

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

2.1.1 การจัดตั้งบริษัท

บริษัท เชียรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) หรือเดิม บริษัท เชียรสุรัตน์ จำกัด ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2535 มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท โดยมีจุดมุ่งหมาย คือ การผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำแบบขายตรง ซึ่งเริ่มจากเครื่องกรองน้ำแบบท่อกู้ และได้พัฒนาเรื่อยมาจนเป็นเครื่องกรองน้ำที่มีระบบการกรองหลายระบบ เพื่อให้ น้ำที่ผ่านการกรองมีคุณภาพปลอดภัยรวมทั้งมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยในปี 2556 บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เชียรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน)

ปัจจุบัน บริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ โดยใช้ระบบการขายแบบขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Direct Sale) ในการจำหน่ายเครื่องกรองน้ำมาตั้งแต่ปี 2519 รวมเป็นเวลากว่า 35 ปี ปัจจุบันมีลูกค้า ทั่วประเทศมหานคร และปริมณฑล รวมถึงตามหัวเมืองหลักในต่างจังหวัด นอกจากนี้ บริษัทย่อยของบริษัทคือ บริษัท เซฟเทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านรับจ้างผลิตเครื่องกรองน้ำ

2.1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

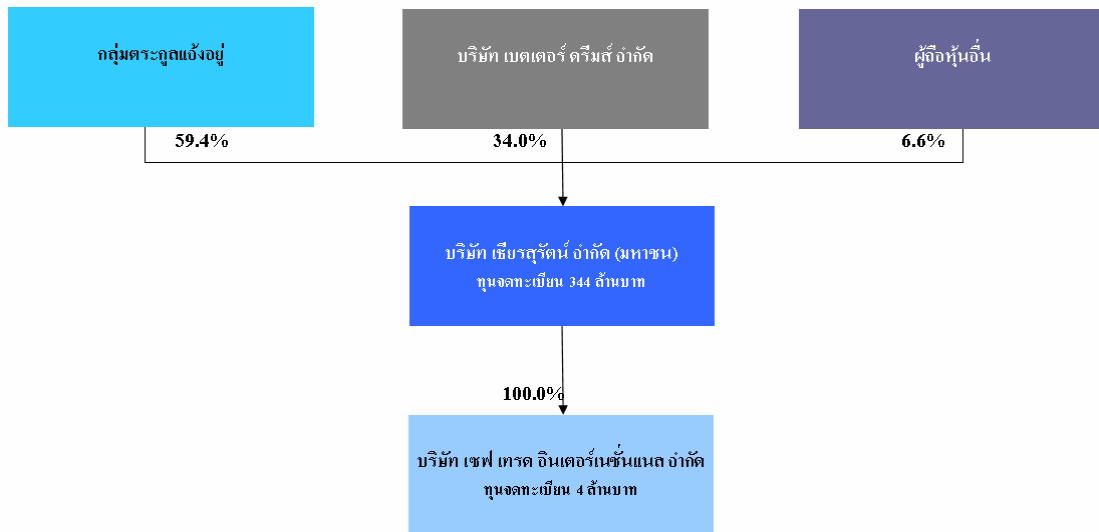
-
- 2519 - ในปี 2519 โดย นายวิวัฒน์ แจงอยู่ ซึ่งดำรงตำแหน่งหัวหน้าห้องทดลองคุณภาพน้ำของการประปานครหลวง ได้เริ่มดำเนินธุรกิจรับปรึกษาและติดตั้งระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำในนามห้างหุ้นส่วนจำกัด “วัฒนบุตร” มีทุนจดทะเบียน 500,000 บาท ดำเนินธุรกิจด้านผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำภายในครัวเรือน
- บริษัทตั้งโรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำแห่งแรกที่ซอยเทพพนม (ปัจจุบันเรียกว่า “โรงงานที่ 2)
 - เครื่องกรองน้ำรุ่นแรกที่ผลิต คือ รุ่น L302 เป็นระบบท่อกู้ โดยใช้ระบบขายตรงแบบผ่อนชำระ ให้พนักงานขายไปขายเครื่องกรองน้ำให้กับลูกค้าตามบ้านในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
-
- 2535 - จดทะเบียนจัดตั้งใหม่เป็น “บริษัท เชียรสุรัตน์ จำกัด” มีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท และตั้งโรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำ (ปัจจุบันเรียกว่า “โรงงานที่ 1”) บนเนื้อที่ประมาณ 1 ไร่
- ชื่อสำนักงานเพื่อใช้สำหรับเป็นที่ทำการของบริษัทเป็นครั้งแรก ตั้งอยู่ที่ 24/26-28 ถ.สามัคคี ต.ท่าทราย อ.เมือง จ.นนทบุรี เป็นอาคารพาณิชย์ จำนวน 9 คูหา และจัดสร้างอพาร์ทเมนท์ ขนาด 84 ห้อง เนื้อที่รวม 3 งาน 51 ตารางวาไว้เพื่อเป็นสวัสดิการที่พักอาศัยของพนักงาน
-
- 2538 - บริษัทได้เริ่มก่อตั้งบริษัทในเครือ คือ “บริษัท สวนสวีตา จำกัด” มีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ในปี 2540 ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “บริษัท เซฟ มินเนอรัล ฟือท จำกัด” และในปี 2541 ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด” โดยมีวัตถุประสงค์ คือเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องทำน้ำแร่ รุ่น Safe Mineral Pot (ปัจจุบัน คือ รุ่น Safe Plus) และผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำและน้ำดื่มให้แก่บริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง
-
- 2542 - เพื่อนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานให้กับลูกค้า ในช่วงปลายปี 2542 บริษัทได้ทำการคิดค้นพัฒนาเครื่องกรองน้ำให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการเปลี่ยนจากการผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำรุ่นท่อกู้ซึ่งก็คือ รุ่น L302 มาเป็นเครื่องกรองน้ำประกอบด้วยท่อกรอง 5 ท่อ ซึ่งก็คือเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power 5 ที่มีการกรองในรูปแบบที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น
-

