

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 อินเตอร์เนชันแนล 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 ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้า ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ในปี 2562 บริษัทเปิดตัวบริการใหม่ภายใต้ ชื่อ “SAFE MAN” โดยมีคุณเมธี บุรณศิริ (นีโน่) เป็นพิธีเซ็นเตอร์ ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาทีมขายและการบริการให้มีคุณภาพ เหมาะสม และทันสมัย ซึ่งให้บริการในด้านต่าง ๆ อาทิ การบริการส่งและติดตั้งฟรี บริการซ่อมและเปลี่ยนสารกรอง บริการรับชำระค่าสินค้าและค่างวดในกรณีผ่อนชำระแบบไม่ใช้บัตรเครดิต รวมถึงการให้บริการปรึกษาปัญหาเรื่องน้ำ หรือสารพัดสินค้าให้ที่บ้านลูกค้า

1.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจ ปัจจัยสำคัญ

บริษัทได้พิจารณาทบทวนกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจ โดยนำเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 13/2562 เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2562 และได้เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ พร้อมกันนี้บริษัทได้จัดประชุมนำเสนอเป้าหมายของบริษัทเพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำในธุรกิจเครื่องกรองน้ำดื่ม ในประเทศไทยและกลุ่มประเทศ CLMV

พันธกิจ (Mission)

- สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีความทันสมัย
- สร้างความพึงพอใจถึงบ้านและความผูกพันแก่ลูกค้า
- ขยายฐานธุรกิจไปยังกลุ่มประเทศ CLMV
- สร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น
- สร้างความผูกพันแก่บุคลากรโดยพัฒนาศักยภาพ สร้างความมั่นคงและคุณภาพชีวิตที่ดี
- รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ค่านิยมองค์กร (TSR Core Value)

เราคือ SAFE: SAFE คือเรา

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

ธรรมนูญองค์กร

“เราจะนำบริการด้านสุขภาพ	สร้างคุณภาพความพอใจให้ลูกค้า
เราจะสร้างความมั่นคงตรงจาก	สร้างพนักงานมีคุณค่าปัญหาหลาย
เราจะสร้างผลกำไรใหญ่ไพศาล	เพื่อเจือจางกระจายถ่วงถ่วงหลากหลาย
ธรรมนูญองค์กรไม่คลอนคลาย	ห้าข้อไขว่บรรลุจุดสูงสุดเคย”

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

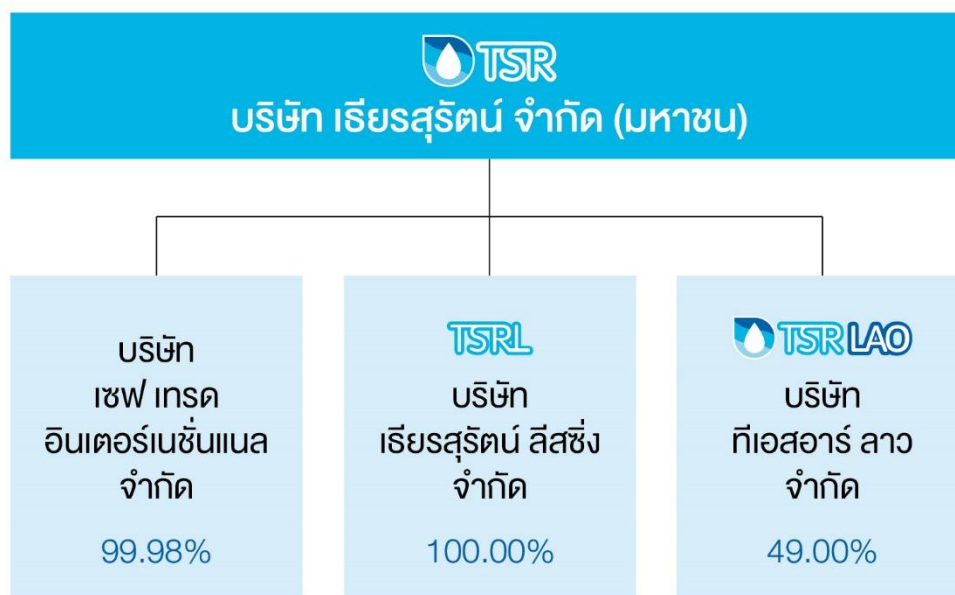
- บริษัทได้รับอนุสิทธิบัตร สารกรองหินแร่ธรรมชาติ (Alkaline Mineral) ซึ่งได้ผ่านการทดสอบตามมาตรฐาน AS/NZS 4020:2005 ทดสอบโดย Eurofins AMS Laboratories Pty Ltd ซึ่งเป็นสถาบันชั้นนำจากประเทศออสเตรเลีย (AMS) นอกจากนี้บริษัทได้รับการขึ้นทะเบียนบน Website ของ NSF Product and Service Listings ในการใช้ไส้กรอง 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 บริษัทได้ลงนามในสัญญาความร่วมมือผลิตสินค้าให้ Successmore หรือ บริษัท ซัคเซสมอร์ บิ๊อิง 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 เครื่องกรองน้ำหย่อเซฟ 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
- 2562**
- บริษัทต่อยอดรูปแบบธุรกิจการจำหน่ายสินค้า ผ่านช่องทาง Online และ TV Shopping เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยออกผลิตภัณฑ์รุ่น D-Lite เพื่อตอบโจทย์ครอบครัวยุคใหม่ ที่มีขนาดเล็กลง รวมไปถึงข้อจำกัดด้านพื้นที่ใช้สอยของที่พักอาศัย และยังสามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง (DIY)
 - บริษัทเปิดตัวบริการใหม่ภายใต้ชื่อ “SAFE MAN” โดยมีคุณเมทนี บุรณศิริ (นีโน่) เป็นพรีเซ็นเตอร์ ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาทีมขายและการบริการให้มีคุณภาพ เหมาะสม และทันสมัย ซึ่งให้บริการในด้านต่างๆ อาทิ การบริการส่งและติดตั้งฟรี บริการซ่อมและเปลี่ยนสารกรอง บริการรับชำระค่าสินค้าและค่างวดในกรณีผ่อนชำระแบบไม่ใช้บัตรเครดิต รวมถึงการให้บริการปรึกษาปัญหาเรื่องน้ำ หรือสารพัดสินค้าให้ลูกค้าที่บ้าน
 - บริษัทขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าและให้บริการได้ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศให้มากขึ้น ณ สิ้นปี 2562 มีจำนวนสาขาทั้งหมด 23 สาขา (สิ้นปี 2561 มีจำนวน 22 สาขา)
 - ที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้นของบริษัทได้มีมติให้ลดทุนจดทะเบียนของบริษัทจากเดิม 662,198,922 บาท (หุ้นสามัญ 662,198,922 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท) เป็น 549,682,133 บาท (หุ้นสามัญ 549,682,133 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท) โดยวิธีตัดหุ้นสามัญจดทะเบียนที่ยังไม่ได้จำหน่ายจำนวน 112,516,789 หุ้น

- เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2562 คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติปิดบริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 59.99 เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นของบริษัท ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทย่อยดังกล่าวไม่ได้มีการประกอบเครื่องปรับอากาศที่ห่อเฟดเดอร์ออกมาจำหน่ายแล้ว และได้จดทะเบียนเลิกบริษัทเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท เที่ยรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน)

ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2562



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 ลีสซิ่ง 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	2562		2561		2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ขายสดและขายเชื่อ	216.15	14.84	214.80	15.58	202.33	14.13
ขายตามสัญญาเช่าซื้อ	1,240.21	85.16	1,163.70	84.42	1,229.36	85.87
รวมรายได้จากการขาย	1,456.36	100.00	1,378.50	100.00	1,431.69	100.00





หมายเหตุ: รายได้จากการขายผ่าน Modern trade และตัวแทนจำหน่าย รวมอยู่ในรายได้จากการขายสดและขายเชื่อ



