

### 3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

#### 3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

##### 3.1.1 ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำของ บริษัท เชียรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน)

###### (1) เครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power 5 (P-5)



เครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power 5 เริ่มจำหน่ายในปี พ.ศ. 2542 เป็นเครื่องกรองน้ำที่มีไส้กรอง 6 ชั้นกรอง ซึ่งประกอบด้วย 1) ไส้กรอง Pre filter 2) สารกรองแอนทราไซต์ 3) สารกรอง KDF 55 4) สารกรองแอนทราไซต์เคลือบเงิน 5) สารกรอง Activated Carbon 6) สารกรองคาร์บอนเคลือบเงิน โดยเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power 5 เป็นรุ่นที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ปัจจุบันบริษัทได้พัฒนาเครื่องกรองน้ำรุ่นใหม่ โดยต่อยอดเทคโนโลยีจากรุ่น Power 5 ทำให้ได้เป็นเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health ซึ่งมียอดขายสูงสุดในปัจจุบัน

| ชั้น | ประเภท                      | คุณสมบัติ  |
|------|-----------------------------|--|
| 1    | Pre filter                  | กรองตะกอนและสารแขวนลอยขนาดใหญ่ ช่วยปรับแรงดันน้ำให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม |
| 2    | สารกรองแอนทราไซต์           | กรองตะกอนต่างๆ สนิมเหล็กชนิดไม่ละลายน้ำ                                  |
| 3    | สารกรอง KDF 55              | ลดคลอรีน โลหะหนัก และควบคุมแบคทีเรียในน้ำ                                |
| 4    | สารกรองแอนทราไซต์เคลือบเงิน | กรองตะกอนและสนิมเหล็กชนิดไม่ละลายน้ำ                                     |
| 5    | สารกรอง Activated Carbon    | ดูดซับ รส กลิ่น สี สารอินทรีย์ สารพิษ คลอรีน โลหะหนัก                    |
| 6    | สารกรองคาร์บอนเคลือบเงิน    | ดูดซับ รส กลิ่น สี สารพิษ และยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย           |

## (2) เครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health (P-Health)



เครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health เป็นนวัตกรรมการกรองล่าสุดของบริษัท ซึ่งมีเทคโนโลยีการกรองที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจากเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power 5 โดยได้เสริมสารกรองหินแร่เคลือบเงิน (Silver Impregnated Mineral Stone) เพื่อเพิ่มแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ทั้งนี้เครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health เป็นสินค้าหลักของบริษัทในปัจจุบัน โดยมีสัดส่วนรายได้ปี 2555 ประมาณร้อยละ 80 ของรายได้รวม

เครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health มีไส้กรองทั้งหมด 6 ชั้น ประกอบด้วย

| ชั้น    | ประเภท  | คุณสมบัติ   |
|---------|---|---|
| 1       | Pre filter ชุดปกป้องและเพิ่มพลังการกรอง                             | ช่วยกรองตะกอนและสารแขวนลอยขนาดใหญ่จากน้ำดิบก่อนน้ำจะเข้าสู่เครื่องกรองน้ำ ช่วยปรับแรงดันน้ำให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมในการกรองอย่างมีประสิทธิภาพ            |
| 2       | สารกรองหินแร่เคลือบเงิน (Silver Impregnated Mineral Stone)          | มีคุณสมบัติในการเพิ่มแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย อาทิ แคลเซียม, แมกนีเซียม และปรับสมดุลน้ำให้เป็นด่างอ่อนๆ ตลอดจนช่วยป้องกันและยับยั้งการเกิดแบคทีเรีย |
| 3       | สารกรอง KDF 55  | มีคุณสมบัติในการลดคลอรีน โลหะหนัก และควบคุมแบคทีเรียในน้ำ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับการรับรองคุณภาพจาก NSF International*                                 |
| 4 และ 5 | สารกรอง Activated Carbon I และ II                                   | มีคุณสมบัติในการดูดซับ รส กลิ่น สี สารอินทรีย์ สารพิษ คลอรีน โลหะหนัก   |
| 6       | สารกรองถ่านกัมมันต์เคลือบเงิน (Silver Impregnated Activated Carbon) | มีคุณสมบัติดูดซับ รส กลิ่น สี สารพิษ และยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย   |

