

# ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ โดยใช้ระบบการขายแบบขายตรงแบบชั้นเดียวเป็นหลัก (Single Level Direct Sale) ในการจำหน่ายเครื่องกรองน้ำมาตั้งแต่ปี 2519 รวมเป็นเวลากว่า 45 ปี โดยลูกค้าจะอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงตามหัวเมืองหลักในต่างจังหวัด บริษัทขยายกิจการโดยการเปิดสาขาเพื่อให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อเน้นการบริการลูกค้าอย่างทั่วถึงและมีการขายผ่านช่องทางขายใหม่ เช่น การขายผ่านระบบ online

นอกจากนี้ บริษัทย่อยของบริษัท คือ บริษัท เซฟ เทรต อินเตอร์เนชันแนล จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (บริษัทขายตรงขนาดใหญ่) บริษัท เจริญวิทย์ ลีสซิ่ง จำกัด ดำเนินธุรกิจหลัก อาทิ การจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบผ่อนชำระ สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ สินเชื่อทะเบียนรถ เป็นต้น และบริษัทร่วมทุนคือ บริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้า ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2563 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืน (Treasury Stock) เพื่อบริหารทางการเงิน โดยมีหุ้นที่จะซื้อคืนไม่เกิน 10 ล้านหุ้น หรือคิดเป็นจำนวนไม่เกินร้อยละ 1.82 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมด ในวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท และเป็นการซื้อในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างวันที่ 14 เมษายน ถึง 14 ตุลาคม 2563 ซึ่งโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงินดังกล่าวได้สิ้นสุดลงแล้วเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2563 โดยบริษัทได้ดำเนินการซื้อหุ้นคืนรวมทั้งสิ้นจำนวน 2,697,900 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 0.49 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 5,611,816 บาท

ในปี 2563 หลายพื้นที่ในประเทศไทยประสบปัญหาสภาวะน้ำกร่อย เนื่องจากปัญหากภัยแล้งและน้ำทะเลหนุน บริษัทจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำระบบ RO (Reverse Osmosis Membrane) เพิ่มอีก 1 รุ่น ได้แก่ เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น RO<sup>2</sup> เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการแก้ไขปัญหาที่น้ำกร่อยที่เกิดขึ้น และจากวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และกำลังซื้อของผู้บริโภค บริษัทจึงได้ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องกรองน้ำ Sure รุ่น Bright ที่มีราคาย่อมเยา ช่วยให้ผู้บริโภคที่กำลังซื้อค่อนข้างจำกัดสามารถเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดและมีคุณภาพ

นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมทุนเพื่อจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อยภายใต้ชื่อ บริษัท อัลไพน์ วอเตอร์ จำกัด ดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการขาย การให้เช่า และบริการสำหรับชุดเครื่องทำน้ำแข็งที่ประกอบด้วยเครื่องทำน้ำแข็งและเครื่องกรองน้ำ

## 1.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจ ปัจจัยสำคัญ

บริษัทได้พิจารณาทบทวนกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจ โดยนำเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 6/2563 เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2563 และในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 10/2563 เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2563 คณะกรรมการมีมติอนุมัติเปลี่ยนเครื่องหมายการค้า วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กรของบริษัท ซึ่งได้เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ พร้อมกันนี้บริษัทได้จัดประชุมนำเสนอเป้าหมายของบริษัทเพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน

### วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้ส่งมอบทางเลือกที่ดีที่สุด เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคน

### พันธกิจ (Mission)

- สร้างสรรค์นวัตกรรมและพัฒนาเทคโนโลยีที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
- สร้างความพึงพอใจและความผูกพันแก่ลูกค้าด้วยการบริการที่เข้าใจและใส่ใจ
- คัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดผ่านสินค้าและบริการเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตให้แก่ลูกค้า
- พัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและมีความเป็นมืออาชีพ
- สร้างความมั่นคงและคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่บุคลากร
- สร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น
- รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

### ค่านิยมองค์กร (TSR Core Value)

I (Innovation)	พร้อมสร้างสรรค์และปรับเปลี่ยนเพื่อสิ่งที่ดีกว่า
S (Service Mind)	บริการด้วยใจ ดูแล ใส่ใจ
M (Moral)	มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ โปร่งใส
A (Achievement)	มุ่งมั่นสู่เป้าหมายและความสำเร็จ
R (Reliable)	มีความเป็นมืออาชีพ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้
T (Teamwork)	ทำงานเป็นทีม

### ธรรมนูญองค์กร

“เราจะนำบริการด้านสุขภาพ	สร้างคุณภาพความพอใจให้ลูกค้า
เราจะสร้างความมั่นคงตรงจากรา	สร้างพนักงานมีคุณค่าปัญหาคลาย
เราจะสร้างผลกำไรใหญ่ไพศาล	เพื่อเจือจานกระจายถ้วนถ้วนหลากหลาย
ธรรมนูญองค์กรไม่คลอนคลาย	ห้าข้อโซ่บรรลุดุจดุสูงสุดเอ๋ย”

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

- 2559**
- วันที่ 2 มิถุนายน บริษัทเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้วจากเดิม 401.33 ล้านบาท เป็น 467.18 ล้านบาท เนื่องจากการได้มีการจ่ายเงินปันผลบางส่วนเป็นหุ้นสามัญในวันที่ 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 ล้านบาท หรือประมาณ 34.80 ล้านบาท โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 49 เป็นจำนวนเงิน 3,920 ล้านบาท หรือประมาณ 17.05 ล้านบาท ทั้งนี้ TSR Lao ถือเป็นบริษัทร่วมทุนของบริษัท
  - บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำรุ่นใหม่ 2 รุ่น ออกจำหน่าย ได้แก่ 1) เครื่องกรองน้ำยี่ห้อเซฟ รุ่น ROMA Plus ที่มีคุณสมบัติเด่นในการกรองน้ำสะอาดด้วยระบบ RO (Reverse Osmosis) พร้อมระบบควบคุมการทำงานอัจฉริยะ “SMART CONTROL” สามารถทำงานได้แม้แรงดันต่ำ และ LED แสดงผลแสดงสถานะการทำงานพร้อมแจ้งเตือนขณะทำงานผิดปกติ 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 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
- 2562**
- บริษัทต่อยอดรูปแบบธุรกิจการจำหน่ายสินค้า ผ่านช่องทาง Online และ TV Shopping เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยออกผลิตภัณฑ์รุ่น D-Lite เพื่อตอบโจทย์ครอบครัวยุคใหม่ ที่มีขนาดเล็กลง รวมไปถึงข้อจำกัดด้านพื้นที่ใช้สอยของที่พักอาศัย และยังสามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง (DIY)
  - บริษัทเปิดตัวบริการใหม่ภายใต้ชื่อ “SAFE MAN” โดยมีคุณเมธี บุรณศิริ (นีโน่) เป็นฟรีเซ็นเตอร์ ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาทีมขายและบริการให้มีคุณภาพ เหมาะสม และทันสมัย ซึ่งให้บริการในด้านต่างๆ อาทิ การบริการส่งและติดตั้งฟรี บริการซ่อมและเปลี่ยนสารกรอง บริการรับชำระค่าสินค้าและค่างวดในกรณีผ่อนชำระแบบไม่ใช้บัตรเครดิต รวมถึงการให้บริการปรึกษาปัญหาเรื่องน้ำ หรือสาริตสินค้าให้ลูกค้าที่บ้าน
  - บริษัทขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าและให้บริการได้ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทยมากขึ้น ณ สิ้นปี 2562 มีจำนวนสาขาทั้งหมด 23 สาขา (สิ้นปี 2561 มีจำนวน 22 สาขา)
  - ที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้นของบริษัทได้มีมติอนุมัติให้ลดทุนจดทะเบียนของบริษัทจากเดิม 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 ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทย่อยดังกล่าวไม่ได้มีการประกอบเครื่องปรับอากาศยี่ห้อเฟดเดอร์ออกมาจำหน่ายแล้ว และได้จดทะเบียนเลิกบริษัทเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562
- 2563**
- บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำระบบ RO (Reverse Osmosis Membrane) เพิ่มอีก 1 รุ่น ได้แก่ เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น RO<sup>2</sup> เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการแก้ไขปัญหา น้ำกร่อย และจากวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และกำลังซื้อของผู้บริโภค บริษัทจึงได้ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องกรองน้ำ Sure รุ่น Bright ที่มีราคาย่อมเยาว่า ช่วยให้ผู้บริโภคที่กำลังซื้อค่อนข้างจำกัดสามารถเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดและมีคุณภาพ
  - วันที่ 30 มีนาคม คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืน (Treasury Stock) เพื่อบริหารทางการเงิน ในวงเงินไม่เกิน 10 ล้านหุ้น หรือคิดเป็นจำนวนไม่เกินร้อยละ 1.82 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมด

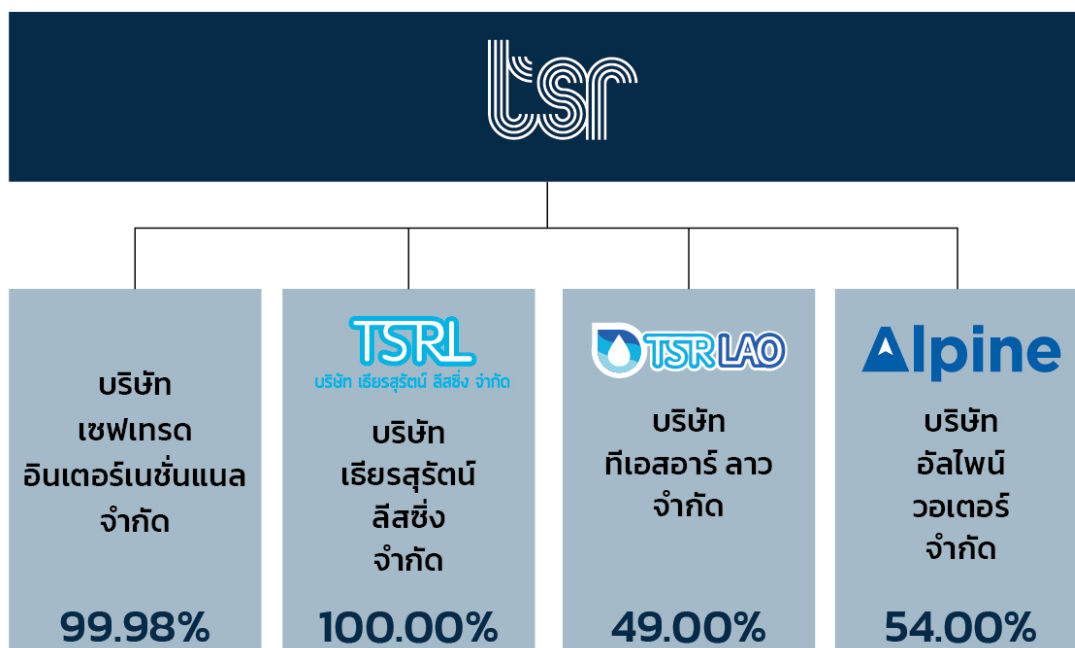
ในวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท และเป็นการซื้อในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างวันที่ 14 เมษายน ถึง 14 ตุลาคม 2563

- วันที่ 26 พฤษภาคม ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท อัลไพน์ วอเตอร์ จำกัด ดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการขาย การให้เช่า และบริการสำหรับชุดเครื่องทำน้ำแข็งที่ประกอบด้วยเครื่องทำน้ำแข็งและเครื่องกรองน้ำ มีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 54 เป็นจำนวนเงิน 5.4 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัท อัลไพน์ วอเตอร์ จำกัด ถือเป็นบริษัทย่อยของบริษัท
- บริษัทพัฒนาระบบกรองน้ำสำหรับภาคธุรกิจร้านอาหาร, Chain Store เพื่อตอบสนองความต้องการในตลาด ที่มีมากขึ้น โดยเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถกรองน้ำได้ในกำลังการผลิตที่สูงขึ้น เช่น สินค้ากลุ่มเครื่อง กรองน้ำสำหรับเครื่องทำน้ำแข็ง รุ่น UV Alpine, RO150GPD, RO300GPD, RO600GPD เป็นต้น
- เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2563 โครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงินของบริษัทได้สิ้นสุดลง โดยบริษัทได้ ดำเนินการซื้อหุ้นคืนรวมทั้งสิ้นจำนวน 2,697,900 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 0.49 ของหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด ของบริษัท มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 5,611,816 บาท

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท เจริญรุ่งเรือง จำกัด (มหาชน)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563



## 1.4 ผลกระทบของกลุ่มบริษัท

บริษัท	ผลิตภัณฑ์หลัก	ลักษณะการประกอบธุรกิจหลัก	สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัท เซฟ เทค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องกรองน้ำ</li> <li>- เหยือกกรองน้ำ</li> </ul>	จัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ เหยือกกรองน้ำ และน้ำดื่มผสมแร่ธาตุ โดยจัดจำหน่ายผ่าน บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด	99.98%
บริษัท เจริญสุรัตน์ ลีสซิ่ง จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องใช้ไฟฟ้า</li> <li>- สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ</li> <li>- สินเชื่อทะเบียนรถ</li> </ul>	จัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยการผ่อนชำระ การให้สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ และสินเชื่อทะเบียนรถ	100.00%
บริษัท ทีเอสอาร์ ลาว จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง</li> <li>- เครื่องใช้ไฟฟ้า</li> </ul>	จัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องใช้ไฟฟ้าในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	49.00%
บริษัท อัลโพน วอเตอร์ จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องทำน้ำแข็ง</li> </ul>	ดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการขาย การให้เช่า และบริการสำหรับชุดเครื่องทำน้ำแข็งที่ประกอบด้วยเครื่องทำน้ำแข็งและเครื่องกรองน้ำ	54.00%