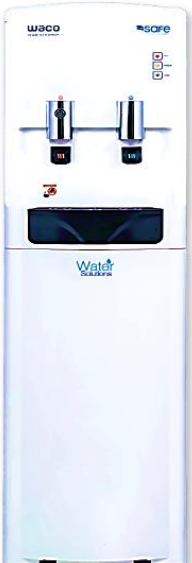
2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ






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 และ 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>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น D-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" - ช่องทาง TV Shopping
<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"
<p>2 เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น (UV และ UF) เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น มีระบบควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติแบบเทอร์โมสแตท และระบบกรองน้ำแบบ UV และ UF</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ www.officemate.co.th - ช่องทางลูกค้าองค์กร - ตัวแทนจำหน่าย

	ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
3	<p>เครื่องใช้ไฟฟ้า</p> <p>3.1 เครื่องทำน้ำอุ่น</p> <p>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; align-items: center;"> <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
	<p>2) SAFE Electrics รุ่น Q-Series 3,800 วัตต์ และ 4,500 วัตต์</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>Q-Series WH 3.8</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Q-Series WH 4.5</p>  </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 "ไคกิน" (Daikin) 2 รุ่น คือ</p> <p>เครื่องปรับอากาศ Daikin รุ่น FT SMASH II R32</p> <div style="text-align: center;">  </div>	<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>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
<p>4 เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ</p> <p>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="279 264 478 398">  </div> <div data-bbox="276 472 472 792">  </div> <div data-bbox="547 526 892 754">  </div> <div data-bbox="269 920 531 1008">  </div> <div data-bbox="276 1064 571 1263">  </div> <div data-bbox="611 1064 914 1263">  </div> <div data-bbox="336 1332 505 1715">  </div> <div data-bbox="625 1357 860 1695">  </div>	

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<div data-bbox="271 264 632 353">  </div> <div data-bbox="331 421 485 712">  </div> <div data-bbox="641 376 865 761">  </div> <div data-bbox="316 770 501 1084">  </div> <div data-bbox="625 815 896 1075">  </div> <div data-bbox="284 1245 612 1352">  </div> <div data-bbox="328 1500 533 1845">  </div> <div data-bbox="657 1379 842 1854">  </div>	

หมายเหตุ : ในไตรมาส 3 ปี 2560 การจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในระบบเงินผ่อนจำหน่ายโดย บริษัท เจริญรุ่งเรือง ลีสซิ่ง จำกัด

2.1.2 ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด คือ เครื่องกรองน้ำและเหยือกกรองน้ำ ในปัจจุบันมีเครื่องกรองน้ำที่ผลิตขึ้นโดยเฉพาะให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด โดยเป็นผู้ว่าจ้างผลิตและ เป็นลูกค้าหลักของบริษัทอย่างต่อเนื่องหลายปีที่ผ่านมา และในปัจจุบันมีเครื่องกรองน้ำและเหยือกกรองน้ำทั้งหมด 5 รุ่น

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 ภาพรวมอุตสาหกรรม

ภาพรวมของตลาดในช่วงปี 2562 ที่ผ่านมามีภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560 ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน ทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดสูงรวมถึงมีช่องทางการเลือกซื้อสินค้าใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อีกทั้งจากกระแสการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคที่หันมาดื่มน้ำเปล่าแทนเครื่องดื่มชนิดอื่น จึงทำให้เป็นปัจจัยส่งเสริมให้ตลาดน้ำขวดขยายตัว ซึ่งจากข้อมูลทางการตลาดชี้ว่าตลาดน้ำขวดมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 มีมูลค่ากว่า 45,300 ล้านบาท อัตราการเติบโต 12.97% จากปีที่ผ่านมา (ที่มา: marketeeronline ปี 2562) และจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกซื้อเครื่องกรองน้ำดื่มติดตั้งที่บ้านเพื่อการบริโภคเพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของสินค้าเครื่องกรองน้ำมีมูลค่าตลาดรวมกว่า 12,000 ล้านบาท (ที่มา: หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ปี 2560) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและนักลงทุน โดยทางบริษัทได้วางเป้าหมายรวมของบริษัทเติบโตที่ 10% ในปี 2563 จากปี 2562 เพื่อกระตุ้นยอดขายดังที่กล่าวมา บริษัทจึงเน้นการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในการเลือกใช้เครื่องกรองน้ำเพื่อกรองน้ำดื่มที่มีคุณภาพและส่งผลกระทบต่อสุขภาพ โดยมีปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องกรองน้ำคือ ความมั่นใจในระบบการกรองที่มีประสิทธิภาพและความคุ้มค่าในการใช้งาน รวมถึงการออกแบบตัวเครื่องเพื่อตอบโจทยความต้องการของกลุ่มลูกค้าสมัยใหม่ที่มีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ที่อยู่อาศัย เช่น คอนโด และ ทาวน์เฮาส์ เป็นต้น โดยเน้นเครื่องกรองที่มีการออกแบบสวยงาม ทันสมัยกะทัดรัด ใช้งานง่ายสามารถดูแลเบื้องต้นและติดตั้งได้ด้วยตนเอง ในส่วนของลูกค้าพื้นที่ต่างจังหวัดหรือภูมิภาคที่ไม่ได้มีข้อจำกัดทางด้านพื้นที่การใช้งาน ทางบริษัทจึงเน้นสินค้าที่มีความคุ้มค่าและครอบคลุมต่อการใช้งาน รวมถึงการเลือกระบบการกรองให้มีประสิทธิภาพความเหมาะสมกับสภาพน้ำในแต่ละพื้นที่

2.2.2 ภาพรวมตลาดเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือน

ภาพรวมของตลาดเครื่องกรองน้ำยังมีโอกาสในการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการขยายตัวของที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยมีที่อยู่อาศัยใหม่เพิ่มขึ้นมา จำนวน 161,457 หน่วย (ที่มา: ธนาคารอาคารสงเคราะห์) และจากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้นและกระแสมนิยมในการออกกำลังกาย การออกกำลังกายใช้แกว่พลาสติก การใส่ใจในพฤติกรรมบริโภค รวมถึงกิจกรรมทางด้านกีฬาต่าง ๆ ที่มีการจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การวิ่ง การปั่นจักรยาน เป็นต้น ล้วนเป็นปัจจัยที่จะกระตุ้นให้คนส่วนใหญ่หันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น

ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น อันเป็นผลให้เกิดการขายในช่องทางการขายใหม่ โดยในช่องทางออนไลน์นั้นทำให้ทางบริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น สามารถเพิ่มยอดขายสูงขึ้น ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่สื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของสินค้าและสามารถนำมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันระบบการจัดส่งสินค้าพร้อมติดตั้งของทางบริษัทมีความสะดวกรวดเร็ว และครอบคลุมพื้นที่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ จึงสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางดังกล่าว

บริษัทจึงมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพในการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดในอนาคต

2.2.3 วิเคราะห์และเปรียบเทียบสภาวะการแข่งขัน

ภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำในช่วงปีที่ผ่านมามีการแข่งขันทางด้านการสร้างแบรนด์อย่างเห็นได้ชัดผ่านทางสื่อ ทั้งทางสื่อโทรทัศน์และสื่อป้ายโฆษณาต่าง ๆ อีกทั้งช่องทางออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อได้ง่าย ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันในการสร้างคอนเทนต์เพื่อดึงความได้เปรียบในการสร้างความเข้าใจและสร้างความเชื่อมั่นในสำหรับลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละแบรนด์ อันเป็นผลมาจากกระแสการใส่ใจเรื่องสุขภาพ และอีกหนึ่งปัจจัยส่งเสริมคือการขยายตัวของที่อยู่อาศัย ทั้งแนวราบคือบ้านเดี่ยวและหมู่บ้านจัดสรรต่าง ๆ และแนวสูงคือคอนโดมิเนียมและอพาร์ทเมนต์ ที่มีความต้องการเครื่องกรองน้ำ โดยทางบริษัทเน้นสินค้าที่มีมาตรฐานสูงและมีการรับประกันรับสินค้าสูงสุด 2 ปี แบบ On Site Service (บริการถึงบ้านคุณ) เพื่อสร้างความมั่นใจในสินค้าและบริการหลังการขายที่ดีตลอดอายุการใช้งาน

