

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เจริญสวีสต์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) หรือเดิม บริษัท เจริญสวีสต์ จำกัด ได้เริ่มก่อตั้งขึ้น ในปี 2535 มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท โดยมีจุดมุ่งหมาย คือ การผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำแบบขายตรง ซึ่งเริ่มจากเครื่องกรองน้ำแบบทอคู่ และได้พัฒนาเรื่อยมาจนเป็นเครื่องกรองน้ำที่มีระบบการกรองหลายขั้นตอน เพื่อให้น้ำที่ผ่านการกรองมีคุณภาพ ปลอดภัย รวมทั้งมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยในปี 2556 บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เจริญสวีสต์ จำกัด (มหาชน) และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2557

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ โดยใช้ระบบการขายแบบขายตรงแบบชั้นเดียวเป็นหลัก (Single Level Direct Sale) ในการจำหน่ายเครื่องกรองน้ำมาตั้งแต่ปี 2519 รวมเป็นเวลากว่า 43 ปี โดยลูกค้าจะอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงตามหัวเมืองหลักในต่างจังหวัด บริษัทขยายกิจการโดยการเปิดสาขาเพื่อให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อเน้นการบริการลูกค้าอย่างทั่วถึงและมีการขายผ่านช่องทางขายใหม่ เช่น การขายผ่านโมเดิร์นเทรด การขายผ่านระบบ online

นอกจากนี้ บริษัทย่อยของบริษัท คือ บริษัท เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (บริษัทขายตรงขนาดใหญ่) บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด ดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ เฟดเดอร์ บริษัท เจริญสวีสต์ ลีสซิ่ง จำกัด ดำเนินธุรกิจหลัก อาทิ การจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบผ่อนชำระ สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ สินเชื่อทะเบียนรถ เป็นต้น และบริษัทร่วมทุนคือ บริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องและเครื่องใช้ไฟฟ้า ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ในปี 2561 บริษัทได้ลงนามในสัญญาความร่วมมือผลิตสินค้าเครื่องกรองน้ำให้ Successmore หรือ บริษัท ชัดเชสมอร์ บิ๊อง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค และอาหารเสริม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจ ปัจจัยสำคัญ

บริษัทได้พิจารณากำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจ โดยนำเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 10/2561 เมื่อวันที่ 2 ตุลาคม 2561 ทั้งนี้ ได้เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ และการจัดประชุมนำเสนอเป้าหมายของบริษัท ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2561 เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำในธุรกิจเครื่องกรองน้ำดื่ม ในประเทศไทยและกลุ่มประเทศ CLMV

พันธกิจ (Mission)

- สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
- สร้างความพึงพอใจถึงบ้านและความผูกพันแก่ลูกค้า
- ขยายฐานธุรกิจไปยังกลุ่มประเทศ CLMV
- 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 | เพื่อเจือจางกระจายถ้วนถ้วนหลากหลาย |
| ธรรมนูญองค์กรไม่คลอนคลาย | ห้าข้อไขว่บรรลุจุดสูงสุดสุดเคย” |

ความสามารถหลักขององค์กร

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

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

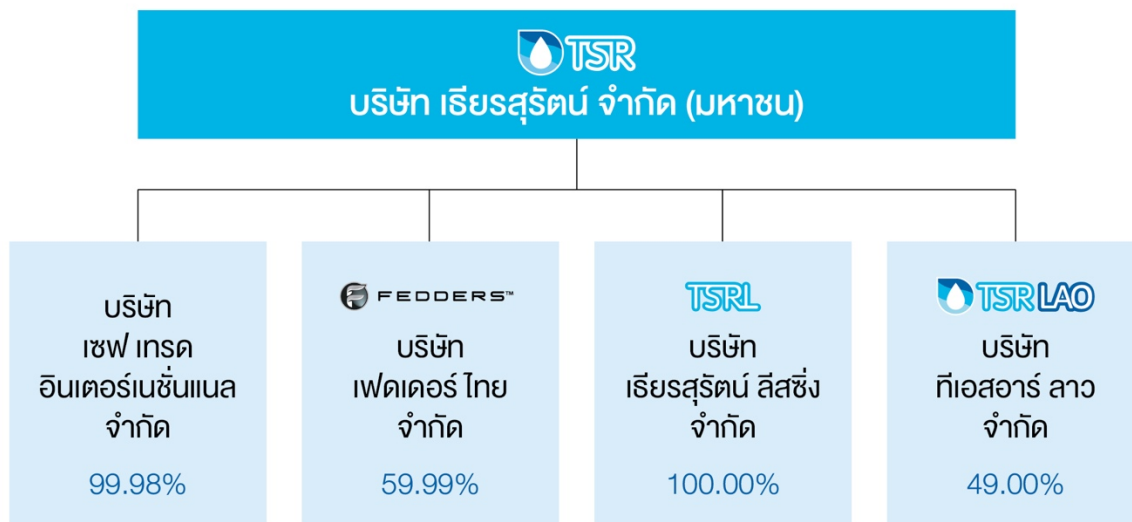
- 2556** - บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เจริญสวีสต์ จำกัด (มหาชน) และดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 344.00 ล้านบาท โดยเป็นทุนชำระแล้ว 258.00 ล้านบาท
- 2557** - บริษัทเริ่มซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยวันแรก (First Day Trade) ภายใต้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “TSR”
- 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 เนื่องจากการจ่ายเงินปันผลบางส่วนเป็นหุ้นสามัญในวันที่ 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) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น ROMA Alkaline ที่มีคุณสมบัติเด่นในการกรองน้ำสะอาดด้วยระบบ RO (Reverse Osmosis) 2) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น UV Alkaline ที่มีคุณสมบัติเด่นในการฆ่าเชื้อโรคด้วยรังสี UV โดยทั้ง 2 รุ่น ช่วยปรับสภาพน้ำที่กรองให้เป็นด่างอ่อน 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 เนื่องจากการจ่ายเงินปันผลบางส่วนเป็นหุ้นสามัญในวันที่ 19 พฤษภาคม และกำหนดใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญตามใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งที่ 1 (TSR-W1) ในวันที่ 31 พฤษภาคม
 - วันที่ 11 กรกฎาคม ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เจริญวิทย์ ลีสซิ่ง จำกัด (“TSRL”) เพื่อประกอบธุรกิจหลัก การให้สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อทะเบียนรถ เป็นต้น ซึ่งต่อมาในเดือนพฤศจิกายน ได้รับอนุญาตจากกระทรวงการคลังให้ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ บริษัทถือหุ้นร้อยละ 100 เงินลงทุน 50 ล้านบาท
 - วันที่ 16 ธันวาคม ได้จดทะเบียนบริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด (“TSR Lao”) ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งได้ร่วมลงทุนกับกลุ่มบริษัท เจบี โดยประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้า TSR Lao มีทุนจดทะเบียน 8,000 ล้านกีบ หรือประมาณ 34.80 ล้านบาท โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 49 เป็นจำนวนเงิน 3,920 ล้านกีบ หรือประมาณ 17.05 ล้านบาท ทั้งนี้ TSR Lao ถือเป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัท
 - บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำรุ่นใหม่ 2 รุ่น ออกจำหน่าย ได้แก่ 1) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น ROMA Plus ที่มีคุณสมบัติเด่นในการกรองน้ำสะอาดด้วยระบบ RO (Reverse Osmosis) พร้อมระบบควบคุมการทำงานอัจฉริยะ “SMART CONTROL” สามารถทำงานได้แม้แรงดันต่ำ และ LED แสดงผล แสดงสถานะการทำงานพร้อมแจ้งเตือนขณะทำงานผิดปกติ 2) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น UF Alkaline ที่มีคุณสมบัติเด่นคือไส้กรอง UF (Ultra Filtration) ชนิดพิเศษ PVDF ความละเอียดการกรองสูง ถึง 0.01 ไมครอน โดยทั้ง 2 รุ่นช่วยปรับสภาพน้ำที่กรองให้เป็นด่างเพื่อให้เหมาะกับการดื่มเพื่อสุขภาพ
 - เครื่องกรองน้ำ 5 รุ่นของบริษัทได้ผ่านการทดสอบตามมาตรฐาน AS/NZS 4020:2005 ทดสอบโดย 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 Mineral) 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
 - บริษัทขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าและให้บริการได้ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศให้มากขึ้น ณ สิ้นปี 2560 มีจำนวนสาขาและศูนย์บริการเท่ากับ 22 สาขาและ 2 ศูนย์บริการ (สิ้นปี 2559 มีจำนวน 20 สาขาและ 3 ศูนย์บริการ)
- 2561**
- วันที่ 5 มิถุนายน บริษัทเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้วจากเดิม 516.73 ล้านบาท เป็น 521.85 ล้านบาท จากกำหนดใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญตามใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งที่ 3 (TSR-W1) ในวันที่ 31 พฤษภาคม
 - วันที่ 20 กันยายน บริษัทได้ลงนามในสัญญาความร่วมมือผลิตรายการให้ Successmore หรือ บริษัท ชัคเชสมอร์ บียิ่ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค อาหารเสริมและ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
 - วันที่ 27 ธันวาคม บริษัทเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้วจากเดิม 521.84 ล้านบาท เป็น 549.68 ล้านบาท จากกำหนดใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญตามใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งที่ 4 ซึ่งเป็นครั้งสุดท้าย (TSR-W1) ในวันที่ 20 ธันวาคม ทั้งนี้ ใบสำคัญแสดงสิทธิ TSR-W1 ได้หมดอายุและสิ้นสุดการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แล้วตั้งแต่วันที่ 21 ธันวาคม
 - บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำรุ่นใหม่ออกจำหน่าย ได้แก่ เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น lite โดยใช้ไส้กรอง Fibredyne Standard ซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่นำเข้าจากอเมริกา ที่รวมกันระหว่างไส้กรอง PP และ Carbon เข้าด้วยกัน มีคุณสมบัติเด่นสามารถกรองตะกอน และสิ่งปนเปื้อนได้มากกว่า Carbon Block ทั่วไป มีความละเอียดการกรอง 0.5 ไมครอน สามารถกรอง เชื้อโรคซิสต์ (cysts) แบคทีเรีย รวมทั้งสามารถยับยั้ง การเจริญเติบโตของแบคทีเรียได้ (bacteriostatic) ไส้กรอง Fibredyne Standard ได้รับรองมาตรฐาน NSF/ANSI42 รวมทั้งชั้นกรอง Activated Carbon ที่ได้รับรองมาตรฐาน NSF/ANSI61 และชั้นกรอง KDF-55 ที่ได้รับรองมาตรฐาน NSF/ANSI42,61