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

บริษัท เจริญรุ่งเรือง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

แบ่งรายได้จากการขายเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่

- **รายได้จากการขายผ่านช่องทางการขายตรง:** เป็นรายได้หลักที่มาจากการเดินตลาดแบบ Door to door ของพนักงานขายสำหรับสินค้าประเภทเครื่องกรองน้ำยี่ห้อ Safe และสารกรอง ที่เป็นของบริษัท เรื่อยมา จนถึงปลายปี 2557 บริษัทและกลุ่มบริษัทเริ่มมีการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศกับกลุ่มลูกค้าของบริษัท โดยต่อมาได้มีการขยายการขายไปยังเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันได้แก่ เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น ซึ่งเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งไตรมาสที่สามของปี 2560 บริษัทจึงได้มีการแยกการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เป็นการขายผ่านช่องทางออกมาขายผ่าน บริษัท เจริญรุ่งเรือง ลีสซิ่ง จำกัด
- **รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทอื่น:** เป็นรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทขายตรงอันได้แก่ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ยี่ห้อ Giffarine) บริษัท แอ็ดเวล บิวตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (ยี่ห้อ Adwell) และ บริษัท ชัคเซสมอร์ บีอิ้งค์ จำกัด (มหาชน) (ยี่ห้อ Alkamag)
- **รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่าน Online Marketing:** บริษัทได้เริ่มให้มีการขายผ่านช่องทางนี้ในปลายปี 2560 และมีการพัฒนาวิธีการขายมาโดยตลอด เพื่อให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จนมาเป็นการขายในลักษณะ Online to Offline ขึ้นในปี 2561
- **รายได้จากการขายเครื่องทำน้ำแข็ง:** เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2563 ได้เข้าร่วมลงทุนจัดตั้งบริษัท อัลไพน์ วอเตอร์ จำกัดในสัดส่วน 54.00% ซึ่งได้จดทะเบียนแล้วตั้งแต่วันที่ 26 พฤษภาคม 2563 โดยมีทุนจดทะเบียนเท่ากับ 10 ล้านบาท และได้มีการเรียกทุนชำระไปแล้ว 70% ของทุนจดทะเบียน ซึ่งบริษัทดังกล่าวจะเข้ามาดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการขาย การให้เช่าและบริการสำหรับชุดเครื่องทำน้ำแข็งที่ประกอบด้วยเครื่องทำน้ำแข็งและเครื่องกรองน้ำ ที่จะช่วยส่งเสริมและสร้างการเติบโตของรายได้ที่มั่นคงแก่บริษัทในอนาคต

สัดส่วนรายได้จากการขายสดและขายเชื่อ และขายตามสัญญาเช่าซื้อ แสดงตามตาราง ดังนี้

รายได้จากการขาย	2563		2562		2561	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ขายสดและขายเชื่อ	276.30	16.39	216.15	14.84	214.80	15.58
ขายตามสัญญาเช่าซื้อ	1,409.25	83.61	1,240.21	85.16	1,163.70	84.42
<b>รวมรายได้จากการขาย</b>	<b>1,685.54</b>	<b>100.00</b>	<b>1,456.36</b>	<b>100.00</b>	<b>1,378.50</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ: รายได้จากการขายผ่าน Modern trade และตัวแทนจำหน่าย รวมอยู่ในรายได้จากการขายสดและขายเชื่อ



## 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ




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

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







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

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น Power Health (P-Health)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a>*, <a href="http://www.shopee.co.th">www.shopee.co.th</a>, <a href="http://www.lazada.co.th">www.lazada.co.th</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media Line : Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น RO<sup>2</sup></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a>*, <a href="http://www.shopee.co.th">www.shopee.co.th</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SURE รุ่น Bright</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a>*, <a href="http://www.shopee.co.th">www.shopee.co.th</a>, <a href="http://www.lazada.co.th">www.lazada.co.th</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น UV Ice</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ "safealkaline"</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ Activ by SAFE</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ Activ รุ่น RO</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> </ul>

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น Alkaline Mini</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a>*, <a href="http://www.shopee.co.th">www.shopee.co.th</a>, <a href="http://www.lazada.co.th">www.lazada.co.th</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น i-Life</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a>*, <a href="http://www.shopee.co.th">www.shopee.co.th</a>, <a href="http://www.lazada.co.th">www.lazada.co.th</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น lite</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a>*, <a href="http://www.shopee.co.th">www.shopee.co.th</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> </ul>
<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น D-lite</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a>*</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ “safealkaline”</li> <li>- ช่องทาง TV Shopping</li> </ul>








	ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
	<p>- เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น Mini Plus</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ "safealkaline"</li> </ul>
	<p>- เหยือกกรองน้ำ SAFE รุ่น Ecomize</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a>*, <a href="http://www.shopee.co.th">www.shopee.co.th</a>, <a href="http://www.lazada.co.th">www.lazada.co.th</a></li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ “เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter”</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ "safealkaline"</li> </ul>
2	<p><b>เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น (UV และ UF)</b></p> <p>- เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น (UV และ UF) มีระบบควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติแบบเทอร์โมสตรัท และระบบกรองน้ำแบบ UV และ UF</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.officemate.co.th">www.officemate.co.th</a></li> <li>- ช่องทางลูกค้าองค์กร</li> <li>- ตัวแทนจำหน่าย</li> </ul>










	ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
	<p>- เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น Duo 1 (UF และ RO) มีระบบควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติแบบเทอร์โมสแตติก และระบบกรองน้ำแบบ UF และ RO</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางลูกค้าองค์กร</li> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ "เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter"</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ "safealkaline"</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a>*</li> </ul>
3	<p>เครื่องกรองน้ำใช้ Water mate</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางลูกค้าองค์กร</li> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Facebook ภายใต้ชื่อ "เครื่องกรองน้ำเซฟ Safe Water Filter"</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media : Line Official ภายใต้ชื่อ "safealkaline"</li> </ul>
4	<p>เครื่องใช้ไฟฟ้า</p> <p>4.1 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;"> <div style="text-align: center;"> <p><b>P-Series WH 3.8</b></p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p><b>P-Series WH 4.5</b></p>  </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ <a href="http://www.homepro.co.th">www.homepro.co.th</a>)</li> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a>*</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>



ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<p>2) SAFE Electrics รุ่น Q-Series 3,800 วัตต์ และ 4,500 วัตต์</p> <p><b>Q-Series WH 3.8</b>      <b>Q-Series WH 4.5</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โมเดิร์นเทรด (เช่น โฮมโปร และ <a href="http://www.homepro.co.th">www.homepro.co.th</a>)</li> <li>- ผ่านระบบ E-commerce ภายใต้เว็บไซต์ <a href="http://www.safealkaline.com">www.safealkaline.com</a>*</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>
<p><b>4.2 เครื่องปรับอากาศ</b></p> <p>บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศภายใต้ยี่ห้อ "ไคกิน" (Daikin) 2 รุ่น คือ</p> <p>เครื่องปรับอากาศ Daikin รุ่น FT SMASH II R32</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>
<p>เครื่องปรับอากาศ Daikin รุ่น INVERTER R32 Super Smile</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>
<p>เครื่องปรับอากาศภายใต้ยี่ห้อ "เฟดเดอร์" (Fedders)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>



	ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
5	<p data-bbox="272 264 901 398">เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ ให้กับแบรนด์ชั้นนำ อาทิเช่น</p>        	<ul data-bbox="978 315 1497 488" style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "PONSABUY" และ <a href="http://www.ponsabuy.com">www.ponsabuy.com</a></li> </ul>

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<div data-bbox="268 293 529 427"> <p><b>TOSHIBA</b> Leading Innovation &gt;&gt;&gt;</p> </div> <div data-bbox="276 456 571 656">  </div> <div data-bbox="612 456 916 656">  </div> <div data-bbox="338 725 505 1106">  </div> <div data-bbox="624 748 861 1088">  </div> <div data-bbox="288 1167 651 1256"> <p><b>Panasonic</b></p> </div> <div data-bbox="352 1323 501 1615">  </div> <div data-bbox="660 1274 884 1659">  </div> <div data-bbox="336 1637 521 1951">  </div> <div data-bbox="644 1688 911 1951">  </div>	

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<div data-bbox="304 293 635 398">  </div> <div data-bbox="320 443 528 786">  </div> <div data-bbox="651 416 836 887">  </div> <div data-bbox="395 947 807 1025">  </div> <div data-bbox="320 1122 523 1330">  </div> <div data-bbox="576 1111 919 1330">  </div> <div data-bbox="491 1402 751 1554">  </div> <div data-bbox="347 1630 539 1906">  </div> <div data-bbox="667 1644 874 1895">  </div>	

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<p><b>6 เครื่องทำน้ำแข็ง Alpine</b> บริษัท อัลไพน์ วอเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องทำน้ำแข็งหลากหลายรุ่น มีกำลังในการผลิตตั้งแต่ 18 – 1,000 กก. ต่อวัน สำหรับใช้ในครัวเรือนจนถึงเชิงพาณิชย์</p>  <p>The image shows several Alpine water ice machines. At the top, the word "Alpine" is written in a large, blue, sans-serif font. Below it, there are four different models of ice machines. Two are larger, floor-standing units with digital displays showing "043" and "25.5". The other two are smaller, countertop units. All units are white with black accents.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> <li>- ผ่านช่องทางการขายทางโทรศัพท์ (Telesales)</li> <li>- ผ่านช่องทางลูกค้าองค์กร</li> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook, Line Official ภายใต้ชื่อ "Alpine water" และ <a href="http://www.alpinewater.co.th">www.alpinewater.co.th</a></li> </ul>
<p><b>7 เครื่องกรองน้ำอื่น ๆ</b> บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องกรองน้ำอื่น ๆ ให้กับแบรนด์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้แบรนด์ DrinkCo อาทิเช่น</p>  <p>The image shows two DrinkCo water filters. On the left is a tall, black, rectangular unit with a digital display and a water tap. On the right is a smaller, white, cylindrical unit with a gold-colored top and a water tap. The word "wells" is written in a large, blue, sans-serif font above the units.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านระบบ Social Media เช่น Facebook ภายใต้ชื่อ "DrinkCo" และ <a href="http://www.drinkco.net">www.drinkco.net</a></li> <li>- ผ่านช่องทางการขายตรงของบริษัท</li> </ul>

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
<p><b>CUCKOO</b></p>  <p><b>MITSUBISHI CHEMICAL CLEANSUI</b></p>   <p><b>STIEBEL ELTRON</b></p> 	

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และ บริษัทย่อย	ช่องทางการจำหน่าย
   	

หมายเหตุ: \*ในปี 2564 website [www.safealkaline.com](http://www.safealkaline.com) จะเปลี่ยนเป็น [www.safe1210.com](http://www.safe1210.com)

## 2.1.2 ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เซฟ เทรต อินเทอร์เน็ต จำกัด

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท เซฟ เทรต อินเทอร์เน็ต จำกัด คือ เครื่องกรองน้ำและเหยื่อกรองน้ำ ในปัจจุบันมีเครื่องกรองน้ำที่ผลิตขึ้นโดยเฉพาะให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด โดยเป็นผู้ว่าจ้างผลิตและเป็นลูกค้าหลักของบริษัทอย่างต่อเนื่องหลายปีที่ผ่านมา และในปัจจุบันมีเครื่องกรองน้ำและเหยื่อกรองน้ำทั้งหมด 6 รุ่น

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 2.2.1 ภาวะอุตสาหกรรม

ปี 2563 ทั่วโลกต่างเผชิญวิกฤติการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ไม่เว้นแม้ประเทศไทย ซึ่งมีผลกระทบต่อทุกอุตสาหกรรม รวมถึงตลาดเครื่องดื่ม โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองภาพรวมตลาดเครื่องดื่มประเทศไทยในปี 2563 ว่าอาจจะมีมูลค่าอยู่ที่ระดับ 4.45 แสนล้านบาท หดตัวร้อยละ 3.0 ในกลุ่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหลัก จากการจำกัดช่องทางการขายในช่วงมาตรการล็อกดาวน์ และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังอ่อนแรงตามภาวะเศรษฐกิจ แต่สำหรับเครื่องดื่มสุขภาพ คาดว่ายังเป็นกลุ่มสินค้าที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งกลุ่มน้ำดื่มผสมวิตามิน คือกลุ่มน้ำดื่ม Water Plus ที่สามารถดับกระหายได้เช่นเดียวกับน้ำเปล่า แต่ให้สารอาหารเพิ่มขึ้นอย่างเช่นวิตามิน B และ C เดิบโตในทิศทางบวกตอบรับกับกระแสการรักษาสุขภาพ โดยตลาดเครื่องดื่มผสมวิตามินในไทยมีการประเมินมูลค่าไม่ต่ำกว่า 5,500 ล้านบาท หรือคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 1.2 ของมูลค่าเครื่องดื่มทั้งหมดในไทย ซึ่งสอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาดื่มเครื่องดื่มกลุ่มฟังก์ชันนอลดริงก์ กลุ่มน้ำแร่ และน้ำดื่มบรรจุขวดพรีเมียม โดยยอมจ่ายเงินที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากตัดสินใจซื้อจากการให้ความสำคัญด้านคุณภาพและความตระหนักด้านผลลัพธ์ด้านสุขภาพ

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

### 2.2.2 ภาพรวมตลาดเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือน

ภาพรวมของตลาดเครื่องกรองน้ำยังมีโอกาสในการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในกรุงเทพมหานคร และเกือบทุกจังหวัดในภูมิภาคที่คนมีความใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น โดยมีสื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ โดยการให้ความรู้สินค้า บ่งบอกประโยชน์และความคุ้มค่า ซึ่งทำให้มีการแข่งขันเพิ่มเติมจากความต้องการเบื้องต้นของคุณภาพน้ำดิบเพื่อเลือกระบบเครื่องกรองน้ำที่เหมาะสม ราคา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน มาเป็นเรื่องเพิ่มเติมในเรื่องของเทคโนโลยี ฟังก์ชันในการใช้งาน ดีไซน์ และคุณสมบัติที่ให้อรรถประโยชน์ให้ต่อสุขภาพ รวมถึงระบบการฟอกชำระที่เพิ่มความยืดหยุ่นและกระตุ้นการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำอยู่แล้วจะตัดสินใจเปลี่ยนเมื่อบริการหลังการขายไม่ดี หรือเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายระหว่างการเปลี่ยนสารกรองกับการซื้อเครื่องกรองน้ำใหม่ทีไรในปัจจุบันมีให้เลือกหลายระบบหลากหลายราคา



สำหรับตัวเมืองที่อยู่นอกเขตพื้นที่น้ำประปา มีปัญหาน้ำกระด้าง มีสิ่งปนเปื้อน หรือเริ่มมีความรู้และความต้องการบำบัดคุณภาพน้ำเพื่อใช้ในการอุปโภคและบริโภค ซึ่งการจัดการบำบัดน้ำในอดีตอาจจะเน้นที่กลุ่มอุตสาหกรรมเป็นหลัก แต่การยกระดับมาตรฐานน้ำใช้ในบ้าน ถือเป็นตลาดใหม่ที่กำลังขยายตัวในเขตที่อยู่อาศัยย่านชานเมืองของกรุงเทพฯ

