

# ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ โดยใช้ระบบการขายแบบขายตรงแบบชั้นเดียวเป็นหลัก (Single Level Direct Sale) ในการจำหน่ายเครื่องกรองน้ำมาตั้งแต่ปี 2519 รวมเป็นเวลากว่า 42 ปี โดยลูกค้าจะอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงตามหัวเมืองหลักในต่างจังหวัด บริษัทขยายกิจการโดยการเปิดสาขาเพื่อให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อเน้นการบริการลูกค้าอย่างทั่วถึงและมีการขายผ่านช่องทางขายใหม่ เช่น การขายผ่านโมเดิร์นเทรด การขายผ่านระบบ online

นอกจากนี้ บริษัทย่อยของบริษัท คือ บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (บริษัทขายตรงขนาดใหญ่) บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด ดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ เฟดเดอร์ บริษัท เอียร์สูร์ตัน ลีสซิ่ง จำกัด ดำเนินธุรกิจหลัก อาทิ การจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบผ่อนชำระ สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อทะเบียนรถ เป็นต้น และบริษัทร่วมทุน คือ บริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้าในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

#### 1.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจ ปัจจัยสำคัญ

บริษัทได้พิจารณากำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจ โดยนำเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 11/2560 เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2560 ทั้งนี้ได้เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ และการจัดประชุมนำเสนอเป้าหมายของบริษัท ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2561 เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานรับทราบ และมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน

#### วิสัยทัศน์ (Vision)

เราจะเป็นผู้นำในธุรกิจเครื่องกรองน้ำดื่ม ในประเทศไทยและกลุ่มประเทศ CLMV

#### พันธกิจ (Mission)

- เราจะเป็นผู้นำและส่งมอบคุณค่าของเราผ่านเครื่องกรองน้ำดื่มที่สะอาดเพื่อสุขภาพที่ดี เป็นอันดับ 1 ในประเทศไทย และขยายฐานธุรกิจไปยังกลุ่มประเทศ CLMV
- เราจะสร้างความประทับใจในสินค้าและบริการให้กับทุกบ้านทุกครัวเรือน

## 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	สร้างพนักงานมีคุณค่าปัญหาคลาย
เราจะสร้างผลกำไรใหญ่ไพศาล	เพื่อเจือจานกระจายถ่วงถ่วงหลากหลาย
ธรรมนูญองค์กรไม่คลอนคลาย	ห้าข้อใช้บรรลุจุดสูงสุดเฮย”

## 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

- 2556** - บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เอียร์สตรัทธ์ จำกัด (มหาชน) และดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 344.00 ล้านบาท โดยเป็นทุนชำระแล้ว 258.00 ล้านบาท
- 2557** - บริษัทเริ่มซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยวันแรก (First Day Trade) ภายใต้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “TSR”
- 2558** - วันที่ 12 พฤษภาคม บริษัทจดทะเบียนเพิ่มทุนจากเดิม 344.00 ล้านบาท เป็น 602.00 ล้านบาท โดยเป็นทุนชำระแล้ว 344.00 ล้านบาท
- วันที่ 18 มิถุนายน บริษัทเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้วจากเดิม 344.00 ล้านบาท เป็น 401.33 ล้านบาท เนื่องจากได้มีการจ่ายเงินปันผลบางส่วนเป็นหุ้นสามัญในวันที่ 22 พฤษภาคม
  - บริษัทซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด (“เฟดเดอร์”) จากผู้ถือหุ้นรายเดิมโดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 59.99
  - วันที่ 21 ธันวาคม บริษัทได้ออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 1 (TSR-W1) จำนวน 200,666,316 หน่วย (โดยไม่คิดมูลค่า) ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุ 3 ปี นับจากวันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ
  - บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำรุ่นใหม่ 3 รุ่น ออกจำหน่าย ได้แก่ 1) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟรุ่น ROMA Alkaline ที่มีคุณสมบัติเด่นในการกรองน้ำสะอาดด้วยระบบ RO (Reverse Osmosis)

- 2) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น UV Alkaline ที่มีคุณสมบัติเด่นในการฆ่าเชื้อโรคด้วยรังสี UV โดยทั้ง 2 รุ่น ช่วยปรับสภาพน้ำที่กรองให้เป็นต่างอ่อน ๆ เพื่อให้เหมาะกับการดื่มเพื่อสุขภาพ 3) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น i-Life ที่กรองน้ำด้วยระบบ UF Membrane 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 19 พฤษภาคม และกำหนดใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญตามใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งที่ 1 (TSR-W1) ในวันที่ 31 พฤษภาคม
  - วันที่ 11 กรกฎาคม ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เอียร์สตรีน ลีสซิ่ง จำกัด (“TSRL”) เพื่อประกอบธุรกิจหลัก การให้สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อเช่าเหมารถ เป็นต้น ซึ่งต่อมาในเดือนพฤศจิกายน ได้รับอนุญาตจาก กระทรวงการคลังให้ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ บริษัทถือหุ้นร้อยละ 100 เงินลงทุน 50 ล้านบาท
  - วันที่ 16 ธันวาคม ได้จดทะเบียนบริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด (“TSR Lao”) ในสาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว ซึ่งได้ร่วมลงทุนกับกลุ่มบริษัท เจบี โดยประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้า TSR Lao มีทุนจดทะเบียน 8,000 ล้านบาท หรือประมาณ 34.80 ล้านบาท โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 49 เป็นจำนวนเงิน 3,920 ล้านบาท หรือประมาณ 17.05 ล้านบาท ทั้งนี้ TSR Lao ถือเป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัท
  - บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำรุ่นใหม่ 2 รุ่น ออกจำหน่าย ได้แก่ 1) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น ROMA Plus ที่มีคุณสมบัติเด่นในการกรองน้ำสะอาดด้วยระบบ RO (Reverse Osmosis) พร้อมระบบ ควบคุมการทำงานอัจฉริยะ “SMART CONTROL” สามารถทำงานได้แม้แรงดันต่ำ และ LED แสดงผล แสดง สถานะการทำงานพร้อมแจ้งเตือนขณะทำงานผิดปกติ 2) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น UV Alkaline ที่มี คุณสมบัติเด่นคือไส้กรอง UF (Ultra Filtration) ชนิดพิเศษ PVDF ความละเอียดการกรองสูง ถึง 0.01 ไมครอน โดยทั้ง 2 รุ่นช่วยปรับสภาพน้ำที่กรองให้เป็นต่างเพื่อให้เหมาะกับการดื่มเพื่อสุขภาพ
  - เครื่องกรองน้ำ 5 รุ่นของบริษัทได้ผ่านการทดสอบตามมาตรฐาน AS/NZS 4020:2005 ทดสอบ โดย Eurofins AMS Laboratories Pty Ltd ซึ่งเป็นสถาบันชั้นนำจากประเทศออสเตรเลีย (AMS) ได้แก่ 1) SAFE Super AlkaLi 2) SAFE Alkaline Mini 3) SAFE ROMA Alkaline Plus 4) SAFE UV Alkaline 5) SAFE UF Alkaline
- 2560**
- วันที่ 21 มีนาคม ได้มีพิธีเปิดบริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด อย่างเป็นทางการ ณ นครหลวงเวียงจันทน์
  - วันที่ 2 มิถุนายน บริษัทเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้วจากเดิม 467.18 ล้านบาท เป็น 516.73 ล้านบาท จากกำหนดใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญตามใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งที่ 2 (TSR-W1) ในวันที่ 31 พฤษภาคม
  - บริษัทได้รับอนุสิทธิบัตร สารกรองหินแร่ธรรมชาติ (Alkaline Mine) ซึ่งได้ผ่านการทดสอบตามมาตรฐาน AS/NZS 4020:2005 ทดสอบโดย Eurofins AMS Laboratories Pty Ltd ซึ่งเป็นสถาบันชั้นนำจาก ประเทศออสเตรเลีย (AMS) นอกจากนี้บริษัทได้รับการขึ้นทะเบียนบน Website ของ NSF Product and Service Listings ในการใช้ไส้กรอง Spun Polypropylene Filter Cartridge ที่ได้รับรองมาตรฐาน NSF/ANSI42
  - บริษัทขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าและให้บริการได้ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศให้มากขึ้น ณ สิ้นปี 2560 มีจำนวนสาขาและศูนย์บริการเท่ากับ 22 สาขาและ 2 ศูนย์บริการ (สิ้นปี 2559 มีจำนวน 20 สาขาและ 3 ศูนย์บริการ)

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท เที่ยรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน)  
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560



#### 1.4 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท

บริษัท	ผลิตภัณฑ์หลัก	ลักษณะการประกอบธุรกิจหลัก	สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องกรองน้ำ</li> <li>- เหยือกกรองน้ำ</li> </ul>	จัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ เหยือกกรองน้ำ และน้ำดื่มผสมแร่ธาตุ โดยจัดจำหน่ายผ่าน บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด	99.98%
บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด	เครื่องปรับอากาศ ยี่ห้อ เฟดเดอร์	จำหน่ายเครื่องปรับอากาศ ยี่ห้อ เฟดเดอร์	59.99%
บริษัท เจริญรุ่งเรือง ลีสซิ่ง จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องใช้ไฟฟ้า</li> <li>- สินเชื่อส่วนบุคคล</li> <li>- สินเชื่อทะเบียนรถ</li> </ul>	จัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยการผ่อนชำระ การให้สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ และสินเชื่อทะเบียนรถ	100.00%
บริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง</li> <li>- เครื่องใช้ไฟฟ้า</li> </ul>	จัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้าในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	49.00%

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

บริษัท เอียร์สูร์ตีน์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

แบ่งรายได้จากการขายเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

- **รายได้จากการขายผ่านช่องทางการขายตรง:** มีรายได้หลักจากการขายเครื่องกรองน้ำ และสารกรอง ซึ่งใช้สำหรับเครื่องกรองน้ำของบริษัท และกลุ่มบริษัทเริ่มมีรายได้จากการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศในปลายปี 2557 และมีรายได้จากการขายเครื่องใช้ไฟฟ้ามากขึ้นจากการเพิ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในปี 2558 เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ เครื่องซักผ้า เป็นต้น รายได้จากการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าเติบโตมากขึ้นใน ปี 2559 และ 2560
- **รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทอื่น:** เป็นรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่าน บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขายตรงขนาดใหญ่