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท เจริญรุ่งเรือง จำกัด (มหาชน)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

บริษัท เจริญสวีสต์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

แบ่งรายได้จากการขายเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่

- **รายได้จากการขายผ่านช่องทางการขายตรง:** เป็นรายได้หลักที่มาจากการเดินตลาดแบบ Door to door ของพนักงานขายสำหรับสินค้าประเภทเครื่องกรองน้ำยี่ห้อ Safe และสารกรอง ที่เป็นของบริษัทเรื่อยมา จนถึงปลายปี 2557 บริษัทและกลุ่มบริษัทเริ่มมีการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศกับกลุ่มลูกค้าของบริษัท โดยต่อมาได้มีการขยายการขายไปยังเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันได้แก่ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ เครื่องซักผ้า เป็นต้น ซึ่งเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งไตรมาสที่สามของปี 2560 บริษัทจึงได้มีการแยกการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เป็นการขายผ่านช่องทางออกมาขายผ่านบริษัท เจริญสวีสต์ ลิซซิ่ง จำกัด
- **รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทอื่น:** เป็นรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทขายตรงอันได้แก่ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ยี่ห้อ Giffarine) บริษัท แอ็ดเวล บิวตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (ยี่ห้อ Adwell) และ บริษัท ชัคเซสมอร์ บียอนด์ จำกัด (มหาชน) (ยี่ห้อ Alkamag)
- **รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่าน Online Marketing:** บริษัทได้เริ่มให้มีการขายผ่านช่องทางนี้ในปลายปี 2560 และมีการพัฒนาวิธีการขายมาโดยตลอด เพื่อให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จนมาเป็นการขายในลักษณะ Online to Offline ขึ้นในปี 2561

สัดส่วนรายได้จากการขายสดและขายเชื่อ และขายตามสัญญาเช่าซื้อ แสดงตามตาราง ดังนี้

| รายได้จากการขาย | 2561 | | 2560 | | 2559 | |
|---------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | ล้านบาท | % | ล้านบาท | % | ล้านบาท | % |
| ขายสดและขายเชื่อ | 205.24 | 14.89 | 202.33 | 14.13 | 218.29 | 13.58 |
| ขายตามสัญญาเช่าซื้อ | 1,173.26 | 85.11 | 1,229.36 | 85.87 | 1,389.33 | 86.42 |
| รวมรายได้จากการขาย | 1,378.50 | 100.00 | 1,431.69 | 100.00 | 1,607.62 | 100.00 |




หมายเหตุ: รายได้จากการขายผ่าน Modern trade และตัวแทนจำหน่าย รวมอยู่ในรายได้จากการขายสดและขายเชื่อ





2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ





2.1.1 ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เจริญสวีสต์ 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"> - 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 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" |











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

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

| | ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย | ช่องทางการจำหน่าย |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>- เหยือกกรองน้ำ SAFE รุ่น Ecomize</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - โมเดิร์นเทรด (ผ่านเว็บไซต์ www.homepro.co.th) - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ "เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter" - ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ "safealkaline" |
| 2 | <p>เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น (UV และ UF) เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น มีระบบควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติแบบเทอร์โมสตรัท และระบบกรองน้ำแบบ UV และ UF</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.officemate.co.th - ช่องทางลูกค้าองค์กร - ตัวแทนจำหน่าย |
| 3 | <p>เครื่องใช้ไฟฟ้า 3.1 เครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องทำน้ำอุ่นภายใต้ยี่ห้อ "SAFE Electrics" จำหน่าย 2 รุ่น ได้แก่ 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>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"> - โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ www.homepro.co.th) - ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales) - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ www.ponsabuy.com |

| ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย | ช่องทางการจำหน่าย |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>2) SAFE Electrics รุ่น Q-Series 3,800 วัตต์ และ 4,500 วัตต์</p> <p>Q-Series WH 3.8 Q-Series WH 4.5</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ www.homepro.co.th) - ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.safealkaline.com - ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ www.ponsabuy.com |
| <p>3.2 เครื่องปรับอากาศ</p> <p>บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศภายใต้ยี่ห้อ "ไดกิน" (Daikin) 2 รุ่น คือ</p> <p>เครื่องปรับอากาศ Daikin รุ่น FT SMASH II R32</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales) - ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ www.ponsabuy.com |
| <p>เครื่องปรับอากาศ Daikin รุ่น INVERTER R32 Super Smile</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales) - ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ www.ponsabuy.com |
| <p>บริษัทได้ลงทุนใน บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด และจำหน่ายเครื่องปรับอากาศภายใต้ยี่ห้อ "เฟดเดอร์" (Fedders)</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales) - ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ www.ponsabuy.com |

| ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย | ช่องทางการจำหน่าย |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>4 เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ ให้กับแบรนด์ชั้นนำ อาทิเช่น</p>         | <ul style="list-style-type: none"> - ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales) - ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ www.ponsabuy.com |

| ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย | ช่องทางการจำหน่าย |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <div data-bbox="284 271 544 383">  </div> <div data-bbox="288 439 582 638">  </div> <div data-bbox="625 439 927 638">  </div> <div data-bbox="351 707 517 1090">  </div> <div data-bbox="635 732 873 1070">  </div> <div data-bbox="277 1178 625 1247">  </div> <div data-bbox="331 1326 481 1619">  </div> <div data-bbox="638 1279 863 1664">  </div> <div data-bbox="316 1680 501 1989">  </div> <div data-bbox="624 1718 895 1977">  </div> | |

| ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย | ช่องทางการจำหน่าย |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|  | |

หมายเหตุ : ในไตรมาส 3 ปี 2560 การจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในระบบเงินผ่อนจำหน่ายโดย บริษัท เจริญรุ่งเรือง ลีสซิ่ง จำกัด

2.1.2 ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เซฟ เทค อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท เซฟ เทค อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด คือ เครื่องกรองน้ำและเหยือกกรองน้ำ ในปัจจุบันมีเครื่องกรองน้ำที่ผลิตขึ้นโดยเฉพาะให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด โดยเป็นผู้ว่าจ้างผลิตและเป็นลูกค้าหลักของบริษัทย่อยตลอดหลายปีที่ผ่านมา และในปัจจุบันมีเครื่องกรองน้ำและเหยือกกรองน้ำทั้งหมด 5 รุ่น

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 ภาพรวมอุตสาหกรรม

ภาพรวมของตลาดในช่วงปี 2561 ที่ผ่านมามีภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560 ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน ทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดสูงรวมถึงมีช่องทางการเลือกซื้อสินค้าใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

จากกระแสการรักษภาพ ส่งผลโดยตรงกับการเลือกซื้อสินค้าที่มีผลดีต่อสุขภาพ ทำให้เป็นปัจจัยส่งเสริมให้ตลาดน้ำขวดขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา จากข้อมูลทางการตลาดชี้ว่า ตลาดน้ำขวดมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาโดยมีมูลค่ากว่า 46,000 ล้านบาทหรือประมาณ 4,900 ล้านลิตร ในปี 2561 และมีอัตราการเติบโต 6.8% และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง (ที่มา: positioningmag ปี 2561)

ในส่วนของสินค้าเครื่องกรองน้ำมีมูลค่าตลาดรวมกว่า 12,000 ล้านบาท (ที่มา: หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ปี 2560) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและนักลงทุน โดยทางบริษัทได้วางเป้าหมายรวมของบริษัทเติบโตที่ 20% ในปี 2562 จากปี 2561 เพื่อกระตุ้นยอดขายดังที่กล่าวมา บริษัทจึงเน้นการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในการเลือกใช้เครื่องกรองน้ำเพื่อกรองน้ำดื่มที่มีคุณภาพและส่งผลดีต่อสุขภาพ โดยมีปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องกรองน้ำคือ ความมั่นใจในระบบการกรองที่มีประสิทธิภาพและความคุ้มค่าในการใช้งาน รวมถึงการออกแบบตัวเครื่องเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าสมัยใหม่ที่มีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ที่อยู่อาศัย เช่น คอนโด และ ทาวน์เฮาส์ เป็นต้น โดยเน้นเครื่องกรองที่มีการออกแบบสวยงาม ทันสมัยกะทัดรัด ใช้งานง่ายสามารถดูแลเบื้องต้นและติดตั้งได้ด้วยตนเอง ในส่วนของลูกค้าพื้นที่ต่างจังหวัดหรือภูมิภาคที่ไม่ได้มีข้อจำกัดทางด้านพื้นที่การใช้งาน ทางบริษัทจึงเน้นสินค้าที่มีความคุ้มค่าและครอบคลุมต่อการใช้งาน รวมถึงการเลือกระบบการกรองให้มีประสิทธิภาพความเหมาะสมกับสภาพน้ำในแต่ละพื้นที่