2543	- บริษัทและบริษัทย่อย ได้รับมาตรฐาน ISO 9001:2000 ในระบบการผลิต โดยมีบริษัท บีเอ็ม ทราดา (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้รับรอง
2552	- เพื่อตอบรับการเจริญเติบโตขององค์กร บริษัทได้ย้ายที่ตั้งสำนักงานไปที่ 43/9 หมู่ที่ 7 ซอยชูชาติอนุสรณ์ 4 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 ซึ่งสำนักงานใหม่มีห้องประชุมใหญ่ ซึ่งสามารถรองรับการประชุมของพนักงานบริษัทได้ถึง 2,000 คน
2554	- บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของการเสริมสุขภาพผู้บริโภคร โดยการค้ำน้ำกรองที่มีการเพิ่มแร่ธาตุให้กับร่างกาย ดังนั้นบริษัทจึงมีการเปลี่ยนจากการผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power 5 มาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำแบบใหม่ ที่เพิ่มไส้กรองหินแร่เคลือบเงิน ได้แก่ เครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health ที่ช่วยเพิ่มแร่ธาตุที่มีประโยชน์ เช่น แมกนีเซียมและแคลเซียม ให้แก่ร่างกาย - บริษัทได้รับมาตรฐาน ISO 9001:2008 ในการประกอบเครื่องกรองน้ำ และเครื่องผลิตน้ำแร่ โดยมี Moody International Certification Ltd. เป็นผู้รับรอง
2555	- บริษัทดำเนินการซื้อที่ดินประมาณ 1 ไร่ บริเวณตรงข้ามกับสำนักงานใหญ่ปัจจุบัน เพื่อขยายพื้นที่จอดรถของพนักงานขาย
2556	- บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เชียรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน) และดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็นทั้งสิ้น 344 ล้านบาท โดยเป็นทุนที่ชำระแล้ว 258 ล้านบาท ส่วนที่เหลืออีก 86 ล้านบาท เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทต่อประชาชนทั่วไป - บริษัทลงทุนติดตั้งโปรแกรม Cisco Contract Center Solution ซึ่งเป็นโปรแกรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับแผนการขยายธุรกิจผ่านสายงานบริหารงานลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) และจะช่วยในการบริหารฐานข้อมูลลูกค้าและการดูแลลูกค้าหลังการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการจำหน่ายผ่านระบบ Telesales รวมทั้งการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ให้แก่ลูกค้าเดิมในอนาคต - บริษัทดำเนินการยื่นขอ เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) จากกระทรวงอุตสาหกรรม สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำรุ่น ยูวี พลัส - บริษัทออกแบบและปรับปรุง ตราสัญลักษณ์ ของบริษัทใหม่ให้มีความโดดเด่นและดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยปัจจุบันอยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนตราสัญลักษณ์ใหม่ดังกล่าวกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ - จากการขยายตัวของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทซื้อที่ดินเพิ่มเติมประมาณ 2 ไร่ เพื่อขยายที่จอดรถของพนักงานขายและเตรียมรองรับการขยายที่ทำการของบริษัทในอนาคต และซื้อที่ดินเพื่อรองรับการขยายธุรกิจด้านกำลังการผลิตในอนาคตบนเนื้อที่ 9 ไร่ ที่จังหวัดปทุมธานี