สัดส่วนรายได้จากการขายแยกตามแต่ละประเภท แสดงตามตาราง ดังนี้

รายได้จากการขาย	ดำเนินการ โดย	การถือหุ้น (ร้อยละ)	2560		2559		2558	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายตรง :								
-ขายตรงแบบเงินสด	TSR	100.00	145.72	10.2	148.46	9.2	140.36	9.7
-ขายตรงแบบผ่อนชำระ	TSR/TSRL	100.00	1,229.36	85.9	1,389.33	86.5	1,241.33	85.5
รวมรายได้จากการขายตรง			1,375.08	96.1	1,537.79	95.7	1,381.69	95.2
จัดจำหน่ายสินค้าผ่าน บริษัทอื่น	SAFE TRADE	99.98	56.61	3.9	69.83	4.3	70.50	4.8
รวมรายได้จากการขาย			1,431.69	100.0	1,607.62	100.0	1,452.19	100.0

หมายเหตุ: รายได้จากการขายผ่าน Modern trade และตัวแทนจำหน่าย รวมอยู่ในรายได้จากการขายตรงแบบเงินสด

## 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ



### 2.1.1 ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เอียร์สูรตัน จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย






ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<p>1 เครื่องกรองน้ำและสารกรอง</p> <p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น UV Alkaline</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น ROMA Plus</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น UF Alkaline</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>






ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น Alkaline Plus</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media Line : Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น RO Mineral Plus</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ <a href="http://www.homepro.co.th">www.homepro.co.th</a>)</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น UV Plus</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ <a href="http://www.homepro.co.th">www.homepro.co.th</a>)</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น Super Alkali</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>



ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น Power Health (P-Health)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ <a href="http://www.homepro.co.th">www.homepro.co.th</a>)</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media Line : Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น Alkaline Mini</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ <a href="http://www.homepro.co.th">www.homepro.co.th</a>)</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น i-Life</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ <a href="http://www.homepro.co.th">www.homepro.co.th</a>)</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เหยือกกรองน้ำ SAFE รุ่น Ecomize</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โมเดิร์นเทรด (ผ่านเว็บไซต์ <a href="http://www.homepro.co.th">www.homepro.co.th</a>)</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>

	ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
2	<p><b>เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น (UV และ UF)</b></p> <p>เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น มีระบบควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติแบบเทอร์โมสแตท และระบบกรองน้ำแบบ UV และ UF</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- E-commerce ภายใต้อีเว็บไซต์ <a href="http://www.officemate.co.th">www.officemate.co.th</a></li> <li>- ช่องทางลูกค้าองค์กร</li> <li>- ตัวแทนจำหน่าย</li> </ul>
3	<p><b>เครื่องใช้ไฟฟ้า</b></p> <p><b>3.1 เครื่องทำน้ำอุ่น</b></p> <p>เครื่องทำน้ำอุ่นภายใต้ยี่ห้อ "SAFE Electrics" จำหน่าย 2 รุ่น ได้แก่</p> <p>1) SAFE Electrics รุ่น P-Series 3,800 วัตต์ และ 4,500 วัตต์</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p><b>P-Series WH 3.8</b></p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p><b>P-Series WH 4.5</b></p>  </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ <a href="http://www.homepro.co.th">www.homepro.co.th</a>)</li> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้อีเว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้อีชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>
	<p>2) SAFE Electrics รุ่น Q-Series 3,800 วัตต์ และ 4,500 วัตต์</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p><b>Q-Series WH 3.8</b></p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p><b>Q-Series WH 4.5</b></p>  </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ <a href="http://www.homepro.co.th">www.homepro.co.th</a>)</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้อีเว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้อีชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<p><b>3.2 เครื่องปรับอากาศ</b></p> <p>บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศภายใต้ยี่ห้อ "ไดกิน" (Daikin) 2 รุ่น คือ</p> <p>เครื่องปรับอากาศ Daikin รุ่น FT SMASH II R32</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>
<p>เครื่องปรับอากาศ Daikin รุ่น INVERTER R32 Super Smile</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>
<p>บริษัทได้ลงทุนใน บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด และจำหน่ายเครื่องปรับอากาศภายใต้ยี่ห้อ "เฟดเดอร์" (Fedders)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>

	ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
4	<p><b>เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ</b> บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ ให้กับแบรนด์ชั้นนำ อาทิเช่น</p> <div data-bbox="268 392 933 1321">              </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>

หมายเหตุ : ในไตรมาส 3 ปี 2560 การจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในระบบเงินผ่อนจำหน่ายโดย บริษัท เอียร์สูร์ตัน ลีสซิ่ง จำกัด

## 2.1.2 ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด คือ เครื่องกรองน้ำและเหยือกกรองน้ำ ในปัจจุบันมีเครื่องกรองน้ำที่ผลิตขึ้นโดยเฉพาะให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด โดยเป็นผู้ว่าจ้างผลิตและเป็นลูกค้าหลักของบริษัทย่อยตลอดหลายปีที่ผ่านมา และในปัจจุบันมีเครื่องกรองน้ำและเหยือกกรองน้ำทั้งหมด 5 รุ่น

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 2.2.1 ภาพรวมอุตสาหกรรม

ในปี 2560 เป็นปีที่มีภาวะเศรษฐกิจค่อนข้างชะลอตัว ประกอบกับการแข่งขันทางการตลาดสูงและรุนแรง อันเป็นผลจากการกำลังซื้อที่ลดลงของผู้บริโภคและความไม่มั่นใจในภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ตลาดเครื่องกรองน้ำ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าตลาดกว่า 12,000 ล้านบาท (ที่มา: หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ปี 2560) จากข้อมูลทางการตลาดชี้ว่า ตลาดน้ำขวดมีอัตราเติบโตในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาซึ่งมีมูลค่ากว่า 45,000 ล้านบาทหรือประมาณ 4,200 ล้านลิตร ในปี 2559 และมีอัตราการเติบโต 11% (ที่มา: ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ปี 2560) เพราะกระแสใส่ใจสุขภาพมีมากขึ้น โดยเลือกซื้อจากยี่ห้อที่มั่นใจในผู้ผลิต ผู้บริโภคบางส่วนที่มีความต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายจึงหันมาเลือกซื้อเครื่องกรองน้ำมากขึ้น โดยศึกษาหาข้อมูลจากที่ต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้ช่องทางออนไลน์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีระบบเงินผ่อนรองรับการจับจ่าย ทำให้จำนวนคนในส่วนค้าปลีกลดลงอย่างเห็นได้ชัดซึ่งส่งผลให้สภาวะร้านค้าปลีกซบเซาและมีสภาพการแข่งขันที่รุนแรง โดยในปีที่ผ่านมาตลาดของสินค้ากลุ่มน้ำดื่มยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสินค้าเครื่องกรองน้ำอันเป็นผลมาจากในปัจจุบันคนส่วนใหญ่ใส่ใจและให้ความสำคัญต่อสุขภาพมากขึ้นอย่างชัดเจนจากกระแสการรักสุขภาพ การใส่ใจในการออกกำลังกาย รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยกำลังซื้อของผู้บริโภคกลับมาฟื้นตัวในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีซึ่งได้รับปัจจัยเชิงบวกจากวันหยุดยาวในช่วงสิ้นปี เป็นต้น

### 2.2.2 ภาพรวมตลาดเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือน

ภาพรวมของตลาดเครื่องกรองน้ำมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในขณะที่มีผู้ผลิตเพิ่มขึ้นเช่นกัน มีการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในประเทศไทยผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เครื่องกรองน้ำเพื่อกรองน้ำประปาสำหรับการอุปโภคและบริโภค อันเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตลาด ปัจจัยหลักในการเลือกซื้อเครื่องกรองน้ำคือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของระบบการกรองเป็นหลัก รวมทั้งรูปลักษณ์ของตัวเครื่อง โดยเฉพาะลูกค้ายุคใหม่ที่ชอบอยู่ในพื้นที่จำกัด เช่น คอนโด และ ทาวเฮาส์ เป็นต้น โดยเน้นเครื่องกรองที่มีรูปลักษณ์สวย ขนาดกะทัดรัด ใช้งานง่ายสามารถดูแลเบื้องต้นได้ด้วยตัวเอง ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้ซื้อที่มีกำลังซื้อสูง ในส่วนของลูกค้าต่างจังหวัดหรือภูมิภาคที่ไม่ได้มีข้อจำกัดทางด้านพื้นที่จึงเน้นสินค้าที่มีความคุ้มค่าและเพียงพอต่อการใช้งาน รวมถึงเหมาะสมกับสภาพน้ำในแต่ละพื้นที่ ดังนั้นผู้ผลิตส่วนใหญ่จึงได้ปรับเปลี่ยนและพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ ให้มีความสวยงามตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

### 2.2.3 สภาพการแข่งขัน

#### 2.2.3.1 สภาวะการแข่งขัน

ในปัจจุบันสภาวะการแข่งขันในตลาดเครื่องกรองน้ำไทยทวีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากมีผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยจากในและต่างประเทศที่เข้ามาแบ่งส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการรายเดิมต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ทั้งนี้ การขยายตัวอย่างรวดเร็วของที่อยู่อาศัยที่มีหลากหลายประเภทมากขึ้นประกอบกับตัวเลขการเติบโตของจำนวนผู้น้ำประปาทั่วประเทศ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจในด้านสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้ภาวณ้ำกร่อยในหลายพื้นที่ ยังคงเป็นปัจจัยบวกที่ส่งผลให้ความต้องการเครื่องกรองน้ำในครัวเรือนเพิ่มขึ้น บริษัทได้มีการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) ที่ชัดเจนในกลุ่มตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้ขั้นตอนการกรองที่มีประสิทธิภาพสูงพร้อมทั้งครอบคลุมทั้งในด้านการออกแบบและการผลิตด้วยโรงงานผลิตของบริษัทเองเพื่อให้เป็นเครื่องกรองน้ำที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพน้ำในแต่ละพื้นที่ และบริษัทยังสามารถควบคุมคุณภาพและต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และ

นำเสนอแนวคิดกรรมการกรองที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งมีการตั้งราคาที่เหมาะสม ส่งผลให้บริษัทยังคงสามารถแข่งขันในตลาดเครื่องกรองน้ำได้เป็นอย่างดี

บริษัทพิจารณาและดำเนินการทางธุรกิจเพื่อรักษารายได้โดยรวมของบริษัทให้มีความเสถียรภาพและยั่งยืน จึงพยายามสำรวจ ประเมินความเป็นไปได้ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อมองหาโอกาสใหม่ ๆ โดยหนึ่งในธุรกิจนำร่องที่เรามีโอกาสดำเนินการในปีที่ผ่านมา และประสบความสำเร็จคือการพัฒนาธุรกิจเครื่องทำน้ำอุ่น แม้ว่าบริษัทจะค่อนข้างกังวลต่อการหดตัวของตลาด รวมทั้งอำนาจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ลดลงที่เป็นผลกระทบต่อเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจที่เปราะบาง แต่บริษัทเชื่อว่าพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคต่อเครื่องทำน้ำอุ่นยังคงเพิ่มขึ้นหากบริษัทสามารถสร้างให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในสินค้า และกระตุ้นการซื้อด้วยกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อให้พวกเขาเหล่านั้นสามารถมีสินค้าไว้ครอบครองได้ง่ายขึ้น