หมายเหตุ \* NSF International คือ องค์กรอิสระระหว่างประเทศจากสหรัฐอเมริกา ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานและออกใบรับรองต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของสาธารณะ ความปลอดภัยและคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการรับรองมาตรฐาน ทดสอบ และให้การรับรองผลิตภัณฑ์ด้านน้ำดื่ม และการผลิตน้ำดื่มทั่วโลก

นอกจากนี้ในปี 2555 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการขายเฉพาะไส้กรองของเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health ประมาณ ร้อยละ 11 ของรายได้รวมจากการขาย

### 3.1.2 ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เซฟ เทรค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

เครื่องกรองน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น โดยเฉพาะให้แก่บริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผู้ว่าจ้างผลิต และลูกค้าสำคัญของบริษัทอย่างต่อเนื่องหลายปีที่ผ่านมา

#### (1) เครื่องกรองน้ำ รุ่น Extra Pure

เครื่องกรองน้ำ รุ่น Extra Pure เป็นเครื่องกรองน้ำแบบคิดค้น โดยใส่กรองเครื่องกรองน้ำรุ่นนี้ได้รับการพัฒนามาจากเครื่องกรองน้ำ รุ่น Safe Power 5 โดยเพิ่มคุณลักษณะพิเศษเพิ่มเติม ดังนี้

- ชั้นกรองพิเศษ PP fiber กรองผงฝุ่นตะกอนขนาดเล็กของสารกรองที่อาจหลุดมา เพื่อความสะอาดขึ้นอีก
- ชั้นพิเศษ UV-Purifier แสงอุลตราไวโอเลตจะช่วยฆ่าเชื้อโรคที่ปนมาในน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ
- ระบบแม่เหล็ก เพื่อปรับสภาพน้ำที่กรองแล้วให้เป็นน้ำที่มีโมเลกุลขนาดเล็ก ซึ่งมีประโยชน์ในการนำพาสารอาหารเข้าสู่เซลล์ของร่างกายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ระบบ ARBG (Anti-Reverse Bacterial Growth) ระบบป้องกันแบคทีเรียย้อนกลับที่ท่อน้ำเพิ่มความสะอาดหลังการกรองเพื่อความปลอดภัยสูงสุดอย่างมั่นใจ

โดยต่อมาในเดือนตุลาคม ปี 2555 บริษัทได้พัฒนาเครื่องรุ่น Extra Pure New เพื่อแทนที่เครื่องรุ่น Extra Pure ดังกล่าว

#### (2) เครื่องกรองน้ำรุ่น Extra Pure New

เครื่องกรองน้ำรุ่น Extra Pure New เป็นเครื่องกรองน้ำที่พัฒนาต่อยอดมาจากเครื่องรุ่น Extra Pure ออกแบบให้สามารถใช้ได้กับคุณภาพน้ำดิบที่มีความขุ่นได้ เนื่องจากน้ำประปาในต่างจังหวัดอาจมีค่าความขุ่นสูง โดยการเพิ่มไส้กรอง Ceramic filter ซึ่งล้างทำความสะอาดง่าย นอกจากนี้ยังเสริมความทนทานของระบบ Ultraviolet เพื่อใช้งานได้ยาวนานมากขึ้น

#### (3) เครื่องทำน้ำแร่ รุ่น Safe Plus (GSP)

เครื่องกรองน้ำ รุ่น Safe Plus เป็นเครื่องกรองน้ำแบบตั้งโต๊ะ โดยใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติของไส้กรองหินแร่ สารกรองไฮเอ็บซอร์บชั่นเพาเวอร์คาร์บอน (High absorption power carbon) และสารกรองคาร์บอนเคลือบเงิน ที่ช่วยกรองสารพิษในน้ำ และปรับสมดุลน้ำให้เป็นด่างอ่อนๆ เหมาะสมกับการทำงานของร่างกาย เพิ่มแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย รวมทั้งกำจัดแบคทีเรีย และเชื้อโรคในน้ำ