2.2.2 ภาพรวมตลาดเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือน

ภาพรวมของตลาดเครื่องกรองน้ำยังมีโอกาสในการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการขยายตัวของที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล รวมถึงพื้นที่ในจังหวัดหัวเมืองหลักต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยมีที่อยู่อาศัยใหม่เพิ่มขึ้นมา จำนวน 118,271 หน่วย หรือประมาณ 3.6% ในปี 2560 (ที่มา: ธนาคารอาคารสงเคราะห์)

จากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้นและกระแสนิยมในการออกกำลังกาย การใส่ใจในพฤติกรรมบริโภค รวมถึงกิจกรรมทางด้านกีฬาต่าง ๆ ที่มีการจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การวิ่ง การปั่นจักรยาน เป็นต้น ล้วนเป็นปัจจัยที่จะกระตุ้นให้คนส่วนใหญ่หันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น

ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น อันเป็นผลให้เกิดการขายในช่องทางการขายใหม่ โดยในช่องทางออนไลน์นั้นทำให้ทางบริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น สามารถเพิ่มยอดขายสูงขึ้น ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่สื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของสินค้าและสามารถนำมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันระบบการจัดส่งสินค้าพร้อมติดตั้งของทางบริษัทมีความสะดวกรวดเร็ว และครอบคลุมพื้นที่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ จึงสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางดังกล่าว บริษัทจึงมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพในการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดในอนาคต

2.2.3 วิเคราะห์และเปรียบเทียบสภาวะการแข่งขัน

ภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำในช่วงปีที่ผ่านมาที่มีการแข่งขันทางด้านการสร้างแบรนด์อย่างเห็นได้ชัดผ่านทางสื่อ ทั้งทางสื่อโทรทัศน์และสื่อป้ายโฆษณาต่าง ๆ อีกทั้งช่องทางออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อได้ง่าย ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันในการสร้างคอนเทนต์เพื่อดึงความได้เปรียบในการสร้างความเข้าใจและสร้างความเชื่อมั่นในสำหรับลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละแบรนด์ อันเป็นผลมาจากกระแสการใส่ใจเรื่องสุขภาพ และอีกหนึ่งปัจจัยส่งเสริมคือการขยายตัวของที่อยู่อาศัย ทั้งแนวราบคือบ้านเดี่ยวและหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ และแนวสูงคือคอนโดมิเนียมและอพาร์ทเมนต์ ที่มีความต้องการเครื่องกรองน้ำ โดยทางบริษัทเน้นสินค้าที่มีมาตรฐานสูงและมีการรับประกันรับสินค้าสูงสุด 2 ปี แบบ On Site Service (บริการถึงบ้านคุณ) เพื่อสร้างความมั่นใจในสินค้าและบริการหลังการขายที่ติดต่ออายุการใช้งาน

นอกจากนี้ บริษัทได้ผลิตสินค้าเครื่องกรองน้ำขายให้แก่ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขายตรงชั้นนำแห่งหนึ่งของประเทศไทยที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำภายใต้ยี่ห้อ “กิฟฟารีน” ผ่านเครือข่ายสมาชิกของบริษัทขายตรงดังกล่าว ซึ่งเป็นอีกช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท (จำหน่ายผ่านบริษัทย่อย)

2.2.3.1 ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกปีโดยมอบหมายให้ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์และบริการเป็นผู้สอบถามข้อมูลกับทางลูกค้าและสรุปข้อมูล ซึ่งการประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทพบว่าผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าประจำปี 2561 เฉลี่ย 91.07% ทั้งนี้ บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำของบริษัทในปีที่ผ่านมาที่มีการแข่งขันทางด้านการสร้างแบรนด์อย่างเห็นได้ชัดผ่านช่องทางและสื่อต่าง ๆ ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้เกิดการสร้างคอนเทนต์เพื่อเรียกความสนใจจากผู้บริโภคได้ สร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละแบรนด์ กระตุ้นและสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลมาจากกระแสการใส่ใจเรื่องสุขภาพ และอีกหนึ่งปัจจัยคือ การขยายตัวของที่อยู่อาศัยทั้งแนวราบคือ บ้านเดี่ยวและหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ และแนวสูงคือ คอนโดมิเนียมและอพาร์ทเมนต์ เป็นต้น รวมถึงบริษัทได้กระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่องด้วยสินค้ากลุ่มเครื่องทำน้ำอุ่น โดยเน้นสินค้าที่มีมาตรฐานสูงและมีการรับประกันรับการขาย สร้างความมั่นใจให้กลุ่มผู้บริโภค

2.2.4 กลยุทธ์ด้านการตลาด

จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการขายตัวของช่องทางการขายใหม่ ในช่องทางออนไลน์ โดยทางบริษัทมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา และได้วางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อรองรับกับสภาพตลาดในปัจจุบัน

ซึ่งบริษัทมีจุดแข็งของทีมขายและทีมบริการที่ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อเชื่อมโยงจุดแข็งและการขยายตัวของช่องทางกับออนไลน์ โดยการนำ Multi-Channel และ O2O (Online to Offline) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกนำมาปรับใช้และสร้างรูปแบบการขายเชิงรุก ของการทำงานของทีมงานเพื่อสร้างโอกาสและความได้เปรียบในเชิงธุรกิจ ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว โดยในปีที่ผ่านมายอดขายผ่านช่องทางออนไลน์มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญการตลาดทางด้านนี้และได้มีการวางแผน ในการขยายหน่วยงานรองรับการเติบโตทางด้านนี้และเพิ่มทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านสื่อการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing Specialist) เพื่อรองรับการเติบโตจากยอดขายในช่องทางนี้ในอนาคต

ในปี 2562 บริษัทได้เน้นสร้างความเชื่อมั่นผ่านการสร้างแบรนด์สินค้า (Branding) และการรับรู้แบรนด์สินค้า (Brand Awareness) โดยนำจุดแข็งคือคุณภาพสินค้าและบริการ ที่มีประสบการณ์กว่า 43 ปี นอกจากนั้นบริษัทได้วิจัย

และพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน คือ เน้นเครื่องกรองน้ำที่มีการออกแบบสวยงาม ทันสมัย กะทัดรัด ใช้งานง่ายสามารถดูแลเบื้องต้นและติดตั้งได้ด้วยตนเอง รวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องระบบการกรองน้ำและคุณภาพน้ำผ่านสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ อย่างต่อเนื่อง เช่น ความรู้เรื่อง “น้ำดื่มหรือน้ำอัลคาไลน์” ซึ่งเป็นคุณสมบัติเด่นและเป็นจุดขายของทางบริษัท รวมถึงการเป็นผู้ผลิตสินค้าจากภายในประเทศไทยที่มีเทคโนโลยีการกรองในระบบที่เป็นที่นิยมหลัก ๆ คือ

UV (Ultraviolet Light)

UF (Ultrafiltration Membrane)

RO (Reverse Osmosis Membrane)

โดยสารกรองและอุปกรณ์ที่ใช้มีคุณภาพตามมาตรฐาน NSF (National Sanitation Foundation) โดยบริษัทยังคงพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง บริษัทจึงได้มีการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคให้เหมาะสมกับการบริโภคน้ำดื่มจากเครื่องกรองน้ำในแต่ละพื้นที่ เนื่องจากคุณภาพน้ำประปาหรือน้ำที่ใช้สำหรับเข้าเครื่องกรองน้ำของแต่ละพื้นที่มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องออกแบบระบบเครื่องกรองน้ำที่มีความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่

จากฐานลูกค้ากลุ่มเครื่องกรองน้ำและชุดสารกรอง ซึ่งมียอดขายและติดตั้งไปแล้วกว่าล้านราย (ข้อมูล: ฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท เอียร์สตรัท จำกัด (มหาชน)) ดังนั้นบริษัทจึงต่อยอดทางธุรกิจกลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายใต้การทำการตลาดผ่านแบรนด์และเพจ “ผ่องสบาย” ซึ่งมีการขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าในการเลือกผ่อนชำระสินค้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า แบบที่ไม่ต้องใช้บัตรเครดิต โดยกับสามารถผ่อนชำระกับทางบริษัทได้โดยตรงและได้เลือกสรรสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าแบรนด์ชั้นนำในตลาด ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าเก่า-ใหม่ ตลอดระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา

ช่องทางการขายตรง

ช่องทางการขายตรงยังคงเป็นช่องทางหลักของบริษัท ดังนั้นเพื่อการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน บริษัทจึงมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่องผ่านการฝึกอบรมและพัฒนาโดยเน้นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้วยการให้ความรู้ในส่วนข้อมูลสินค้าและบริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จากกลยุทธ์หลักของบริษัทในการนำเครื่องมือทางการตลาดมาปรับใช้ ในการสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่และเพิ่มโอกาสการขายและรองรับการขายในอนาคตในรูปแบบต่างๆ

ช่องทางโมเดิร์นเทรด

ยอดขายของโมเดิร์นเทรดสูงขึ้นตามสาขาเพิ่มขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา แต่เนื่องจากต้นทุนในการดำเนินธุรกิจค่อนข้างสูง บริษัทจึงปรับลดสาขาลง โดยเน้นให้โมเดิร์นเทรดเป็นจุดที่ลูกค้าสามารถมาสัมผัสและเป็นโชว์รูมการแสดงผลสินค้าเพื่อทดแทนสาขาของบริษัทที่ไม่ครอบคลุมโดยเฉพาะพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล ในปี 2562 บริษัทจะมุ่งเน้นการพัฒนาพนักงานแนะนำสินค้าให้มีความรู้ ความสามารถ ในการให้ข้อมูลสินค้าและผลักดันรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นความต้องการในการซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง

ช่องทางออนไลน์

จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน บริษัทได้ดำเนินการและวางแผนเพื่อรองรับการขายตัวในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยผลักดันการขายและขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในทุก ๆ ช่องทาง เช่น Facebook, Line@, Website และ Shopping Application ต่าง ๆ ซึ่งเป็นช่องทางที่มีโอกาสในการเติบโตสูง ซึ่ง