### 2.2.3.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบการแข่งขันของตลาด

การนำเสนอสินค้าคุณภาพที่หลากหลาย ตรงกับความต้องการของลูกค้า ด้วยราคาที่เป็นเจ้าของได้มาพร้อมกับบริการหลังการขายที่มีมาตรฐานเป็นนโยบายที่บริษัทยังคงเดินหน้าเพื่อส่งมอบกลุ่มสินค้าเครื่องกรองน้ำ เครื่องทำน้ำอุ่น และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนเข้าสู่ตลาด

ในกลุ่มตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้ขั้นตอนการกรองที่มีประสิทธิภาพสูงนั้นมีผู้ประกอบการหลักจากทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีทั้งผู้ประกอบการที่เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ผู้ประกอบการที่เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย และผู้ประกอบการที่เป็นผู้จัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียว โดยผู้ประกอบการแต่ละรายมีกลยุทธ์และวิธีการนำเสนอจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งกลยุทธ์ทางด้านราคา คุณภาพ การกรอง และการบริการหลังการขาย ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่จากต่างประเทศมักจะมีจำหน่ายโดยระบบขายตรงหลายชั้น (Multi-Level Marketing : MLM) ในขณะที่ผู้ประกอบการในประเทศส่วนใหญ่มีการจัดจำหน่ายโดยผ่านสาขาของผู้ประกอบการเอง โดยปัจจุบันบริษัทมีสาขาในภูมิภาคทั่วประเทศจำนวน 22 สาขา และศูนย์บริการอีก 2 แห่ง หรือการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง นอกจากนี้ ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศนิยมคือการจัดจำหน่ายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ บริษัทซึ่งเป็นทั้งบริษัทผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของตนเองที่มีการจัดจำหน่ายผ่านระบบขายตรงชั้นเดียว (Single Level Direct Sales) เป็นหลักโดยการมุ่งเน้นการขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงผ่านพนักงานขายของบริษัทซึ่งมีความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และบริษัทยังได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายเพื่อให้ตอบสนองต่อทุกความต้องการของผู้บริโภค ในขณะเดียวกันการแข่งขันภาพรวมบริษัทได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังระบบอีคอมเมิร์ซเพื่อให้ครอบคลุมทุก segment ในตลาดรวมถึงการขายผ่านช่องทาง Social Media เช่น Facebook และ Line เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทได้ผลิตสินค้าเครื่องกรองน้ำขายให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิดี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขายตรงชั้นนำแห่งหนึ่งของประเทศที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำภายใต้ยี่ห้อ “กิฟฟารีน” ผ่านเครือข่ายสมาชิกของบริษัทขายตรงดังกล่าว ซึ่งเป็นอีกช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท (จำหน่ายผ่านบริษัทย่อย)

## 2.2.4 กลยุทธ์ด้านการตลาด

โดยในปีนั้นบริษัทมุ่งเน้นการให้ความรู้เรื่องระบบการกรองน้ำและคุณสมบัติของ “น้ำดื่มหรือน้ำอัลคาไลน์” ซึ่งได้นำเอาเทคโนโลยี On-line ได้แก่ Website, Facebook, Line@, Line Official, YouTube และ Off-line มาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือและเป็นสื่อในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภค

โดยในปี 2561 บริษัทคาดว่าสินค้าที่มีระดับราคาปานกลางจะมีโอกาสในการขยายตัวได้ตามภาวะเศรษฐกิจมากกว่าในช่วงปีที่ผ่านมา อันเป็นผลมาจากปัจจัยเชิงบวกทางเศรษฐกิจที่ค่อย ๆ ฟื้นตัวและกลับมาคึกคักมากขึ้นตั้งแต่ช่วงปลายปีที่ผ่านมา โดยบริษัทต้องการกระตุ้นการรับรู้แบรนด์สินค้า (Brand Awareness) และการให้ความรู้เรื่อง “น้ำดื่มหรือน้ำอัลคาไลน์” ซึ่งเป็นคุณสมบัติเด่นและเป็นจุดขายของทางบริษัท ซึ่งบริษัทเองถือเป็นผู้ผลิตภายในประเทศที่ใช้เทคโนโลยีการกรองระดับสูงและมีระบบการกรองน้ำครบทุกระบบ คือ UV, RO, UF และสารกรองที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน NSF โดยบริษัทยังคงมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่จะเข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

### ช่องทางการขายตรง

การขายตรงเป็นช่องทางการขายหลักของบริษัท บริษัทได้สรรหาบุคลากรเพิ่มขึ้นและพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถในการให้ความรู้และคำแนะนำ แต่เนื่องจากในปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคในสภาพตลาดที่มีการซื้อสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยกลุ่มลูกค้าบางส่วนได้เปลี่ยนพฤติกรรมโดยการซื้อสินค้าจากโมเดิร์นเทรด และบางส่วนมีการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นเพื่อเพิ่มโอกาสและพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันในช่องทางดังกล่าวทางบริษัทได้ให้ความสำคัญโดยเพิ่มงบประมาณและบุคลากรเพื่อเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความหลากหลายผ่านกลยุทธ์ O2O: Online to Offline โดยได้กำหนดเป้าหมายให้นำเครื่องมือทางออนไลน์เข้ามาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความหลากหลาย ซึ่งทางบริษัทได้ให้การสนับสนุนโดยการฝึกอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจในการใช้เครื่องมือเพื่อสร้างโอกาสการขาย และเป็นการปรับตัวเพื่อรองรับการขยายในอนาคต

### ช่องทางโมเดิร์นเทรด

ในช่วงปี 2560 ค่อนข้างชะลอตัวและมีการขยายตัวเพียงเล็กน้อยแต่ยังคงเป็นช่องทางที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล รวมถึงจังหวัดที่เป็นหัวเมืองหลักในแต่ละภูมิภาค ซึ่งเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มความสะดวกสบายและมีความพร้อมของสินค้ารวมถึงพื้นที่ในการจัดแสดงสินค้าให้สามารถเลือกซื้อและเปรียบเทียบให้ตรงความต้องการ และเพื่อสร้างโอกาสการขายและเข้าถึงผู้บริโภค รวมถึงครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ ได้มากขึ้น โดยบริษัทมีแผนการขยายการขายไปสู่โมเดิร์นเทรดอื่น ๆ ต่อไป เพื่อกระจายสินค้าเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้นรวมถึงกระตุ้นยอดขายผ่านกิจกรรมต่าง ๆ

### ช่องทางออนไลน์

จากสภาวะตลาดและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันบริษัทได้ปรับตัวเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงโดยเน้นสร้างฐานลูกค้าจากกลุ่มออนไลน์เป็นพิเศษเพราะเป็นช่องทางที่มีการเติบโตเป็นอย่างมากและต่อเนื่องโดยได้เน้นรายการส่งเสริมการขายผ่านโปรแกรมและกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งนี้ จากช่องทางออนไลน์ของบริษัทที่มีค่อนข้างหลากหลาย เช่น Facebook , Line@ , Line Official ช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและรวดเร็วในงบประมาณที่ถูกลง ซึ่งสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงไปของพฤติกรรมผู้บริโภค และได้นำมาประยุกต์ใช้ทำการตลาดออนไลน์โดยปิดการขายด้วยทีม Telesales ในส่วนของช่องทางขายหลักของบริษัทได้เน้นการสื่อสารและให้ความรู้พนักงานขายผ่านสื่อการขายทางออนไลน์ เพื่อช่วยให้สร้างความรู้ความเข้าใจในสินค้าและบริการ รวมถึงสามารถใช้ในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี



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

### (1) มุ่งเน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์

บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงที่นำมาใช้ในการผลิตเครื่องกรองน้ำ เช่น การใช้สารกรองที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจาก NSF สารกรอง activated carbon ที่นำเข้าจากยุโรป เป็นต้น เครื่องกรองน้ำ “SAFE” ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากห้องปฏิบัติการทดลอง Eurofins ams Laboratories Pty Ltd (ออสเตรเลีย) ตามมาตรฐาน AS/NZS 4020:2005 (รายละเอียดรุ่นที่ผ่านการทดสอบแสดงในหัวข้อ 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา)

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

บริษัทได้รับ “อนุสิทธิบัตร” ระบบการปรับสภาพความเป็นต่างของน้ำจากกรรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นการต่อยอดความมุ่งมั่นที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า สร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ “SAFE”

ในปี 2560 บริษัทได้รับอนุสิทธิบัตร สารกรองหินแร่ธรรมชาติ (Alkaline Mine) ซึ่งได้ผ่านการทดสอบตามมาตรฐาน AS/NZS 4020:2005 ทดสอบโดย Eurofins AMS Laboratories Pty Ltd ซึ่งเป็นสถาบันชั้นนำจากประเทศออสเตรเลีย (AMS)

นอกจากนี้บริษัทได้รับการขึ้นทะเบียนบน Website ของ NSF Product and Service Listings ในการใช้ไส้กรอง Spun Polypropylene Filter Cartridge. ที่ได้รับรองมาตรฐาน NSF/ANSI42

### (2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง และเพิ่มกลุ่มสินค้าให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าแบบโซลูชัน (Solution)

บริษัทได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เหมาะสมกับการบริโภค การใช้งาน และรสนิยมของลูกค้า ทั้งที่เป็นระบบการกรอง UV (ระบบการฆ่าเชื้อโรคด้วยแสง UV) ระบบ RO (Reverse Osmosis) และระบบ UF (Ultrafiltration) มีผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กที่เหมาะสมกับครอบครัวเดี่ยวในคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ หรือที่มีสมาชิกในครอบครัวน้อย มีผลิตภัณฑ์หลายระดับราคาที่ลูกค้าสามารถเลือกตามกำลังซื้อ เช่นในปี 2559 บริษัทได้ออกสินค้ารุ่น UF Alkaline มาเพื่อตอบสนองลูกค้าที่ใช้น้ำประปา และต้องการระบบการกรองน้ำที่มีความละเอียดในระดับราคาปานกลาง บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น คุณภาพสูง มีระบบการกรองในตัว มีแร่ธาตุ และน้ำที่กรองเป็นต่างอ่อน ๆ ที่สามารถใช้ได้ทั้งภายในสำนักงานและภายในครัวเรือน รวมไปถึงได้นำเสนอระบบกรองน้ำใช้ “Water Mate” ที่ช่วยเพิ่มคุณภาพน้ำที่ใช้การอุปโภคได้อย่างปลอดภัยมากขึ้น

จากการสำรวจตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการสินค้าในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว บริษัทได้ตอบสนองความต้องการดังกล่าวด้วยการนำเสนอสินค้าคุณภาพให้กับลูกค้า นอกจากนี้ เครื่องทำน้ำอุ่น “Safe Electrics” ที่มีความปลอดภัยสูง และเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ Fedders และ Daikin แล้ว บริษัทได้คัดสรรเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้รับความนิยม และมีคุณภาพดี นำเสนอให้กับลูกค้า เช่น โทรทัศน์ยี่ห้อ Samsung ตู้เย็นยี่ห้อ Toshiba เครื่องซักผ้ายี่ห้อ LG เป็นต้น และเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า ภายใต้โปรแกรม “ผ่อนสบาย” (“PONSABUY”) ที่ลูกค้าสามารถเลือกผ่อนชำระสินค้ากับบริษัทได้ สร้างความสุขและความสะดวกสบายให้กับครอบครัวได้ยิ่งขึ้น

**(3) ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและความสะดวกสบายของลูกค้า**

ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ นอกจากจะช่วยดูแลสุขภาพของลูกค้าแล้ว ยังช่วยให้ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้ำดื่ม บริษัทมีการรับประกันสินค้าสูงสุดถึง 2 ปี ในระหว่างการรับประกันลูกค้าจะได้รับบริการถึงบ้านโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

บริษัท เห็นว่าความสะดวกของลูกค้าเป็นภารกิจสำคัญที่ต้องปฏิบัติ เน้นการให้บริการถึงบ้าน โดยเริ่มจากการมีพนักงานไปนำเสนอ และให้ความรู้กับลูกค้าที่บ้าน การติดตั้งสะดวกรวดเร็ว มีบริการผ่อนชำระสินค้าและเก็บค่างวด มีบริการหลังการขายทั้งการซ่อมแซมและการเปลี่ยนสารกรองถึงบ้าน เพียงโทร 1210 ที่มีพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ พร้อมให้บริการทุกวัน และเพิ่มความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทผ่านทางช่องทาง Online ทั้งทาง Website, Facebook, Line official

บริษัทได้พัฒนาประสิทธิภาพการบริการให้กับลูกค้า ให้สามารถครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศไทยได้นำระบบ CRM (Customer Relationship Management) มาใช้อย่างจริงจัง มีการพัฒนาระบบ “Safe Mobile Application” ใช้ในการขาย และการเก็บเงินค่างวด ในการบริการด้วยช่างที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญหลายร้อยคนที่ประจำอยู่ทั่วประเทศ บริหารการให้บริการด้วยระบบ “I-Mind” ทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่สะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยังมีการเชื่อมต่อ (CRM : Customer Relation Management) กับระบบโทรศัพท์ (Cisco-IP Telephony) เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นและพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

**(4) เพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการ**

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

บริษัทได้ขยายสาขาโดยสิ้นปี 2560 มีจำนวน 22 สาขา และ 2 ศูนย์บริการ ครอบคลุมหัวเมืองหลักของประเทศในลักษณะที่เป็นเครือข่าย (Network) เพิ่มความสะดวกในการนำเสนอขาย และการบริการให้ลูกค้า บริษัทมีจำนวนพนักงานขายทางโทรศัพท์ ประมาณ 80 ที่นั่ง การขายผ่านช่องทางผ่านโมเดิร์นเทรด (ไฮเปอร์ จำนวน 25 สาขา)

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 บริษัทจึงเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และการดูแลสุขภาพของลูกค้า และครอบครัว พนักงานจึงเป็นปัจจัยหลักสำคัญของความสำเร็จ (Key Success Factor)

บริษัทได้พัฒนาวิธีการสรรหา และคัดเลือกพนักงานที่มีคุณภาพให้รองรับการขยายตัวของธุรกิจอย่างรวดเร็วของบริษัท บริษัทให้ความสำคัญในการสร้างความรู้ ทักษะ และมีการฝึกฝนอย่างจริงจัง นับตั้งแต่วันแรกที่เข้ามาปฏิบัติงาน ทั้งด้านความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ทักษะการขาย การบริการ การดูแลลูกค้า สร้างให้พนักงานมีทัศนคติ มีจิตใจบริการ เพื่อส่งมอบสุขภาพดีให้กับลูกค้า มีการจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมขึ้น เพื่อพัฒนาคุณภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบมีระบบครูฝึกภาคสนามให้แก่พนักงาน บริษัทดูแลผลตอบแทน สวัสดิการ และความเป็นอยู่ต่าง ๆ ของพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความสุข และความมั่นคง ที่จะส่งมอบบริการที่ดีมีคุณภาพให้กับลูกค้าได้ในทุกจุดที่ลูกค้าได้สัมผัสกับบริษัท เช่น เมื่อใกล้ครบระยะเวลาในการเปลี่ยนสารกรอง พนักงาน Telesales โทรไปแจ้งให้กับลูกค้า และมีพนักงานไปบริการถึงบ้าน พนักงานที่เก็บเงินค่างวดจะถามไถ่ปัญหาและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นประจำ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อให้กับญาติและเพื่อนต่อไปด้วย

2.2.5 ช่องทางการจำหน่าย2.2.5.1 การจัดจำหน่ายผ่านระบบขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Direct Sales)

บริษัทใช้ระบบการขายตรงแบบชั้นเดียวเป็นช่องทางหลักในการขายสินค้าของบริษัท เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าเป็นช่องทางที่พนักงานขายสามารถนำเสนอคุณสมบัติของสินค้าได้ชัดเจน และสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายสินค้าอื่น ๆ ของบริษัทต่อไป ทั้งนี้ พนักงานขายและบริการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีจำนวนกว่า 1,000 คน ทั่วประเทศ โดยพนักงานส่วนใหญ่ประจำที่สำนักงานใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนและรองรับการขายเครื่องกรองน้ำและสารกรองและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีคุณภาพที่บริษัทคิดสรรมาแล้วเป็นอย่างดี บริษัทได้ขยายสาขา โดยจำนวนสาขาและศูนย์บริการ ณ สิ้นปี 2560 เท่ากับ 22 สาขาและ 2 ศูนย์บริการ (สิ้นปี 2559 มีจำนวน 20 สาขาและ 3 ศูนย์บริการ) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

## รายละเอียดสาขา (22 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.บรมไตรโลกนารถ 2 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000	055-005-000
	นครสวรรค์	1102/86 หมู่ 10 ต.นครสวรรค์ตึก อ.เมือง จ. นครสวรรค์ 60000	099-380-3886
	เพชรบูรณ์	358 ม.10 ต.ซอนไพร อ.เมือง จ. เพชรบูรณ์ 67000	056-713-446

ภาค	สาขา	ที่อยู่	เบอร์โทร
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	265/4-5 ถ.อุปถัมภ์ ต.ในเมือง 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	122/4-5 ถ.วิจิตรการ 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.วัดประตู่ อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี 84000	077-964-000
	ภูเก็ต	32/4 ถ.พหลโยธิน 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
	ตรัง	239/23 ถ.กันตัง ต.ทับเที่ยง อ.เมือง จ.ตรัง 92000	075-290-539

#### รายละเอียดศูนย์บริการ (2 แห่ง)

ภาค	ศูนย์บริการ	ที่อยู่	เบอร์โทร
กลาง	ลำลูกกา	38/16 หมู่ 3 ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12130	02-819-8888 ต่อ 2516
	สมุทรปราการ	392/4-5 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270	02-819-3306

ในระบบการขายตรงของบริษัท พนักงานขายจะได้รับค่านายหน้าแปรผันตามยอดขาย นอกจากนี้ บริษัทยังมีการกำหนดผลตอบแทนสำหรับพนักงานขาย เพื่อสนับสนุนยอดขายตามความเหมาะสม

#### 2.2.5.2 การจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing)

บริษัทได้พัฒนาขีดความสามารถในการจัดจำหน่ายสินค้าทางโทรศัพท์โดยการนำโปรแกรมบริหารงานลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) เชื่อมต่อกับระบบโทรศัพท์ (Cisco-IP Telephony) และฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท (Customer Database) โดยได้เริ่มใช้ระบบดังกล่าวในการขายสารกรองควบคู่ไปกับการขายผ่านพนักงานขายสารกรองแบบปกติ และต่อมาช่องทางการขายทางโทรศัพท์ได้กลายเป็นช่องทางหลักในการขายเครื่องใช้ไฟฟ้า บริษัทจึงได้ขยายช่องทางการขายทางโทรศัพท์เพื่อรองรับการขายที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยสิ้นปี 2560 มีจำนวนพนักงานขายทางโทรศัพท์ประมาณ 80 ที่นั่ง ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถติดต่อหน่วยงานขาย สอบถามข้อมูลหรือการบริการต่าง ๆ ได้โดยโทรติดต่อ Call Center 1210 และ 02-819-8888 รวม 120 คู่สาย บริษัทได้เพิ่มบุคลากรเพื่อรองรับลูกค้าออนไลน์จากช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook และ Line เป็นต้น เพื่อตอบรับการให้บริการผ่านทางช่องทางใหม่ให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งได้ทำการเพิ่มหมวดหมู่สินค้าให้กับลูกค้า นอกจากผลิตภัณฑ์หลักคือเครื่องกรองน้ำและชุดสารกรองแล้วบริษัทยังนำเสนอขายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อไดกิ้น, เครื่องปรับอากาศยี่ห้อเพดเดอร์, เครื่องทำน้ำอุ่น Safe Electrics และ เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ เช่น สิ้นค้ายี่ห้อโตชิบา แอลจี และซัมซุง เป็นต้น ทั้งนี้การบริหารงานขายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์นี้จะสามารถติดต่อลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายของงานขายและยังสามารถบริหารค่าใช้จ่ายได้โดยมีโครงสร้างค่าใช้จ่ายค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางการขายด้านอื่น ๆ

#### 2.2.5.3 การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทอื่น

บริษัทย่อยเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าเครื่องกรองน้ำ และเหยือกกรองน้ำให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (บริษัทขายตรงขนาดใหญ่) โดยบริษัทย่อยได้รับความไว้วางใจให้ผลิตสินค้าดังกล่าวเนื่องจากปัจจัยความพร้อมในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การค้นคว้าและวิจัยเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง คุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน การจัดส่งที่ตรงตามเวลา บริการหลังการขาย การจัดอบรมความรู้ผลิตภัณฑ์ให้แก่สมาชิกเครือข่าย รวมทั้งความสัมพันธ์อันดีกับทางลูกค้า