### 2.2.3 วิเคราะห์และเปรียบเทียบสภาวะการแข่งขัน

สภาวะการแข่งขันในตลาดเครื่องกรองน้ำในปี 2563 ที่ผ่านมานี้ ถือเป็นปีที่มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงมากขึ้น ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจและสถานการณ์โรคระบาดทำให้มีการใช้กลยุทธ์ด้านราคา การจัดกิจกรรมโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สร้างภาพลักษณ์และความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น โดยกลยุทธ์ของผู้ที่ไม่มีระบบการขายตรงจะอาศัยการเพิ่มพื้นที่การขายโดยการกระจายเข้าไปตั้งสาขาย่อยห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ในรูปแบบการเช่าพื้นที่ขาย หรือพยายามผลักดันสินค้าผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด เพื่อหลอกล่อเป้าหมาย โดยอุปสรรคหลัก ๆ ของผู้เล่นกลุ่มนี้คือ ความซับซ้อนเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจและวิกฤติ COVID-19 ที่ทำให้ช่องทางนี้อาจจะต้องแบกรับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นและใช้เวลานานกว่าจะคืนกำไร อีกส่วนหนึ่งก็พยายามจะผลักดันการขายผ่านช่องทางออนไลน์ มาร์เก็ตเพลส เช่น Lazada, Shopee หรือ Shop@24 และช่องทางโซเชียลมีเดีย ซึ่งมีผู้เล่นที่มาจากต่างประเทศ ที่เดิมอยู่ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อิเล็กทรอนิกส์ สมาร์ทโฟน แต่ผันมาผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำอยู่บนช่องทางนี้เป็นหลักด้วย โดยจุดขายของกลุ่มผู้เล่นที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าอื่นด้วยคือเรื่องของกลยุทธ์ราคาที่ดึงดูดใจ การขายพ่วง (cross sales) ดีไซน์ที่สวยงามและทันสมัย เทคโนโลยี IOT (Internet of Things) ที่ผนวกมาในตัวผลิตภัณฑ์ จึงสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ และช่องทางนี้ได้รับอานิสงค์จากสถานการณ์ล็อกดาวน์ได้พอสมควร

ปัจจุบันตลาดเครื่องกรองน้ำคาดว่ามากกว่า 20 แบรินด์ที่แข่งขันอยู่ในตลาดทั้งแบรินด์ใหญ่เจ้าดังภายใต้ระบบ MLM แบรินด์ไทยและแบรินด์นำเข้าจากต่างประเทศ โดยหลัก ๆ มาจากยุโรป อเมริกา เกาหลี และจีน ซึ่งบริษัท เจริญวิทย์ จำกัด (มหาชน) หรือ TSR เป็นหนึ่งในผู้นำตลาดที่ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ SAFE เพื่อทุกครัวเรือนในประเทศไทยกว่า 45 ปี โดยมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกครบทุกระบบการกรอง ผ่านช่องทางการขายตรงที่เข้มแข็งซึ่งมีมากกว่า 240 ทีม ครอบคลุม 40 จังหวัดทั่วประเทศ พร้อมทั้งมีทีมบริการเปลี่ยนสารกรองและทีมช่างอีกมากกว่า 200 ชีวิต และพัฒนาเพิ่มช่องทางการขายอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นช่องทางออนไลน์ เทเลมาร์เก็ตติ้ง และการขายผ่านองค์กร และโปรเจกต์ต่าง ๆ โดยบริษัทมีการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทุกปี รับประกันสินค้าสูงสุด 2 ปี เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภค ทั้งนี้ จุดแข็งของบริษัทซึ่งแบรินด์อื่น ๆ ยังไม่สามารถทำได้ คือเรื่องของบริการหลังการขายตลอดอายุการใช้งาน ให้บริการถึงบ้าน (On Site Service) ความเชี่ยวชาญเรื่องคุณภาพน้ำดิบในพื้นที่ที่มีหน่วยวิจัยทำการวิเคราะห์เพื่อแนะนำระบบและผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง มีช่างที่ผ่านการอบรมก่อนไปติดตั้งในพื้นที่ครอบคลุมเกือบทั่วประเทศ อีกทั้งยังมีการให้บริการความยืดหยุ่นในการผ่อนชำระเองด้วย

#### 2.2.3.1 ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกปีโดยมอบหมายให้ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์และบริการเป็นผู้สอบถามข้อมูลกับทางลูกค้าและสรุปข้อมูล ซึ่งการประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทพบว่าผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าประจำปี 2563 เฉลี่ย 93.56% ทั้งนี้ บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำของบริษัทในปีที่ผ่านมาที่มีการแข่งขันทางด้านการสร้างแบรนด์อย่างเห็นได้ชัดผ่านช่องทางและสื่อต่าง ๆ ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้เกิดการสร้างคอนเทนต์เพื่อเรียกความสนใจจากผู้บริโภคได้ สร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละแบรนด์ กระตุ้นและสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อ

สินค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลมาจากกระแสการใส่ใจเรื่องสุขภาพ และอีกหนึ่งปัจจัยคือ การขยายตัวของที่อยู่อาศัยทั้งแนวราบคือ บ้านเดี่ยวและหมู่บ้านจัดสรรต่าง ๆ และแนวสูงคือ คอนโดมิเนียมและอพาร์ทเมนต์ เป็นต้น รวมถึงบริษัทได้กระตุ้นการขยายอย่างต่อเนื่องด้วยสินค้ากลุ่มเครื่องทำน้ำอุ่น โดยเน้นสินค้าที่มีมาตรฐานสูงและมีการรับประกันการขยาย สร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มผู้บริโภค

#### 2.2.4 กลยุทธ์ด้านการตลาด

จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ประกอบกับวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาเรื่องสุขภาพ ความสะอาด ปลอดภัย และพยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยงในการติดเชื้อ โดยช่องทางที่ลูกค้ามักจะเข้าถึงสินค้า เช่น โมเดิร์นเทรด ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่าง ๆ เมื่อถูกมาตรการรัฐควบคุมจนไม่สามารถเปิดดำเนินการได้ในช่วงลือคดวุ่น กลายเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของช่องทางการขายออนไลน์ โดยทางบริษัทมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา จึงสามารถปรับตัวรองรับเศรษฐกิจในยุคนิวอร์มอลได้เป็นอย่างดี

บริษัท เจริญวิทย์ จำกัด (มหาชน) หรือ TSR มีจุดแข็งคือทีมขายและทีมบริการที่ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ และทำงานเชื่อมโยงกับการขยายตัวของช่องทางออนไลน์ ผ่านรูปแบบ O2O (Online to Offline) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดหลักที่นำมาปรับใช้ เพื่อสร้างรูปแบบการขายที่เข้าหากลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้อง ได้กลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ โดยมีการสร้างการรับรู้ และความต้องการผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย แล้วให้พนักงานขายในทั่วทุกภูมิภาคดำเนินการนำเสนอและปิดการขายถึงบ้านลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็วมากขึ้น ซึ่งในปีที่ผ่านมายอดขายผ่านช่องทางออนไลน์มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และบริษัทมีการวางแผนระยะยาวที่จะขยายหน่วยงานด้านอีคอมเมิร์ซระบบไอที รองรับการค้าขายโดยยอดขายในช่องทางนี้ในอนาคตด้วย โดยจะนำแบรนด์เครื่องกรองน้ำอื่น ๆ จากทั่วโลกเข้ามาจัดจำหน่ายเพิ่มเติมผ่านช่องทางนี้ นอกจากแบรนด์ SAFE กลยุทธ์การตลาดถัดมาคือการออกผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ และนำเสนอสู่ตลาดได้ในเวลาที่เหมาะสม เพื่อช่วงชิงความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ทั้งนี้ในปี 2563 หลายพื้นที่ในประเทศไทยประสบปัญหาสภาวะน้ำกร่อย เนื่องจากปัญหากภัยแล้งและน้ำทะเลหนุน ทางบริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำระบบ RO (Reverse Osmosis Membrane) เพิ่มอีก 1 รุ่น ในชื่อ SAFE รุ่น RO<sup>2</sup> เพื่อตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภคในการแก้ไขปัญหาที่น้ำกร่อยที่เกิดขึ้น และจากปัญหาวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และกำลังซื้อของผู้บริโภค ทางบริษัทได้ปรับแผนและออกผลิตภัณฑ์เป็น Fighting Model เพิ่ม ซึ่งมีราคาไม่สูงมากช่วยให้ผู้บริโภคสามารถซื้อได้ในชื่อ SURE รุ่น Bright และกลยุทธ์การตลาดสุดท้ายคือการขยายไปยังตลาดเชิงพาณิชย์ (B2B) โดยได้ตัดสินใจร่วมทุนจัดตั้งบริษัทย่อยชื่อบริษัท อัลไพน์ วอเตอร์ จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องทำน้ำแข็งที่มีกำลังผลิตหลากหลายรุ่น สามารถรองรับทุกความต้องการใช้งานทั้งในครัวเรือนและเชิงพาณิชย์ ภายใต้ชื่อแบรนด์ อัลไพน์ (Alpine) ที่สามารถต่อยอดการค้าขายสินค้าเครื่องกรองน้ำในการขายพ่วง (Cross Sales) ซึ่งวัสดุและอุปกรณ์ของ อัลไพน์ ได้นำเข้าจากต่างประเทศ มีเทคโนโลยีทันสมัยและดีไซน์ที่สวยงาม จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ ในเรื่องของความสะอาด ปลอดภัย สะดวก และประหยัดต้นทุนในการประกอบกิจการ โดยการเปิดตัวแบรนด์และผลิตภัณฑ์ในงาน Coffee Fest 2020 เดือนตุลาคม 2563 ที่ อิมแพค เมืองทองธานี ได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดีทั้งในเรื่องยอดขายและการตอบรับจากผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านกาแฟ และคาเฟ่

ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทมีความมุ่งมั่นในการนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีเพื่อสร้างความมั่นใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค สถานการณ์การตลาด และการแข่งขันเป็นสำคัญ อาทิเช่น ปัญหาคุณภาพน้ำดิบที่นำมาอุปโภคบริโภคหรือนำมาใช้ บริษัทได้ออกแบบและนำเสนอผลิตภัณฑ์ Water Mate ที่สามารถซื้อแยกหรือควบคู่ไปกับเครื่องกรองน้ำ เพื่อแก้ไขปัญหาน้ำใช้ในแต่ละพื้นที่ได้อย่างตรงจุดและเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นจาก หินปูน สนิมเหล็ก ตะกอน ฯลฯ การเลือกสารกรองและอุปกรณ์ที่มี

คุณภาพตามมาตรฐาน NSF (National Sanitation Foundation) เพื่อตอบสนองคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้บริโภค รวมถึงกลยุทธ์การเก็บข้อมูลลูกค้ากลุ่มเครื่องกรองน้ำและชุดสารกรอง ซึ่งมียอดขายและติดตั้งไปแล้วกว่าล้านราย (ข้อมูล: ฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท เจริญสวีสต์ จำกัด (มหาชน)) ต่อยอดทางธุรกิจในการจัดจำหน่ายกลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าแบรนด์ชั้นนำต่าง ๆ ในตลาด ภายใต้การผ่อนชำระผ่านแบรนด์และเพจ “ผ่อนสบาย” โดยเพิ่มความสะดวก ยืดหยุ่น ให้กับลูกค้าสินค้าที่ไม่มีบัตรเครดิต สามารถผ่อนชำระกับทางบริษัท เจริญสวีสต์ ลีสซิ่ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ TSR ได้โดยตรง โดยบริษัทขยายฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา

### ช่องทางการขายตรง

ช่องทางการขายตรงยังคงเป็นช่องทางหลักของบริษัท ดังนั้นเพื่อการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน บริษัทจึงมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่องผ่านการฝึกอบรมและพัฒนาผ่านสถาบันฝึกอบรม TSR Academy โดยไม่เน้นเพียงการเข้าใจในข้อมูลสินค้าและบริการเพียงอย่างเดียว แต่ยังพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญที่เข้าใจคุณภาพน้ำดิบ ระบบการติดตั้ง และปัญหาที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ด้วย เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ในทุกรูปแบบ การให้ความรู้เรื่องขั้นตอนและระบบกรองน้ำที่ถูกต้อง สาธิตการใช้งาน สร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อสินค้า และเพิ่มโอกาสการขาย

### ช่องทางออนไลน์

จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน บริษัทได้ดำเนินการและวางแผนเพื่อรองรับการขายตัวในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยผลักดันการขายและขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในทุก ๆ ช่องทาง เช่น Facebook, Line@, Website, Instagram, YouTube, และ Shopping Application ต่าง ๆ ซึ่งเป็นช่องทางที่มีโอกาสในการเติบโตสูง และเป็นช่องทางที่ทำให้สามารถสร้างฐานลูกค้าใหม่ให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้

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

#### **(1) มุ่งเน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์**

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

บริษัทมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำหน้าที่ค้นคว้าวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัทอย่างต่อเนื่อง ทั้งตัวผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ และไส้กรอง เพื่อสร้างความแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่งในตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งแก้ไขปัญหาคุณภาพน้ำที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ของประเทศ เช่น น้ำกร่อย และน้ำบาดาล เป็นต้น มีการคิดค้นระบบ “SMART Control” ในเครื่องกรองน้ำ

SAFE รุ่น ROMA Plus ซึ่งเป็นระบบ RO (Reverse Osmosis) ให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง แม้มีแรงดันน้ำที่ลดลงก็ตาม และพัฒนาระบบ Flush Valve เพื่อเพิ่มความสะดวกสำหรับลูกค้าในการดูแลรักษาเครื่องกรองน้ำ

บริษัทได้รับ “อนุสิทธิบัตร” ระบบการปรับสภาพความเป็นต่างของน้ำจากกรรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่นที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า 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 ต่อเนื่องมาจนถึง ปี 2563 บริษัทมุ่งพัฒนาและต่อยอดการกรองน้ำในระบบ RO (Reverse Osmosis) ให้ตอบโจทย์ลูกค้าที่ต้องการใช้น้ำดื่มอย่างต่อเนื่อง โดยทำการวิจัยระบบ RO High Flowrate ขึ้นมา เพื่อให้อัตราการผลิตน้ำดื่ม มีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นทันต่อความต้องการ จากเดิมอัตราการผลิตน้ำอยู่ในช่วง 50-75 GPD (แกลลอนต่อวัน) หรือประมาณ 190-283 ลิตรต่อวัน ปรับเพิ่มขึ้นเป็น 400 GPD (แกลลอนต่อวัน) หรือประมาณ 1,512 ลิตรต่อวัน อันจะส่งผลให้สามารถยกเลิกการใช้ RO Tank ลงได้ ลดพื้นที่การติดตั้ง (สำหรับวาง RO Tank) รวมทั้งลดขั้นตอนการติดตั้งให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งในปี 2563 เกิดปัญหาน้ำกร่อยบริษัทจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ SAFE รุ่น RO<sup>2</sup> เพื่อตอบสนองต้องการของผู้บริโภคในการแก้ไขปัญหากร่อยที่เกิดขึ้น

## (2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง และเพิ่มกลุ่มสินค้าให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าแบบโซลูชัน (Solution)