เป็นช่องทางที่ทำให้สามารถสร้างฐานกลุ่มลูกค้าใหม่และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสร้างความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วผ่านข่าวสารและสื่อส่งเสริมการขายต่าง ๆ ในช่องทางออนไลน์ทุกช่องทาง

ตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจอันยาวนานของบริษัท บริษัทยังยึดปณิธานที่จะสร้างสุขภาพดีให้กับประชาชนชาวไทยทุกคนรอบครัว 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) ให้สามารถทำงานได้ดียิ่งอย่างต่อเนื่อง แม้มีแรงดันน้ำที่ลดลงก็ตาม และพัฒนาระบบ Flush Valve เพื่อเพิ่มความสะดวกสำหรับลูกค้าในการดูแลรักษาเครื่องกรองน้ำ

บริษัทได้รับ “อนุสิทธิบัตร” ระบบการปรับสภาพความเป็นต่างของน้ำจากกรรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นการต่อยอดความมุ่งมั่นที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า สร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ “SAFE”

ในปี 2560 บริษัทได้รับอนุสิทธิบัตร สารกรองหินแร่ธรรมชาติ (Alkaline Mineral stone) 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

ในปี 2561 บริษัท ได้รับรองมาตรฐาน NSF/ANSI42 สำหรับการใช้ไส้กรอง Fibredyne Standard รวมทั้งการใช้ชั้นกรอง Activated Carbon ที่ได้รับรองมาตรฐาน NSF/ANSI61 และชั้นกรอง KDF-55 ที่ได้รับรองมาตรฐาน NSF/ANSI42,61

(2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง และเพิ่มกลุ่มสินค้าให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าแบบโซลูชั่น (Solution)

บริษัทได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เหมาะสมกับการบริโภค การใช้งาน และรสนิยมของลูกค้า ทั้งที่เป็นระบบการกรอง UV (ระบบการฆ่าเชื้อโรคด้วยแสง UV) ระบบ RO (Reverse Osmosis) และระบบ UF (Ultrafiltration) มีผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กที่เหมาะสมกับ

ครอบครัวเดี่ยวในคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ หรือที่มีสมาชิกในครอบครัวน้อย มีผลิตภัณฑ์หลายระดับราคาที่ลูกค้าสามารถเลือกตามกำลังซื้อ เช่นในปี 2559 บริษัทได้ออกสินค้ารุ่น UF Alkaline มาเพื่อตอบสนองลูกค้าที่ใช้น้ำประปา และต้องการระบบการกรองน้ำที่มีความละเอียดในระดับราคาปานกลาง บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น คุณภาพสูง มีระบบการกรองในตัวเสริมแร่ธาตุที่ร่างกายต้องการ และน้ำที่กรองมีค่า pH เป็นด่างอ่อนๆ ที่สามารถใช้ได้ทั้งภายในสำนักงานและภายในครัวเรือน รวมไปถึงได้นำเสนอระบบกรองน้ำใช้ “Water Mate” ที่ช่วยเพิ่มคุณภาพน้ำที่ใช้การอุปโภคได้อย่างปลอดภัยมากขึ้น

จากการสำรวจตลาดพฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัทพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการสินค้าในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว บริษัทได้ตอบสนองความต้องการดังกล่าวด้วยการนำเสนอสินค้าคุณภาพให้กับลูกค้า นอกจากนี้เครื่องทำน้ำอุ่น “Safe Electrics” ที่มีความปลอดภัยสูง และเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ Fedders และ Daikin แล้ว บริษัทได้คัดสรรเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้รับความนิยม และมีคุณภาพดี นำเสนอให้กับลูกค้า เช่น โทรทัศน์ยี่ห้อ Samsung ตู้เย็นยี่ห้อ Toshiba เครื่องซักผ้ายี่ห้อ LG เป็นต้น และเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า ภายใต้โปรแกรม “ผ่อนสบาย” (“PONSABUY”) ที่ลูกค้าสามารถเลือกผ่อนชำระสินค้ากับบริษัทได้ สร้างความสุขและความสะดวกสบายให้กับครอบครัวได้ดียิ่งขึ้น

(3) ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและความสะดวกสบายของลูกค้า

ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ นอกจากจะช่วยดูแลสุขภาพของลูกค้าแล้ว ยังช่วยให้ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้ำดื่ม บริษัทมีการรับประกันสินค้าสูงสุดถึง 2 ปี ในระหว่างการรักษาประกันลูกค้าจะได้รับบริการถึงบ้านโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

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

บริษัทได้พัฒนาประสิทธิภาพการบริการให้กับลูกค้า ให้สามารถครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศโดยได้นำระบบ CRM (Customer Relation Management) มาใช้อย่างจริงจังจึงมีการพัฒนาระบบ “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) ซึ่งมีพนักงานขายและบริการประมาณ 1,000 คน ทั่วประเทศ

บริษัทได้ขยายสาขาโดยสิ้นปี 2561 มีจำนวน 22 สาขา ครอบคลุมหัวเมืองหลักของประเทศ ในลักษณะที่เป็นเครือข่าย (Network) เพิ่มความสะดวกในการนำเสนอขายและการบริการให้ลูกค้า บริษัทมีจำนวนพนักงานขายทางโทรศัพท์ ประมาณ 120 ที่นั่ง การขายผ่านช่องทางผ่านโมเดิร์นเทรด (โฮมโปร) จำนวน 13 สาขา

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

บริษัทได้เพิ่มช่องทางเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์และการบริการของทางบริษัทที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดทำโฆษณาผ่านทางช่องทางโทรทัศน์ (ดิจิทัลทีวี) และมีเดียออนไลน์ โดยได้ทำการลงนามสัญญาว่าจ้างศิลปิน “ นีโน่ ” คุณเมทนี บุรณศิริ เป็นพรีเซนเตอร์ให้กับบริษัท โดยออกอากาศในช่องทีวีดิจิทัล เช่น ช่อง One ช่อง Workpoint และช่องอื่น ๆ อีกทั้งยังได้จัดเตรียม ช่องทางอื่น เช่น Out of home media, สปอตวิทยุ และ งานอีเวนท์ ต่าง ๆ ตลอดปี 2562 ร่วมกับศิลปินดังกล่าว เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและมั่นใจในผลิตภัณฑ์และบริการของทางบริษัทมากยิ่งขึ้น

(5) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างยั่งยืน

เครื่องกรองน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการคำแนะนำ บริษัทจึงเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และการดูแลสุขภาพของลูกค้า และครอบครัว พนักงานจึงเป็นปัจจัยหลักสำคัญของความสำเร็จ (Key Success Factor)

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

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 2561 มีจำนวนประมาณ 1,000 คน ทั่วประเทศ โดยพนักงานส่วนใหญ่ประจำที่สำนักงานใหญ่

จังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนและรองรับการขยายเครื่องกรองน้ำและสารกรองและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีคุณภาพที่บริษัทคัดสรรมาแล้วเป็นอย่างดี โดยจำนวนสาขา ณ สิ้นปี 2561 จำนวน 22 สาขา 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 | 298/2-3 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000 | 055-005-000 |
| | นครสวรรค์ | 95/15-16 หมู่ 9 ต.วัดไทร อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000 | 099-380-3886 |
| | เพชรบูรณ์ | 358 ม.10 ต.ชนนไพร อ.เมือง จ. เพชรบูรณ์ 67000 | 056-713-446 |
| ตะวันออก | ระยอง | 349/1 ถ.สุขุมวิท ต.เนินพระ อ.เมือง จ.ระยอง 21000 | 038-621-277 |
| | 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 | 289/13-14 ถ.อุดรสุขุมวิท ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000 | 042-223-448 |
| | อุบลราชธานี | 265/4-5 ถ.อุปสีสาน ต.ในเมือง จ.อุบลราชธานี 34000 | 045-243-495 |
| | 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.วิจิตรสุการ ต.มุกดาหาร อ.เมืองมุกดาหาร จ.มุกดาหาร 49000 | 042-042-000 |

| ภาค | สาขา | ที่อยู่ | เบอร์โทร |
|-----|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| ใต้ | นครศรีธรรมราช | 180/26-27 หมู่ 5 ต.ปากพูน อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 | 075-806-877 |
| | สุราษฎร์ธานี | 20/1 ม.10 ต.วัดประดู่ อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี 84000 | 077-964-000 |
| | ภูเก็ต | 32/4 ถ.พูนผล 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 |

ในระบบการขายตรงของบริษัท พนักงานขายจะได้รับค่านายหน้าแปรผันตามยอดขาย นอกจากนี้ บริษัทยังมี การกำหนดผลตอบแทนสำหรับพนักงานขาย เพื่อสนับสนุนยอดขายตามความเหมาะสม

2.2.5.2 การจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing)