### 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

#### (ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำทั้งสิ้น 4 แห่ง ได้แก่

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

โรงงานมีกำลังการผลิตรวมสำหรับเครื่องกรองน้ำเฉลี่ยประมาณเดือนละ 30,000 เครื่อง โดยปัจจุบันใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ประมาณร้อยละ 70 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ต่อการทำงาน 8 ชั่วโมง

## (ข) กระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ ของบริษัท

กระบวนการดำเนินงานหลักต่าง ๆ ของบริษัท ได้แก่

### 1. ขั้นตอนการดำเนินงาน กระบวนการผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัท มีขั้นตอนโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

- **การออกแบบเครื่องกรองน้ำ:** ดำเนินการโดยฝ่ายควบคุมคุณภาพการผลิต ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านเครื่องกรองน้ำโดยตรง โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพการกรองน้ำ ความสะดวกในการใช้งาน และรูปลักษณ์ความสวยงามของเครื่องกรองน้ำ
- **การทำแม่พิมพ์:** ภายหลังจากขั้นตอนการออกแบบ บริษัทจะส่งแบบให้ผู้ผลิตทำแม่พิมพ์ส่วนต่าง ๆ และให้ฝ่ายควบคุมคุณภาพการผลิต เข้าไปตรวจสอบชิ้นงานแม่พิมพ์ต้นแบบที่โรงงานผลิตเพื่อควบคุมรายละเอียดต่าง ๆ ของชิ้นงานให้เป็นไปตามที่ออกแบบ

#### - **การคัดเลือกวัสดุส่วนประกอบและสารกรองน้ำ:**

**วัสดุส่วนประกอบ** คัดเลือกวัสดุคุณภาพ Food Grade ที่มีความแข็งแรงทนทาน และมีความเหมาะสมกับรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ในส่วนวัสดุที่สัมผัสน้ำได้เลือกใช้วัสดุที่มีความปลอดภัย สามารถนำมาใช้กับน้ำดื่มได้ (Food Grade) โดยบริษัทจะจัดส่งแม่พิมพ์ให้แก่ผู้ผลิตเพื่อทำการฉีดพลาสติกขึ้นเป็นส่วนประกอบต่าง ๆ ของเครื่องซึ่งบริษัทจะทำการคัดเลือกผู้รับจ้างที่มีมาตรฐานและมีประสบการณ์ในการฉีดขึ้นรูปเครื่องกรองน้ำเท่านั้น

**สารกรองน้ำ** คัดเลือกสารกรองน้ำเกรดสูงทั้งจากในประเทศและจากต่างประเทศที่มีมาตรฐานสากลรับรอง นอกจากนี้ มีการทดสอบค่าการดูดซับสารเคมี (Iodine Number) ทางห้องปฏิบัติการอย่างสม่ำเสมอและมีการส่งไปยังหน่วยงานภายนอกเพื่อตรวจสอบคุณภาพเป็นประจำทุกปี อีกทั้งยังได้มีการส่งเครื่องกรองน้ำไปทดสอบด้านคุณภาพการกรอง ณ ห้องปฏิบัติการทดสอบ Eurofins AMS Laboratories ประเทศออสเตรเลีย โดยการทดสอบประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านรสชาติของน้ำ 2. ด้านลักษณะที่ปรากฏ 3. ด้านการเกิดจุลินทรีย์ของในน้ำ 4. ด้านสารเป็นพิษ 5. ด้านสารก่อกลายพันธุ์ และ 6. ด้านโลหะหนักในน้ำ ซึ่งถือได้ว่ามีความเชี่ยวชาญด้านการทดสอบอาหารและเครื่องดื่ม เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และในการคัดเลือกวัตถุดิบก่อนที่จะมีการผลิตจะต้องตรวจรับวัตถุดิบว่ามีคุณสมบัติเป็นไปตามที่กำหนดไว้ โดยบริษัทจะเน้นการคัดสรร ผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่ดีที่สุดที่จะนำมาใช้กับเครื่องกรองน้ำของบริษัท

ในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน บริษัทได้จัดทำเป็นคู่มือมาตรฐานแสดงขั้นตอนที่ชัดเจน เพื่อให้การผลิตสินค้ามีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานที่วางไว้โดยบริษัทได้รับการรับรอง ISO 9001:2015 นอกจากนี้ บริษัทมีการวางแผนการผลิตที่ชัดเจนเพื่อให้สอดคล้องกับยอดขาย ความต้องการสินค้า และปริมาณสินค้าคงคลัง เพื่อป้องกันปัญหาสินค้าขาดแคลน หรือการสำรองสินค้ามากเกินไป นอกจากนี้ บริษัทจะทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าภายหลังจากผลิตเสร็จ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัท

### 2. ขั้นตอนการดำเนินงาน การจำหน่าย และเก็บค่างวดการจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ มีขั้นตอนโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

- 1) พนักงานขายนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า โดยแจ้งว่าจำหน่ายทั้งระบบเงินสดและเงินผ่อน ในกรณีการผ่อนชำระ บริษัทมีนโยบายในการคัดกรองลูกค้าโดยให้พนักงานขายคัดกรองในเบื้องต้น จากนั้นหัวหน้าทีมขายจะประเมินอีกรอบก่อนทำสัญญาเช่าซื้อ นอกจากนี้ ฝ่ายเครดิต ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เดินทางไปเก็บเงินค่าสินค้าตั้งแต่วัดที่สองเป็นต้นไป จะเป็นผู้ตรวจสอบคุณสมบัติของลูกค้าด้วยเช่นกัน

- 2) ทีมขายนำเสนอสัญญาการเช่าซื้อพร้อมเอกสารที่เกี่ยวข้องและเงินงวดแรกที่เก็บจากลูกค้าให้แก่ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าต่อไป
- 3) ในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาในการผ่อนชำระ บริษัทได้ดำเนินการติดตามและเรียกเก็บหนี้โดยแผนกเร่งรัดหนี้สิน และในกรณีที่บริษัทได้ส่งจดหมายทวงถามหนี้ไปยังลูกค้ารวม 2 ครั้ง บริษัทอาจพิจารณาดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

**3. ขั้นตอนการดำเนินงาน การจำหน่ายและเก็บค่างวดการจ่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า มีขั้นตอนโดยสรุปดังต่อไปนี้**

- 1) พนักงานขายทางโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าหรือพนักงานขายนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า โดยแจ้งว่าจำหน่ายทั้งระบบเงินสดและเงินผ่อน
- 2) กรณีผ่อนชำระ จะมีเจ้าหน้าที่ทำสัญญา เข้าไปตรวจสอบข้อมูลลูกค้า และเอกสารประกอบ เช่น เอกสารทางการเงิน เพื่อประเมินความสามารถในการผ่อนชำระของลูกค้าก่อนทำสัญญาเช่าซื้อ และลงนามในหนังสือให้ความยินยอมในการตรวจสอบข้อมูลเครดิต
- 3) เจ้าหน้าที่พิจารณาเครดิต ตรวจสอบข้อมูลเครดิตบูโรและพิจารณาร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ ตามข้อกำหนดของบริษัทถ้าผ่านก็แจ้งให้เจ้าหน้าที่ทำสัญญาดำเนินการต่อไป
- 4) เจ้าหน้าที่ทำสัญญา ให้ลูกค้าทำสัญญาเช่าซื้อพร้อมเก็บเงินดาวน์
- 5) ส่งมอบสินค้าพร้อมติดตั้ง
- 6) ในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาในการผ่อนชำระ บริษัทได้ดำเนินการติดตามและเรียกเก็บหนี้โดยแผนกติดตามทางโทรศัพท์ แผนกติดตามภาคสนาม แผนกเร่งรัดหนี้สิน บริษัททวงถามหนี้สิน และในกรณีที่บริษัทได้ส่งจดหมายทวงถามหนี้ไปยังลูกค้ารวม 2 ครั้งแล้วลูกค้ายังไม่ชำระก็จะดำเนินการยึดสินค้าคืน และบริษัทอาจพิจารณาดำเนินการตามกฎหมายต่อไป



## นโยบายทางบัญชี

บริษัทจำหน่ายสินค้าในรูปแบบขายผ่อนชำระประมาณร้อยละ 86 ของรายได้จากการขายสินค้า บริษัทจึงให้ความสำคัญกับนโยบายทางบัญชีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การรับรู้รายได้
2. ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ และการตัดหนี้สูญ
3. ค่าเผื่อการรับคืนสินค้า ตามนโยบายรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า
4. ประมาณการหนี้สินจากการรับประกันสินค้า โดยการเปลี่ยน/ซ่อมสินค้าให้แก่ลูกค้าตามนโยบายรับประกันคุณภาพสินค้า