บริษัทได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เหมาะสมกับการบริโภค การใช้งาน และรสนิยมของลูกค้า ทั้งที่เป็นระบบการกรอง UV (ระบบการฆ่าเชื้อโรคด้วยแสง UV) ระบบ RO (Reverse Osmosis) ที่สามารถกรองความเค็มของน้ำประปาในช่วงเวลาที่น้ำประปากร่อยและมีความเค็มเกินมาตรฐานเนื่องจากภาวะน้ำทะเลหนุน เพื่อสุขภาพที่ดีของลูกค้าได้ และระบบ UF (Ultrafiltration) มีผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กที่เหมาะสมกับครอบครัวเดียวในคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ หรือที่มีสมาชิกในครอบครัวน้อย มีผลิตภัณฑ์หลายระดับราคาที่ลูกค้าสามารถเลือกตามกำลังซื้อ เช่นในปี 2559 บริษัทได้ออกสินค้ารุ่น UF Alkaline มาเพื่อตอบสนองลูกค้าที่ใช้น้ำประปา และต้องการระบบการกรองน้ำที่มีความละเอียดในระดับราคากลาง บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อน-น้ำเย็น คุณภาพสูง มีระบบการกรองในตัว เสริมแร่ธาตุที่ร่างกายต้องการ และน้ำที่กรองมีค่า pH เป็นด่างอ่อนๆ ที่สามารถใช้ได้ทั้งภายในสำนักงานและภายในครัวเรือน รวมไปถึงได้นำเสนอระบบกรองน้ำใช้ “Water Mate” ที่ช่วยเพิ่มคุณภาพน้ำที่ใช้การอุปโภคได้อย่างปลอดภัยมากขึ้น

จากการสำรวจตลาดพฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการสินค้าในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว บริษัทได้

ตอบสนองความต้องการดังกล่าวด้วยการนำเสนอสินค้าคุณภาพให้กับลูกค้า 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 ที่มีขนาดเล็กกะทัดรัด รวมไปถึงข้อจำกัดด้านพื้นที่ใช้สอยของที่พักอาศัย และยังสามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง (DIY)



ในปี 2563 ทางบริษัทมุ่งพัฒนาระบบกรองน้ำสำหรับภาคธุรกิจร้านอาหาร , Chain Store เพื่อตอบสนองในตลาดที่มีมาก โดยเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถกรองน้ำในกำลังการผลิตที่สูงมากขึ้น เช่น การออกสินค้ากลุ่มเครื่องกรองน้ำสำหรับเครื่องทำน้ำแข็ง รุ่น UV Alpine, RO150GPD, RO300GPD, RO600GPD เป็นต้น

### (3) ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและความสะดวกสบายของลูกค้า

ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ นอกจากจะช่วยดูแลสุขภาพของลูกค้าแล้ว ยังช่วยให้ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้ำดื่ม บริษัทมีการรับประกันสินค้าสูงสุดถึง 2 ปี ในระหว่างการรักษาประกันลูกค้าจะได้รับบริการถึงบ้านโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

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

บริษัทได้พัฒนาประสิทธิภาพการบริการให้กับลูกค้า ให้สามารถครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศไทยได้น่าระบบ 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 2,000 คน ทั่วประเทศ

บริษัทได้ขยายสาขาโดยสิ้นปี 2563 มีจำนวน 36 สาขา ครอบคลุมหัวเมืองหลักของประเทศ ในลักษณะที่เป็นเครือข่าย (Network) เพิ่มความสะดวกในการนำเสนอขายและการบริการให้ลูกค้า บริษัทมีจำนวนพนักงานขายทางโทรศัพท์ ประมาณ 120 ที่นั่ง และพนักงานขายทางโทรศัพท์แบบบริษัท Outsourcing อีก 2 บริษัทจำนวน 40 ที่นั่ง รวมทั้งหมด 160 ที่นั่ง

จากกระแสความนิยมในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก บริษัทได้เพิ่มทีมงาน Digital Marketing และ Online Telesales เพื่อใช้ช่องทาง Online ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นผ่านทาง Website, Facebook, Line official ของบริษัท หรือช่องทางมาร์เกตเพลส เช่น Lazada, Shopee, Fixzy, และ Shop@24 เป็นต้น โดยลูกค้าสามารถติดต่อ หรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านได้ทุกช่องทางออนไลน์ของบริษัท เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างรวดเร็ว

บริษัทได้สร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ ผ่านสื่อ Out of Home Media (Billboard) ป้ายหน้าสาขา และยานพาหนะ โดยยังคงใช้ศิลปิน “นีโน่” คุณเมทนี บุรณศิริ เป็นพรีเซนเตอร์บนสื่อต่าง ๆ ต่อเนื่องจากปีก่อนโดยจะครบสัญญาสิ้นปี 2563 เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จดจำง่าย และเพิ่มความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์และบริการของทางบริษัทมากยิ่งขึ้น

**(5) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างยั่งยืน**

เครื่องกรองน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการคำแนะนำ บริษัทจึงเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับสภาพน้ำของบ้านลูกค้า และการดูแลรักษาของ ลูกค้า และครอบครัว พนักงานจึงเป็นปัจจัยหลักสำคัญของความสำเร็จ (Key Success Factor)

บริษัทได้พัฒนาวิธีการสรรหา และคัดเลือกพนักงานที่มีคุณภาพให้รองรับการขยายตัวของธุรกิจอย่างรวดเร็วของบริษัท บริษัทให้ความสำคัญในการสร้างความรู้ ทักษะ และมีการฝึกฝนอย่างจริงจัง นับตั้งแต่วันแรกที่เข้ามาปฏิบัติงาน ทั้งด้านความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ทักษะการขาย การบริการ การดูแลลูกค้า สร้างให้พนักงานมีทัศนคติ มีจิตบริการ เพื่อส่งมอบความสุขที่ดีให้กับลูกค้า มีการจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมขึ้น เพื่อพัฒนาคุณภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ มีครูฝึกภาคสนามในทุกภูมิภาคให้แก่พนักงาน 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 2,000 คน ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยพนักงานส่วนใหญ่ประจำที่สำนักงานใหญ่จังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนและรองรับการขายเครื่องกรองน้ำ, ชุดบำบัดน้ำ, สารกรอง, เครื่องทำน้ำแข็ง และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีคุณภาพที่บริษัทคัดสรรมาแล้วเป็นอย่างดี โดยจำนวนสาขา ณ สิ้นปี 2563 จำนวน 36 สาขา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### รายละเอียดสาขา (36 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
	สุโขทัย	29/70,29/71 ถนน วิเชียรจำนงค์ ต.ธานี อ.เมือง จ.สุโขทัย 64000	055-011-400
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
	นครนายก	150/2 หมู่ที่ 8 ต.พรหมณี อ.เมือง จ.นครนายก 26000	037-349-389
	ลพบุรี	81/13,81/14 หมู่ที่ 9 ต.เขาพระงาม อ.เมือง จ.ลพบุรี 15160	036-683-122
	กาญจนบุรี	28/1,28/2,28/3 หมู่ที่ 9 ต.ปากแพรก อ.เมือง จ.กาญจนบุรี 71000	034-912-166
	สระแก้ว	554/3,554/4 หมู่ที่ 2 ต.บ้านใหม่หนองไทร อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว 27120	037-247-115
	สมุทรสาคร	95/4,95/5 หมู่ที่ 4 ต.โคกขาม อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000	034-113-451
	สุพรรณบุรี	191/1 หมู่ที่ 3 ต. ร้วใหญ่ อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000	035-967-997



ภาค	สาขา	ที่อยู่	เบอร์โทร
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
	ปทุมธานี	86/6,86/7 หมู่ที่ 10 ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120	02-002-9719
	อยุธยา	280/1 หมู่ที่ 4 ต.คานหาม อ.อุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา 13210	035-900-277
	สมุทรปราการ	1/373 หมู่ที่ 20 ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540	02-002-2052
ตะวันออก เฉียงเหนือ	ขอนแก่น	688/94, 688/95, 688/96 ถ.กลางเมือง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000	043-043-500
	อุดรธานี	289/13, 289/14 ม.8 ซ.บ้านบงคำ ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000	042-223-448
	อุบลราชธานี	265/4-5 ถ.อุปสีฐาน ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000	045-243-495
	นครราชสีมา	2966/80 ถ.เดชอุดม 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.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000	044-613-899
	มุกดาหาร	122/4-5 ถ.วิจิตรการ ต.มุกดาหาร อ.เมือง จ.มุกดาหาร 49000	042-042-000
	ชัยภูมิ	55/4,55/5 หมู่ที่ 11 ต.หนองนาแซง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ 35000	044-101-113
ใต้	นครศรีธรรมราช	180/26-27 หมู่ 5 ต.ปากพูน อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000	075-806-877
	ทุ่งสง	112/36,112/37 ถ.ทุ่งสง-นครศรีธรรมราช ต.ปากแพรก อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช 80110	075-805-079
	สุราษฎร์ธานี	20/1 ม.10 ต.วัดประตู่ อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	077-964-000
	ภูเก็ต	96/3,96/4 หมู่ที่ 1 ต.กะทู้ อ.กะทู้ จ.ภูเก็ต 83120	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
	ชุมพร	101/6,101/7 หมู่ที่ 6 ต.ท่ายาง อ.เมืองชุมพร จ.ชุมพร 86000	077-510345
	ประจวบคีรีขันธ์	829/3,829/4 หมู่ที่ 4 ต.อ่าวน้อย อ.เมือง จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77210	032-646793

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 2563 มีจำนวนพนักงานขายทางโทรศัพท์ประมาณ 160 ที่นั่ง ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถติดต่อหน่วยงานขาย สอบถามข้อมูลหรือการบริการต่าง ๆ ได้โดยโทรติดต่อ Call Center 1210 และ 02-819-8888 รวมขยายคู่สายเป็น 150 คู่สาย นอกจากนี้บริษัทได้เพิ่มบุคลากรเพื่อ รองรับลูกค้าออนไลน์จากช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook และ Line กว่า 20 ที่นั่ง และระบบ Agent Chat BOT เพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งกว่า 90% ซึ่งเป็นฐานข้อมูลลูกค้าใหม่ เพื่อ ตอบรับการให้บริการผ่านทางช่องทางใหม่ให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งได้ทำการ เพิ่มหมวดหมู่สินค้าให้กับลูกค้า นอกจากผลิตภัณฑ์หลักคือเครื่องกรองน้ำและชุดสารกรองแล้วบริษัทยัง นำเสนอขายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อไคกัน, เครื่องปรับอากาศยี่ห้อเฟดเดอร์, เครื่องทำน้ำอุ่น Safe Electrics และ เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ เช่น สินค้ายี่ห้อโตชิบา แอลจี พานาโซนิค มาสเตอร์คูล มีเดีย และซัมซุง เป็นต้น ทั้งนี้การบริหารงานขายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์นี้จะสามารถติดต่อลูกค้าได้ตรง กลุ่มเป้าหมายของงานขายและยังสามารถบริหารค่าใช้จ่ายได้ โดยมีโครงสร้างค่าใช้จ่ายต่ำกว่าเมื่อ เปรียบเทียบกับช่องทาง การขายด้านอื่น ๆ

#### 2.2.5.3 การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทอื่น

บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องกรองน้ำผ่าน บริษัท แอ็ดเวล บิวตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (ยี่ห้อ Adwell) และบริษัท ชัคเซสมอร์ บีอิ้งค์ จำกัด (มหาชน) (ยี่ห้อ Alkamag) และบริษัทย่อย คือ บริษัท เซฟเทรต อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าเครื่องกรองน้ำ และเหยือกกรองน้ำให้แก่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ยี่ห้อ Giffarine) โดยบริษัทย่อยได้รับความไว้วางใจให้ผลิตสินค้านี้ดังกล่าว เนื่องจากปัจจัยความพร้อมในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การค้นคว้าและวิจัยเทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง การควบคุมคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน การจัดส่งที่ตรงตามเวลา บริการหลังการขาย การจัดอบรม ความรู้ผลิตภัณฑ์ให้แก่สมาชิกเครือข่าย รวมทั้งความสัมพันธ์อันดีกับทางลูกค้า

### 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

#### (ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทมีโรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำและชุดสารกรองทั้งสิ้น 3 แห่ง ในปี 2562 บริษัทได้มีการ ลงทุนเครื่องจักรเพื่อการผลิตให้มีความทันสมัยและรองรับการเติบโตทางธุรกิจในอนาคต โดยติดตั้งที่ โรงงาน 4 ซึ่งในช่วงปลายปี 2562 บริษัทได้ทำการรวมศูนย์การผลิตสินค้าหลัก ได้แก่ เครื่องกรองน้ำ ชุดสารกรอง เหยือกกรองน้ำ และชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ไว้ที่โรงงาน 4 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร จัดการ สะดวกต่อการควบคุมสินค้าคงคลัง และลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

ในปี 2563 ภายหลังจากที่ทางบริษัททำการรวมศูนย์การผลิตมารวมที่โรงงาน 4 จังหวัดปทุมธานี จึงได้เริ่มทำการผลิตสินค้าหลักทั้งหมด และจัดส่งมอบตามแผนการผลิตจากโรงงานแห่งนี้โดยสมบูรณ์ ปัจจุบันโรงงานมีกำลังการผลิตรวมสำหรับเครื่องกรองน้ำและชุดสารกรองเฉลี่ยประมาณเดือนละ 25,000 เครื่อง โดยใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ประมาณร้อยละ 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 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 บริษัทจะทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าภายหลังจากผลิตเสร็จ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัท

2. ขั้นตอนการดำเนินงาน การจำหน่าย และเก็บค่ามัดจำเครื่องกรองน้ำ มีขั้นตอนโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้
- 1) พนักงานขายนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า โดยแจ้งว่าจำหน่ายทั้งระบบเงินสดและเงินผ่อน ในกรณีการผ่อนชำระ บริษัทมีนโยบายในการคัดกรองลูกค้าโดยให้พนักงานขายคัดกรองในเบื้องต้น จากนั้นหัวหน้าทีมขายจะประเมินอีกรอบก่อนทำสัญญาเช่าซื้อ และหลังจากนั้นฝ่ายเก็บเงินภาคสนามและเรอรัทหนี้สินซึ่งเป็นหน่วยงานที่เดินทางไปเก็บเงินค่าสินค้าตั้งแต่วงวดที่สองเป็นต้นไป จะเป็นผู้ตรวจสอบคุณสมบัติของลูกค้าด้วยเช่นกัน
  - 2) ทีมขายจัดทำสัญญาเช่าซื้อผ่านระบบ TSR Sales System (TSSM) โดยการใช้งานออนไลน์ ด้วยเครื่องแท็บเล็ตหรือสมาร์ทโฟน ซึ่งการนำระบบที่ทันสมัยมาใช้ ช่วยทำให้การดำเนินการด้านการขายสะดวกรวดเร็วและบันทึกข้อมูลลูกค้าได้อย่างแม่นยำ จากนั้นทีมขายจะนำส่งสัญญาเช่าซื้อพร้อมเอกสารที่เกี่ยวข้องและเงินงวดแรกที่เก็บจากลูกค้าให้แก่ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
  - 3) ในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาในการผ่อนชำระ บริษัทได้ดำเนินการติดตามพร้อมทั้งเสนอทางเลือกให้ลูกค้าพิจารณาเพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดหนี้สูญและเรียกเก็บหนี้ โดยฝ่ายเก็บเงินภาคสนามและเรอรัทหนี้สินจะติดตามลูกค้าในเบื้องต้น แต่หากลูกค้าไม่ผ่อนชำระติดต่อกันหลายงวดตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด ทางแผนกเรอรัทหนี้สินภาคสนามจะเป็นผู้ติดตามหนี้ต่อ และในกรณีที่บริษัทได้ส่งจดหมายทวงถามหนี้ไปยังลูกค้ารวม 2 ครั้ง บริษัทอาจพิจารณาดำเนินการตามกฎหมายต่อไป
3. ขั้นตอนการดำเนินงาน การจำหน่ายและเก็บค่ามัดจำเครื่องใช้ไฟฟ้า มีขั้นตอนโดยสรุปดังต่อไปนี้
- 1) พนักงานขายทางโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าหรือพนักงานขายนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า โดยนำเสนอการจำหน่ายทั้งแบบเงินสดและเงินผ่อนให้ลูกค้าพิจารณา
  - 2) กรณีลูกค้ามีความประสงค์ที่จะผ่อนชำระค่าสินค้า จะมีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบ/ทำสัญญา เข้าไปตรวจสอบข้อมูลลูกค้า และเก็บเอกสารประกอบการให้สินเชื่อ เช่น เอกสารทางการเงิน ฯลฯ เพื่อประเมินความสามารถในการผ่อนชำระของลูกค้าก่อนทำสัญญาเช่าซื้อ และลงนามในหนังสือให้ความยินยอมในการตรวจสอบข้อมูลเครดิต เพื่อส่งให้กับศูนย์อนุมัติสินเชื่อทำการพิจารณา
  - 3) เจ้าหน้าที่พิจารณาสินเชื่อ ตรวจสอบข้อมูลของลูกค้า ตรวจสอบข้อมูลเครดิต จากบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ และพิจารณาร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ ตามหลักเกณฑ์การให้สินเชื่อของบริษัท ถ้าคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไข จะดำเนินการทำสัญญาต่อไป
  - 4) เจ้าหน้าที่ทำสัญญา ให้ลูกค้าทำสัญญาเช่าซื้อพร้อมเก็บเงินดาวน์
  - 5) ส่งมอบสินค้าพร้อมติดตั้ง สถานะของลูกค้าจะเปลี่ยนเป็นลูกหนี้เช่าซื้อ ผ่อนชำระค่าสินค้าให้กับบริษัท
  - 6) ในกรณีที่ลูกหนี้เช่าซื้อ มีปัญหาในการผ่อนชำระ บริษัทจะดำเนินการติดตามและเรียกเก็บหนี้ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามระเบียบปฏิบัติที่กำหนด สำหรับกรณีที่บริษัทได้ส่งจดหมายทวงถามหนี้ไปยังลูกค้าแล้วรวม 2 ครั้ง ปรากฏว่าลูกหนี้เช่าซื้อยังไม่ชำระค่าผ่อนสินค้า ก็จะดำเนินการยึดสินค้าคืน และบริษัทอาจพิจารณาดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

## นโยบายทางบัญชี

บริษัทจำหน่ายสินค้าในรูปแบบขายผ่อนชำระประมาณร้อยละ 83.6 ของรายได้จากการขายสินค้า บริษัทจึงให้ความสำคัญกับนโยบายทางบัญชีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การรับรู้รายได้
2. การวัดมูลค่าลูกหนี้ การตัดย่นค่าและการตัดจำหน่าย
3. สัญญาเช่า
4. ค่าเผื่อการรับคืนสินค้า ตามนโยบายรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า
5. ประเมินการหนี้สินจากการรับประกันสินค้า โดยการเปลี่ยน/ซ่อมสินค้าให้แก่ลูกค้าตามนโยบายรับประกันคุณภาพสินค้า

ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 กลุ่มบริษัทและบริษัทที่ถือปฏิบัติตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินกลุ่มเครื่องมือทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วยมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน (IFRS 9) รวมถึงมาตรฐานและการตีความมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง และมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่อง สัญญาเช่า (IFRS 16) เป็นครั้งแรกซึ่งได้เปิดเผยผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีไว้ในหมายเหตุข้อ 3 ของงบการเงิน โดยที่นโยบายการบัญชีที่ถือปฏิบัติก่อนวันที่ 1 มกราคม 2563 นั้น

- ลูกหนี้วัดมูลค่าด้วยราคาของรายการหักค่าเผื่อนี้ซึ่งจะสูญ ซึ่งประเมินโดยการวิเคราะห์ประวัติการชำระหนี้ และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกค้า หนี้สูญจะถูกตัดจำหน่ายเมื่อเกิดขึ้น
- ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อและลูกหนี้เงินให้สินเชื่อแสดงด้วยจำนวนหนี้คงเหลือตามสัญญาหักด้วยดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อ ดอกเบี้ยที่ยังไม่ถึงเป็นรายได้และค่าเผื่อนี้ซึ่งจะสูญ ซึ่งประเมินโดยการวิเคราะห์ประวัติการชำระหนี้ และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกค้า หนี้สูญจะถูกตัดจำหน่ายเมื่อเกิดขึ้น

ลำดับ	นโยบาย	รายละเอียด
1	การรับรู้รายได้	<p><b>ขายสินค้า</b></p> <p>รายได้จากการขายสินค้านับเมื่อลูกค้ามีอำนาจควบคุมในสินค้าซึ่งโดยทั่วไปเกิดขึ้นเมื่อมีการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า สำหรับสัญญาที่ให้สิทธิลูกค้าในการคืนสินค้า รายได้จะรับรู้ในจำนวนที่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนในระดับสูงมากกว่าจะไม่มีมีการกลับรายการอย่างมีนัยสำคัญของรายได้ที่รับรู้สะสม ดังนั้น รายได้ที่ได้รับจะปรับปรุงด้วยประมาณการรับคืนสินค้าซึ่งประมาณการจากข้อมูลในอดีต</p> <p><b>รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อ</b></p> <p>กลุ่มบริษัทรับรู้รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อตามอัตราผลตอบแทนที่แท้จริงตามระยะเวลาของสัญญา กลุ่มบริษัทจะหยุดรับรู้รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อเมื่อตัดหนี้สูญโดยที่นโยบายการบัญชีที่ถือปฏิบัติก่อนวันที่ 1 มกราคม 2563 นั้นกลุ่มบริษัทจะหยุดรับรู้รายได้ดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อเมื่อลูกหนี้ค้างชำระค้างงวดเกินกำหนด 3 งวด สำหรับสัญญาเช่าซื้อเครื่องกรองน้ำ และ 6 งวด สำหรับสัญญาเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า นับจากวันครบกำหนดชำระ กลุ่มบริษัทจะรับรู้ดอกผลเป็นรายได้ตามเกณฑ์คงค้างอีกเมื่อได้รับชำระหนี้ที่ค้างเกินกำหนดชำระดังกล่าวแล้ว</p>

ลำดับ	นโยบาย	รายละเอียด
2	การวัดมูลค่าลูกหนี้ การด้อยค่าและการ ตัดจำหน่าย	<p><b>การวัดมูลค่าลูกหนี้</b></p> <p>ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อและลูกหนี้เงินให้สินเชื่อแสดงด้วยจำนวนหนี้คงเหลือตามสัญญาหักด้วยดอกผลตามสัญญาเช่าซื้อ ดอกเบี้ยที่ยังไม่ถึงเป็นรายได้และค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (2562: ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ) ซึ่งประเมินโดยการวิเคราะห์ประวัติการชำระหนี้ และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกหนี้ ลูกหนี้จะถูกตัดจำหน่ายเมื่อเกิดขึ้น</p> <p><b>การด้อยค่า</b></p> <p>นโยบายการบัญชีที่ถือปฏิบัติตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 กลุ่มบริษัทและบริษัทรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นสำหรับสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย (รวมถึง เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น รวมถึงเงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน) ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ และลูกหนี้เงินให้สินเชื่อ</p> <p>กลุ่มบริษัทรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นสำหรับสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย (รวมถึง เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น รวมถึงเงินให้กู้ยืมแก่กิจการอื่นและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน) ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ และลูกหนี้เงินให้สินเชื่อและไม่ได้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน</p> <p><b>การวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น</b></p> <p>ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นแสดงมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินสดที่คาดว่าจะไม่ได้รับสำหรับระยะเวลาที่เหลืออยู่ของลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ ลูกหนี้เงินให้สินเชื่อ จำนวนเงินสดที่คาดว่าจะไม่ได้รับ คือ ส่วนต่างระหว่างกระแสเงินสดตามสัญญาและกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับตลอดระยะเวลาตามสัญญาของลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อลูกหนี้เงินให้สินเชื่อ</p> <p><b>การวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตนั้นคำนวณดังต่อไปนี้</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอีก 12 เดือนข้างหน้า ผลขาดทุนดังกล่าวประมาณจากผลขาดทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการผิดเงื่อนไขตามสัญญาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอีก 12 เดือนข้างหน้าภายหลังวันสิ้นรอบระยะเวลาที่รายงาน หรือ</li> <li>- ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุของสัญญา ผลขาดทุนดังกล่าวประมาณจากผลขาดทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการผิดเงื่อนไขตามสัญญาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาทั้งหมดที่เหลืออยู่ของสัญญา</li> </ul> <p>ค่าเผื่อผลขาดทุนสำหรับลูกหนี้การค้าใช้วิธี Simplify Approach ในการวัดมูลค่าผลขาดทุนด้วยผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุของสัญญา ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของสินทรัพย์ทางการเงินเหล่านี้ประมาณการโดยใช้ตารางการตั้งสำรอง ซึ่งวิธีดังกล่าวมีการนำข้อมูลผลขาดทุนที่เกิดขึ้นในอดีต การปรับปรุงปัจจัยที่มีความเฉพาะเจาะจงกับลูกหนี้ นั้น ๆ และการประเมินทั้งข้อมูลสภาพการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและข้อมูลคาดการณ์สภาพการณ์เศรษฐกิจทั่วไปในอนาคต ณ วันที่รายงานค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตสำหรับลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ และลูกหนี้เงินให้สินเชื่อ กลุ่มบริษัทใช้วิธี General Approach ในการรับรู้ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นด้วยผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาด</p>



ลำดับ	นโยบาย	รายละเอียด
		<p>ว่าจะเกิดขึ้นในอีก 12 เดือนข้างหน้า ยกเว้นสินทรัพย์ทางการเงินที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของความเสี่ยงด้านเครดิตนับแต่การรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกหรือเป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่มีการด้อยค่าด้านเครดิต ซึ่งกรณีดังกล่าวจะวัดค่าเพื่อผลขาดทุนด้วยผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุของสัญญา</p> <p>สำหรับกลุ่มสินทรัพย์ที่มีสาระสำคัญ ประเมินการของจำนวนเงินสดที่คาดว่าจะไม่ได้รับคำนวณโดยคุณความน่าจะเป็นที่ลูกหนี้จะผิดนัดชำระหนี้ (PD - Probability of default) กับร้อยละของความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นเมื่อลูกหนี้ผิดนัดชำระหนี้ต่อยอดหนี้ (LGD - Loss given default) กับยอดหนี้หรือประมาณการยอดหนี้เมื่อลูกหนี้ผิดนัดชำระ (EAD - Exposure at the time of default)</p> <p>สมมติฐานเศรษฐกิจมหภาคที่คาดการณ์ไว้ถูกรวมอยู่ใน PD LGD และ EAD หากมีความเกี่ยวข้องและหากมีการระบุถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงด้านเครดิต เช่น อัตราการเติบโตของ GDP อัตราดอกเบี้ยและดัชนีราคาที่อยู่อาศัย สมมติฐานเหล่านี้ถูกกำหนดโดยใช้ข้อมูลที่สมเหตุสมผลและสนับสนุนได้ซึ่งรวมถึงการคาดการณ์ที่พัฒนาขึ้นภายในและสมมติฐานที่มีอยู่ภายนอก และที่สอดคล้องกับที่ใช้ในการวางแผนทางการเงินและการวางแผนเงินทุน</p> <p>สถานการณ์ที่หลากหลายของสมมติฐานเศรษฐกิจมหภาคถูกรวบรวมไว้เป็นช่วงของผลลัพธ์ที่มีความเป็นไปได้และสมเหตุสมผลสำหรับพอร์ตการลงทุนทั้งหมดที่มีสาระสำคัญ ทั้งในแง่ของการพิจารณา PD LGD และ EAD หากมีความเกี่ยวข้อง และในการพิจารณาภาพรวมของผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น</p> <p>การประมาณจำนวนเงินสดที่คาดว่าจะไม่ได้รับสำหรับเครื่องมือทางการเงินที่มีหลักประกันนั้นควรคำนึงถึงการคาดการณ์จำนวนและจังหวะเวลาของกระแสเงินสดที่จะได้รับจากการยึดหลักประกันที่หักต้นทุนของการได้มาและการขายหลักประกัน โดยไม่คำนึงว่าการยึดทรัพย์นั้นเป็นไปได้หรือไม่</p> <p>การประมาณจำนวนเงินสดที่คาดว่าจะไม่ได้รับถูกคิดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงเมื่อเริ่มแรกของสินทรัพย์ทางการเงิน</p> <p><b>ลำดับชั้นของการรับรู้ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น</b></p> <p>ชั้นที่ 1 สินทรัพย์ทางการเงินที่ไม่มีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของความเสี่ยงด้านเครดิต (Performing)</p> <p>ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นรับรู้เริ่มแรกเมื่อรับรู้เครื่องมือทางการเงิน และเป็นตัวแทนของประมาณการจำนวนเงินสดที่คาดว่าจะไม่ได้รับจากการผิดนัดชำระหนี้ที่น่าจะเกิดขึ้นภายในระยะเวลา 12 เดือนนับจากวันที่ในงบการเงิน ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นถูกพิจารณาอย่างต่อเนื่องโดยใช้หลักเกณฑ์ดังกล่าวจนกระทั่งเกิดการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของความเสี่ยงด้านเครดิตหรือสินทรัพย์ทางการเงินกลายเป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่มีการด้อยค่าด้านเครดิต หากสินทรัพย์ทางการเงินไม่มีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของความเสี่ยงด้านเครดิตแล้ว ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจะถูกกลับมาพิจารณาบนหลักเกณฑ์ระยะเวลา 12 เดือน</p> <p>ชั้นที่ 2 สินทรัพย์ทางการเงินที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของความเสี่ยงด้านเครดิต (Under-performing)</p>