#### (4) เครื่องทำน้ำแร่ รุ่น Grand Plus

เครื่องกรองน้ำ Grand Plus ปรับปรุงจากรุ่น Safe Plus โดยปรับขนาดเครื่องให้ใหญ่ขึ้นกว่าเดิม เหมาะสำหรับครอบครัวขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ ประกอบด้วยไส้กรอง Activated Carbon ปริมาณมากขึ้นทำให้มีประสิทธิภาพกรองได้เป็น 2 เท่าของรุ่นเดิม และสารกรอง Ceramic Ball รวมถึงไส้กรองหินแร่ธรรมชาติเพิ่มแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ได้แก่ แคลเซียม แมกนีเซียม สังกะสี และซีลีเนียม

### (5) เหยื่อกรองน้ำ รุ่น Safe Purimag

เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำขนาดพกพาในรูปแบบเหยื่อกรองน้ำ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ให้มีลักษณะเหมาะกับการใช้งานทั้งในและนอกสถานที่ ง่ายต่อการดูแลรักษา โดยยังสามารถรักษาประสิทธิภาพการกรองน้ำดื่มที่สะอาดไว้ได้อย่างครบถ้วน

#### 3.1.3 ผลิตภัณฑ์อื่นๆ

บริษัทได้พยายามทดลองหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อจัดจำหน่ายผ่านระบบขายตรงชั้นเดียวของบริษัท โดยปัจจุบันทางบริษัทมีผลิตภัณฑ์อื่นนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ ประกอบด้วย เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน อาทิเช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เตอบ เครื่องซักผ้า เป็นต้น ซึ่งสินค้าดังกล่าวส่วนใหญ่ เป็นสินค้าที่จัดซื้อจาก บริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันโครงการดังกล่าวยังอยู่ในขั้นทดลอง โดยมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 0.16 ของรายได้รวมในปี 2555 และร้อยละ 0.14 ของรายได้รวมในไตรมาส 1 ปี 2556

### 3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

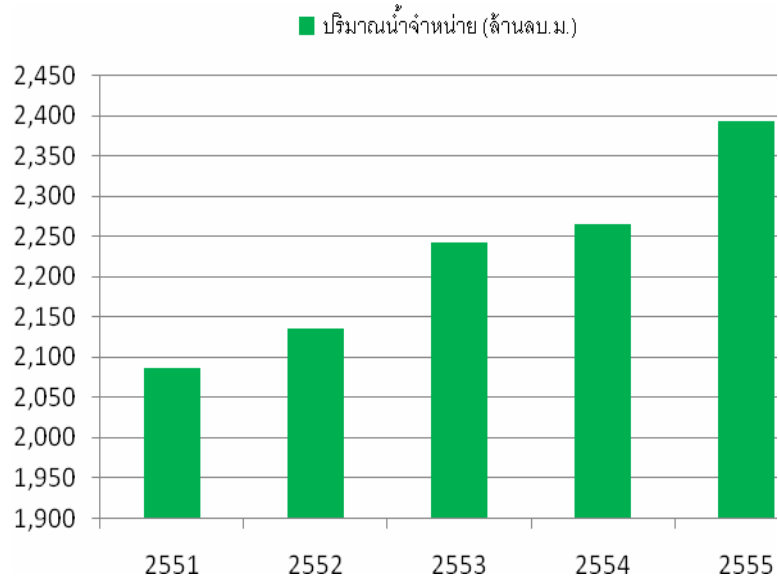
#### 3.2.1 ภาวะอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนประกอบด้วยผู้ประกอบการหลายราย และมีการแข่งขันสูงเนื่องจากการผลิตสินค้าดังกล่าวในเบื้องต้นใช้เงินลงทุนต่ำและไม่จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีที่ซับซ้อนในการผลิต อย่างไรก็ตาม ในการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูง ผู้ผลิตจะต้องมีการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับการกรองน้ำเป็นของตนเองซึ่งจะต้องใช้ระยะเวลาและเงินทุนเพิ่มขึ้น