นอกจากนี้ บริษัทได้ผลิตสินค้าขายให้แก่ บริษัท แอ็ดเวล บิวตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (ยี่ห้อ Adwell) และบริษัท ชัคเซสมอร์ บียอนด์ จำกัด (มหาชน) (ยี่ห้อ Alkamag) และบริษัทย่อยเป็นผู้จำหน่ายสินค้าขายให้แก่ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขายตรงชั้นนำแห่งหนึ่งของประเทศไทยที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำภายใต้ (ยี่ห้อ Giffarine) ผ่านเครือข่ายสมาชิกของบริษัทขายตรงดังกล่าว ซึ่งเป็นอีกช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท (จำหน่ายผ่านบริษัทย่อย)

2.2.3.1 ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกปีโดยมอบหมายให้ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์และบริการเป็นผู้สอบถามข้อมูลกับทางลูกค้าและสรุปข้อมูล ซึ่งการประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทพบว่าผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าประจำปี 2562 เฉลี่ย 91.65% ทั้งนี้ บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำของบริษัทในปีที่ผ่านมาการแข่งขันทางด้านการสร้างแบรนด์อย่างเห็นได้ชัดผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้เกิดการสร้างคอนเทนต์เพื่อเรียกความสนใจจากผู้บริโภคได้ สร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละแบรนด์ กระตุ้นและสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลมาจากกระแสการใส่ใจเรื่องสุขภาพ และอีกหนึ่งปัจจัยคือ การขยายตัวของที่อยู่อาศัยทั้งแนวราบคือ บ้านเดี่ยวและหมู่บ้านจัดสรรต่าง ๆ และแนวสูงคือ คอนโดมิเนียมและอพาร์ทเมนต์ เป็นต้น รวมถึงบริษัทได้กระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่องด้วยสินค้ากลุ่มเครื่องทำน้ำอุ่น โดยเน้นสินค้าที่มีมาตรฐานสูงและมีการรับประกันการขาย สร้างความมั่นใจให้กลุ่มผู้บริโภค

2.2.4 กลยุทธ์ด้านการตลาด

จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของช่องทางการขายใหม่ ในช่องทางออนไลน์ โดยทางบริษัทมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา และได้วางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อรองรับกับสภาพตลาดในปัจจุบัน

ซึ่งบริษัทมีจุดแข็งของทีมขายและทีมบริการที่ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อเชื่อมโยงจุดแข็งและการขยายตัวของช่องทางกับออนไลน์ โดยการนำ Multi-Channel และ O2O (Online to Offline) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ถูกนำมาปรับใช้และสร้างรูปแบบการขายเชิงรุก ของการทำงานของทีมงานเพื่อสร้างโอกาสและความสำเร็จในเชิงธุรกิจ ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว โดยในปีที่ผ่านมายอดขายผ่านช่องทางออนไลน์มีการเพิ่มขึ้นอย่าง

ต่อเนื่อง บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญการตลาดทางด้านนี้และได้มีการวางแผน ในการขยายหน่วยงานรองรับ การเติบโตทางด้านนี้และเพิ่มทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านสื่อการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing Specialist) เพื่อรองรับการเติบโตจากยอดขายในช่องทางนี้ในอนาคต

ในปี 2563 บริษัทได้เน้นสร้างความเชื่อมั่นผ่านการสร้างแบรนด์สินค้า (Branding) และการรับรู้แบรนด์สินค้า (Brand Awareness) โดยนำจุดแข็งคือคุณภาพสินค้าและบริการ ที่มีประสบการณ์กว่า 44 ปี นอกจากนั้นบริษัทได้วิจัย และพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน คือ เน้นเครื่องกรองน้ำที่มีการออกแบบสวยงาม ทันสมัย กะทัดรัด ใช้งานง่ายสามารถดูแลเบื้องต้นและติดตั้งได้ด้วยตนเอง รวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่อง ระบบการกรองน้ำและคุณภาพน้ำผ่านสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ อย่างต่อเนื่อง เช่น ความรู้เรื่อง “น้ำดื่มหรือน้ำอัลคาไลน์” ซึ่งเป็นคุณสมบัติเด่นและเป็นจุดขายของทางบริษัท รวมถึงการเป็นผู้ผลิตสินค้าจากภายในประเทศไทย ที่มีเทคโนโลยีการกรองในระบบที่เป็นที่นิยมหลัก ๆ คือ

UV (Ultraviolet Light)

UF (Ultrafiltration Membrane)

RO (Reverse Osmosis Membrane)

โดยสารกรองและอุปกรณ์ที่ใช้มีคุณภาพตามมาตรฐาน NSF (National Sanitation Foundation) โดยบริษัท ยังคงพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง บริษัทจึงได้มีการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทยกลุ่ม ผู้บริโภค และเหมาะสมกับการบริโภคน้ำดื่มจากเครื่องกรองน้ำในแต่ละพื้นที่ เนื่องจากคุณภาพน้ำประปาหรือน้ำที่ใช้ สำหรับเข้าเครื่องกรองน้ำของแต่ละพื้นที่มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องออกแบบระบบเครื่องกรองน้ำที่มีความ เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ บริษัทได้เก็บข้อมูลน้ำในแต่ละพื้นที่ย้อนหลังเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการสร้างกลยุทธ์และนำเสนอ รุ่นของเครื่องกรองน้ำที่เหมาะสมกับลูกค้ามากที่สุด

จากฐานลูกค้ากลุ่มเครื่องกรองน้ำและชุดสารกรอง ซึ่งมียอดขายและติดตั้งไปแล้วกว่าล้านราย (ข้อมูล: ฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท เอียร์สเวิร์ธ จำกัด (มหาชน)) ดังนั้นบริษัทจึงต่อยอดทางธุรกิจกลุ่มสินค้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายใต้การทำการตลาดผ่านแบรนด์และเพจ “ผ่อนสบาย” ซึ่งมีการขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่องมาตลอด ระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าในการเลือกผ่อนชำระสินค้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า แบบที่ไม่ ต้องใช้บัตรเครดิต โดยก็สามารถผ่อนชำระกับทางบริษัทได้โดยตรงและได้เลือกสรรสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าแบรนด์ชั้นนำ ในตลาด ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าเก่า-ใหม่ ตลอดระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา

ช่องทางการขายตรง

ช่องทางการขายตรงยังคงเป็นช่องทางหลักของบริษัท ดังนั้นเพื่อการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการแข่งขันใน ปัจจุบัน บริษัทจึงมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่องผ่านการฝึกอบรมและพัฒนาโดยเน้นการเข้าถึง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ในทุกรูปแบบ ทั้ง Push และ Pull Strategy ด้วยการให้ความรู้ในส่วนข้อมูลสินค้าและบริการเพื่อ สร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จากกลยุทธ์หลักของบริษัทในการนำเครื่องมือทางการตลาดมาปรับใช้ ในการสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่และเพิ่มโอกาสการขายและรองรับการขายในอนาคตในรูปแบบต่างๆ

ช่องทางโมเดิร์นเทรด

บริษัทได้พิจารณาถึงข้อดีและข้อเสียของการขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรดอย่างรอบคอบแล้ว บริษัทจึงได้ ตัดสินใจยุติการขายผ่าน HomePro แล้วมุ่งเน้นในการขายผ่านสื่อทางออนไลน์แทนตามพฤติกรรมผู้บริโภคใน ปัจจุบัน

ช่องทางออนไลน์

จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน บริษัทได้ดำเนินการและวางแผนเพื่อรองรับการขยายตัวในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยผลักดันการขายและขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในทุก ๆ ช่องทาง เช่น Facebook, Line@, Website และ Shopping Application ต่าง ๆ ซึ่งเป็นช่องทางที่มีโอกาสในการเติบโตสูง ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้สามารถสร้างฐานกลุ่มลูกค้าใหม่และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วผ่านข่าวสารและสื่อส่งเสริมการขายต่าง ๆ ในช่องทางออนไลน์ทุกช่องทาง

ตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจอันยาวนานของบริษัท บริษัทยังยึดปณิธานที่จะสร้างสุขภาพดีให้กับประชาชนชาวไทยทุกครอบครัว 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” ระบบการปรับสภาพความเป็นด่างของน้ำจากกรรมสิทธิ์สิทธิทางปัญญา 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

ในปี 2562 นี้ ทางบริษัทมุ่งพัฒนาและต่อยอดการกรองน้ำในระบบ RO (Reverse Osmosis) ให้ตอบโจทย์ลูกค้าที่ต้องการใช้น้ำดื่มอย่างต่อเนื่อง โดยทำการวิจัยระบบ RO High Flowrate ขึ้นมา เพื่อให้อัตราการผลิตน้ำดื่ม มีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นทันต่อความต้องการ จากเดิมอัตราการผลิตน้ำ อยู่ในช่วง 50-75 GPD (แกลลอนต่อวัน) หรือประมาณ 190-283 ลิตรต่อวัน ปรับเพิ่มขึ้นเป็น 400 GPD (แกลลอนต่อวัน) หรือประมาณ 1,512 ลิตรต่อวัน อันจะส่งผลให้สามารถยกเลิกการใช้ RO Tank ลงได้ ลดพื้นที่การติดตั้ง (สำหรับวาง RO Tank) รวมทั้งลดขั้นตอนการติดตั้งให้สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น

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

บริษัทได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เหมาะสมกับการบริโภค การใช้งาน และรสนิยมของลูกค้า ทั้งที่เป็นระบบการกรอง UV (ระบบการฆ่าเชื้อโรคด้วยแสง UV) ระบบ RO (Reverse Osmosis) ที่สามารถกรองความเค็มของน้ำประปาในช่วงเวลาที่น้ำประปากร่อยและมีความเค็มเกินมาตรฐานเนื่องจากภาวะน้ำทะเลหนุนได้เพื่อสุขภาพที่ดีของลูกค้าได้ และระบบ UF (Ultrafiltration) มีผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กที่เหมาะสมกับครอบครัวเดี่ยวในคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ หรือที่มีสมาชิกในครอบครัวน้อย มีผลิตภัณฑ์หลายระดับราคาที่ลูกค้าสามารถเลือกตามกำลังซื้อ เช่น ในปี 2559 บริษัทได้ออกสินค้ารุ่น UF Alkaline มาเพื่อตอบสนองลูกค้าที่ใช้น้ำประปา และต้องการระบบการกรองน้ำที่มีความละเอียดในระดับราคาปานกลาง บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น คุณภาพสูง มีระบบการกรองในตัว เสริมแร่ธาตุที่ร่างกายต้องการ และน้ำที่กรองมีค่า pH เป็นด่างอ่อนๆ ที่สามารถใช้ได้ทั้งภายในสำนักงานและภายในครัวเรือน รวมไปถึงได้นำเสนอระบบกรองน้ำใช้ “Water Mate” ที่ช่วยเพิ่มคุณภาพน้ำที่ใช้การอุปโภคได้อย่างปลอดภัยมากขึ้น

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

ในปี 2562 ทางบริษัทต่อยอดรูปแบบธุรกิจการจำหน่ายสินค้า ผ่านช่องทาง Online และ TV Shopping เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยออกผลิตภัณฑ์รุ่น D-Lite เพื่อตอบโจทย์ครอบครัวยุคใหม่ ที่มีขนาดเล็กลง รวมไปถึงข้อจำกัดด้านพื้นที่ใช้สอยของที่พักอาศัย และยังสามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง (DIY)



(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 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 1,100 คน ทั่วประเทศ

บริษัทได้ขยายสาขาโดยสิ้นปี 2562 มีจำนวน 23 สาขา ครอบคลุมหัวเมืองหลักของประเทศ ในลักษณะที่เป็นเครือข่าย (Network) เพิ่มความสะดวกในการนำเสนอขายและการบริการให้ลูกค้า บริษัทมีจำนวนพนักงานขายทางโทรศัพท์ ประมาณ 100 ที่นั่ง และพนักงานขายทางโทรศัพท์แบบบริษัท Outsourcing อีก 2 บริษัทจำนวน 40 ที่นั่ง รวมทั้งหมด 140 ที่นั่ง และอีกทั้งยังมีการการขายผ่านช่องทางผ่านโมเดิร์นเทรด (โฮมโปร) ซึ่งในไตรมาส 4 บริษัทได้พิจารณาถึงข้อดีและข้อเสียของการขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรดอย่างรอบคอบแล้ว บริษัทจึงได้ตัดสินใจยุติการขายผ่าน HomePro แล้วมามุ่งเน้นในการขายผ่านช่องทางออนไลน์แทน

จากกระแสความนิยมในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก บริษัทได้เพิ่มทีมงาน Digital Marketing และ Online Telesales เพื่อใช้ช่องทาง Online ผ่านทาง Website, Facebook, Line official ของบริษัท และได้ทำการสร้างทางเชื่อมต่อและโฆษณาผ่านพันธมิตรทางระบบออนไลน์ เช่น Lazada, Kaidee, Fixzy, และ Shop@24 เป็นต้น โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านระบบออนไลน์ เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างรวดเร็ว

บริษัทได้เพิ่มช่องทางเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์และการบริการของทางบริษัทที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดทำโฆษณาผ่านทางช่องทางโทรทัศน์ (ดิจิทัลทีวี) มีเดียออนไลน์ และ Out of Home Media (Billboard) โดยได้ทำการลงนามต่อสัญญาว่าจ้างศิลปิน “ นีโน่ ” คุณเมทนี บุรณศิริ เป็นพรีเซนเตอร์ให้กับบริษัท โดยออกอากาศในช่องทีวีดิจิทัล เช่น ช่อง 3HD, 3 SD, One ช่อง Workpoint และช่องอื่น ๆ อีกทั้งยังได้จัดเตรียม ช่องทางอื่น เช่น Out of home media, สปอตวิทยุ และงานอีเวนท์ ต่าง ๆ ตั้งแต่ปี 2562 ร่วมกับศิลปินดังกล่าว เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและมั่นใจในผลิตภัณฑ์และบริการของทางบริษัทมากยิ่งขึ้น

(5) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างยั่งยืน

เครื่องกรองน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการคำแนะนำ บริษัทจึงเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับสภาพน้ำของบ้านลูกค้า และการดูแลรักษาของลูกค้า และครอบครัว พนักงานจึงเป็นปัจจัยหลักสำคัญของความสำเร็จ (Key Success Factor)

บริษัทได้พัฒนาวิธีการสรรหา และคัดเลือกพนักงานที่มีคุณภาพให้รองรับการขยายตัวของธุรกิจอย่างรวดเร็วของบริษัท บริษัทให้ความสำคัญในการสร้างความรู้ ทักษะ และมีการฝึกฝนอย่างจริงจัง นับตั้งแต่วันแรกที่เข้ามาปฏิบัติงาน ทั้งด้านความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ทักษะการขาย การบริการ การดูแลลูกค้า สร้างให้พนักงานมีทัศนคติ มีจิตบริการ เพื่อส่งมอบคุณภาพดีให้กับลูกค้า มีการจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมขึ้น เพื่อพัฒนาคุณภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบมีระบบครูฝึกภาคสนามในทุกภูมิภาคให้แก่พนักงาน 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 ซึ่งมีผู้บริหารงานขาย, พนักงานขายและบริการประมาณ 1,100 คน ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยพนักงานส่วนใหญ่ประจำที่สำนักงานใหญ่จังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนและรองรับการขายเครื่องกรองน้ำและสารกรองและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีคุณภาพที่บริษัทคัดสรรมาแล้วเป็นอย่างดี โดยจำนวนสาขา ณ สิ้นปี 2562 จำนวน 23 สาขา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รายละเอียดสาขา (23 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
	กำแพงเพชร	57/12, 57/13 ถ.เทศบาล 1 ต.ในเมือง อ.เมืองกำแพงเพชร จ.กำแพงเพชร 62000	055-021-989
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
	สมุทรปราการ	42/24, 42/25 หมู่ 9 ต.บางปลา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540	02-002-2052
ตะวันออก เฉียงเหนือ	ขอนแก่น	118/9 ถ.เหล่านาดี ต.ในเมือง อ.เมืองขอนแก่น จ.ขอนแก่น 40000	043-043-500
	อุดรธานี	289/13-14 ถ.อุดรเดช ๗ ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000	042-223-448
	อุบลราชธานี	265/4-5 ถ.อุปถัมภ์ 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.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