ลำดับ	นโยบาย	รายละเอียด																													
1	การรับรู้รายได้	<p><b>ขายสินค้า</b></p> <p>รายได้จากการขายสินค้ารับรู้เมื่อกลุ่มบริษัทได้อนความเสี่ยงและผลตอบแทนที่มีนัยสำคัญของความเป็นเจ้าของสินค้าให้กับผู้ซื้อแล้ว รายได้จากการขายแสดงมูลค่าตามราคาในใบกำกับสินค้าโดยไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับสินค้าที่ได้ส่งมอบหลังจากหักส่วนลดแล้ว</p> <p><b>รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อ</b></p> <p>รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อรับรู้ตามอัตราผลตอบแทนที่แท้จริงตามระยะเวลาของสัญญา และจะหยุดรับรู้รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อเมื่อลูกหนี้ค้างชำระค้างงวดเกินกำหนด 3 งวด นับจากวันครบกำหนดชำระ</p>																													
2	ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ และการตัดหนี้สูญ	<p><b>ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ</b></p> <p>กลุ่มบริษัทมีนโยบายตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ที่คาดว่าจะไม่สามารถเรียกชำระหนี้ได้ ดังนี้</p> <p><b>ลูกหนี้ขายเชื่อ</b></p> <p>กลุ่มบริษัทตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญโดยพิจารณาจากรายงานวิเคราะห์อายุลูกหนี้ลูกหนี้ที่ค้างชำระเกิน 3 เดือน จะตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100 ของยอดลูกหนี้คงค้าง</p> <p><b>ลูกค้าขายผ่อน</b></p> <p>กลุ่มบริษัทมีนโยบายการตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ผ่อนชำระ โดยกำหนดอัตราค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญเป็นร้อยละของลูกหนี้เช่าซื้อหลังหักดอกผลเช่าซื้อยอดตัดบัญชีและภาษีขายยอดตัดบัญชีแล้ว ดังนี้</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">สถานะบัญชีลูกหนี้</th><th colspan="2">อัตราค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ (ร้อยละ)</th></tr> <tr> <th>เครื่องกรองน้ำ</th><th>เครื่องใช้ไฟฟ้า***</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ยังไม่ถึงกำหนดชำระ</td><td>2.5</td><td>1</td></tr> <tr> <td>ค้างชำระ 1 งวด</td><td>6</td><td>2</td></tr> <tr> <td>ค้างชำระ 2 งวด</td><td>30</td><td>10</td></tr> <tr> <td>ค้างชำระ 3 งวด</td><td>50</td><td>20</td></tr> <tr> <td>ค้างชำระ 4 งวด</td><td>50 และ 100*</td><td>30</td></tr> <tr> <td>ค้างชำระ 5 งวด</td><td>50 และ 100*</td><td>40</td></tr> <tr> <td>ค้างชำระ 6 งวด</td><td>50 และ 100*</td><td>50</td></tr> <tr> <td>ค้างชำระเกิน 6 งวด</td><td>50 และ 100*</td><td>50 และ 100**</td></tr> </tbody> </table>	สถานะบัญชีลูกหนี้	อัตราค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ (ร้อยละ)		เครื่องกรองน้ำ	เครื่องใช้ไฟฟ้า***	ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	2.5	1	ค้างชำระ 1 งวด	6	2	ค้างชำระ 2 งวด	30	10	ค้างชำระ 3 งวด	50	20	ค้างชำระ 4 งวด	50 และ 100*	30	ค้างชำระ 5 งวด	50 และ 100*	40	ค้างชำระ 6 งวด	50 และ 100*	50	ค้างชำระเกิน 6 งวด	50 และ 100*	50 และ 100**
สถานะบัญชีลูกหนี้	อัตราค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ (ร้อยละ)																														
	เครื่องกรองน้ำ	เครื่องใช้ไฟฟ้า***																													
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	2.5	1																													
ค้างชำระ 1 งวด	6	2																													
ค้างชำระ 2 งวด	30	10																													
ค้างชำระ 3 งวด	50	20																													
ค้างชำระ 4 งวด	50 และ 100*	30																													
ค้างชำระ 5 งวด	50 และ 100*	40																													
ค้างชำระ 6 งวด	50 และ 100*	50																													
ค้างชำระเกิน 6 งวด	50 และ 100*	50 และ 100**																													

ลำดับ	นโยบาย	รายละเอียด
		<p>*ลูกหนี้เครื่องกรองน้ำ: ค้างชำระเกิน 3 งวดไม่ติดต่อกัน อัตราค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 50 และค้างชำระเกิน 3 งวดติดต่อกันอัตราค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100</p> <p>**ลูกหนี้เครื่องใช้ไฟฟ้า: ค้างชำระเกิน 6 งวดไม่ติดต่อกัน อัตราค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 50 และค้างชำระเกิน 6 งวดติดต่อกันอัตราค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100</p> <p>***ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าคำนวณจากยอดลูกหนี้หลังจากหักดอกผลเช่าซื้อและภาษีขายรอตัดบัญชีและสุทธิจากมูลค่าซากของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยพิจารณาจากอายุการใช้งานและสภาพของหลักประกัน และราคาตลาดสินค้ายึดคืนเพื่อขายต่อเป็นสินค้ามือสอง</p> <p><i>การตัดหนี้สูญ</i></p> <p>กลุ่มบริษัทบันทึกหนี้สูญสำหรับลูกหนี้ค้างชำระ เมื่อบริษัทออกจดหมายทวงถามครบ 2 ครั้ง และลูกหนี้ไม่ชำระหนี้</p>
3	ค่าเผื่อการรับคืนสินค้า	<p>บริษัทมีนโยบายการรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถคืนสินค้าภายในเวลา 30 วันนับจากวันที่ติดตั้ง ค่าเผื่อการรับคืนสินค้าในปี 2560 อ้างอิงจากสถิติการคืนสินค้าของลูกค้าในปี 2558 และ 2559</p> <p>ปัจจุบันบริษัทบันทึกค่าเผื่อการรับคืนสินค้าเท่ากับร้อยละ 1.36 ของยอดขายสินค้า โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ค่าเผื่อการรับคืนสินค้านี้มีจำนวน 1.01 ล้านบาท</p>
4	ประมาณการหนี้สินจากการรับประกันสินค้า	<p>บริษัทมีนโยบายเปลี่ยนและซ่อมสินค้าให้แก่ลูกค้าตามนโยบายการรับประกันคุณภาพสินค้าภายในเวลา 1-2 ปี นับจากวันที่ติดตั้ง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ประมาณการหนี้สินจากการรับประกันสินค้านี้มีจำนวน 2.71 ล้านบาท</p>

### 3. การจัดหาวัตถุดิบ

#### 3.1) วัตถุดิบในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัท ได้แก่ ส่วนตัวของเครื่องกรองน้ำ (Housing) และสารกรอง (Filter Media) สำหรับตัวเครื่องกรองน้ำที่เป็นพลาสติก บริษัทเป็นผู้ออกแบบและว่าจ้างบริษัทคู่ค้าให้เป็นผู้ผลิต ส่วนสารกรองบริษัทจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่ผ่านผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศหลายราย และนำเข้าบางส่วนจากต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ขายที่มีความสัมพันธ์มากกว่า 5 ปี โดยบริษัทมีนโยบายสำรองวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าได้ไม่ต่ำกว่า 15 - 20 วัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาในกระบวนการผลิตของวัตถุดิบแต่ละชนิด ทั้งนี้จะมีการทดสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่นำส่งในแต่ละครั้ง

#### 3.2) พนักงานขาย

บริษัทมีกระบวนการคัดเลือกพนักงานขายโดยคัดเลือกจากผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและรักงานขาย บริษัทจัดฝึกอบรมพนักงานใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในสินค้าเป็นอย่างดี รวมถึงการจัดฝึกอบรมเพื่อสร้างทักษะการขายและเข้าใจถึงจิตวิทยาการขาย และจัดทำคู่มือการขายเพื่อให้พนักงานขายทุกคนใช้เป็นแนวทางในการขายสินค้า ทั้งนี้ บริษัทยังจัดให้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการเป็นประจำ และมีกิจกรรมสัมมนาเพื่อเพิ่มทักษะด้านการขายสำหรับพนักงานขายที่สามารถขายยอดขายได้เกินเป้าที่ตั้งไว้ บริษัทมีการให้รางวัล เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้พนักงานขายมีความมุ่งมั่นในการขาย และเป็นการสนับสนุนพนักงานขายที่มีคุณภาพให้ทำงานกับบริษัทในระยะยาว

### (ค) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต

#### การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

##### การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีการบริหารจัดการในกรณีที่ยึดเครื่องคืนมาจากลูกค้า หรือรับคืนเครื่องเก่ามาจากลูกค้า หรือของเสียในการผลิต ได้แก่ พลาสติก และสารกรอง บริษัทได้จำแนกสารกรองออกเป็นสารกรองที่ติดกับสารกรองคุณภาพต่ำ โดยสารกรองที่ติดนั้น บริษัทจะนำมาปรับปรุงคุณภาพ เพื่อขายให้แก่ผู้ผลิตเครื่องกรองน้ำที่ไม่ใช่เครื่องกรองน้ำเพื่ออุปโภคบริโภคในครัวเรือน อาทิเช่น เครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในอุตสาหกรรม เป็นต้น ในส่วนของสารกรองคุณภาพต่ำนั้น บริษัทนำมาผ่านกระบวนการอัดทำเป็นอิฐมวลเบาเพื่อใช้งานภายใน นอกจากนี้ บริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งตามมาตรฐานน้ำทิ้งของกระทรวงอุตสาหกรรม

##### การจัดการด้านความปลอดภัย

ความปลอดภัยของพนักงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญมาโดยตลอด โดยได้มีการกำหนดขั้นตอนแห่งความปลอดภัยไว้ในคู่มือการทำงานของบริษัท เพื่อให้พนักงานผลิตปฏิบัติตามรวมทั้งจัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่เหมาะสมกับพนักงานใน แต่ละหน้าที่ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด ทั้งนี้ ในกระบวนการผลิตในปี 2560 ที่ผ่านมาของบริษัทไม่มีสถิติการเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงทั้งในสำนักงานและโรงงาน

### 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

บริษัทจำหน่ายสินค้าเครื่องกรองน้ำส่วนใหญ่ผ่านช่องทางการขายตรงชั้นเดียว (Single Level Direct Sales) ซึ่งมุ่งเน้นการขายสินค้าโดยทีมงานขายตรง และมีรายได้จากการจัดจำหน่ายด้วยช่องทางการขายตรงประมาณร้อยละ 95 ของรายได้จากการขาย จากประสบการณ์ในการขายผ่านช่องทางการขายตรงชั้นเดียวมาอย่างยาวนาน บริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการขายผ่านช่องทางดังกล่าวนี้เป็นช่องทางที่เหมาะสม เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำจำเป็นต้องอาศัยการอธิบายรายละเอียดด้านเทคนิคและคุณสมบัติโดยพนักงานขายอธิบายและสาธิตการใช้งานสินค้าให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจน เพื่อแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนปิดการขาย ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถเฉพาะตัวของพนักงานแต่ละคน โดยพนักงานที่มีทักษะการขายที่โดดเด่นอาจถูกดึงตัวไปเป็นพนักงานหรือตัวแทนขายของผู้ประกอบการรายอื่นที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าได้ บริษัทจึงมีนโยบายให้ความสำคัญแก่พนักงานขาย โดยเสนอค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมแก่กลุ่มพนักงานขายดังกล่าว และบริษัทได้จัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการขายแก่พนักงานขายของบริษัทและเพื่อเสริมประสิทธิภาพของทีมงานขายอย่างสม่ำเสมอ

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการจำหน่ายผ่านช่องทางการขายตรงชั้นเดียว จึงได้พยายามเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากช่องทางขายตรงดังกล่าว เพื่อให้ครอบคลุมลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เช่น การจำหน่ายสินค้าในโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) การจำหน่ายสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing) ช่องทางอินเทอร์เน็ต (E-commerce) สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Lazada และอื่น ๆ รวมถึงการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพื่อให้สามารถนำเสนอสินค้าและบริการให้เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการขายอื่น ๆ อาทิ การผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภท OEM แก่บริษัทขายตรงอื่น

### 3.1.3 ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้า และการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่อาจส่งผลกระทบต่อยอดขาย และต้นทุนการผลิต