จากการประเมินโดยผู้บริหารของบริษัท คาดว่าอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนในปี 2555 มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 5,400 ล้านบาท โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ติดตั้งเครื่องกรองน้ำจะใช้เครื่องกรองน้ำสำหรับการกรองน้ำประปาเพื่อบริโภคในครัวเรือน ดังนั้นอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำจึงมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องตามทิศทางการเติบโตของการใช้น้ำประปาในครัวเรือนและการขยายตัวของที่อยู่อาศัยในประเทศไทย

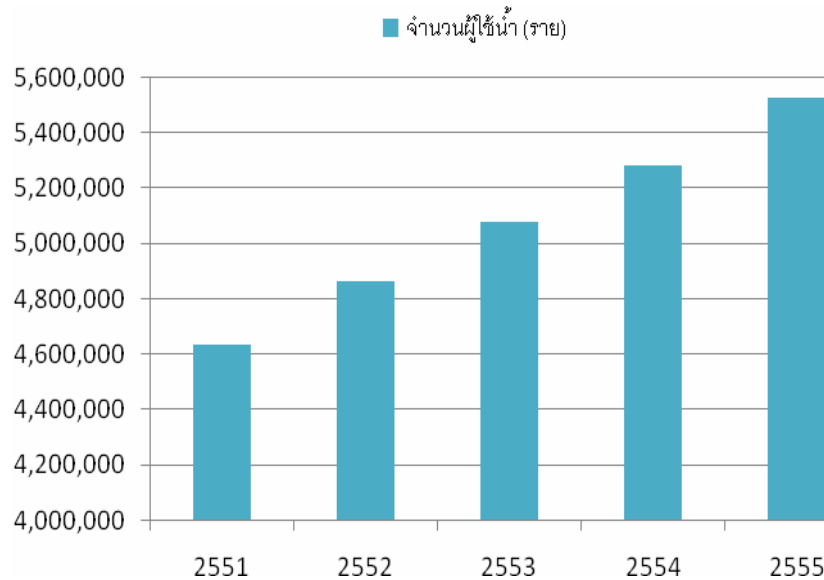
โดยการเติบโตของการใช้น้ำประปาสามารถประเมินได้จากจำนวนผู้ใช้น้ำประปาของการประปานครหลวงและการประปาส่วนภูมิภาค ในช่วงปี 2551 ถึงปี 2555 เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.52 ต่อปี รวมทั้ง ปริมาณน้ำประปาที่ถูกจำหน่ายโดยการประปานครหลวงและการประปาภูมิภาคในช่วงปี 2551 ถึงปี 2555 ซึ่งเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.48 ต่อปี ดังแสดงในแผนภาพที่ 3-1 และ 3-2 ดังนี้