ภาค	สาขา	ที่อยู่	เบอร์โทร
	สุราษฎร์ธานี	20/1 ม.10 ต.วัดประดู่ อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี 84000	077-964-000
	ภูเก็ต	32/4 ถ.พุนผล ต.ตลาดเหนือ อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000	076-619-111
	สงขลา	1502, 1504 หมู่ที่ 3 ถ.สนามบิน-ลพบุรีราเมศวร์ ต.ควนลัง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	074-250-420
	ตรัง	236/23 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 2562 มีจำนวนพนักงานขายทางโทรศัพท์ประมาณ 140 ที่นั่ง ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถติดต่อหน่วยงานขาย สอบถามข้อมูลหรือการบริการต่าง ๆ ได้โดยโทรติดต่อ Call Center 1210 และ 02-819-8888 รวมขยายคู่สายเป็น 150 คู่สาย ในไตรมาสที่ 1 ของปี 2563 บริษัทได้ เพิ่มบุคลากรเพื่อรองรับลูกค้าออนไลน์จากช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook และ Line กว่า 20 ที่นั่ง และ ระบบ Agent Chat BOT เพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งกว่า 90% ซึ่งเป็น ฐานข้อมูลลูกค้าใหม่ เพื่อตอบรับการให้บริการผ่านทางช่องทางใหม่ให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพให้มาก ยิ่งขึ้น อีกทั้งได้ทำการเพิ่มหมวดหมู่สินค้าให้กับลูกค้า นอกจากผลิตภัณฑ์หลักคือเครื่องกรองน้ำและชุดสาร กรองแล้วบริษัทยังนำเสนอขายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อไคกัน, เครื่องปรับอากาศยี่ห้อเฟดเดอร์, เครื่องทำ น้ำอุ่น Safe Electrics และ เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ เช่น สินค้ายี่ห้อโตชิบา แอลจี ฟานาโซนิก มาสเตอร์คูล มีเดีย และซัมซุง เป็นต้น ทั้งนี้การบริหารงานขายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์นี้จะสามารถ ติดต่อลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายของงานขายและยังสามารถบริหารค่าใช้จ่ายได้ โดยมีโครงสร้างค่าใช้จ่าย ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทาง การขายด้านอื่น ๆ

2.2.5.3 การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทอื่น

บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องกรองน้ำผ่าน บริษัท แอ็ดเวล บิวตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (ยี่ห้อ Adwell) และบริษัท ซัคเซสมอร์ บิอังก์ จำกัด (มหาชน) (ยี่ห้อ Alkamag) และบริษัทย่อยเป็นผู้จัดจำหน่าย สินค้าเครื่องกรองน้ำ และเหยือกกรองน้ำให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ยี่ห้อ Giffarine) โดย บริษัทย่อยได้รับความไว้วางใจให้ผลิตสินค้าดังกล่าว เนื่องจากปัจจัยความพร้อมในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การ คำนวณและวิจัยเทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง คุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน การจัดส่งที่ตรงตามเวลา

บริการหลังการขาย การจัดอบรมความรู้ผลิตภัณฑ์ให้แก่สมาชิกเครือข่าย รวมทั้งความสัมพันธ์อันดีกับทางลูกค้า

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

(ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทมีโรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำและชุดสารกรองทั้งสิ้น 3 แห่ง ในปี 2562 บริษัทได้มีการลงทุนเครื่องจักรเพื่อการผลิตให้มีความทันสมัยและรองรับการเติบโตทางธุรกิจในอนาคต โดยติดตั้งที่โรงงาน 4 ซึ่งในช่วงปลายปี 2562 บริษัทได้ทำการรวมศูนย์การผลิตสินค้าหลัก ได้แก่ เครื่องกรองน้ำ ชุดสารกรอง เหยือกกรองน้ำ และชิ้นส่วนอะไหล่ต่างๆ ไว้ที่โรงงาน 4 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ สะดวกต่อการควบคุมสินค้าคงคลัง และลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

โรงงานมีกำลังการผลิตรวมสำหรับเครื่องกรองน้ำและชุดสารกรองเฉลี่ยประมาณเดือนละ 25,000 เครื่อง โดยปัจจุบันใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ประมาณร้อยละ 80 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 เข้าไปตรวจสอบชิ้นงานแม่พิมพ์ต้นแบบที่โรงงานผลิตเพื่อควบคุมรายละเอียดต่าง ๆ ของชิ้นงานให้เป็นไปตามที่ออกแบบ
- การคัดเลือกวัสดุส่วนประกอบและสารกรองน้ำ:
 - วัสดุส่วนประกอบ คัดเลือกวัสดุคุณภาพ Food Grade ที่มีความแข็งแรงทนทาน และมีความเหมาะสมกับรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ 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. ด้านการเกิดจุลชีพในน้ำ 4. ด้านสารเป็นพิษ 5. ด้านสารก่อกลายพันธุ์ และ 6. ด้านโลหะหนักในน้ำ ซึ่งถือได้ว่ามีความเชี่ยวชาญด้านการทดสอบอาหารและเครื่องดื่ม เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และในการคัดเลือกวัตถุดิบก่อนที่จะมีการผลิตจะต้องตรวจรับวัตถุดิบว่ามีคุณสมบัติเป็นไปตามที่

กำหนดไว้ 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 และหลังจากนั้น ฝ่ายเก็บเงินภาคสนามซึ่งเป็นหน่วยงานที่เดินทางไปเก็บเงินค่าสินค้าตั้งแต่วงดที่สองเป็นต้นไป จะเป็นผู้ตรวจสอบคุณสมบัติของลูกค้าด้วยเช่นกัน
- 2) ทีมขายจัดทำสัญญาเช่าซื้อผ่านระบบ TSR Sales System (TSSM) โดยการใช้งานออนไลน์ ด้วยเครื่องแท็บเล็ตหรือสมาร์ทโฟน ซึ่งการนำระบบที่ทันสมัยมาใช้ ช่วยทำให้การดำเนินการด้านการขายสะดวกรวดเร็วและบันทึกข้อมูลลูกค้าได้อย่างแม่นยำ จากนั้นทีมขายจะนำเสนอสัญญาเช่าซื้อพร้อมเอกสารที่เกี่ยวข้องและเงินงวดแรกที่เก็บจากลูกค้าให้แก่ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
- 3) ในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาในการผ่อนชำระ บริษัทได้ดำเนินการติดตามพร้อมทั้งเสนอทางเลือกให้ลูกค้าพิจารณาเพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดหนี้สูญและเรียกเก็บหนี้ โดยฝ่ายเก็บเงินภาคสนามจะติดตามลูกค้าในเบื้องต้น แต่หากลูกค้าไม่ผ่อนชำระติดต่อกันหลายงวดตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด ทางแผนกเร่งรัดหนี้สินภาคสนามและเร่งรัดหนี้สินทางโทรศัพท์จะเป็นผู้ติดตามหนี้ต่อ และในกรณีที่บริษัทได้ส่งจดหมายทวงถามหนี้ไปยังลูกค้ารวม 2 ครั้ง บริษัทอาจพิจารณาดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

3. ขั้นตอนการดำเนินงาน การจำหน่ายและเก็บค่างวดการจ่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า 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 สำหรับกรณีที่บริษัทได้ส่งจดหมายทวงถาม

หนี้ไปยังลูกค้ารวม 2 ครั้งแล้วลูกค้ายังไม่ชำระก็จะดำเนินการยึดสินค้าคืน และบริษัทอาจพิจารณาดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