ลำดับ	นโยบาย	รายละเอียด
		<p>หากสินทรัพย์ทางการเงินประสบกับการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของความเสี่ยงด้านเครดิต (SICR - Significant increase in credit risk) นับจากวันรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรก ประเมินการของผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจะรับรู้จะเป็นผลมาจากความเป็นไปได้ของทุกเหตุการณ์จากการผิดนัดชำระหนี้ตลอดอายุที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของสินทรัพย์ทางการเงิน การเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของความเสี่ยงด้านเครดิตถูกประเมินโดยพิจารณาเปรียบเทียบความเสี่ยงในการผิดนัดชำระ ณ วันที่รายงาน กับความเสี่ยงดังกล่าว ณ วันที่รับรู้รายการเมื่อเริ่มแรก ความมีสาระสำคัญของการประเมินดังกล่าวถูกพิจารณาโดยใช้ปัจจัยด้านปริมาณและปัจจัยด้านคุณภาพหลายปัจจัย สินทรัพย์ทางการเงินที่ค้างชำระ 30 วันหรือเกินกว่านั้นและเป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่ค้างชำระมากกว่า 30 วัน มากกว่า 3 ครั้งในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา แต่ยังไม่ใช้สินทรัพย์ทางการเงินที่มีการด้อยค่าด้านเครดิตจะถูกประเมินว่ามีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของความเสี่ยงด้านเครดิต</p> <p>ชั้นที่ 3 สินทรัพย์ทางการเงินที่มีการด้อยค่าด้านเครดิต (Non-performing)</p> <p>สินทรัพย์ทางการเงินที่มีการด้อยค่าด้านเครดิตหรือค้างชำระเงินต้นหรือดอกเบี้ยเกินกว่า 90 วัน สินทรัพย์ทางการเงินจะถูกพิจารณาเป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่มีการด้อยค่าด้านเครดิตเมื่อลูกหนี้มีความเป็นไปได้ว่าจะไม่สามารถชำระคืนได้เมื่อเกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งหรือหลายเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตของสินทรัพย์ทางการเงิน</p> <p>หลักฐานที่แสดงว่าสินทรัพย์ทางการเงินมีการด้อยค่าด้านเครดิตครอบคลุมถึงข้อมูลที่สังเกตได้จากเหตุการณ์ดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การประสบปัญหาทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญของลูกหนี้</li> <li>- การละเมิดสัญญา เช่น การปฏิบัติผิดสัญญาหรือการค้างชำระ</li> <li>- อยู่ระหว่างการพิจารณาล้มละลายหรือปรับโครงสร้างทางการเงินเพื่อเลี่ยงการชำระ</li> <li>- การล่มสลายของตลาดซื้อขายคล่องของสินทรัพย์ทางการเงินเนื่องจากประสบปัญหาทางการเงิน หรือ</li> <li>- การซื้อหรือการได้มาซึ่งสินทรัพย์ทางการเงินด้วยราคาที่มีส่วนลดจำนวนมากซึ่งสะท้อนถึงผลขาดทุนด้านเครดิตที่เกิดขึ้น</li> </ul> <p>ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ทางการเงินที่มีการด้อยค่าด้านเครดิตพิจารณาจากกระแสเงินสดทั้งหมดซึ่งกิจการคาดว่าจะได้รับโดยพิจารณาถึงเงื่อนไขตามสัญญาทั้งหมดของเครื่องมือทางการเงิน รวมถึงการถือครองหลักประกัน ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดตามสัญญาทั้งหมดซึ่งคาดว่าจะได้รับคิดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงเมื่อเริ่มแรก และมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ก่อนการด้อยค่าด้านเครดิตที่เกิดขึ้น</p> <p><b>การตัดจำหน่าย</b></p> <p>ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ และลูกหนี้เงินให้สินเชื่อที่พิจารณาว่าไม่สามารถเรียกคืนได้ ส่วนของมูลค่าตามบัญชีขั้นต้นจะถูกตัดจำหน่ายด้วยค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเครื่องมือทางการเงินที่เกี่ยวข้อง ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ และลูกหนี้เงินให้สินเชื่อดังกล่าวจะถูกตัดจำหน่ายหลังจากดำเนินการตามขั้นตอนที่จำเป็นทั้งหมดแล้วมีการประเมินแล้วว่าไม่มีแนวโน้มจะเป็นในการได้รับคืน และได้พิจารณาถึงจำนวนเงินที่สูญเสียแล้วการได้รับคืนใน</p>

ลำดับ	นโยบาย	รายละเอียด
		<p>ภายหลังของจำนวนเงินที่เคยตัดจำหน่ายจะนำมาลดผลขาดทุนจากการด้อยค่าในงบกำไรขาดทุน</p> <p>ในงวดถัดมา หากค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าลดลงและการลดลงนั้นสัมพันธ์โดยตรงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายหลังการรับรู้การด้อยค่า เช่น การปรับปรุงอันดับความน่าเชื่อถือของลูกค้า การกลับรายการขาดทุนจากการด้อยค่าที่รับรู้ก่อนหน้าให้รับรู้โดยการปรับปรุงกับค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่า จำนวนเงินของการกลับรายการรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน</p> <p>กลุ่มบริษัทและบริษัทถือปฏิบัติตามข้อกำหนดการตัดรายการและการด้อยค่าตาม TFRS 9 กับเงินลงทุนสุทธิตามสัญญาเช่า (ดูหมายเหตุข้อ 4 (ฐ)) กลุ่มบริษัทสอบทานมูลค่าคงเหลือที่ไม่ได้รับประกันที่ประมาณการไว้ ซึ่งใช้ในการคำนวณเงินลงทุนขั้นต้นตามสัญญาเช่าอย่างสม่ำเสมอ</p>
3	สัญญาเช่า	<p>ณ วันเริ่มต้นของสัญญา กลุ่มบริษัทและบริษัทจะประเมินว่าสัญญาเป็นสัญญาเช่าหรือประกอบด้วยสัญญาเช่าหรือไม่ กลุ่มบริษัทและบริษัทนำคำนิยามของสัญญาเช่าตาม TFRS 16 มาใช้ในการประเมินว่าสัญญานั้นให้สิทธิในการควบคุมการใช้สินทรัพย์ที่ระบุหรือไม่</p> <p>ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผลหรือวันที่มีการเปลี่ยนแปลงสัญญาเช่า สัญญาที่มีส่วนประกอบที่เป็นสัญญาเช่า กลุ่มบริษัทและบริษัทเลือกที่จะไม่แยกส่วนประกอบที่ไม่เป็นการเช่าและรับรู้สัญญาเช่าและส่วนประกอบที่ไม่เป็นการเช่าเป็นสัญญาเช่าเพียงอย่างเดียว</p> <p>กลุ่มบริษัทและบริษัทรับรู้สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล ยกเว้นสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์มีมูลค่าต่ำหรือสัญญาเช่าระยะสั้นจะรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายโดยวิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า</p> <p>สินทรัพย์สิทธิการใช้วัดมูลค่าด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและผลขาดทุนจากการด้อยค่า และปรับปรุงเมื่อมีการวัดมูลค่าใหม่ของหนี้สินตามสัญญาเช่า ต้นทุนของสินทรัพย์สิทธิการใช้ประกอบด้วยจำนวนเงินที่รับรู้เมื่อเริ่มแรกของหนี้สินตามสัญญาเช่าปรับปรุงด้วยจำนวนเงินที่จ่ายชำระตามสัญญาเช่า ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผลหรือก่อนวันที่สัญญาเริ่มมีผลรวมกับต้นทุนทางตรงเริ่มแรกและประมาณการต้นทุนในการบูรณะและสุทธิจากสิ่งจูงใจในสัญญาเช่าที่ได้รับค่าเสื่อมราคารับรู้ในกำไรหรือขาดทุนด้วยวิธีเส้นตรงนับจากวันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล จนถึงวันสิ้นสุดของอายุสัญญาเช่าเว้นแต่สัญญาเช่าดังกล่าวมีการโอนกรรมสิทธิ์ในสินทรัพย์ที่เช่าให้กับกลุ่มบริษัทและบริษัทเมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่า หรือต้นทุนของสินทรัพย์สิทธิการใช้สะท้อนว่ากลุ่มบริษัทจะมีการใช้สิทธิในการซื้อสินทรัพย์ ในกรณีนี้สินทรัพย์สิทธิการใช้จะบันทึกค่าเสื่อมราคาตลอดอายุการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์ที่เช่า ซึ่งกำหนดตามเกณฑ์เดียวกันกับสินทรัพย์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง</p>

ลำดับ	นโยบาย	รายละเอียด
		<p>หนี้สินตามสัญญาเช่าวัตถุดิบเมื่อเริ่มแรกด้วยมูลค่าปัจจุบันของค่าเช่าที่ยังไม่ได้จ่ายชำระ ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล คัดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยตามนัยของสัญญาเช่า เว้นแต่อัตรานั้นไม่สามารถกำหนดได้ กลุ่มบริษัทใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมส่วนเพิ่มของกลุ่มบริษัท ค่าเช่ารวมถึงค่าเช่าคงที่หักสิ่งจูงใจตามสัญญาเช่าข้างรับ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายตาม สิทธิเลือกซื้อ สิทธิเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือสิทธิเลือกในการยกเลิกสัญญาเช่า หากกลุ่มบริษัทมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลที่จะใช้สิทธิ</p> <p>กลุ่มบริษัทและบริษัทกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมส่วนเพิ่มโดยนำอัตราดอกเบี้ยจากแหล่งข้อมูลทางการเงินภายนอกหลายแห่งและได้ปรับปรุงบางส่วนเพื่อให้สะท้อนระยะเวลาของสัญญาเช่าและลักษณะของสินทรัพย์ที่เช่า</p> <p>หนี้สินตามสัญญาเช่าวัตถุดิบด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่ายตามอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง และหนี้สินตามสัญญาเช่าจะถูกรวบรวมใหม่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอายุสัญญาเช่า การเปลี่ยนแปลง ค่าเช่า การเปลี่ยนแปลงประมาณการจำนวนเงินที่คาดว่าจะต้องจ่ายภายใต้การรับประกันมูลค่าคงเหลือ หรือการเปลี่ยนแปลงการประเมินการใช้สิทธิเลือกซื้อ สิทธิเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือสิทธิเลือกในการยกเลิกสัญญาเช่า เมื่อมีการวัดมูลค่าหนี้สินตามสัญญาเช่าใหม่ จะปรับปรุงกับมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์สิทธิการใช้ หรือรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน หากมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์สิทธิการใช้ได้ถูกลดมูลค่าลงจนเป็นศูนย์แล้ว</p>
4	ค่าเผื่อการรับคืนสินค้า	บริษัทมีนโยบายการรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถคืนสินค้าภายในเวลา 30 วันนับจากวันที่ติดตั้ง ค่าเผื่อการรับคืนสินค้าอ้างอิงจากสถิติการคืนสินค้าของลูกค้าในปีที่ผ่านมา
5	ประมาณการหนี้สินจากการรับประกันสินค้า	บริษัทมีนโยบายเปลี่ยนและซ่อมสินค้าให้แก่ลูกค้าตามนโยบายการรับประกันคุณภาพสินค้าภายในเวลา 1-2 ปี นับจากวันที่ติดตั้ง

### 3. การจัดหาวัตถุดิบ

#### 3.1) วัตถุดิบในการผลิต

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

### 3.2) พนักงานขาย

บริษัทมีกระบวนการคัดเลือกพนักงานขายโดยคัดเลือกจากผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและรักงานขาย บริษัทจัดฝึกอบรมพนักงานใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในสินค้าเป็นอย่างดี รวมถึง การจัดฝึกอบรมเพื่อสร้างทักษะการขายและเข้าใจถึงจิตวิทยาการขาย และจัดทำคู่มือการขายเพื่อให้พนักงานขายทุกคนใช้เป็นแนวทางในการขายสินค้า ทั้งนี้ บริษัทยังจัดให้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการเป็นประจำ และมีกิจกรรมสัมมนาเพื่อเพิ่มทักษะด้านการขายสำหรับพนักงานขายที่สามารถทำยอดขายได้เกินเป้าที่ตั้งไว้ 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

บริษัทได้กำหนดนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นขององค์กรและเป็นการรอบในการบริหารจัดการด้าน ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน โดยมีเป้าหมายที่จะลดอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ โดยการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติความปลอดภัย พ.ศ.2554 รวมถึงกฎกระทรวงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง บริษัทจึงได้จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงาน มีการวางระบบการรายงานความปลอดภัย การจัดการระบบความปลอดภัยเกี่ยวกับสารเคมี การประเมินความเสี่ยง การปรับปรุงระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย รวมถึงการจัดทำแผนฉุกเฉินให้สามารถตอบโต้ได้ทันทีในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน เพื่อให้มีความปลอดภัยสูงสุดต่อชีวิตและทรัพย์สิน รวมถึงการจัดทำมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงาน

พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกความปลอดภัยในการทำงานให้กับพนักงานโดยการจัดอบรมหลักสูตรด้านความปลอดภัย อาทิ เช่น อบรมขับขีปลอดภัย อบรมการดับเพลิงขั้นต้นและการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ อบรมหลักสูตรการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพ และการอบรมคณะกรรมการความปลอดภัยฯ

มาตรฐานการจัดการด้านความปลอดภัย ได้ถูกทบทวนและปรับปรุงให้มีความทันสมัยและสอดคล้อง ตามมาตรฐานสากล ตลอดจนบริบทและปัจจัยความเสี่ยงขององค์กรอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังได้บูรณาการเข้ากับระบบบริหารการจัดการอื่น ๆ ขององค์กรเช่น ISO 9001:2015 เป็นต้น เพื่อให้การถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย ทั้งนี้ ในปี 2563 ที่ผ่านมามีบริษัทเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงจำนวน 6 คน (อุบัติเหตุร้ายแรง หมายถึง นับจำนวนการประสบอันตรายกรณีเสียชีวิต ทุพพลภาพ สูญเสียอวัยวะบางส่วน หรือหยุดงานเกิน 3 วัน)

## 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงต่อไปนี้เป็นเพียงปัจจัยความเสี่ยงสำคัญบางประการที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัท ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในการลงทุนของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ อาจมีปัจจัยความเสี่ยงอื่น ๆ ที่บริษัทยังไม่สามารถทราบได้ในปัจจุบันและอาจมีปัจจัยความเสี่ยงบางประการที่บริษัทเห็นว่าไม่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทในอนาคตได้

#### 3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

##### 3.1.1 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ภาครัฐ

ปัจจุบันธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำของบริษัทยังไม่ได้เป็นธุรกิจที่ถูกควบคุมโดยตรงจากหน่วยงานภาครัฐ อย่างไรก็ตามมีหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัททางอ้อม กล่าวคือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ทำหน้าที่ดูแลมิให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจเข้าซื้อเอาเปรียบผู้บริโภค และ สคบ. ควบคุมการขายตรง โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการขายตรงต้องมีใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจโดยเฉพาะ ส่วนกระทรวงอุตสาหกรรมจะเป็นผู้ดูแลการต่อใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานซึ่งบริษัทถือเป็นนโยบายหลักที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังกล่าวอย่างเคร่งครัด อย่างไรก็ตามบริษัทมีความเสี่ยงในกรณีที่หน่วยงานภาครัฐอาจบังคับใช้กฎระเบียบเพิ่มเติมที่เข้มงวดมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ดังนั้นบริษัทจึงได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับแนวทางที่ทางราชการกำหนดในปัจจุบัน พร้อมทั้งติดตามข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องดังกล่าวตลอดเวลา เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้การดำเนินงานของบริษัทสอดคล้องกับกฎระเบียบของภาครัฐต่อไป