บริษัทได้พัฒนาขีดความสามารถในการจัดจำหน่ายสินค้าทางโทรศัพท์โดยการนำโปรแกรม บริหารงานลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) เชื่อมต่อกับระบบโทรศัพท์ (Cisco-IP Telephony) และฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท (Customer Database) โดยได้เริ่มใช้ระบบดังกล่าวในการขาย สารกรองควบคู่ไปกับการขายผ่านพนักงานขายสารกรองแบบปกติ และต่อมาช่องทางการขายทางโทรศัพท์ ได้กลายเป็นช่องทางหลักในการขายเครื่องใช้ไฟฟ้า บริษัทจึงได้ขยายช่องทางการขายทางโทรศัพท์เพื่อ รองรับการขายที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยสิ้นปี 2561 มีจำนวนพนักงานขายทางโทรศัพท์ประมาณ 120 ที่นั่ง ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถติดต่อหน่วยงานขาย สอบถามข้อมูลหรือการบริการต่าง ๆ ได้โดยโทรติดต่อ Call Center 1210 และ 02-819-8888 รวม 120 คู่สาย บริษัทได้เพิ่มบุคลากรเพื่อรองรับลูกค้าออนไลน์จาก ช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook และ Line กว่า 20 ที่นั่ง ซึ่งเป็นฐานข้อมูลลูกค้าใหม่ เพื่อตอบรับการ ให้บริการผ่านทางช่องทางใหม่ให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งได้ทำการเพิ่มหมวดหมู่ สินค้าให้กับลูกค้า นอกจากผลิตภัณฑ์หลักคือเครื่องกรองน้ำและชุดสารกรองแล้วบริษัทยังนำเสนอขาย เครื่องปรับอากาศยี่ห้อไดกิ้น, เครื่องปรับอากาศยี่ห้อเฟดเดอร์, เครื่องทำน้ำอุ่น Safe Electrics และ เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ เช่น สินค้ายี่ห้อโตชิบา แอลจี พานาโซนิค มาสเตอร์คูล และซัมซุง เป็นต้น ทั้งนี้การ บริหารงานขายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์นี้จะสามารถติดต่อลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายของ งานขายและยังสามารถบริหารค่าใช้จ่ายได้ โดยมีโครงสร้างค่าใช้จ่ายต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทาง การขายด้านอื่น ๆ

2.2.5.3 การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทอื่น

บริษัทย่อยเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าเครื่องกรองน้ำ และเหยือกกรองน้ำให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (บริษัทขายตรงขนาดใหญ่) โดยบริษัทย่อยได้รับความไว้วางใจให้ผลิตสินค้าดังกล่าว เนื่องจากปัจจัยความพร้อมในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การค้นคว้าและวิจัยเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง คุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน การจัดส่งที่ตรงตามเวลา บริการหลังการขาย การจัดอบรมความรู้ ผลิตภัณฑ์ให้แก่สมาชิกเครือข่าย รวมทั้งความสัมพันธ์อันดีกับทางลูกค้า

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

(ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำทั้งสิ้น 4 แห่ง ได้แก่

- โรงงานที่ 1 ผลิตเครื่องกรองน้ำ และชุดสารกรอง
- โรงงานที่ 2 ผลิตเยื่อกรองน้ำ และส่วนประกอบ
- 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: ดำเนินการโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านเครื่องกรองน้ำโดยตรง โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพการกรองน้ำ ความสะดวกในการใช้งาน และรูปลักษณ์ความสวยงามของเครื่องกรองน้ำ
- การทำแม่พิมพ์: ภายหลังจากขั้นตอนการออกแบบ บริษัทจะส่งแบบให้ผู้ผลิตทำแม่พิมพ์ส่วนต่าง ๆ และให้ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เข้าไปตรวจสอบชิ้นงานแม่พิมพ์ต้นแบบที่โรงงานผลิตเพื่อควบคุมรายละเอียดต่างๆ ของชิ้นงานให้เป็นไปตามที่ออกแบบ
- การคัดเลือกวัสดุส่วนประกอบและสารกรองน้ำ:
วัสดุส่วนประกอบ คัดเลือกวัสดุคุณภาพ Food Grade ที่มีความแข็งแรงทนทาน และมีความเหมาะสมกับรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ในส่วนวัสดุที่สัมผัสน้ำได้เลือกใช้วัสดุที่มีความปลอดภัย สามารถนำมาใช้กับน้ำดื่มได้ (Food Grade) โดยบริษัทจะจัดส่งแม่พิมพ์ให้แก่ผู้ผลิตเพื่อทำการฉีดพลาสติกขึ้นเป็นส่วนประกอบต่าง ๆ ของเครื่องซึ่งบริษัทจะทำการคัดเลือกผู้รับจ้างที่มีมาตรฐานและมีประสบการณ์ในการฉีดขึ้นรูปเครื่องกรองน้ำเท่านั้น
สารกรองน้ำ คัดเลือกสารกรองน้ำเกรดสูงทั้งจากในประเทศและจากต่างประเทศที่มีมาตรฐานสากลรับรอง นอกจากนั้น มีการทดสอบค่าการดูดซับสารเคมี (Iodine Number) ทางห้องปฏิบัติการอย่างสม่ำเสมอและมีการส่งไปยังหน่วยงานภายนอกเพื่อตรวจสอบคุณภาพเป็นประจำทุกปี อีกทั้งยังได้มีการส่งเครื่องกรองน้ำไปทดสอบด้านคุณภาพการกรอง ณ ห้องปฏิบัติการทดสอบ Eurofins AMS Laboratories Pty Ltd ประเทศออสเตรเลีย โดยการทดสอบประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านรสชาติของน้ำ 2. ด้านลักษณะที่ปรากฏ 3. ด้านการเกิดจุลินทรีย์ในน้ำ 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 บริษัทจะทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าหลังจากผลิตเสร็จ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัท

2. ขั้นตอนการดำเนินงาน การจำหน่าย และเก็บค่ามัดจำเครื่องกรองน้ำ มีขั้นตอนโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

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

3. ขั้นตอนการดำเนินงาน การจำหน่ายและเก็บค่ามัดจำเครื่องใช้ไฟฟ้า มีขั้นตอนโดยสรุปดังต่อไปนี้

- 1) พนักงานขายทางโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าหรือพนักงานขายนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า โดยแจ้งว่าจำหน่ายทั้งระบบเงินสดและเงินผ่อน
- 2) กรณีผ่อนชำระ จะมีเจ้าหน้าที่ทำสัญญา เข้าไปตรวจสอบข้อมูลลูกค้า และเอกสารประกอบ เช่น เอกสารทางการเงิน เพื่อประเมินความสามารถในการผ่อนชำระของลูกค้าก่อนทำสัญญาเช่าซื้อ และลงนามในหนังสือให้ความยินยอมในการตรวจสอบข้อมูลเครดิต
- 3) เจ้าหน้าที่พิจารณาเครดิต ตรวจสอบข้อมูลเครดิตบูโรและพิจารณาร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ ตามข้อกำหนดของบริษัทถ้าคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไข จะดำเนินการทำสัญญาต่อไป
- 4) เจ้าหน้าที่ทำสัญญา ให้ลูกค้าทำสัญญาเช่าซื้อพร้อมเก็บเงินดาวน์
- 5) ส่งมอบสินค้าพร้อมติดตั้ง
- 6) ในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาในการผ่อนชำระ บริษัทจะดำเนินการติดตามและเรียกเก็บหนี้ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามระเบียบปฏิบัติที่กำหนด สำหรับกรณีที่บริษัทได้ส่งจดหมายทวงถามหนี้ไปยังลูกค้ารวม 2 ครั้งแล้วลูกค้ายังไม่ชำระก็จะดำเนินการยึดสินค้าคืน และบริษัทอาจพิจารณาดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

นโยบายทางบัญชี

บริษัทจำหน่ายสินค้าในรูปแบบขายผ่อนชำระประมาณร้อยละ 85.1 ของรายได้จากการขายสินค้า บริษัทจึงให้ความสำคัญกับนโยบายทางบัญชีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

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

| ลำดับ | นโยบาย | รายละเอียด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------------|--|----------------|--------------------|--------------------|-----|---|----------------|---|---|----------------|----|----|----------------|----|----|----------------|-------------|----|----------------|-------------|----|----------------|-------------|----|--------------------|-------------|--------------|
| 1 | การรับรู้รายได้ | <p>ขายสินค้า</p> <p>รายได้จากการขายสินค้านับเมื่อกลุ่มบริษัทได้โอนความเสี่ยงและผลตอบแทนที่มีนัยสำคัญของความเป็นเจ้าของสินค้าให้กับผู้ซื้อแล้ว รายได้จากการขายแสดงมูลค่าตามราคาในใบกำกับสินค้าโดยไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับสินค้าที่ได้ส่งมอบหลังจากหักส่วนลดแล้ว</p> <p>รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อ</p> <p>รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อรับรู้ตามอัตราผลตอบแทนที่แท้จริงตามระยะเวลาของสัญญา และจะหยุดรับรู้รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อเมื่อลูกหนี้ค้างชำระค้างงวดเกินกำหนด 3 งวด นับจากวันครบกำหนดชำระ</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ และการตัดหนี้สูญ | <p>ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ</p> <p>กลุ่มบริษัทมีนโยบายตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ที่คาดว่าจะไม่สามารถเรียกชำระหนี้ได้ ดังนี้</p> <p>ลูกหนี้ขายเชื่อ</p> <p>กลุ่มบริษัทตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญโดยพิจารณาจากรายงานวิเคราะห์อายุลูกหนี้ลูกหนี้ที่ค้างชำระเกิน 3 เดือน จะตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100 ของยอดลูกหนี้คงค้าง</p> <p>ลูกค้าขายผ่อน</p> <p>กลุ่มบริษัทมีนโยบายการตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ผ่อนชำระ โดยกำหนดอัตราค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญเป็นร้อยละของลูกหนี้เช่าซื้อหลังหักดอกผลเช่าซื้อหรือตัดบัญชีและภาษีขายรอดตัดบัญชีแล้ว 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 อัตราค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 50 และค้างชำระเกิน 3 งวดติดต่อกันอัตราค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100</p> <p>**ลูกหนี้เครื่องใช้ไฟฟ้า: ค้างชำระเกิน 6 งวดไม่ติดต่อกัน อัตราค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 50 และค้างชำระเกิน 6 งวดติดต่อกันอัตราค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100</p> <p>***ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าคำนวณจากยอดลูกหนี้หลังจากหักดอกผลเช่าซื้อและภาษีขายรอตัดบัญชีและสุทธิจากมูลค่าซากของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยพิจารณาจากอายุการใช้งานและสภาพของหลักประกัน และราคาตลาดสินค้ายึดคืนเพื่อขายต่อเป็นสินค้ามือสอง</p> <p><i>การตัดหนี้สูญ</i></p> <p>กลุ่มบริษัทบันทึกหนี้สูญสำหรับลูกหนี้ค้างชำระ เมื่อบริษัทออกจดหมายทวงถามครบ 2 ครั้ง และลูกหนี้ไม่ชำระหนี้</p> |
| 3 | ค่าเผื่อการรับคืนสินค้า | บริษัทมีนโยบายการรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถคืนสินค้าภายในเวลา 30 วันนับจากวันที่ติดตั้ง ค่าเผื่อการรับคืนสินค้าอ้างอิงจากสถิติการคืนสินค้าของลูกค้าในปีที่ผ่านมา |
| 4 | ประมาณการหนี้สินจากการรับประกันสินค้า | บริษัทมีนโยบายเปลี่ยนและซ่อมสินค้าให้แก่ลูกค้าตามนโยบายการรับประกันคุณภาพสินค้าภายในเวลา 1-2 ปี นับจากวันที่ติดตั้ง |