2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เชียรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อย 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นแสดงดังแผนภาพ

แผนภาพที่ 2-1 : โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท เขียวสุรัตน์ จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 6 มิถุนายน 2556



2.2.1 บริษัท เขียวสุรัตน์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ ผ่านระบบการขายแบบขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Direct Sale) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล รวมถึงในส่วนภูมิภาค โดยมีศูนย์กลางอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ นครศรีธรรมราช และร้อยเอ็ด

2.2.2 บริษัท เซฟ เทรด อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด

บริษัท ย่อยดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตและจำหน่ายเครื่องทำน้ำแร่ เครื่องกรองน้ำ เหยือกกรองน้ำ และน้ำดื่มผสมแร่ธาตุ เป็นต้น โดยจัดจำหน่ายผ่านบริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง

2.3 โครงสร้างรายได้

บริษัท แบ่งรายได้จากการขายเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

- **รายได้จากการขายผ่านช่องทางการขายตรง** : มีรายได้หลักจากการขายเครื่องกรองน้ำและรายได้จากการขายสารกรองซึ่งใช้สำหรับเครื่องกรองน้ำของบริษัท
- **รายได้จากการรับจ้างผลิตสินค้าและฝากขายสินค้า** : เป็นรายได้จากการรับจ้างผลิตสินค้าและฝากขายสินค้าให้แก่บริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง

สัดส่วนรายได้จากการขายแยกตามแต่ละประเภท แสดงตามตาราง ดังนี้

รายได้จากการขาย (ปรับปรุงตามนโยบาย การให้ส่วนลด)	ปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม						งวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม			
	2553		2554		2555		2555		2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
การขายผ่านช่องทางขายตรง	637.25	94.4	795.82	89.8	892.79	91.3	214.72	90.6	207.32	92.0
รับจ้างผลิตสินค้าและฝากขาย	38.12	5.6	90.39	10.2	84.81	8.7	22.28	9.4	17.94	8.0
รวมรายได้จากการขาย	675.37	100.0	886.21	100.0	977.60	100.0	237.00	100.0	225.26	100.0

(หมายเหตุ : รายได้จากการขายผ่านช่องทางการขายตรงสำหรับปี 2555 และสำหรับไตรมาส 1 ปี 2555 ถูกปรับปรุงเพื่อวัตถุประสงค์ในการเปรียบเทียบ โปรดพิจารณาเพิ่มเติมในส่วนที่ 2 หัวข้อ 12.2.1 - ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงนโยบายการให้ส่วนลดของบริษัท)

2.4 เป้าหมายการดำเนินงานธุรกิจ

2.4.1 เพิ่มส่วนแบ่งและมูลค่าตลาดในประเทศ

บริษัทคาดว่าตลาดเครื่องกรองน้ำภายในครัวเรือนในประเทศ จะมีอัตราการเติบโตที่สูงจากกระแสการดูแลสุขภาพและความงาม ซึ่งการดื่มน้ำสะอาดจากเครื่องกรองน้ำจะเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมสุขภาพที่มีต้นทุนต่ำ จากการประเมินผู้บริหารของบริษัท ปัจจุบันตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้ในครัวเรือน (ไม่รวมตลาดเครื่องกรองน้ำอุตสาหกรรม) มีมูลค่าประมาณ 5,400 ล้านบาท โดยบริษัทประมาณการส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 17 ในปี 2555 ทั้งนี้บริษัทตั้งเป้าที่จะขยายส่วนแบ่งทางการตลาดให้ครอบคลุมพื้นที่ในต่างจังหวัดให้มากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายจะขยายส่วนแบ่งเป็นร้อยละ 25 ภายในระยะเวลา 3 ปี ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการเปิดสาขาในส่วนภูมิภาค ได้แก่ สาขาเชียงใหม่ สาขานครศรีธรรมราช และสาขาร้อยเอ็ด รวมถึงปรับปรุงการดำเนินการของสาขาให้มีความสมบูรณ์แบบ (Stand Alone Branch) เพื่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยทางสำนักงานใหญ่จะควบคุมในส่วนของนโยบายผ่านระบบ IT ที่ได้ดำเนินการวางระบบไปแล้วบางส่วน โดยสาขาที่จะดำเนินการนำร่องได้แก่ สาขาเชียงใหม่ ซึ่งจะครอบคลุมตลาดในภาคเหนือ

นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งจะขยายมูลค่าตลาดเครื่องกรองน้ำในครัวเรือน โดยดำเนินการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ของน้ำสะอาด ควบคู่ไปกับคุณสมบัติและประสิทธิภาพการกรองน้ำของเครื่องกรองน้ำของบริษัทที่มีการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากการดำเนินการดังกล่าว บริษัทเชื่อว่าจะสามารถกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ในตลาดเครื่องกรองน้ำมากยิ่งขึ้น

2.4.2 ขยายตลาดเครื่องกรองน้ำไปยังประเทศใกล้เคียง

จากประสบการณ์ในการผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำของบริษัทมาอย่างยาวนาน บริษัทเชื่อมั่นว่าจากการเปิดตลาด AEC จะส่งผลให้บริษัทสามารถขยายธุรกิจไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยในเบื้องต้น บริษัทมีแผนทำการตลาดเครื่องกรองน้ำในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งในปัจจุบันได้เริ่มมีผู้นำเครื่องกรองน้ำของบริษัทเข้าไปจำหน่ายในกลุ่มประเทศดังกล่าวบ้างแล้ว โดยบริษัทจะเริ่มทำการตลาดผ่านช่องทางขายตรง ร่วมกับคู่ค้าในประเทศนั้นๆ ซึ่งอยู่ระหว่างการเจรจากับคู่ค้าที่เหมาะสมในแต่ละประเทศ ซึ่งบริษัทเชื่อมั่นว่าตลาดในประเทศดังกล่าวจะทำให้การตอบรับเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศดังกล่าวให้การยอมรับและเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าจากประเทศไทย

2.4.3 เสริมช่องทางการขายเพิ่มเติม

บริษัทจำหน่ายเครื่องกรองน้ำส่วนใหญ่ผ่านช่องทางการขายตรงผ่านทีมพนักงานขาย ซึ่งบริษัทเชื่อว่ายังคงเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมที่สุด อย่างไรก็ตามเพื่อเสริมสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมตลาดให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น บริษัทได้เสริมช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มเติม อาทิ การจำหน่ายสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing) และทางช่องทางอินเทอร์เน็ต (E-commerce) ซึ่งระบบดังกล่าวจะรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้าผ่านระบบบริหารงานลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) ซึ่งอยู่ระหว่างการติดตั้งโปรแกรมเพิ่มเติม ซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้บริษัทยังได้เริ่มวางแผนการขายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าโครงการอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งคาดว่าจะเป็กลุ่มที่สำคัญของบริษัทในอนาคต

2.4.4 เพิ่มความหลากหลายของสินค้า

บริษัทได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มสินค้าที่ใช้ในครัวเรือนอื่นๆ ที่มีคุณสมบัติโดดเด่นที่จะสามารถจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่บริษัทได้จัดวางไว้ โดยสินค้าดังกล่าวจะสามารถเสริมความหลากหลายในการนำเสนอสินค้าผ่านทีมงานขายของบริษัท รวมทั้งสามารถทำให้บริษัทได้ประโยชน์จากฐานลูกค้าชั้นดีซึ่งผ่อนชำระค่าสินค้าครบถ้วนแล้ว จะสามารถเริ่มซื้อสินค้าอื่นเพิ่มเติมกับบริษัทได้อีก

2.5 นโยบายองค์กร

วิสัยทัศน์ (Vision) มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำในระบบขายตรงอันดับ 1 ของประเทศ โดยพัฒนาคุณภาพด้านการผลิต การขาย การให้บริการ และการพัฒนาบุคลากร เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

พันธกิจ (Mission)

- สร้างบุคลากรเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของบริษัท
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- เสริมสร้างประสิทธิภาพการผลิต เพื่อคุณภาพและมาตรฐานสากล
- มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ที่มีประสิทธิภาพในองค์กร
- มีบริการที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีสำหรับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ
- สร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น
- เน้นให้ความสำคัญกับสังคมและสิ่งแวดล้อม
- มีระบบการบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล

คุณค่าองค์กร (Value)

S (Satisfaction) สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า พนักงาน และ องค์กร

A (Adaptation) การพัฒนา ปรับปรุง อย่างไม่หยุดยั้ง

F (Firm Company) องค์กรมีความมั่นคง มีการจัดการที่ดี

E (Excellent Service) เป็นเลิศในด้านการบริการทั้งภายใน และภายนอกองค์กร