**แผนภาพที่ 3-1 :** ปริมาณน้ำประปาที่ถูกจำหน่ายโดยการประปาส่วนภูมิภาคและการประปาส่วนภูมิภาค



ที่มา : การประปาส่วนภูมิภาคและการประปาส่วนภูมิภาค

**แผนภาพที่ 3-2 :** จำนวนผู้ใช้น้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคและการประปาส่วนภูมิภาค

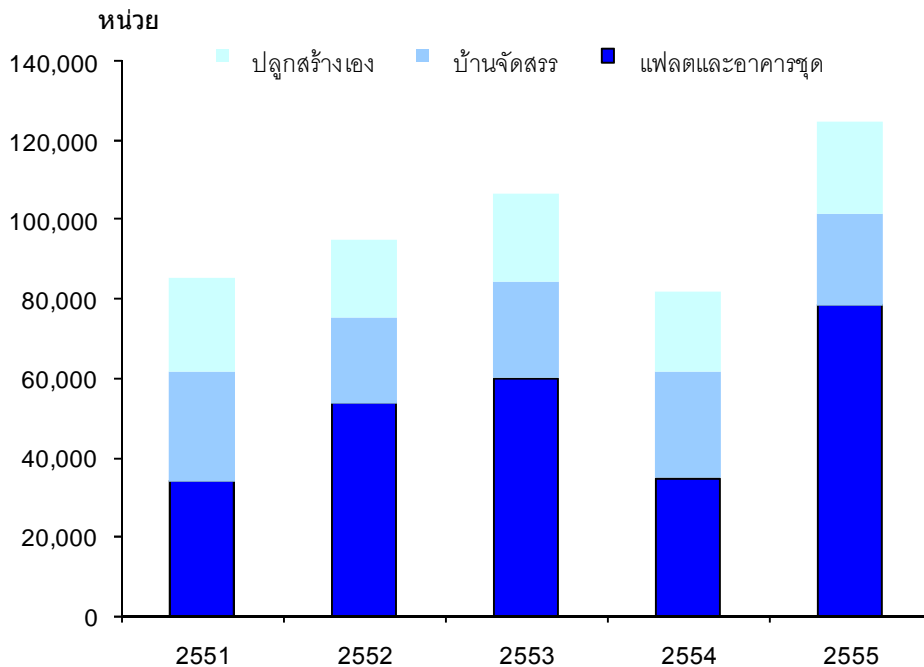


ที่มา : การประปาส่วนภูมิภาคและการประปาส่วนภูมิภาค

นอกจากนี้ จากกรณีที่ในปัจจุบันกลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมแยกครอบครัวมาอยู่ในที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมและทาวน์เฮาส์ใกล้สถานที่ทำงานเพื่อความสะดวกในการเดินทาง เป็นผลให้จำนวนที่อยู่อาศัยแห่งใหม่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือน โดยจำนวนที่อยู่

อาศัยจดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพและปริมณฑลในระหว่างปี 2551 ถึงปี 2555 มีจำนวนรวม 494,307 หน่วยและมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 10 ต่อปี

**แผนภาพที่ 3-3 : จำนวนที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพและปริมณฑล**



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้อุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนยังได้รับปัจจัยบวกจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจรักษาสุขภาพทั้งของตนเองและครอบครัว โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวมีแนวโน้มในการซื้อสินค้าหรือใช้จ่ายเงินเพื่อการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ เครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนเป็นสินค้าที่ต้องคอยบำรุงรักษาและมีกำหนดเวลาในการเปลี่ยนสารกรองก่อนหมดอายุการใช้งานเพื่อรักษาประสิทธิภาพการกรองน้ำให้สม่ำเสมอ ทำให้ผู้ผลิตสามารถขายสารกรองได้อย่างต่อเนื่อง หรือแม้แต่เสนอขายสินค้านวัตกรรมใหม่ที่มีประสิทธิภาพในการกรองน้ำที่ดีกว่าเดิมเพื่อตอบสนองความต้องการในการดูแลสุขภาพแก่ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว

### 3.2.2 ภาพรวมตลาดเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือน

ตลาดเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

(1) ตลาดเครื่องกรองน้ำทั่วไป : เป็นตลาดที่มีผู้เล่นหลายราย โดยสินค้าส่วนใหญ่จะผลิตจากผู้ผลิตรายย่อยหรือนำเข้าจากประเทศจีนเป็นหลัก โดยการแข่งขันเน้นนโยบายด้านราคาเป็นหลัก เนื่องจากสินค้าที่ผลิตจากผู้ผลิตในกลุ่มนี้จะมีรูปแบบคล้ายคลึงกัน และไม่เน้นเทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนาเพื่อปรับปรุงคุณภาพสินค้า ซึ่งทำให้ผู้บริโภคไม่ยึดติดในตราสินค้าเนื่องจากคุณภาพสินค้าใกล้เคียงกัน ซึ่งโดยทั่วไปผู้ผลิตสินค้าในกลุ่มนี้จะจัดจำหน่ายสินค้าผ่านห้างสรรพสินค้าและตัวแทนจำหน่ายในรูปแบบร้านขายวัสดุอุปกรณ์ทั่วไป

(2) ตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง : เป็นตลาดที่ผู้บริโภคมีความใส่ใจด้านสุขภาพและคุณภาพของน้ำที่ได้จากเครื่องกรองน้ำ ทำให้ผู้ผลิตในตลาดนี้ให้ความสำคัญในการนำเสนอสินค้าที่มีเทคโนโลยีการกรองน้ำที่มี

ประสิทธิภาพ ผ่านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทาง การจำหน่ายแบบขายตรง (Direct Sales) หรือจำหน่ายผ่านสาขา หรือตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งโดยเฉพาะ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตกลุ่มดังกล่าวมีความซับซ้อนจึงต้องการการอธิบายคุณลักษณะของสินค้าอย่างชัดเจน โดย พนักงานขายที่ผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดี ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการสร้างความรู้เข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการกรองน้ำ รวมถึง สร้างค่าความนิยมในตราสินค้าแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