นโยบายทางบัญชี

บริษัทจำหน่ายสินค้าในรูปแบบขายผ่อนชำระประมาณร้อยละ 75.0 ของรายได้จากการขายสินค้า บริษัทจึงให้ความสำคัญกับนโยบายทางบัญชีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

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

ลำดับ	นโยบาย	รายละเอียด																													
1	การรับรู้รายได้	<p><u>ขายสินค้า</u></p> <p>รายได้จากการขายสินค้านับรับรู้เมื่อกลุ่มบริษัทได้อำนาจควบคุม(Control)ในสินค้าหรือบริการนั้นไปยังลูกค้า รายได้จากการขายแสดงมูลค่าตามราคาในใบกำกับสินค้าโดยไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับสินค้าที่ได้ส่งมอบหลังจากหักส่วนลดแล้ว</p> <p><u>รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อ</u></p> <p>รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อรับรู้ตามอัตราผลตอบแทนที่แท้จริงตามระยะเวลาของสัญญา และจะหยุดรับรู้รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อเมื่อลูกหนี้ค้างชำระค้างงวดเกินกำหนด 3 งวด สำหรับสัญญาเช่าซื้อเครื่องกรองน้ำ และ 6 งวด สำหรับสัญญาเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านับจากวันครบกำหนดชำระ</p>																													
2	ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ และการตัดหนี้สูญ	<p><u>ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ</u></p> <p>กลุ่มบริษัทมีนโยบายตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ที่คาดว่าจะไม่สามารถเรียกชำระหนี้ได้ ดังนี้</p> <p><u>ลูกหนี้ขายเชื่อ</u></p> <p>กลุ่มบริษัทตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญโดยพิจารณาจากรายงานวิเคราะห์อายุลูกหนี้ ลูกหนี้ที่ค้างชำระเกิน 3 เดือน จะตั้งค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100 ของยอดลูกหนี้คงค้าง</p> <p><u>ลูกหนี้ขายผ่อน</u></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 อัตราค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 50 และค้างชำระเกิน 3 งวดติดต่อกันอัตราค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100</p> <p>**ลูกหนี้เครื่องใช้ไฟฟ้า: ค้างชำระเกิน 6 งวดไม่ติดต่อกัน อัตราค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 50 และค้างชำระเกิน 6 งวดติดต่อกันอัตราค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100</p> <p>***ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าคำนวณจากยอดลูกหนี้หลังจากหักดอกผลเช่าซื้อและภาษีขายรอตัดบัญชีและสุทธิจากมูลค่าซากของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยพิจารณาจากอายุการใช้งานและสภาพของหลักประกัน และราคาตลาดสินค้ายัดคั้นเพื่อขายต่อเป็นสินค้ามือสอง</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

บริษัทมีการบริหารจัดการในกรณีที่ยึดเครื่องคืนมาจากลูกค้า หรือรับคืนเครื่องเก่ามาจากลูกค้า หรือของเสียในการผลิต ได้แก่ พลาสติก และสารกรอง บริษัทได้จำแนกสารกรองออกเป็นสารกรองที่ดีกับสารกรองคุณภาพต่ำ โดยสารกรองที่ดีนั้น บริษัทจะนำมาปรับปรุงคุณภาพ เพื่อขายให้แก่ผู้ผลิตเครื่องกรองน้ำที่ไม่ใช่เครื่องกรองน้ำเพื่ออุปโภคบริโภคในครัวเรือน อาทิเช่น เครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในอุตสาหกรรม เป็นต้น ในส่วนของสารกรองคุณภาพต่ำนั้น บริษัทนำมาผ่านกระบวนการอัดทำเป็นอิฐมวลเบาเพื่อใช้งานภายใน นอกจากนี้ บริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทั้งตามมาตรฐานน้ำทิ้งของกระทรวงอุตสาหกรรม

การจัดการด้านความปลอดภัย

ความปลอดภัยของพนักงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญมาโดยตลอด โดยได้มีการกำหนดขั้นตอนแห่งความปลอดภัยไว้ในคู่มือการทำงานของระบบผลิต เพื่อให้พนักงานฝ่ายผลิตปฏิบัติตาม รวมทั้งจัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่เหมาะสมกับพนักงานในแต่ละหน้าที่ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด ทั้งนี้ ในปี 2562 ที่ผ่านมาของบริษัทเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงจำนวน 5 คน (อุบัติเหตุร้าย หมายถึง 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.) ทำหน้าที่ดูแลให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจเข้าซื้อเอาเปรียบผู้บริโภค และ สคบ. ควบคุมการขายตรง โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการขายตรงต้องมีใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจโดยเฉพาะ ส่วนกระทรวงอุตสาหกรรมจะเป็นผู้ดูแลการต่อใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานซึ่งบริษัทถือเป็นนโยบายหลักที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังกล่าวอย่างเคร่งครัด อย่างไรก็ตามบริษัทมีความเสี่ยงในกรณีที่หน่วยงานภาครัฐอาจบังคับใช้กฎระเบียบเพิ่มเติมที่เข้มงวดมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ดังนั้นบริษัทจึงได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับแนวทางที่ทางราชการกำหนดในปัจจุบัน พร้อมทั้งติดตามข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องดังกล่าวตลอดเวลา เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้การดำเนินงานของบริษัทสอดคล้องกับกฎระเบียบของภาครัฐต่อไป

3.1.2 ความเสี่ยงจากการจำหน่ายผ่านช่องทางขายตรงเป็นหลัก

บริษัทจำหน่ายสินค้าเครื่องกรองน้ำผ่านช่องทางการขายตรงชั้นเดียว (Single Level Direct Sales) เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมุ่งเน้นการขายสินค้าโดยทีมงาน ที่มีประสบการณ์ในการขายผ่านช่องทางการขายตรงชั้นเดียวมาอย่างยาวนาน บริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการขายผ่านช่องทางดังกล่าวนี้เป็นช่องทางที่เหมาะสม เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำจำเป็นต้องอาศัยการอธิบายรายละเอียดด้านเทคนิคและคุณสมบัติโดยพนักงานขาย สาธิตการใช้งานสินค้าให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจน เพื่อแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ 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 แต่ในปลายปี 2562 บริษัทได้มีการพิจารณาถึงข้อดีและข้อเสียของการขายผ่านช่องทาง Modern Trade ครอบรอบแล้ว บริษัทจึงได้ตัดสินใจยุติการขายผ่านทาง HomePro

3.1.3 ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้า และการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่อาจส่งผลกระทบต่อยอดขาย และต้นทุนการผลิต

การเปิดเสรีการค้า และการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 ซึ่งเป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือ อาเซียน (ASEAN) 10 ประเทศ จะส่งผลให้มีการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรเงินทุน แรงงาน และการค้าขายระหว่างกันในตลาดอาเซียน อาจจะทำให้มีสินค้าจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ เข้ามาแข่งขันในไทยมากขึ้น บริษัทจึงขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้บริษัทได้ขยายตลาดไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV บางประเทศ โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ และความเป็นไปได้ในการทำการตลาด บริษัทได้เริ่มนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายผ่านบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัทกับนักธุรกิจไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศกัมพูชา พร้อมทั้งกำลังศึกษาที่จะนำสินค้าไปจำหน่ายในประเทศอื่น 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 ภายใต้เงื่อนไขว่าใบอนุญาตดังกล่าวอาจ ถูกเพิกถอนได้ หากได้รับการร้องเรียนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือก่อให้เกิดปัญหาแก่ชุมชน สำหรับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานในปี 2562 มีรายละเอียดดังนี้

- โรงงานที่ 1 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบและซ่อม เครื่องกรองน้ำ โดยใบอนุญาตฯ ได้หมดอายุในวันที่ 31 ธันวาคม 2559 ซึ่งบริษัทได้มีการต่ออายุใบอนุญาตฯ ดังกล่าวแล้ว โดยสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ได้มีการอนุญาตให้ต่ออายุไปถึงวันที่ 1 มกราคม 2565
- โรงงานที่ 2 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบและซ่อม เครื่องกรองน้ำจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2563 และในปี 2562 มีการแก้ไขพระราชบัญญัติโรงงานส่งผลให้ใบอนุญาตโรงงานที่ 2 มีอายุจนกว่าจะมีการแจ้งเลิกประกอบกิจการโรงงาน
- โรงงานที่ 3 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทบดย่อยเศษพลาสติกจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2562 ซึ่งบริษัทได้มีการต่อใบอนุญาตฯ ดังกล่าวแล้ว โดยสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ได้มีการอนุญาตให้ต่อ