3. การจัดหาวัตถุดิบ

3.1) วัตถุดิบในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัท ได้แก่ ส่วนโครงสร้างภายนอกของเครื่องกรองน้ำ (Housing) และสารกรอง (Filter Media) สำหรับตัวโครงสร้างภายนอกเครื่องกรองน้ำที่เป็นพลาสติก บริษัทเป็นผู้ออกแบบและว่าจ้างบริษัทคู่ค้าให้เป็นผู้ฉีด ส่วนสารกรองบริษัทจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่ผ่านผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศหลายราย และนำเข้าบางส่วนจากต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ขายที่มีความสัมพันธ์มากกว่า 5 ปี โดยบริษัทมีนโยบายสำรองวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าได้ไม่ต่ำกว่า 15 - 20 วัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับระยะเวลาในกระบวนการผลิตของวัตถุดิบแต่ละชนิด และบริษัทมีการทดสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่นำส่งในแต่ละครั้ง

3.2) พนักงานขาย

บริษัทมีกระบวนการคัดเลือกพนักงานขายโดยคัดเลือกจากผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและรักงานขาย บริษัทจัดฝึกอบรมพนักงานใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในสินค้าเป็นอย่างดี รวมถึง การจัดฝึกอบรมเพื่อสร้างทักษะการขายและเข้าใจถึงจิตวิทยาการขาย และจัดทำคู่มือการขายเพื่อให้พนักงานขายทุกคนใช้เป็นแนวทางในการขายสินค้า ทั้งนี้ บริษัทยังจัดให้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการเป็นประจำ และมีกิจกรรมสัมมนาเพื่อเพิ่มทักษะด้านการขาย

สำหรับพนักงานขายที่สามารถทำยอดขายได้เกินเป้าที่ตั้งไว้ บริษัทมีการให้รางวัล เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้พนักงานขายมีความมุ่งมั่นในการขาย และเป็นการสนับสนุนพนักงานขายที่มีคุณภาพให้ทำงานกับบริษัทในระยะยาว

(ค) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีการบริหารจัดการในกรณีที่ยืดเครื่องคืนมาจากลูกค้า หรือรับคืนเครื่องเก่ามาจากลูกค้า หรือของเสียในการผลิต ได้แก่ พลาสติก และสารกรอง บริษัทได้จำแนกสารกรองออกเป็นสารกรองที่ดีกับสารกรองคุณภาพต่ำ โดยสารกรองที่ดีนั้น บริษัทจะนำมาปรับปรุงคุณภาพ เพื่อขายให้แก่ผู้ผลิตเครื่องกรองน้ำที่ไม่ใช่เครื่องกรองน้ำเพื่ออุปโภคบริโภคในครัวเรือน อาทิเช่น เครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในอุตสาหกรรม เป็นต้น ในส่วนของสารกรองคุณภาพต่ำนั้น บริษัทนำมาผ่านกระบวนการอัดทำเป็นอิฐมวลเบาเพื่อใช้งานภายใน นอกจากนี้ บริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งตามมาตรฐานน้ำทิ้งของกระทรวงอุตสาหกรรม

การจัดการด้านความปลอดภัย

ความปลอดภัยของพนักงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญมาโดยตลอด โดยได้มีการกำหนดขั้นตอนแห่งความปลอดภัยไว้ในคู่มือการทำงานของระบบผลิต เพื่อให้พนักงานฝ่ายผลิตปฏิบัติตาม รวมทั้งจัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่เหมาะสมกับพนักงานในแต่ละหน้าที่ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด ทั้งนี้ ในกระบวนการผลิตในปี 2561 ที่ผ่านมาของบริษัทเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงจำนวน 5 คน (อุบัติเหตุร้ายแรงหมายถึง นับจำนวนการประสบอันตรายกรณีเสียชีวิต ทุพพลภาพ สูญเสียอวัยวะบางส่วน หรือหยุดงานเกิน 3 วัน)

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงต่อไปนี้ เป็นเพียงปัจจัยความเสี่ยงสำคัญบางประการที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัท ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในการลงทุนของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ อาจมีปัจจัยความเสี่ยงอื่น ๆ ที่บริษัทยังไม่สามารถทราบได้ในปัจจุบันและอาจมีปัจจัยความเสี่ยงบางประการที่บริษัทเห็นว่าไม่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงเหล่านี้ อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทในอนาคตได้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ภาครัฐ

ปัจจุบันธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำของบริษัทยังไม่ได้เป็นธุรกิจที่ถูกควบคุมโดยตรงจากหน่วยงานภาครัฐ อย่างไรก็ตามมีหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัททางอ้อม กล่าวคือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ทำหน้าที่ดูแลมิให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจเข้าซื้อเอาเปรียบผู้บริโภค ขณะที่กระทรวงพาณิชย์ได้มีการออกกฎหมายควบคุมการขายตรง โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการขายตรงต้องมีใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจโดยเฉพาะ และกระทรวงอุตสาหกรรมจะเป็นผู้ดูแลการต่อใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานซึ่งบริษัทถือเป็นนโยบายหลักที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังกล่าวอย่างเคร่งครัด อย่างไรก็ตามบริษัทมีความเสี่ยงในกรณีที่หน่วยงานภาครัฐอาจบังคับใช้กฎระเบียบเพิ่มเติมที่เข้มงวดมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ดังนั้นบริษัทจึงได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับแนวทางที่ทางราชการกำหนดในปัจจุบัน พร้อมทั้งติดตามข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องดังกล่าวตลอดเวลา เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้การดำเนินงานของบริษัทสอดคล้องกับกฎระเบียบของภาครัฐต่อไป

3.1.2 ความเสี่ยงจากการจำหน่ายผ่านช่องทางขายตรงเป็นหลัก

บริษัทจำหน่ายสินค้าเครื่องกรองน้ำส่วนใหญ่ผ่านช่องทางการขายตรงชั้นเดียว (Single Level Direct Sales) ซึ่งมุ่งเน้นการขายสินค้าโดยทีมงานขายตรง ที่มีประสบการณ์ในการขายผ่านช่องทางการขายตรงชั้นเดียวมาอย่างยาวนาน บริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการขายผ่านช่องทางดังกล่าวนี้เป็นช่องทางที่เหมาะสม เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำจำเป็นต้องอาศัยการอธิบายรายละเอียดด้านเทคนิคและคุณสมบัติโดยพนักงานขายอธิบายและสาธิตการใช้งานสินค้าให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจน เพื่อแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนปิดการขาย ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถเฉพาะตัวของพนักงานแต่ละคน โดยพนักงานที่มีทักษะการขายที่ดีเด่นอาจถูกดึงตัวไปเป็นพนักงานหรือตัวแทนขายของผู้ประกอบการรายอื่นที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าได้ 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 จะส่งผลให้มีการเปิดเสรีการค้าเคลื่อนย้ายทรัพยากรเงินทุน 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 และบางส่วนต้องพึ่งพาการนำเข้าจากผู้นำเข้ารายใหญ่ โดยราคาวัสดุและอุปกรณ์จะแปรผันตามราคาตลาดและอัตราแลกเปลี่ยนในกรณีที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศซึ่งบริษัทอาจได้รับผลกระทบบางส่วนจากความผันผวนของราคาวัสดุและอุปกรณ์รวมทั้งอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งในส่วนนี้บริษัทได้นำเครื่องมือทางการเงินมาใช้ในการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน เพื่อลดผลกระทบบางส่วนจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

3.2.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับใบอนุญาตการประกอบธุรกิจ

โรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัทแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ในพื้นที่สีส้ม ซึ่งเป็นพื้นที่ประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่น โดยได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2550 ภายใต้เงื่อนไขว่าใบอนุญาตดังกล่าวอาจถูกเพิกถอนได้ หากได้รับการร้องเรียนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือก่อให้เกิดปัญหาแก่ชุมชน สำหรับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานในปี 2561 มีรายละเอียดดังนี้

- โรงงานที่ 1 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบและซ่อมเครื่องกรองน้ำจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งได้รับการต่อใบอนุญาต โดยจะหมดอายุในวันที่ 1 มกราคม 2565
- โรงงานที่ 2 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบและซ่อมเครื่องกรองน้ำจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2563
- โรงงานที่ 3 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทบดย่อยเศษพลาสติกจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งได้รับการต่อใบอนุญาต โดยจะหมดอายุในวันที่ 1 มกราคม 2567 และใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทซ่อม ประกอบเครื่องทำน้ำอุ่นและเครื่องทำน้ำร้อนจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2565