โดยบริษัทเป็นหนึ่งในผู้ผลิตภายในประเทศเพียงไม่กี่รายที่ใช้เทคโนโลยีการกรองระดับสูง ซึ่งจากการสังเกต ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในการปรับปรุงคุณภาพน้ำมาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงประสบการณ์ในธุรกิจขายตรง แบบชั้นเดียวมาอย่างยาวนาน ส่งผลให้ในปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนแบบ ขายตรงที่มียอดขายสูงสุดติดอันดับ 1 ใน 3 ในประเทศ โดยบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 17

### 3.2.3 สถานะการแข่งขัน

ปัจจุบัน สถานะการแข่งขันในตลาดเครื่องกรองน้ำเพื่อใช้ในครัวเรือนค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากการเริ่มต้นธุรกิจ ดังกล่าวในเบื้องต้นไม่ต้องการการเงินลงทุนในระดับสูง ทำให้มีผู้ประกอบการหลายรายอยู่ในตลาดซึ่งนำเสนอสินค้า หลากหลายทั้งในแง่ราคาและคุณภาพแก่ผู้บริโภค โดยปัจจุบันบริษัทอยู่ในตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง ที่ จะต้องแข่งขันกับผู้ผลิตเครื่องกรองน้ำที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามบริษัทมีข้อได้เปรียบในการ แข่งขันเนื่องจากสามารถออกแบบและผลิตสินค้าได้ด้วยตนเองเพื่อให้เหมาะสมกับคุณภาพของน้ำในแต่ละภูมิภาคของ ประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถควบคุมคุณภาพสินค้าและต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังสามารถ พัฒนาสินค้ารุ่นใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดทางด้านเทคโนโลยีการกรองน้ำที่ทันสมัยได้อย่างรวดเร็ว ส่งผล ให้บริษัทสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการจากต่างประเทศทั้งในด้านเทคโนโลยีการกรองน้ำและการตั้งราคาที่เหมาะสม โดยอยู่ในระดับราคาที่ต่ำกว่าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน

ในปัจจุบันตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงจะมีผู้ประกอบการหลักจากทั้งต่างประเทศและ ผู้ประกอบการในประเทศประมาณ 10 ราย ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่จากต่างประเทศมักใช้กลยุทธ์การตลาดผ่านช่องทาง ขายตรงหลายชั้น (Multi-Level Marketing : MLM) ในขณะที่ผู้ประกอบการภายในประเทศส่วนใหญ่จะเน้นการทำตลาด ผ่านช่องทางร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง หรือขายผ่านสาขาของผู้ประกอบการดังกล่าวโดยตรง ทั้งนี้บริษัทใช้ ช่องทางการจำหน่ายแบบขายตรงชั้นเดียว (Single Level Direct Sale) เป็นหลัก ซึ่งช่องทางการจำหน่ายดังกล่าวจะมีความ แตกต่างกับช่องทางขายตรงหลายชั้น (Multi-Level Marketing : MLM) ซึ่งมุ่งเน้นการหาสมาชิกและการขายสินค้าผ่าน สมาชิกในระบบเครือข่าย ในขณะที่ช่องทางการจำหน่ายแบบขายตรงชั้นเดียว (Single Level Direct Sale) จะเน้นการขาย สินค้าให้แก่บุคคลทั่วไป ซึ่งการทำตลาดขายตรงทั้ง 2 ประเภทดังกล่าว ได้ช่วยเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีเครื่องกรอง น้ำแบบใหม่ๆในวงกว้าง ซึ่งเป็นการช่วยกระตุ้นให้ตลาดระดับบนมีการขยายตัวและมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้บริษัทยัง ร่วมมือกับบริษัทขายตรงหลายชั้นขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในการผลิตและจำหน่ายสินค้าผ่านเครือข่ายสมาชิกของบริษัทขาย ตรงดังกล่าว ซึ่งจะส่งเสริมฐานกลุ่มลูกค้าของบริษัทให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