การเปิดเสรีการค้า และการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 ซึ่งเป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือ อาเซียน (ASEAN) 10 ประเทศ จะส่งผลให้มีการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรเงินทุน แรงงาน และการค้าขายระหว่างกันในตลาดอาเซียน อาจจะทำให้มีสินค้าจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ เข้ามาแข่งขันในไทยมากขึ้น บริษัทจึงมีแผนการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้บริษัทมีแผนที่จะขยายตลาดไปยังประเทศแถบประชาคมอาเซียน (AEC) โดยจะพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ และความเป็นไปได้ในการทำการตลาด บริษัทได้เริ่มนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายผ่านบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัทกับนักธุรกิจไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศกัมพูชา พร้อมทั้งกำลังศึกษาที่จะนำสินค้าไปจำหน่ายในประเทศ AEC อื่น ๆ ต่อไป

### 3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

#### 3.2.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

กระบวนการผลิตเครื่องกรองน้ำประกอบด้วย ส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่หลากหลาย ทั้งในส่วนของตัวเครื่อง และชุดสารกรอง ซึ่งส่วนใหญ่สามารถผลิตได้ภายในประเทศ และบางส่วนต้องพึ่งพาการนำเข้าจากผู้จำหน่ายรายใหญ่ โดยราคาวัสดุและอุปกรณ์จะแปรผันตามราคาตลาดและอัตราแลกเปลี่ยนในกรณีที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศซึ่งบริษัทอาจได้รับผลกระทบบางส่วนจากความผันผวนของราคาวัสดุและอุปกรณ์รวมทั้งอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งในส่วนนี้บริษัทได้นำเครื่องมือทางการเงินมาใช้ในการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน เพื่อลดผลกระทบบางส่วนจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

#### 3.2.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับใบอนุญาตการประกอบธุรกิจ

โรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัทแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ในพื้นที่สีส้ม ซึ่งเป็นพื้นที่ประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่น โดยได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2550 ภายใต้งบเงื่อนไขว่าใบอนุญาตดังกล่าวอาจถูกเพิกถอนได้ หากได้รับการร้องเรียนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือก่อให้เกิดปัญหาแก่ชุมชน สำหรับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานในปี 2560 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 และใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทซ่อม ประกอบเครื่องทำน้ำอุ่นและเครื่องทำน้ำร้อนจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2565

- โรงงานที่ 4 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบ ซ่อม เครื่องกรองน้ำ และบดเศษพลาสติก จากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2563

ทั้งนี้ บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่ออายุใบอนุญาตของแต่ละโรงงาน อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารของบริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถได้รับการต่ออายุใบอนุญาตดังกล่าว เนื่องจากการประกอบผลิตภัณฑ์ไม่สร้างมลพิษใด ๆ และบริษัทยังไม่เคยได้รับการแจ้งเตือนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือการร้องเรียนจากผู้อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงอย่างมีนัยสำคัญแต่อย่างใด

### 3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

#### 3.3.1 ความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อ

การขายเครื่องกรองน้ำและเครื่องใช้ไฟฟ้าของกลุ่มบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นการขายผ่อนชำระตามสัญญาเช่าซื้อ ซึ่งคุณภาพของลูกหนี้เช่าซื้อจะเป็นปัจจัยหลักในการรับรู้รายได้ของบริษัท โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทมียอดลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อสำหรับเครื่องกรองน้ำที่ค้างชำระเกิน 3 งวดติดต่อกัน มีสัดส่วนร้อยละ 5.39 สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า ลูกหนี้ที่ค้างชำระเกิน 6 งวดติดต่อกัน มีสัดส่วนร้อยละ 3.12 ของยอดลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ (หลังหักดอกเบี้ยยที่ยังไม่ถือเป็นรายได้และภาษีขายรอตัดบัญชี) ที่ผ่านมาลูกค้านำของบริษัทส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายย่อยในระดับล่างถึงกลาง โดยบริษัทกำหนดนโยบายการคัดเลือกลูกค้าที่ผ่อนปรนเพื่อให้กลุ่มลูกค้าดังกล่าวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทกำหนดนโยบายการตรวจสอบและควบคุมการให้สินเชื่อ รวมทั้งในกรณีที่ลูกหนี้ค้างชำระ บริษัทจะตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในระดับที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับสัดส่วนหนี้สูญในอดีต และหากลูกหนี้ค้างชำระเกิน 3 งวด บริษัทจะหยุดรับรู้รายได้ดอกผลจากการเช่าซื้อทั้งจำนวน รวมทั้งดำเนินการทางกฎหมายโดยออกหนังสือทวงถามไปยังลูกค้า รวม 2 ครั้ง ก่อนการตัดลูกหนี้ดังกล่าวเป็นหนี้สูญต่อไป ทั้งนี้จากการที่สินค้าของบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง ในปี 2560 อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 75.73 เมื่อหักค่าใช้จ่ายในการขาย หนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญแล้ว บริษัทยังมีกำไรจากการดำเนินการขายตรงแบบผ่อนชำระในเกณฑ์สูงเพียงพอ โดยในปี 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 4.51

ทั้งนี้ มาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดจากลูกหนี้เช่าซื้อซึ่งอาจไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงในสัญญาของบริษัทสามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

- กำหนดคุณสมบัติของลูกค้านำกลุ่มเป้าหมายในเบื้องต้น เพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนแก่ทีมงานขาย โดยต้องผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากพนักงานขาย และหัวหน้าทีมพิจารณาอีกครั้งก่อนทำสัญญา จากนั้นมีการตรวจสอบคุณภาพลูกหนี้ โดยฝ่ายเครดิตประเมินความน่าเชื่อถือของลูกค้าแต่ละรายว่าเหมาะสมกับแผนการผ่อนชำระสินค้า พร้อมทั้งตรวจสอบว่ามีการติดตั้งครบถ้วนหรือไม่ และฝ่ายเครดิตเป็นหน่วยงานที่เก็บค่างวดผ่อนชำระ ทั้งนี้ สำหรับการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่อนชำระตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 บริษัทได้ตรวจสอบเครดิตบูโรของลูกค้าเพื่อคัดกรองลูกค้าก่อนอนุมัติการขาย
- กำหนดการจ่ายผลตอบแทนแก่ทีมพนักงานขาย โดยอ้างอิงจากคุณภาพการขาย และในกรณีที่เกิดหนี้สูญจากการขาย พนักงานขายและผู้บริหารฝ่ายขายที่เกี่ยวข้องจะมีส่วนร่วมรับผิดชอบชำระค่าเสียหายแก่บริษัท เพื่อทดแทนความเสียหายตามหลักเกณฑ์ของบริษัท
- ในกรณีที่ลูกหนี้เช่าซื้อไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญากับบริษัท บริษัทจะดำเนินการติดตามทวงถามหนี้สินคงค้างจากลูกหนี้ที่ค้างชำระเกินกำหนดโดยแผนกเร่งรัดหนี้สินและฝ่ายกฎหมายของบริษัท รวมทั้งจะดำเนินการถอดเครื่องคืนจากลูกหนี้ดังกล่าว โดยเครื่องกรองน้ำหากเครื่องที่ยึดคืนยังอยู่ในสภาพดี จะถูกส่งไปปรับปรุงสภาพที่โรงงาน และขายให้แก่พนักงานของบริษัท (ยกเว้นพนักงานฝ่ายขาย) ในลักษณะสินค้าตกเกรดในราคาถูก สำหรับสินค้าที่อยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์ บริษัทจะทำการ

ถอดชิ้นส่วนโครงสร้างเพื่อจำหน่ายเป็นเศษพลาสติกต่อไป สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า บริษัทจะขายเป็นสินค้ามือสอง

- สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า เมื่อมีเครื่องจากการยึดคืนบริษัทจะนำมาขายเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองต่อไป

### 3.3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

บริษัทเบิกใช้เงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินเพื่อใช้สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทมีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินคงค้างจำนวน 129.91 ล้านบาท และมีเงินกู้ยืมระยะยาวคงค้างจำนวน 21.97 ล้านบาท ในการบริหารต้นทุนทางการเงิน บริษัทพิจารณาใช้แหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ทั้งนี้จะพิจารณาเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา บริษัทจึงมีความเสี่ยงบางส่วนจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น และส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทมีวงเงินเครดิตกับสถาบันการเงินหลายแห่ง เพื่อรองรับในกรณีที่มีความจำเป็นต้องใช้เงินทุน นอกจากนี้บริษัทได้พิจารณาจัดหาเงินทุนด้วยวิธีอื่นตามความเหมาะสมของสถานะเศรษฐกิจ

### 3.4 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

#### ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจกำหนดนโยบายการบริหาร

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ ได้แก่ กลุ่มแจ้งอยู่ (รายละเอียดเพิ่มเติมใน : ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น) โดย ณ วันที่ 29 ธันวาคม 2560 ถือหุ้นรวมกันในบริษัทจำนวน 339,105,053 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.63 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท จึงทำให้กลุ่มแจ้งอยู่ สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดต้องให้ได้รับเสียงสามในสี่ (3 ใน 4) ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้ 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

กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (สุทธิ) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เป็นจำนวน 471.03 ล้านบาท โดยมีที่ดิน อาคารและอุปกรณ์บางส่วนนำไปค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ

รายละเอียด ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (สุทธิ) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 – 2560 ดังนี้

รายละเอียดสินทรัพย์	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม (ล้านบาท)		
	2560	2559	2558
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	241.69	241.57	241.05
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	117.73	122.45	124.75
เครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานและ เครื่องตกแต่งติดตั้ง และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	39.15	42.55	35.79
ยานพาหนะ	72.46	80.55	56.63
งานระหว่างก่อสร้างและงานระหว่างจ้างทำ	-	12.76	3.88
<b>รวม</b>	<b>471.03</b>	<b>499.88</b>	<b>462.10</b>

ทั้งนี้ รายละเอียดของสินทรัพย์หลัก มีมูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 แบ่งตามการใช้ประโยชน์และทำเลที่ตั้งแสดงดังตาราง

ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
<b>สำนักงานใหญ่</b> ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 5-0-41.2 ไร่  ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 7 ตารางวา	47.06  0.50	เป็นเจ้าของ  เป็นเจ้าของ	จำนวนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>  ปลอดภาระจำนอง
<b>ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่</b> ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 2-2-73.9 ไร่	34.36	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
<b>ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่</b> ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 3-2-15.7 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน	62.36	เป็นเจ้าของ	จำนวนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
<b>โรงงานที่ 1</b> 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	จำนวนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>  ปลอดภาระจำนอง
<b>โรงงานที่ 2</b> ที่ตั้ง: ต.บางกระสอ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-2-0 ไร่	5.22	เป็นเจ้าของ	จำนวนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
<b>โรงงานที่ 3</b> ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 2-0-24.5 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน	25.45	เป็นเจ้าของ	จำนวนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>

ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
<b>โรงงานที่ 4</b> 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	31.21     8.34	   เป็นเจ้าของ   เป็นเจ้าของ	   จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>   ปลอดภาระจำนอง
<b>อาคารพักอาศัยพนักงาน</b> ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-3-91 ไร่	   20.33	   เป็นเจ้าของ	   จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
<b>รวม</b>	<b>241.69</b>		

หมายเหตุ : <sup>1/</sup>ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของกลุ่มบริษัทเป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
สำนักงานใหญ่ (อาคาร)	68.47	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่ (ลานจอดรถและคลังสินค้า)	7.73	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
โรงงานที่ 1 (อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร)	3.88	บริษัทย่อย เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
	2.06	เป็นเจ้าของ	
โรงงานที่ 2 (อาคาร)	0.03	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
โรงงานที่ 3 (อาคาร)	2.88	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
โรงงานที่ 4 (อาคาร)	21.18	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
อาคารพักอาศัยพนักงาน	0.01	เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าสำนักงานสาขาและศูนย์บริการต่างจังหวัด รวม 24 แห่ง	11.49	กรรมสิทธิ์ของ ผู้ให้เช่า	กรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่า
<b>รวม</b>	<b>117.73</b>		

หมายเหตุ : <sup>1/</sup>ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของกลุ่มบริษัทเป็นหลักประกันแก่วงเงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

#### 4.1.1 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

บริษัท ให้เช่าที่ดินและอาคารแก่บุคคลภายนอกเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงาน คลังสินค้า และโรงงาน โดยบริษัท ไม่ใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์เพื่อการดำเนินธุรกิจโดยตรง จึงจัดเป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัท มีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนเป็นจำนวน 58.70 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดแสดงดังตาราง

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
<b>สำนักงานให้เช่า</b> ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-0-50 ไร่	0.70	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
<b>สำนักงานให้เช่า</b> ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-3-1 ไร่ - อาคาร: สูง 4 ชั้น จำนวน 7 คูหา พื้นที่ใช้ สอยรวม 1,680 ตารางเมตร	5.02 0.69	เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อม สิ่งปลูกสร้างเพื่อค้ำ ประกันวงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
<b>ที่ดินรอการพัฒนา</b> ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 4-1-43 ไร่	52.29	เป็นเจ้าของ	จำนองเพื่อค้ำประกัน วงเงินสินเชื่อ <sup>1/</sup>
<b>รวม</b>	<b>58.70</b>		

หมายเหตุ : <sup>1/</sup>ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของบริษัทเป็นหลักประกันแก่วงเงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

#### 4.1.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทและบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเป็นจำนวน 35.84 ล้านบาท โดยประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สินทรัพย์ระหว่างพัฒนา (ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์) และค่าความนิยม

#### 4.1.3 สัญญาเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทและบริษัทย่อย มีสัญญาเช่าที่สำคัญโดยสรุปได้ ดังนี้

##### ■ สัญญาเช่าระหว่างบริษัทกับบริษัทย่อย

สินทรัพย์	คู่สัญญา	ระยะเวลา
อาคารโรงงาน 1	ผู้ให้เช่า : บจ. เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล ผู้เช่า : บมจ. เอียร์สตรัท	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2560 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2560
อาคารสำนักงานและคลังสินค้า	ผู้ให้เช่า : บมจ. เอียร์สตรัท ผู้เช่า : บจ. เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล	เริ่มต้น : 1 พฤษภาคม 2560 สิ้นสุด : 30 เมษายน 2561

■ สัญญาเช่าระหว่างบริษัทหรือบริษัทย่อยกับบุคคลภายนอก

สินทรัพย์	คู่สัญญา	ระยะเวลา
อาคารสำนักงานและคลังสินค้า	ผู้ให้เช่า : บมจ. เอียร์สตรัท ผู้เช่า : บจ. เบตเตอร์ ดรีมส์	เริ่มต้น : 1 พฤษภาคม 2560 สิ้นสุด : 30 เมษายน 2561
พื้นที่โรงงาน	ผู้ให้เช่า : บมจ. เอียร์สตรัท ผู้เช่า : บจ. เบตเตอร์ ดรีมส์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2560 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2560
พื้นที่โรงงาน	ผู้ให้เช่า : บมจ. เอียร์สตรัท ผู้เช่า : บจ. ไอดีล วอเตอร์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2560 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2560
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 24 สัญญา มีระยะเวลาการเช่าน้อยกว่า 1 ปี และระหว่าง 1-3 ปี และสำหรับสัญญาเช่าบางฉบับไม่มีกำหนดระยะเวลาการเช่า ทั้งนี้ บริษัทสามารถบอกเลิกสัญญาเช่าได้

#### 4.1.4 เครื่องหมายการค้า และอนุสิทธิบัตร

เครื่องหมายการค้า และอนุสิทธิบัตร ที่บริษัทดำเนินการจดทะเบียนตราสัญลักษณ์กับกรมทรัพย์สินทางปัญญากระทรวงพาณิชย์ สรุปได้ดังนี้

รูปแบบเครื่องหมาย	เลขทะเบียน/ เลขที่คำขอ	ออกให้ ณ วันที่	หมดอายุ
 บริษัท เอียร์สตรีน จำกัด (มหาชน)	895396	6 มิถุนายน 2556	5 มิถุนายน 2566
กรรมวิธีการผลิตคาร์บอนเคลือบเงินเพื่อเป็นสารกรองน้ำ	1303001096	10 เมษายน 2558	17 กันยายน 2562
อิมบูบลีอ์คาร์บอนและกรรมวิธีผลิต	1303001370	4 กันยายน 2558	30 ตุลาคม 2562
กรรมวิธีการผลิตหินแร่แคลไซต์ที่อยู่ในสภาพกึ่งเปลี่ยนรูปทางกายภาพเพื่อใช้ปรับพีเอชน้ำ	1403000172	10 เมษายน 2558	24 กุมภาพันธ์ 2563

#### 4.1.5 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 และเมื่อปี 2560 โรงงาน 3 ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภท ซ่อม ประกอบเครื่องทำน้ำอุ่นและเครื่องทำน้ำร้อนเพิ่มอีก 1 ใบอนุญาต ส่วนโรงงานที่ 4 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบซ่อมเครื่องกรองน้ำและบดเศษพลาสติกจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้ ใบอนุญาตของโรงงานที่ 1 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2565 ในขณะที่ใบอนุญาตของโรงงานที่ 2 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2563 ส่วนใบอนุญาตโรงงานที่ 3 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2562 และ หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2465 ตามลำดับ ส่วนใบอนุญาตโรงงานที่ 4 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2563



#### 4.2 เงินลงทุน

บริษัทมีนโยบายลงทุนในกิจการที่สนับสนุนการเติบโตในระยะยาว ซึ่งในการเข้าลงทุนในบริษัทย่อยจะต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท โดยคำนึงถึงแนวโน้มธุรกิจ มูลค่าเงินลงทุน ความเสี่ยงและผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท รวมทั้งดูแลการบริหารงานอย่างเหมาะสม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 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 ดำเนินธุรกิจให้สินเชื่อย่อยและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า 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 17 มกราคม 2560 บริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นดังกล่าวประมาณ 13.77 ล้านบาท (เรียกชำระร้อยละ 80 ของทุนจดทะเบียน)

---

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

---

บริษัทและบริษัทย่อย ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุดที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทและบริษัทย่อย เกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

#### 6.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์ : บริษัท เที่ยรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน)  
 เลขทะเบียนบริษัท : 0107556000213  
 ประเภทธุรกิจ : ผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำใช้ในครัวเรือน  
 ทุนจดทะเบียน : 662,199,169 บาท  
 ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 662,199,169 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท  
 ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว : 516,730,430 บาท  
 ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 516,730,430 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 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, 1591  
 อีเมล ir@thiensurat.co.th

#### 6.1.2 นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ชื่อนิติบุคคล/ที่อยู่ และรายละเอียด	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%) ของบริษัท	สัดส่วน การถือ หุ้น (%) ของ ผู้ร่วมทุน	ทุนจด ทะเบียน (ล้านบาท)	ทุนชำระ แล้ว (ล้านบาท)
<b>บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด</b> เลขทะเบียนบริษัท : 0125538005592 162, 164, 166 ถนนสามัคคี ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โทรศัพท์ : 02-962-6651-2 โทรสาร : 02-962-6659-60 เว็บไซต์ : www.safetrade.co.th	จัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ และเหยือกกรองน้ำ	99.98		4.00	4.00

ชื่อนิติบุคคล/ที่อยู่ และรายละเอียด	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%) ของบริษัท	สัดส่วน การถือ หุ้น (%) ของ ผู้ร่วมทุน	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	ทุนชำระ แล้ว (ล้านบาท)
<b>บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด</b> เลขทะเบียนบริษัท : 0105557169406 59/1 ซอยรามอินทรา 58 แขวงรามอินทรา เขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : 02-936-8990 โทรสาร : 02-510-1877 เว็บไซต์ : www.fedders.co.th <b>ผู้ร่วมทุน :</b> 1. บริษัท เอส.เอส.แอร์ เซอร์วิส จำกัด 2. นายวิสิทธิ์ วงศ์วิวัฒน์	ประกอบธุรกิจหลักเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อเฟดเดอร์	59.99	40.000 0.003	60.00	31.00
<b>บริษัท เที่ยรสุรัตน์ ลีสซิ่ง จำกัด</b> เลขทะเบียนบริษัท : 0125559017522 43/9 หมู่ 7 ซอยชูชาติอนุสรณ์ 4 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ : 02-032-8690	ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยการผ่อนชำระ การให้สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ และสินเชื่อทะเบียนรถ	100.00		50.00	50.00
<b>TSR Lao Co., Ltd.</b> Kamphaengmeuang Road, Thatluang Tai Village, Saysettha District, Vientiane Capital, the Lao PDR <b>ผู้ร่วมทุน :</b> - กลุ่มบริษัท เจบี	ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้า ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	49.00	51.00	34.80 (8,000 ล้านบาท)	27.83 <sup>1/</sup>

หมายเหตุ : <sup>1/</sup>ชำระเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2560 (อัตราแลกเปลี่ยน 1 บาท : 230 กีบ)

### 6.1.3 บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

#### 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

เลขรัชดา ออฟฟิส 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 : 02-264-0789-90