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

ทั้งนี้ บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่ออายุใบอนุญาตของแต่ละโรงงาน อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารของบริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถได้รับการต่ออายุใบอนุญาตดังกล่าว เนื่องจากการประกอบผลิตภัณฑ์ไม่สร้างมลพิษใด ๆ และบริษัทยังไม่เคยได้รับการแจ้งเตือนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือการร้องเรียนจากผู้อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงอย่างมีนัยสำคัญแต่อย่างใด

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.3.1 ความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อ

การขายเครื่องกรองน้ำและเครื่องใช้ไฟฟ้าของกลุ่มบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นการขายผ่อนชำระตามสัญญาเช่าซื้อ ซึ่งคุณภาพของลูกค้าที่เช่าซื้อจะเป็นปัจจัยหลักในการรับรู้รายได้ของบริษัท โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทมียอดลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อสำหรับเครื่องกรองน้ำที่ค้างชำระเกิน 3 งวด มีสัดส่วนร้อยละ 4.70 สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้าลูกหนี้ที่ค้างชำระเกิน 6 งวด มีสัดส่วนร้อยละ 4.24 ของยอดลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อสินค้าเครื่องกรองน้ำและเครื่องใช้ไฟฟ้าตามลำดับ (หลังหักดอกเบียที่ยังไม่ถือเป็นรายได้และภาษีขายรอตัดบัญชี) ที่ผ่านมาลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายย่อยในระดับล่างถึงกลาง โดยบริษัทกำหนดนโยบายการคัดเลือกลูกค้าที่ผ่อนปรนเพื่อให้กลุ่มลูกค้าดังกล่าวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทกำหนดนโยบายการตรวจสอบและควบคุมการให้สินเชื่อ รวมทั้งในกรณีที่ลูกหนี้ค้างชำระ บริษัทจะตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในระดับที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับสัดส่วนหนี้สูญในอดีต และหากลูกหนี้ค้างชำระเกิน 3 งวด บริษัทจะหยุดรับรู้รายได้ดอกผลจากการเช่าซื้อทั้งจำนวน รวมทั้งดำเนินการทางกฎหมายโดยออกหนังสือทวงถามไปยังลูกค้า รวม 2 ครั้ง แล้วรอให้มีการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญให้ครบตามมูลค่าคงเหลือตามบัญชี ของลูกหนี้ค้างชำระนั้นแล้วก่อนการตัดลูกหนี้ค้างชำระดังกล่าวเป็นหนี้สูญต่อไป ทั้งนี้จากการที่สินค้าของบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง ในปี 2561 อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 75.34 เมื่อหักค่าใช้จ่ายในการขาย หนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญแล้ว บริษัทยังมีกำไรจากการดำเนินการขายตรงแบบผ่อนชำระในเกณฑ์สูงเพียงพอ โดยในปี 2561 บริษัทและบริษัทย่อยมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 6.66

ทั้งนี้ มาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากลูกหนี้เช่าซื้อซึ่งอาจไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงในสัญญาของบริษัทสามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

- กำหนดคุณสมบัติของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในเบื้องต้น เพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนแก่ทีมงานขาย โดยต้องผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากพนักงานขาย และหัวหน้าทีมพิจารณาอีกครั้งก่อนทำสัญญา จากนั้นมีการตรวจสอบคุณภาพลูกหนี้ โดยฝ่ายเครดิตประเมินความน่าเชื่อถือของลูกค้าแต่ละรายว่าเหมาะสมกับแผนการผ่อนชำระสินค้า พร้อมทั้งตรวจสอบว่ามีการติดตั้งครบถ้วนหรือไม่ และฝ่ายเครดิตเป็นหน่วยงานที่เก็บค่างวดผ่อนชำระ ทั้งนี้ สำหรับการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เป็นเงินผ่อน จะเป็นการขายผ่านบริษัทย่อยคือ บริษัท เจริญวิทย์ ลีสซิ่ง จำกัด (TSRL) โดยจะมีการตรวจสอบเครดิตลูกค้าทุกรายผ่าน Credit Bureau และพนักงาน checker จะตรวจสอบข้อมูลลูกค้าตามหลักเกณฑ์ของบริษัท TSRL อีกขั้นตอนหนึ่ง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบร่วมกันในการพิจารณาว่าจะอนุมัติหรือไม่อนุมัติ
- กำหนดการจ่ายผลตอบแทนแก่ทีมพนักงานขาย โดยอ้างอิงจากคุณภาพการขาย และในกรณีที่เกิดหนี้สูญจากการขาย พนักงานขายและผู้บริหารฝ่ายขายที่เกี่ยวข้องจะมีส่วนร่วมรับผิดชอบชำระค่าเสียหายแก่บริษัท เพื่อทดแทนความเสียหายตามหลักเกณฑ์ของบริษัท

- ในกรณีที่ลูกหนี้เข้าซื้อไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญาฉบับบริษัท บริษัทจะดำเนินการติดตามทวงถามหนี้สินคงค้างจากลูกหนี้ที่ค้างชำระเกินกำหนดโดยแผนกเร่งรัดหนี้สินและฝ่ายกฎหมายของบริษัท รวมทั้งจะดำเนินการถอดเครื่องคืนจากลูกหนี้ดังกล่าว โดยเครื่องกรองน้ำหากเครื่องที่ยึดคืนยังอยู่ในสภาพดี จะถูกส่งไปปรับปรุงสภาพที่โรงงาน และขายให้แก่พนักงานของบริษัท (ยกเว้นพนักงานฝ่ายขาย) ในลักษณะสินค้าตกเกรดในราคาถูกและปรับปรุงเพื่อบริจาค สำหรับสินค้าที่อยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์ บริษัทจะทำการถอดชิ้นส่วนโครงสร้างเพื่อถอดเป็นเม็ดพลาสติกและจำหน่ายต่อไป สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า เมื่อมีเครื่องจากการยึดคืนบริษัทจะนำมาขายเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองต่อไป

3.3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

บริษัทเบิกใช้เงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินเพื่อใช้สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทมีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินคงค้างจำนวน 29.50 ล้านบาท และมีเงินกู้ยืมระยะยาวคงค้างจำนวน 9.70 ล้านบาท ในการบริหารต้นทุนทางการเงิน บริษัทพิจารณาใช้แหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ทั้งนี้จะพิจารณาเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา บริษัทจึงมีความเสี่ยงบางส่วนจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทมีวงเงินเครดิตกับสถาบันการเงินหลายแห่ง เพื่อรองรับในกรณีที่มีความจำเป็นต้องใช้เงินทุน นอกจากนี้บริษัทได้พิจารณาจัดหาเงินทุนด้วยวิธีอื่นตามความเหมาะสมของภาวะเศรษฐกิจ

3.4 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจกำหนดนโยบายการบริหาร

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ ได้แก่ กลุ่มแจ่งอยู่ (รายละเอียดเพิ่มเติมใน : ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น) โดย ณ วันที่ 10 มกราคม 2561 ถือหุ้นรวมกันในบริษัทจำนวน 351,071,890 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.87 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท จึงทำให้กลุ่มแจ่งอยู่ สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดต้องให้ได้รับเสียงสามในสี่ (3 ใน 4) ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้ ซึ่งบริษัทได้ตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงดังกล่าวจึงได้จัดโครงสร้างการจัดการซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบไปด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ โดยมีการแต่งตั้งบุคคลภายนอกที่เป็นอิสระเข้าร่วมในคณะกรรมการบริษัท จำนวน 6 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 11 ท่าน โดยกรรมการอิสระจำนวน 4 ท่าน รับหน้าที่เป็นคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ และพิจารณาให้ความเห็นเกี่ยวกับความสมเหตุสมผลในการทำรายการระหว่างกัน ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นต่อไป

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนหลัก: ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 เป็นจำนวน 427.74 ล้านบาท โดยมีที่ดิน อาคารและอุปกรณ์บางส่วนนำไปค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ

| รายละเอียดสินทรัพย์ | มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 (ล้านบาท) | มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านบาท) | มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 (ล้านบาท) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน | 241.94 | 241.69 | 241.57 |
| อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร | 97.03 | 117.73 | 122.45 |
| เครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานและเครื่อง ตกแต่งติดตั้ง และอุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ | 29.69 | 39.15 | 42.55 |
| ยานพาหนะ | 58.26 | 72.46 | 80.55 |
| งานระหว่างก่อสร้างและงาน ระหว่างจ้างทำ | 0.82 | - | 12.76 |
| รวม | 427.74 | 471.03 | 499.88 |

ทั้งนี้ รายละเอียดของสินทรัพย์หลัก มีมูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 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. | 52.73 0.50 | เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ | จำนวนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/} ปลอดภาระจำนอง |
| ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่ ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 2-2-73.9 ไร่ | 34.36 | เป็นเจ้าของ | ปลอดภาระจำนอง |
| ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่ ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 3-2-15.7 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน | 56.96 | เป็นเจ้าของ | จำนวนเพื่อค้ำประกันวงเงิน 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 | จำนวนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/} ปลอดภาระจำนอง |
| โรงงานที่ 2 ที่ตั้ง: ต.บางกระสอ อ.เมืองนนทบุรี จ. นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-2-0 ไร่ | 5.22 | เป็นเจ้าของ | จำนวนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/} |

| ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน | มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท) | ลักษณะ กรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพัน |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| โรงงานที่ 3 ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 2-0-24.5 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน | 25.45 | เป็นเจ้าของ | จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/} |
| 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 | 31.19 8.34 | 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 | 241.94 | | |

