว็บไซต์ : www.fedders.co.th ผู้ร่วมทุน : 1. บริษัท เอส.เอส.แอร์ เซอร์วิส จำกัด 2. นายวิสิทธิ์ วงศ์วิวัฒน์	ประกอบธุรกิจหลัก เกี่ยวกับการจำหน่าย เครื่องปรับอากาศ ยี่ห้อเฟดเดอร์	59.99	40.000 0.003	60.00	31.00
บริษัท เติร์สุรัตน์ ลีสซิ่ง จำกัด เลขทะเบียนบริษัท : 0125559017522 เลขที่ 43/9 หมู่ 7 ซอยชูชาติอนุสรณ์ 4 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ : 02-032-8690	ประกอบธุรกิจ เกี่ยวกับการให้สินเชื่อ ส่วนบุคคล ภายใต้ การกำกับ และ สินเชื่อทะเบียนรถ	100.00		50.00	50.00
TSR Lao Co., Ltd. Kamphaengmeuang Road, Thatluang Tai Village, Saysettha District, Vientiane Capital, the Lao PDR ผู้ร่วมทุน : - กลุ่มบริษัท เจบี	ประกอบธุรกิจจัด จำหน่ายเครื่องกรอง น้ำและผลิตภัณฑ์ที่ เกี่ยวข้อ และ เครื่องใช้ไฟฟ้าใน ประเทศสาธารณรัฐ ประชาธิปไตย ประชาชนลาว	49.00	51	34.80 (8,000 ล้านบาท)	27.83*

* ชำระเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2560 (อัตราแลกเปลี่ยน 1 บาท : 230 กีบ)

6.1.3 บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : 02-009-9999

โทรสาร : 02-009-9991

ผู้ตรวจสอบบัญชี : บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

เลอรัชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ เลขที่ 193/136-137 ชั้น 33

ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

นายเต็มพงษ์ โอปนพันธุ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4501

นายกฤษดา เลิศวนา ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4958

นางสาวมณี รัตนบรรณกิจ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5313

โทรศัพท์ : 02-264-0777, 02-661-9190

โทรสาร : 02-264-0787-90