อายุไปจนถึงวันที่ 1 มกราคม 2567 และใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทซ่อม ประกอบ เครื่องทำน้ำอุ่นและเครื่องทำน้ำร้อนจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2565

- โรงงานที่ 4 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบ ซ่อม เครื่องกรองน้ำ และบดเศษพลาสติก จากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2563 และในปี 2562 มีการแก้ไขพระราชบัญญัติโรงงานส่งผลให้โรงงานที่ 4 มีอายุจนกว่าจะมีการแจ้งเลิกประกอบกิจการโรงงาน

ทั้งนี้ บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการ ถูกเพิกถอนใบอนุญาตโรงงานหากมีการร้องเรียนและ/หรือบริษัทไม่ แก้ไขปัญหาที่มีการร้องเรียนได้ อย่างไรก็ตามผู้บริหารของบริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถประกอบกิจการโรงงานต่อไปได้ เนื่องจากการประกอบผลิตภัณฑ์ไม่สร้างมลพิษใด ๆ และบริษัทยังไม่เคยได้รับการแจ้งตักเตือนจากหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องหรือการร้องเรียนจากผู้อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงอย่างมีนัยสำคัญแต่อย่างใด

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.3.1 ความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อ

การขายเครื่องกรองน้ำและเครื่องใช้ไฟฟ้าของกลุ่มบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นการขายผ่อนชำระตามสัญญาเช่าซื้อ ซึ่งคุณภาพของลูกค้าที่เช่าซื้อจะเป็นปัจจัยหลักในการรับรู้รายได้ของบริษัท โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัท มียอดลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อสำหรับเครื่องกรองน้ำที่ค้างชำระเกิน 3 งวด มีสัดส่วนร้อยละ 3.46 สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า ลูกค้าที่ค้างชำระเกิน 6 งวด มีสัดส่วนร้อยละ 2.84 ของยอดลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อสินค้าเครื่องกรองน้ำและ เครื่องใช้ไฟฟ้าตามลำดับ (หลังหักดอกเบียที่ยังไม่ถึงเป็นรายได้และภาษีขายรอตัดบัญชี) ที่ผ่านมาลูกค้าของบริษัท ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายย่อยในระดับล่างถึงกลาง โดยบริษัทกำหนดนโยบายการคัดเลือกลูกค้าที่ผ่อนปรนเพื่อให้กลุ่ม ลูกค้าดังกล่าวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทกำหนดนโยบายการตรวจสอบและ ควบคุมการให้สินเชื่อ รวมทั้งในกรณีที่ลูกหนี้ค้างชำระ บริษัทจะตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในระดับที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับ สัดส่วนหนี้สูญในอดีต และหากลูกหนี้ค้างชำระเกิน 3 งวด บริษัทจะหยุดรับรู้รายได้ดอกผลจากการเช่าซื้อทั้งจำนวน รวมทั้งดำเนินการทางกฎหมายโดยออกหนังสือทวงถามไปยังลูกค้า รวม 2 ครั้ง แล้วรอให้มีการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะ สูญให้ครบตามมูลค่าคงเหลือตามบัญชี ของลูกหนี้ค้างชำระนั้นแล้วก่อนการตัดลูกหนี้ค้างชำระดังกล่าวเป็นหนี้สูญต่อไป ทั้งนี้จากการที่สินค้าของบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง ในปี 2562 อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 75.00 เมื่อหัก ค่าใช้จ่ายในการขาย หนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญแล้ว บริษัทยังมีกำไรจากการดำเนินการขายตรงแบบผ่อนชำระในเกณฑ์ สูงเพียงพอ โดยในปี 2561 บริษัทและบริษัทย่อยมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 6.69

ทั้งนี้ มาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากลูกหนี้เช่าซื้อซึ่งอาจไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขและ ข้อตกลงในสัญญาของบริษัทสามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

- กำหนดคุณสมบัติของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในเบื้องต้น เพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนแก่ทีมงานขาย โดยต้องผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากพนักงานขาย และหัวหน้าทีมพิจารณาอีกครั้งก่อนทำสัญญา จากนั้นมีการตรวจสอบคุณภาพลูกหนี้ โดยฝ่ายเครดิตประเมินความน่าเชื่อถือของลูกค้าแต่ละรายว่า เหมาะสมกับแผนการผ่อนชำระสินค้า พร้อมทั้งตรวจสอบว่ามีการติดตั้งครบถ้วนหรือไม่ และฝ่าย เครดิตเป็นหน่วยงานที่เก็บค่างวดผ่อนชำระ ทั้งนี้ สำหรับการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เป็นเงินผ่อน จะเป็น การขายผ่านบริษัทย่อยคือ บริษัท เอียร์สรัธน์ ลีสซิ่ง จำกัด (TSRL) โดยจะมีการตรวจสอบเครดิตลูกค้า ทุกรายผ่าน 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

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทส่วนใหญ่เป็นการขายผ่อนชำระ ดังนั้นจึงเกี่ยวข้องกับการบริหารเงินทุนทั้งจากส่วนของผู้ถือหุ้น และส่วนของการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน เพื่อนำมาใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน ทั้งนี้ การบริหารเงินทุนที่มาจากจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงินมีความเสี่ยงอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดการเงิน ทั้งในเรื่องของสภาพคล่องและอัตราดอกเบี้ยที่บริษัทต้องบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือในการบริหารดังกล่าวบริษัทจะต้องมีการติดต่อประสานงานกับสถาบันการเงิน อันได้แก่ ธนาคารต่างๆ เพื่อขอวงเงินสินเชื่อไว้รองรับการขยายตัวของธุรกิจ พร้อมทั้งบริหารระยะเวลาการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน และระยะเวลาการผ่อนชำระ (Matching Funds) ให้อยู่ในช่วงระยะเดียวกันเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดการเงิน กรณีตลาดมีการปรับอัตราดอกเบี้ย บริษัทสามารถปรับอัตราดอกเบี้ยในสัญญาเช่าซื้อใหม่ไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ ในปี 2562 ที่ผ่านมามีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเพียงเล็กน้อยเนื่องจากบริษัทสามารถบริหารสภาพคล่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งบริษัทได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อ (Credit Facilities) โดยไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน (Clean Loans Basis) สำหรับการขยายธุรกิจจากสถาบันการเงินอีกด้วย

3.4 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์

ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจกำหนดนโยบายการบริหาร

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ ได้แก่ กลุ่มแจ่งอยู่ (รายละเอียดเพิ่มเติมใน: ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น) โดย ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2562 ถือหุ้นรวมกันในบริษัทจำนวน 353,248,654 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.26 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท จึงทำให้กลุ่มแจ่งอยู่ สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดต้องให้ได้รับเสียงสามในสี่ (3 ใน 4) ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้ 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 2562 เป็นจำนวน 393.56 ล้านบาท ซึ่งบริษัทเป็นเจ้าของและปลอดภาระจำนองเว้นแต่ที่ดินพื้นที่ 1 ไร่และสิ่งปลูกสร้างมูลค่าทางบัญชีเพียง 4.8 ล้านบาทซึ่งเป็นของบริษัทย่อยและบริษัทย่อยนำไปค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับธนาคารเท่านั้น

รายละเอียดสินทรัพย์	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท)	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 (ล้านบาท)	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านบาท)
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	242.98	241.94	241.69
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	84.49	97.03	117.73
เครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานและเครื่อง ตกแต่งติดตั้ง และอุปกรณ์ คอมพิวเตอร์	28.74	29.69	39.15
ยานพาหนะ	35.94	58.26	72.46
งานระหว่างก่อสร้างและงาน ระหว่างจ้างทำ	1.41	0.82	-
รวม	393.56	427.74	471.03