หมายเหตุ : ^{1/}ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของกลุ่มบริษัทเป็นหลักประกันแก่วงเงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

| อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร | มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท) | ลักษณะ กรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพัน |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| สำนักงานใหญ่ (อาคาร) | 55.25 | เป็นเจ้าของ | จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/} |
| | 0.27 | บริษัทย่อย เป็นเจ้าของ | |
| ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่ (ลานจอดรถ และคลังสินค้า) | 4.13 | เป็นเจ้าของ | จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/} |
| โรงงานที่ 1 (อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร) | 3.44 | บริษัทย่อย เป็นเจ้าของ | จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/} |
| | 1.77 | เป็นเจ้าของ | |
| โรงงานที่ 2 (อาคาร) | 0.03 | เป็นเจ้าของ | จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/} |
| โรงงานที่ 3 (อาคาร) | 6.74 | เป็นเจ้าของ | จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/} |
| โรงงานที่ 4 (อาคาร) | 17.6 | เป็นเจ้าของ | จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/} |
| อาคารพักอาศัยพนักงาน | - | เป็นเจ้าของ | จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูก สร้างเพื่อค้ำประกันวงเงิน สินเชื่อ ^{1/} |
| ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าสำนักงานสาขาและ ศูนย์บริการต่างจังหวัด รวม 24 แห่ง | 7.80 | กรรมสิทธิ์ของ ผู้ให้เช่า | กรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่า |
| รวม | 97.03 | | |

หมายเหตุ: ^{1/}ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของกลุ่มบริษัทเป็นหลักประกันแก่วงเงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

4.1.1 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

บริษัทให้เช่าที่ดินและอาคารแก่บุคคลภายนอกเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงาน คลังสินค้า และโรงงานโดยบริษัทไม่ใช่ประโยชน์จากสินทรัพย์เพื่อการดำเนินธุรกิจโดยตรง จึงจัดเป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทและบริษัทย่อย มีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนเป็นจำนวน 58.63 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 พื้นที่ใช้สอยรวม 1,680 ตรม. | 5.02 0.62 | 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 | 58.63 | | |

หมายเหตุ: ^{1/}ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของกลุ่มบริษัทเป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

4.1.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทและบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเป็นจำนวน 37.24 ล้านบาท โดยประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สินทรัพย์ระหว่างพัฒนา (ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์) และค่าความนิยม

4.1.3 สัญญาเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทและบริษัทย่อย มีสัญญาเช่าที่สำคัญโดยสรุปได้ ดังนี้

- สัญญาเช่าระหว่างบริษัทกับบริษัทย่อย

| สินทรัพย์ | คู่สัญญา | ระยะเวลา |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| อาคารโรงงาน 1 | ผู้ให้เช่า : บจ. เซฟ เทค อินเทอร์เน็ต ผู้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ | เริ่มต้น : 1 มกราคม 2561 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2561 |
| อาคารสำนักงานและคลังสินค้า | ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ ผู้เช่า : บจ. เซฟ เทค อินเทอร์เน็ต | เริ่มต้น : 1 พฤษภาคม 2561 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2561 |


- สัญญาเช่าระหว่างบริษัทหรือบริษัทย่อยกับบุคคลภายนอก

| สินทรัพย์ | คู่สัญญา | ระยะเวลา |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| อาคารสำนักงานและคลังสินค้า | ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ ผู้เช่า : บจ. เบตเตอร์ ดรีมส์ | เริ่มต้น : 1 พฤษภาคม 2561 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2561 |
| พื้นที่โรงงาน | ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ ผู้เช่า : บจ. เบตเตอร์ ดรีมส์ | เริ่มต้น : 1 มกราคม 2561 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2561 |
| พื้นที่โรงงาน | ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ ผู้เช่า : บจ. ไอดีล วอเตอร์ | เริ่มต้น : 1 มกราคม 2561 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2561 |
| ที่ดินเปล่า (ที่จอดรถ) | ผู้ให้เช่า : นางจันทนา อยู่หุ่น ผู้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ | เริ่มต้น : 18 พฤษภาคม 2554 สิ้นสุด : 18 พฤษภาคม 2564 |
| ที่ดินเปล่า (ที่จอดรถ) | ผู้ให้เช่า : นายประภาส โรจน์นรินทร์ ผู้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ | เริ่มต้น : 3 มิถุนายน 2561 สิ้นสุด : 2 มิถุนายน 2564 |

นอกจากการเช่าอาคารสำนักงานและคลังสินค้า พื้นที่โรงงาน และที่ดินเปล่า ตามตารางข้างต้นบริษัทยังมีการเช่าอาคารพาณิชย์เพื่อเป็นสาขาและศูนย์บริการ 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 เจริญรุ่งเรือง จำกัด (มหาชน) | 895396 | 6 มิถุนายน 2556 | 5 มิถุนายน 2566 |
| กรรมวิธีการผลิตคาร์บอนเคลือบเงิน เพื่อเป็นสารกรองน้ำ | 1303001096 | 10 เมษายน 2558 | 17 กันยายน 2562 |
| อิฐบล็อกคาร์บอนและกรรมวิธีผลิต | 1303001370 | 4 กันยายน 2558 | 30 ตุลาคม 2562 |
| กรรมวิธีการผลิตหินแร่แคลไซต์ ที่อยู่ในสภาพกึ่งเปลี่ยนรูปทาง กายภาพเพื่อใช้ปรับพีเอชน้ำ | 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 ประกอบเครื่องทำน้ำอุ่นและเครื่องทำน้ำร้อน เพิ่มอีก 1 ใบอนุญาต ส่วนโรงงานที่ 4 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบ ซ่อมเครื่องกรองน้ำและบดเศษพลาสติกจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้ ใบอนุญาตของโรงงานที่ 1 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2565 ในขณะที่ใบอนุญาตของโรงงานที่ 2 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2563 ส่วนใบอนุญาตโรงงานที่ 3 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2567 และ หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2565 ตามลำดับ ส่วนใบอนุญาตโรงงานที่ 4 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2563

4.2 เงินลงทุน

บริษัทมีนโยบายลงทุนในกิจการที่สนับสนุนการเติบโตในระยะยาว ซึ่งในการเข้าลงทุนในบริษัทย่อยจะต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท โดยคำนึงถึงแนวโน้มธุรกิจ มูลค่าเงินลงทุน ความเสี่ยงและผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท รวมทั้งดูแลการบริหารงานอย่างเหมาะสม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 3 แห่ง คือ บริษัท เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ เหยือกกรองน้ำ และน้ำผสมแร่ธาตุ ให้แก่บริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 99.98 ในบริษัทย่อยดังกล่าว และมีมูลค่าเงินลงทุนรวม 4.00 ล้านบาท บริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด ดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อเฟดเดอร์ โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 59.99 ในบริษัทย่อยดังกล่าว มีมูลค่าเงินลงทุนรวม 18.60 ล้านบาท และบริษัท เจริญวิทย์ ลีสซิ่ง จำกัด ดำเนินธุรกิจให้สินเชื่อย่อยและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบผ่อนชำระ โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100 ในบริษัทย่อยดังกล่าว และมีมูลค่าเงินลงทุนรวม 100.00 ล้านบาท และบริษัทมีบริษัทร่วมทุน 1 แห่ง คือ บริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้าในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 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 2561

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

| | |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์ | : บริษัท เที่ยรสุรรัตน์ จำกัด (มหาชน) |
| เลขทะเบียนบริษัท | : 0107556000213 |
| ประเภทธุรกิจ | : ผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำใช้ในครัวเรือน |
| ทุนจดทะเบียน | : 662,198,922 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 662,198,922 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท |
| ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว | : 549,682,133 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 549,682,133 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 และ 02-962-6675 |
| เว็บไซต์ | : www.thiensurat.co.th |
| ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ | : โทรศัพท์ 02-819-8899 ต่อ 1536 และ 1591 |
| อีเมลล์ | : 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) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| บริษัท เซฟเทรด อินเทอร์เน็ตช้อปปิ้ง จำกัด เลขทะเบียนบริษัท : 0125538005592 43/12 หมู่ 7 ซอยชูชาติอนุสรณ์ 4 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ : 02-962-6651-2 โทรสาร : 02-962-6659-60 เว็บไซต์ : www.safetrade.co.th | จัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ เหยือกกรองน้ำ และน้ำดื่ม ผสมแร่ธาตุ | 99.98 | | 4.00 | 4.00 |

| ชื่อนิติบุคคล/ที่อยู่ และรายละเอียด | ประเภทธุรกิจ | สัดส่วน การถือหุ้น (%) ของบริษัท | สัดส่วน การถือ หุ้น (%) ของ ผู้ร่วมทุน | ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท) | ทุนชำระ แล้ว (ล้านบาท) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| บริษัท เฟดเดอร์ไทย จำกัด เลขทะเบียนบริษัท: 0105557169406 59/1 ซอยรามอินทรา 58 แขวงรามอินทรา เขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร 10230 โทรศัพท์ : 02-936-8990 โทรสาร : 02-510-1877 เว็บไซต์ : www.fedders.co.th ผู้ร่วมทุน: 1. บริษัท เอส.เอส.แอร์ เซอร์วิส จำกัด 2. นายวิสิทธิ์ วงศ์วิวัฒน์ | ประกอบธุรกิจหลักเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อเฟดเดอร์ | 59.997 | 40.000 0.003 | 60.000 | 31.000 |
| บริษัท เอียร์สูร์ธน์ ลีสซิ่ง จำกัด เลขทะเบียนบริษัท : 0125559017522 43/9 หมู่ 7 ซอยชูชาติอนุสรณ์ 4 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ : 02-032-8690 | ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยการผ่อนชำระ การให้สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ และสินเชื่อทะเบียนรถ | 100.00 | | 100.00 | 100.00 |
| TSR Lao Co., Ltd. Kamphaengmeuang Road, Thatluang Tai Village, Saysettha District, Vientiane Capital, the Lao PDR ผู้ร่วมทุน : - กลุ่มบริษัท เจบี | ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้า ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว | 49.00 | 51.00 | 34.80 (8,000 ล้านบาท) | 27.83 ^{1/} |

หมายเหตุ : ^{1/}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

เลอรัชดา 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