##### 3.1.2 ความเสี่ยงจากการจำหน่ายผ่านช่องทางขายตรงเป็นหลัก

บริษัทจำหน่ายสินค้าเครื่องกรองน้ำผ่านช่องทางการขายตรงชั้นเดียว (Single Level Direct Sales) เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมุ่งเน้นการขายสินค้าโดยทีมงานที่มีประสบการณ์ในการขายผ่านช่องทางการขายตรงชั้นเดียวมาอย่างยาวนาน บริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการขายผ่านช่องทางดังกล่าวนี้เป็นช่องทางที่เหมาะสม เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำจำเป็นต้องอาศัยการอธิบายรายละเอียดด้านเทคนิคและคุณสมบัติโดยพนักงานขาย สาธิตการใช้งานสินค้าให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจน เพื่อแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ โดยพนักงานที่มีทักษะการขายที่โดดเด่นอาจถูกดึงตัวไปเป็นพนักงานหรือตัวแทนขายของผู้ประกอบการรายอื่นที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าได้ บริษัทจึงมีนโยบายให้ความสำคัญแก่พนักงานขาย โดยเสนอค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมแก่กลุ่มพนักงานขายดังกล่าว และบริษัทได้จัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการขายแก่พนักงานขายของบริษัทและเพื่อเสริมประสิทธิภาพของทีมงานขายอย่างสม่ำเสมอ

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการจำหน่ายผ่านช่องทางการขายตรงชั้นเดียว จึงได้พยายามเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากช่องทางขายตรงดังกล่าว เพื่อให้ครอบคลุมลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เช่น การจำหน่ายสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing) ช่องทางการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) เช่น Facebook รวมถึง E-Marketplace ต่าง ๆ ได้แก่ Lazada และ Shopee และบริษัทได้ขยายการขายในลักษณะ O2O (Online to Offline) โดยอาศัยจุดแข็งในด้านทีมขายเพื่อนำเสนอและสาธิตคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ โดยให้สอดคล้องกับ Lifestyle ของผู้บริโภคในปัจจุบันที่นิยมการซื้อแบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพื่อให้สามารถนำเสนอสินค้าและบริการให้เข้าถึงลูกค้า

ทุกกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการขายอื่น ๆ อาทิ การผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภท OEM แก่บริษัทขายตรงอื่น

### 3.1.3 ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้า และการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่อาจส่งผลกระทบต่อยอดขาย และต้นทุนการผลิต

การเปิดเสรีการค้า และการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 ซึ่งเป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือ อาเซียน (ASEAN) 10 ประเทศ จะส่งผลให้มีการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรเงินทุน แรงงาน และการค้าขายระหว่างกันในตลาดอาเซียน อาจจะทำให้มีสินค้าจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ เข้ามาแข่งขันในไทยมากขึ้น บริษัทจึงได้ให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้มีความแตกต่างและมีต้นทุนที่ถูกลง และยังให้มีการเปรียบเทียบราคา และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเดียวกันกับของบริษัทที่ผลิตจากต่างประเทศอยู่ตลอดเวลา หากพบว่าผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศแล้วดีกว่า ก็จะหันมานำเข้าแทนการผลิตเอง พร้อมกับการปรับขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้บริษัทได้ขยายตลาดไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV บางประเทศ โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ และความเป็นไปได้ในการทำตลาด บริษัทได้เริ่มนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายผ่านบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัทกับนักธุรกิจไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศกัมพูชา พร้อมทั้งกำลังศึกษาที่จะนำสินค้าไปจำหน่ายในประเทศอื่น ๆ ต่อไป

### 3.1.4 ความเสี่ยงจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดต่อ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อสถานะเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทยชะลอตัวเช่นกัน โดยมีการเลิกจ้างงานบางส่วน ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในด้านกำลังซื้อของผู้บริโภค และความสามารถในการผ่อนชำระค่าสินค้า แต่เนื่องจากสินค้าหลักของบริษัทเป็นเครื่องกรองน้ำดื่มซึ่งจัดเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อสุขภาพและยังช่วยลดความเสี่ยงในการติดต่อโรคจากการสัมผัสบรรจุภัณฑ์หรือการเดินทางเพื่อซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด จึงทำให้บริษัทสามารถสร้างยอดขายได้เป็นอย่างดี ในขณะที่อัตราการเก็บเงินค่างวดผ่อนชำระจัดอยู่ในระดับที่ไม่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยที่บริษัทประมาณการไว้ แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้บริษัทมีนโยบายการติดตามการผ่อนชำระค่าสินค้าอย่างเข้มงวดเพื่อไม่ให้เกิดปัญหานี้ไม่มีคุณภาพ แต่บริษัทได้ทำการช่วยเหลือลูกค้าที่ประสบปัญหาการแพร่ระบาดดังกล่าว ด้วยการผ่อนปรนการชำระค่างวดหรือยืดจำนวนงวดให้แก่ลูกค้าที่ประสบปัญหาการเงิน โดยจากมาตรการการช่วยเหลือนี้ ทำให้อายุของลูกค้าบางรายยาวขึ้น เนื่องจากไม่ได้ชำระติดต่อกันทุกงวด (จ่ายชำระเว้นบางงวด) แต่ช่วยลดการเกิดหนี้ไม่มีคุณภาพจากบัญชีลูกค้าที่ได้รับผลกระทบ

## 3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

### 3.2.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

กระบวนการผลิตเครื่องกรองน้ำประกอบด้วย ส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่หลากหลาย ทั้งในส่วนของตัวเครื่องและชุดสารกรอง ซึ่งส่วนใหญ่สามารถผลิตได้ภายในประเทศ และบางส่วนต้องพึ่งพาการนำเข้าจากผู้นำเข้ารายใหญ่ โดยราคาวัสดุและอุปกรณ์จะแปรผันตามราคาตลาดและอัตราแลกเปลี่ยนในกรณีที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศซึ่งบริษัทอาจได้รับผลกระทบบางส่วนจากความผันผวนของราคาวัสดุและอุปกรณ์รวมทั้งอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งในส่วนนี้บริษัทได้นำเครื่องมือทางการเงินมาใช้ในการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน อันได้แก่ Forward Contract เพื่อลดผลกระทบบางส่วนจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน



### 3.2.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับใบอนุญาตการประกอบธุรกิจ

โรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัทแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ในพื้นที่สีส้ม ซึ่งเป็นพื้นที่ประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่น โดยได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2550 ภายใต้เงื่อนไขว่าใบอนุญาตดังกล่าวอาจ ถูกเพิกถอนได้ หากได้รับการร้องเรียนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือก่อให้เกิดปัญหาแก่ชุมชน สำหรับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานในปี 2563 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 โดยในปี 2562 มีการแก้ไขพระราชบัญญัติโรงงานส่งผลให้ใบอนุญาตโรงงานที่ 2 มีอายุจนกว่าจะมีการแจ้งเลิกประกอบกิจการโรงงาน
- โรงงานที่ 3 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทบดย่อยเศษพลาสติกจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2562 ซึ่งบริษัทได้มีการต่อใบอนุญาตฯ ดังกล่าวแล้ว โดยสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ได้มีการอนุญาตให้ต่ออายุไปถึงวันที่ 1 มกราคม 2567 และใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทซ่อม ประกอบเครื่องทำน้ำอุ่นและเครื่องทำน้ำร้อนจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2565
- โรงงานที่ 4 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบ ซ่อม เครื่องกรองน้ำ และบดเศษพลาสติก จากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี ซึ่งใบอนุญาตฯ จะหมดอายุ ณ วันที่ 1 มกราคม 2563 โดยในปี 2562 มีการแก้ไขพระราชบัญญัติโรงงานส่งผลให้โรงงานที่ 4 มีอายุจนกว่าจะมีการแจ้งเลิกประกอบกิจการโรงงาน

ทั้งนี้ บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการ ถูกเพิกถอนใบอนุญาตโรงงานหากมีการร้องเรียนและ/หรือบริษัทไม่แก้ไขปัญหามีการร้องเรียนได้ อย่างไรก็ดีตามผู้บริหารของบริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถประกอบกิจการโรงงานต่อไปได้ เนื่องจากการประกอบผลิตภัณฑ์ไม่สร้างมลพิษใด ๆ และบริษัทยังไม่เคยได้รับการแจ้งตักเตือนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือการร้องเรียนจากผู้อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงอย่างมีนัยสำคัญแต่อย่างใด

### 3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

#### 3.3.1 ความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อ

การขายเครื่องกรองน้ำและเครื่องใช้ไฟฟ้าของกลุ่มบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นการขายผ่อนชำระตามสัญญาเช่าซื้อ ซึ่งคุณภาพของลูกค้าที่เช่าซื้อจะเป็นปัจจัยหลักในการรับรู้รายได้ของบริษัท โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทมียอดลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อสำหรับเครื่องกรองน้ำที่ค้างชำระเกิน 3 งวด มีสัดส่วนร้อยละ 4.84 สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า ลูกหนี้ที่ค้างชำระเกิน 3 งวด มีสัดส่วนร้อยละ 6.12 ของยอดลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อสินค้าเครื่องกรองน้ำและเครื่องใช้ไฟฟ้าตามลำดับ (หลังหักดอกเบี่ยที่ยังไม่ถือเป็นรายได้และภาษีขายรอตัดบัญชี) ที่ผ่านมาลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายย่อยในระดับล่างถึงกลาง โดยบริษัทกำหนดนโยบายการคัดเลือกลูกค้าที่ผ่อนปรนเพื่อให้กลุ่มลูกค้าดังกล่าวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทกำหนดนโยบายการตรวจสอบและควบคุมการให้สินเชื่อ รวมทั้งในกรณีที่ลูกหนี้ค้างชำระเงินต้นหรือดอกเบี้ยเกินกว่า 90 วัน จะถูกพิจารณาเป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่มีการด้อยค่าด้านเครดิตเมื่อลูกหนี้มีความเป็นไปได้ว่าจะไม่สามารถชำระคืนได้เมื่อเกิดเหตุการณ์ใด

เหตุการณ์หนึ่งหรือหลายเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตของสินทรัพย์ทางการเงิน ทั้งนี้ความเสี่ยงด้านเครดิตของลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อวัตถุดิบด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายสำหรับลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ ทั้งนี้จากการที่สินค้าของบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง ในปี 2563 อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 77.18 เมื่อหักค่าใช้จ่ายในการขาย หนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญแล้ว บริษัทยังมีกำไรจากการดำเนินการขายตรงแบบผ่อนชำระ ในเกณฑ์สูงเพียงพอ โดยในปี 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 7.49

ทั้งนี้ มาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดจากลูกหนี้เช่าซื้อซึ่งอาจไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงในสัญญาของบริษัทสามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

- กำหนดคุณสมบัติของลูกค้าย่อยเป้าหมายในเบื้องต้น เพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนแก่ทีมงานขาย โดยต้องผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากพนักงานขาย และหัวหน้าทีมพิจารณาอีกครั้งก่อนทำสัญญา จากนั้นมีการตรวจสอบคุณภาพลูกหนี้ โดยฝ่ายเครดิตประเมินความน่าเชื่อถือของลูกค้าแต่ละรายว่าเหมาะสมกับแผนการผ่อนชำระสินค้า พร้อมทั้งตรวจสอบว่ามีการติดตั้งครบถ้วนหรือไม่ และฝ่ายเครดิตเป็นหน่วยงานที่เก็บค่ามัดจำผ่อนชำระ ทั้งนี้ สำหรับการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เป็นเงินผ่อน จะเป็นการขายผ่านบริษัทย่อยคือ บริษัท เจริญวิทย์ สีสิ่ง จำกัด (TSRL) โดยจะมีการตรวจสอบเครดิตลูกค้าทุกรายผ่าน Credit Bureau และพนักงาน checker จะตรวจสอบข้อมูลลูกค้าตามหลักเกณฑ์ของบริษัท TSRL อีกขั้นตอนหนึ่ง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบร่วมกันในการพิจารณาว่าจะอนุมัติหรือไม่อนุมัติ
  - กำหนดการจ่ายผลตอบแทนแก่ทีมพนักงานขาย โดยอ้างอิงจากคุณภาพการขาย และในกรณีที่เกิดหนี้สูญจากการขาย พนักงานขายและผู้บริหารฝ่ายขายที่เกี่ยวข้องจะมีส่วนร่วมรับผิดชอบชำระค่าเสียหายแก่บริษัท เพื่อทดแทนความเสียหายตามหลักเกณฑ์ของบริษัท
- ในกรณีที่ลูกหนี้เช่าซื้อไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญากับบริษัท บริษัทจะดำเนินการติดตามทวงถามหนี้สินคงค้างจากลูกหนี้ที่ค้างชำระเกินกำหนดโดยแผนกเร่งรัดหนี้สินและฝ่ายกฎหมายของบริษัท รวมทั้งจะดำเนินการถอดเครื่องคืนจากลูกหนี้ดังกล่าว

### 3.3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทส่วนใหญ่เป็นการขายผ่อนชำระ ดังนั้นจึงเกี่ยวข้องกับการบริหารเงินทุนทั้งจากส่วนของผู้ถือหุ้น และส่วนของการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน เพื่อนำมาใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน ทั้งนี้ การบริหารเงินทุนที่มาจากจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงินมีความเสี่ยงอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดการเงิน ทั้งในเรื่องของสภาพคล่องและอัตราดอกเบี้ยที่บริษัทต้องบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือในการบริหารดังกล่าวบริษัทจะต้องมีการติดต่อประสานงานกับสถาบันการเงิน อันได้แก่ ธนาคารต่างๆ เพื่อขอวงเงินสินเชื่อไว้รองรับการขยายตัวของธุรกิจ พร้อมทั้งบริหารระยะเวลาการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน และระยะเวลาการผ่อนชำระ (Matching Funds) ให้อยู่ในช่วงระยะเดียวกันเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดการเงิน กรณีตลาดมีการปรับอัตราดอกเบี้ย บริษัทสามารถปรับอัตราดอกเบี้ยในสัญญาเช่าซื้อใหม่ไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ ในปี 2563 ที่ผ่านมามีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเพียงเล็กน้อยเนื่องจากบริษัทสามารถบริหารสภาพคล่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งบริษัทได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อ (Credit Facilities) โดยไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน (Clean Loans Basis) สำหรับการขยายธุรกิจจากสถาบันการเงินอีกด้วย