ทั้งนี้ รายละเอียดของสินทรัพย์หลัก มีมูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 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 ไร่	52.69 0.50	เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง ปลอดภาระจำนอง
ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่ ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 2-2-73.9 ไร่	31.39	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่ ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 3-2-15.7 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน	59.70	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
โรงงานที่ 1 ที่ตั้ง: ต.บางกระสอ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 1-0-0 ไร่ ที่ตั้ง: ต.บางกระสอ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-0-87 ไร่	4.80 2.06	บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ เป็นเจ้าของ	จำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เพื่อค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ ^{1/} ปลอดภาระจำนอง
โรงงานที่ 2 ที่ตั้ง: ต.บางกระสอ อ.เมืองนนทบุรี จ. นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-2-0 ไร่	5.22	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
โรงงานที่ 3 ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 2-0-24.5 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน	26.80	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง

ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
โรงงานที่ 4 ที่ตั้ง: ต.บางกะดี อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี - ที่ดิน: พื้นที่ 8-3-30.3 ไร่ ที่ตั้ง: ต.บางกะดี อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี - ที่ดิน: พื้นที่ 2-1-53.9 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน	31.15 8.34	 เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ	 ปลอดภาระจำนอง
อาคารพักอาศัยพนักงาน ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-3-91 ไร่	 20.33	 เป็นเจ้าของ	 ปลอดภาระจำนอง
รวม	242.98		

หมายเหตุ : 1/ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของกลุ่มบริษัทเป็นหลักประกันแก่เงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
สำนักงานใหญ่ (อาคาร)	47.79	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
	0.20	บริษัทย่อย เป็นเจ้าของ	
ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่ (ลานจอดรถ และคลังสินค้า)	1.75	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
โรงงานที่ 1 (อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร)	3.00	บริษัทย่อย เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
	1.54	เป็นเจ้าของ	
โรงงานที่ 2 (อาคาร)	0.02	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
โรงงานที่ 3 (อาคาร)	5.66	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
โรงงานที่ 4 (อาคาร)	19.63	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
อาคารพักอาศัยพนักงาน	0.36	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าสำนักงานสาขาและ ศูนย์บริการต่างจังหวัด รวม 24 แห่ง	4.54	กรรมสิทธิ์ของ ผู้ให้เช่า	กรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่า
รวม	84.49		

หมายเหตุ : 1/ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของกลุ่มบริษัทเป็นหลักประกันแก่เงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

4.1.1 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

บริษัทให้เช่าที่ดินและอาคารแก่บุคคลภายนอกเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงาน คลังสินค้า และโรงงานโดยบริษัท ไม่ใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์เพื่อการดำเนินธุรกิจโดยตรง จึงจัดเป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อย มีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนเป็นจำนวน 58.55 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 0.55	เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
ที่ดินรอการพัฒนา ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 4-1-43 ไร่	52.29	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
รวม	58.55		

หมายเหตุ: ^{1/}ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบางส่วนของกลุ่มบริษัทเป็นหลักประกันแก่วงเงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

4.1.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเป็นจำนวน 33.62 ล้านบาท โดยประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สินทรัพย์ระหว่างพัฒนา (ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์) และค่าความนิยม

4.1.3 สัญญาเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อย มีสัญญาเช่าที่สำคัญโดยสรุปได้ ดังนี้

- สัญญาเช่าระหว่างบริษัทกับบริษัทย่อย

สินทรัพย์	คู่สัญญา	ระยะเวลา
อาคารโรงงาน 1	ผู้ให้เช่า : บจ. เซฟ เทค อินเทอร์เน็ต ผู้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2562 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2562
อาคารสำนักงานและคลังสินค้า	ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ ผู้เช่า : บจ. เซฟ เทค อินเทอร์เน็ต	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2562 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2562

- สัญญาเช่าระหว่างบริษัทหรือบริษัทย่อยกับบุคคลภายนอก

สินทรัพย์	คู่สัญญา	ระยะเวลา
อาคารสำนักงานและคลังสินค้า	ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ ผู้เช่า : บจ. เบตเตอร์ ดรีมส์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2562 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2562
พื้นที่โรงงาน	ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ ผู้เช่า : บจ. เบตเตอร์ ดรีมส์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2562 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2562
พื้นที่โรงงาน	ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์ ผู้เช่า : บจ. ไอทีล วอเตอร์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2562 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2562
ที่ดินเปล่า (ที่จอดรถ)	ผู้ให้เช่า : นางจันทนา อยู่หุ่น ผู้เช่า : บมจ. เจริญวิทย์	เริ่มต้น : 18 พฤษภาคม 2554 สิ้นสุด : 18 พฤษภาคม 2564
ที่ดินเปล่า (ที่จอดรถ)	ผู้ให้เช่า : นายประภาส โรจน์รินทร์ 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

4.2 เงินลงทุน

บริษัทมีนโยบายลงทุนในกิจการที่สนับสนุนการเติบโตในระยะยาว ซึ่งในการเข้าลงทุนในบริษัทย่อยจะต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท โดยคำนึงถึงแนวโน้มธุรกิจ มูลค่าเงินลงทุน ความเสี่ยงและผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท รวมทั้งดูแลการบริหารงานอย่างเหมาะสม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 3 แห่ง คือ บริษัท เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ เหยือกกรองน้ำ และน้ำผสมแร่ธาตุ ให้แก่บริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 99.98 ในบริษัทย่อยดังกล่าว และมีมูลค่าเงินลงทุนรวม 4.00 ล้านบาท และบริษัท เอียร์สตรัทน์ ลีสซิ่ง จำกัด ดำเนินธุรกิจให้สินเชื่อรายย่อยและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบผ่อนชำระ โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100 ในบริษัทย่อยดังกล่าว และมีมูลค่าเงินลงทุนรวม 100.00 ล้านบาท ส่วนบริษัท เฟดเดอร์ ไทย จำกัด *ดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อเฟดเดอร์ ที่บริษัทเคยมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 59.99 หรือคิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนเท่ากับ 18.60 ล้านบาท แต่ ณ สิ้นปี 2562 บริษัทได้ยุติการลงทุนในบริษัทดังกล่าวไปแล้วตามมติคณะกรรมการของบริษัท เอียร์สตรัทน์ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2562 ซึ่งได้มีการจดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์แล้ว เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562 และอยู่ระหว่างการชำระบัญชี 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 2562

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	: บริษัท เที่ยรสุรรัตน์ จำกัด (มหาชน)
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107556000213
ประเภทธุรกิจ	: ผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำใช้ในครัวเรือน
ทุนจดทะเบียน	: 549,682,133 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 549,682,133 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	: 02-962-6675
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 เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล 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 เที่ยรสุรรัตน์ ลีสซิ่ง จำกัด เลขทะเบียนบริษัท : 0125559017522 43/9 หมู่ 7 ซอยชูชาติอนุสรณ์ 4 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ : 02-032-8690	ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการ จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยการผ่อนชำระ การให้ สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้ การกำกับ และสินเชื่อ ทะเบียนรถ	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	ประกอบธุรกิจจัดจำหน่าย เครื่องกรองน้ำและ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และ เครื่องใช้ไฟฟ้า ในสาธารณรัฐ ประชาธิปไตย ประชาชนลาว	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 บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

บุคคลอ้างอิง

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

โทรศัพท์ : 02-009-9999

โทรสาร : 02-009-9991

ผู้ตรวจสอบบัญชี

: บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์, เลขที่ 1 ชั้น 48-50+ ถนนสาทรใต้ เขตยานนาวา
กรุงเทพมหานคร 10120

นางสาวรัชฎาภรณ์ เกตุแก้ว ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 8179

นางสาวโคกิชฐ์ พรหมพล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 10042

นางสาวดุชนิ ยิ้มสุวรรณ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 10235

โทรศัพท์ : 02-677-2000 ต่อ 2055

โทรสาร : -