### 3.4 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

#### ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจกำหนดนโยบายการบริหาร

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ ได้แก่ กลุ่มแจ่งอยู่ (รายละเอียดเพิ่มเติมใน: ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น) โดย ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2563 ถือหุ้นรวมกันในบริษัทจำนวน 338,840,677 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.64 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 2563 เป็นจำนวน 353.16 ล้านบาท โดยมีที่ดิน อาคารและอุปกรณ์บางส่วนนำไปค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ

รายละเอียดสินทรัพย์	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ล้านบาท)	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท)	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 (ล้านบาท)
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	242.66	242.98	241.94
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	71.48	84.49	97.03
เครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ เครื่องใช้ สำนักงานและเครื่องตกแต่งติดตั้ง และ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	29.33	28.74	29.69
ยานพาหนะ	9.57	35.94	58.26
งานระหว่างก่อสร้างและงานระหว่าง จ้างทำ	0.12	1.41	0.82
<b>รวม</b>	<b>353.16</b>	<b>393.56</b>	<b>427.74</b>

ทั้งนี้ รายละเอียดของสินทรัพย์หลัก มีมูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 แบ่งตามการใช้ประโยชน์และทำเลที่ตั้งแสดงดังตาราง

ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
<b>สำนักงานใหญ่</b> ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 5-0-41.2 ไร่  ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 7 ตรว.	52.64  0.50	เป็นเจ้าของ  เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง  ปลอดภาระจำนอง
<b>ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่</b> ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 2-2-73.9 ไร่	31.39	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
<b>ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่</b> ที่ตั้ง: ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 3-2-15.7 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน	59.49	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
<b>โรงงานที่ 1</b> ที่ตั้ง: ต.บางกระสอบ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 1-0-0 ไร่  ที่ตั้ง : ต.บางกระสอบ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-0-87 ไร่	4.80  2.06	บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ  เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง  ปลอดภาระจำนอง
<b>โรงงานที่ 2</b> ที่ตั้ง: ต.บางกระสอบ อ.เมืองนนทบุรี จ. นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-2-0 ไร่	5.22	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง

ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
<b>โรงงานที่ 3</b> ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 2-0-24.5 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน	26.77	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
<b>โรงงานที่ 4</b> ที่ตั้ง: ต.บางกะดี อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี - ที่ดิน: พื้นที่ 8-3-30.3 ไร่ ที่ตั้ง: ต.บางกะดี อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี - ที่ดิน: พื้นที่ 2-1-53.9 ไร่ และส่วน ปรับปรุงที่ดิน	31.12  8.34	เป็นเจ้าของ  เป็นเจ้าของ	  ปลอดภาระจำนอง
<b>อาคารพักอาศัยพนักงาน</b> ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-3-91 ไร่	20.33	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
<b>รวม</b>	<b>242.66</b>		

อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
สำนักงานใหญ่ (อาคาร)	40.03	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
	0.14	บริษัทย่อย เป็นเจ้าของ	
ที่จอดรถตรงข้ามสำนักงานใหญ่ (ลานจอดรถ และคลังสินค้า)	0.74	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
โรงงานที่ 1 (อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร)	2.57	บริษัทย่อย เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
	1.69	เป็นเจ้าของ	
โรงงานที่ 2 (อาคาร)	0.01	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
โรงงานที่ 3 (อาคาร)	4.84	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
โรงงานที่ 4 (อาคาร)	16.33	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
อาคารพักอาศัยพนักงาน	0.27	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าสำนักงานสาขาและ ศูนย์บริการต่างจังหวัด รวม 41 แห่ง	4.86	กรรมสิทธิ์ของ ผู้ให้เช่า	กรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่า
รวม	71.48		



#### 4.1.1 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

บริษัทให้เช่าที่ดินและอาคารแก่บุคคลภายนอกเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงาน คลังสินค้า และโรงงานโดยบริษัทไม่ใช่ประโยชน์จากสินทรัพย์เพื่อการดำเนินธุรกิจโดยตรง จึงจัดเป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อย มีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนเป็นจำนวน 58.48 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดแสดงดังตาราง

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
<b>สำนักงานให้เช่า</b> ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-0-50 ไร่	0.70	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
<b>สำนักงานให้เช่า</b> ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 0-3-1 ไร่ - อาคาร: สูง 4 ชั้น จำนวน 7 คูหา พื้นที่ใช้สอยรวม 1,680 ตรม.	5.02 0.48	เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
<b>ที่ดินรอการพัฒนา</b> ที่ตั้ง: ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี - ที่ดิน: พื้นที่ 4-1-43 ไร่	52.29	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระจำนอง
<b>รวม</b>	<b>58.48</b>		

#### 4.1.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเป็นจำนวน 31.38 ล้านบาท โดยประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สินทรัพย์ระหว่างพัฒนา (ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์) และค่าความนิยม

#### 4.1.3 สัญญาเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อย มีสัญญาเช่าที่สำคัญโดยสรุปได้ ดังนี้

- สัญญาเช่าระหว่างบริษัทกับบริษัทย่อย

สินทรัพย์	คู่สัญญา	ระยะเวลา
อาคารโรงงาน 1	ผู้ให้เช่า : บจ. เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล ผู้เช่า : บมจ. เจริญสรีรภัณฑ์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2563 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2563
อาคารสำนักงานและคลังสินค้า	ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญสรีรภัณฑ์ ผู้เช่า : บจ. เซฟ เทรต อินเตอร์เนชั่นแนล	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2563 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2563
อาคารสำนักงาน	ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญสรีรภัณฑ์ ผู้เช่า : บจ. เจริญสรีรภัณฑ์ ลีสซิ่ง	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2563 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2563
อาคารสำนักงาน	ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญสรีรภัณฑ์ ผู้เช่า : บจ. อัลไพน์ วอเตอร์	เริ่มต้น : 1 สิงหาคม 2563 สิ้นสุด : 31 กรกฎาคม 2564


- สัญญาเช่าระหว่างบริษัทหรือบริษัทย่อยกับบุคคลภายนอก

สินทรัพย์	คู่สัญญา	ระยะเวลา
อาคารสำนักงานและคลังสินค้า	ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญสรีรภัณฑ์ ผู้เช่า : บจ. เบตเตอร์ ดริมส์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2563 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2563
พื้นที่โรงงาน	ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญสรีรภัณฑ์ ผู้เช่า : บจ. เบตเตอร์ ดริมส์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2563 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2563
พื้นที่โรงงาน	ผู้ให้เช่า : บมจ. เจริญสรีรภัณฑ์ ผู้เช่า : บจ. ไอดีล วอเตอร์	เริ่มต้น : 1 มกราคม 2563 สิ้นสุด : 31 ธันวาคม 2563
ที่ดินเปล่า (ที่จอดรถ)	ผู้ให้เช่า : นางจันทนา อยู่หุ่น ผู้เช่า : บมจ. เจริญสรีรภัณฑ์	เริ่มต้น : 18 พฤษภาคม 2554 สิ้นสุด : 18 พฤษภาคม 2564
ที่ดินเปล่า (ที่จอดรถ)	ผู้ให้เช่า : นายประภาส โรจน์นิรันดร์ ผู้เช่า : บมจ. เจริญสรีรภัณฑ์	เริ่มต้น : 3 มิถุนายน 2561 สิ้นสุด : 2 มิถุนายน 2564

นอกจากการเช่าอาคารสำนักงานและคลังสินค้า พื้นที่โรงงาน และที่ดินเปล่า ตามตารางข้างต้นบริษัทยังมีการเช่าอาคารพาณิชย์เพื่อเป็นสาขาและศูนย์บริการ รวมทั้งสิ้น 41 สัญญา มีระยะเวลาการเช่าน้อยกว่า 1 ปี และระหว่าง 1-3 ปี และสำหรับสัญญาเช่าบางฉบับไม่มีกำหนดระยะเวลาการเช่า ทั้งนี้ บริษัทสามารถบอกเลิกสัญญาเช่าได้

#### 4.1.4 เครื่องหมายการค้า อนุสิทธิบัตรและ สิทธิบัตร

เครื่องหมายการค้า ที่บริษัทดำเนินการจดทะเบียนตราสัญลักษณ์กับกรมทรัพย์สินทางปัญญากระทรวงพาณิชย์ อนุสิทธิบัตรและสิทธิบัตร ที่บริษัทดำเนินการจดทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญากระทรวงพาณิชย์สรุปได้ดังนี้

รูปแบบเครื่องหมาย	เลขทะเบียน/ เลขที่คำขอ	ออกให้ ณ วันที่	หมดอายุ
	895396	6 มิถุนายน 2556	5 มิถุนายน 2566
	เลขที่คำขอ 200147086 ยื่นคำขอเมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2563	อยู่ระหว่างการพิจารณา ของนายทะเบียน	

อนุสิทธิบัตร	เลขทะเบียน/ เลขที่คำขอ	ออกให้ ณ วันที่	หมดอายุ
กรรมวิธีการผลิตคาร์บอนเคลือบเงิน เพื่อเป็นสารกรองน้ำ	1303001096	10 เมษายน 2558	17 กันยายน 2564
อิฐบล็อกคาร์บอนและกรรมวิธีผลิต	1303001370	4 กันยายน 2558	30 ตุลาคม 2564

รูปภาพสิทธิบัตรการออกแบบ ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ	เลขทะเบียน/ เลขที่คำขอ	ออกให้ ณ วันที่	หมดอายุ
	1702002257	19 มิถุนายน 2562	15 มิถุนายน 2570
	1702002256	19 มิถุนายน 2562	15 มิถุนายน 2570

#### 4.1.5 ใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจ

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

ทั้งนี้ โรงงานที่ 1 และโรงงานที่ 2 ของบริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบและซ่อมเครื่องกรองน้ำจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี ส่วนโรงงานที่ 3 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทบดย่อยเศษพลาสติกจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี และเมื่อปี 2560 โรงงาน 3 ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภท ซ่อม ประกอบเครื่องทำน้ำอุ่นและเครื่องทำน้ำร้อนเพิ่มอีก 1 ใบอนุญาต ส่วนโรงงานที่ 4 บริษัทได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโรงงานประเภทประกอบ ซ่อมเครื่องกรองน้ำและบดเศษพลาสติกจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้ ใบอนุญาตของโรงงานที่ 1 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2565 ในขณะที่ใบอนุญาตของโรงงานที่ 2 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2563 ซึ่งในปี 2562 มีการแก้ไขพระราชบัญญัติโรงงานส่งผลให้ใบอนุญาตโรงงานที่ 2 มีอายุจนกว่าจะมีการแจ้งเลิกประกอบกิจการโรงงาน ส่วนใบอนุญาตโรงงานที่ 3 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2567 และ หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2565 ตามลำดับ ส่วนใบอนุญาตโรงงานที่ 4 หมดอายุ วันที่ 1 มกราคม 2563 ซึ่งในปี 2562 มีการแก้ไขพระราชบัญญัติโรงงานส่งผลให้โรงงานที่ 4 มีอายุจนกว่าจะมีการแจ้งเลิกประกอบกิจการโรงงาน

ในปี 2563 บริษัทได้ทำการรวมศูนย์การผลิตสินค้าหลัก ได้แก่ เครื่องกรองน้ำ ชุดสารกรอง เหยือกกรองน้ำ และชิ้นส่วนอะไหล่ต่างๆ ไว้ที่โรงงาน 4 จังหวัดปทุมธานีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ สะดวกต่อการควบคุมสินค้าคงคลัง และลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

#### 4.2 เงินลงทุน

บริษัทมีนโยบายลงทุนในกิจการที่สนับสนุนการเติบโตในระยะยาว ซึ่งในการเข้าลงทุนในบริษัทย่อยจะต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท โดยคำนึงถึงแนวโน้มธุรกิจ มูลค่าเงินลงทุน ความเสี่ยงและผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท รวมทั้งดูแลการบริหารงานอย่างเหมาะสม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 3 แห่ง คือ บริษัท เซฟ เทค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ เหยือกกรองน้ำ และน้ำผสมแร่ธาตุ ให้แก่บริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 99.98 ในบริษัทย่อยดังกล่าว และมีมูลค่าเงินลงทุนรวม 4.00 ล้านบาท บริษัท อัลไพน์ วอเตอร์ จำกัด ดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องทำน้ำแข็ง โดยบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 54 ในบริษัทย่อยดังกล่าว มีมูลค่าเงินลงทุนรวม 3.78 ล้านบาท และบริษัท เจริญวิทย์ ลีสซิ่ง จำกัด ดำเนินธุรกิจให้สินเชื่อรายย่อยและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบผ่อนชำระ 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 2563

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

#### 6.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	: บริษัท เจริญรุ่งเรือง 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	: 02-962-6951 ถึง 3
เว็บไซต์	: www.tsrlc.com
ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์	: โทรศัพท์ 02-819-8899 ต่อ 1536 และ 1591
อีเมลล์	: ir@tsrlc.com

#### 6.1.2 นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ชื่อนิติบุคคล/ที่อยู่ และรายละเอียด	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%) ของบริษัท	สัดส่วน การถือ หุ้น (%) ของ ผู้ร่วมทุน	ทุนจด ทะเบียน (ล้าน บาท)	ทุนชำระ แล้ว (ล้าน บาท)
บริษัท เซฟ เทด 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 การถือหุ้น (%) ของ ผู้ร่วมทุน	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	ทุนชำระ แล้ว (ล้านบาท)
บริษัท เจริญรุ่งเรือง ลีสซิ่ง จำกัด เลขทะเบียนบริษัท : 0125559017522 43/9 หมู่ 7 ซอยชุมชนดอนสุรนัย 4 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ : 02-032-8690	ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการ จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยการผ่อนชำระ การให้ สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้ การกำกับ และสินเชื่อ ทะเบียนรถ	100.00		100.00	100.00
<b>TSR Lao Co., Ltd.</b> 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		34.80 (8,000 ล้านบาท)	27.83 <sup>1/</sup>
บริษัท อัลไพน์ วอเตอร์ จำกัด เลขทะเบียนบริษัท : 0125563014435 43/9 หมู่ 7 ซอยชุมชนดอนสุรนัย 4 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ : 065-717-8426 02-819-8899 ต่อ 1313 เว็บไซต์ : www.alpinewater.co.th  ผู้ร่วมทุน : - นาย เอกรัตน์ แจ่มอยู่ - นาย พชร ประสิทธิ์สมหวัง - นาย วชิรวิทย์ วิถีพานิชย์	ประกอบธุรกิจหลักเกี่ยวกับ การขาย การให้เช่า และ บริการสำหรับ ชุดเครื่องทำ น้ำแข็งที่ประกอบด้วย เครื่องทำน้ำแข็งและเครื่อง กรองน้ำ	54.00		10.00	3.78 <sup>2/</sup>
			1.00 22.50 22.50		

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

<sup>2/</sup>ชำระเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2563

**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 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 : -