### 3.2.4 กลยุทธ์ด้านการตลาด

กลยุทธ์หลักด้านการตลาดของบริษัทได้แก่ การขายตรงสินค้าผ่านช่องทางการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Direct Sale) โดยพนักงานขายจะเป็นผู้เสนอขายสินค้าแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยตรงถึงที่พักอาศัย เพื่อใช้เวลาในการ อธิบายคุณสมบัติของสินค้า เนื่องจากเครื่องกรองน้ำเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อภายหลังจากการได้

ดูการสาธิตและทดสอบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์จริงก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับช่องทางการจำหน่ายระบบการขายตรงแบบชั้นเดียวที่บริษัทเลือกใช้ อีกทั้งช่องทางดังกล่าวยังช่วยสร้างความคุ้นเคยสนิทสนมกับลูกค้า ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

เนื่องจากทีมพนักงานขายถือเป็นบุคลากรที่สำคัญในการสร้างยอดขาย ดังนั้น บริษัทจึงเน้นลงทุนด้านการฝึกอบรม รวมไปถึงการกำหนดค่านายหน้าและสวัสดิการที่เหมาะสมเพื่อสร้างแรงจูงใจในการขายอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ บริษัทยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของการกระจายความเสี่ยงทางด้านการจัดจำหน่ายเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการแข่งขันในอนาคต โดยได้มีการวางแผนการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งเพิ่มกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณามากขึ้น เพื่อขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ที่นอกเหนือจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

ทั้งนี้บริษัทพยายามเพิ่มช่องทางอื่นนอกเหนือจากการขายตรง (Non-Direct Sales) อาทิเช่น การขายผ่านโครงการบ้านจัดสรรและหมู่บ้านต่างๆ รวมถึงการเพิ่มช่องทางการขายในจังหวัดต่างๆทั่วประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทยังเล็งเห็นถึงโอกาสภายหลังจากการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งจะช่วยขยายฐานตลาดเครื่องกรองน้ำของบริษัทในอนาคต ทั้งนี้ ในส่วนของงานประชาสัมพันธ์ บริษัทจะเน้นการประชาสัมพันธ์เครื่องกรองน้ำผ่านสื่อโทรทัศน์ เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงตราสินค้าของบริษัท ผ่านการให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญในการดื่มน้ำที่สะอาดปราศจากสารปนเปื้อน ซึ่งจะส่งผลดีต่อสุขภาพในระยะยาว และเกร็ดความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องกรองน้ำที่ถูกต้อง

#### 3.2.4.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของบริษัท ได้แก่กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางในเขตชุมชนเมืองทั้งในกรุงเทพมหานครและในส่วนภูมิภาค โดยลูกค้ากลุ่มดังกล่าวสามารถแบ่งตามลักษณะครอบครัวออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่

- **ครอบครัวขยาย** : ระบบสังคมไทยเดิมเป็นระบบครอบครัวขยาย มีสมาชิกหลายรุ่นอาศัยอยู่ร่วมกัน จึงมีการบริโภคน้ำในปริมาณมากในแต่ละวัน ซึ่งในอดีตผู้บริโภคนิยมทำความสะอาดน้ำอย่างง่ายด้วยการใช้ผ้ากรองหรือการต้มน้ำดื่ม แต่ในปัจจุบันความรู้ด้านสุขภาพเริ่มแพร่หลายขึ้น ส่งผลให้การทำความสะอาดน้ำโดยผ่านระบบเครื่องกรองน้ำเริ่มเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีประสิทธิภาพการกรองที่สูงและสะดวกรวดเร็วกว่าวิธีการกรองแบบเดิม ซึ่งที่ผ่านมาลูกค้าในกลุ่มครอบครัวขยายถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท
- **ครอบครัวเดี่ยว** : ในปัจจุบันกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาเริ่มนิยมแยกครอบครัวมาอยู่ในที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมและทาวน์โฮมที่ใกล้สถานที่ทำงานเพื่อความสะดวกในการเดินทางผ่านระบบการคมนาคมสมัยใหม่ อาทิ รถไฟฟ้า ซึ่งบริษัทเล็งเห็นโอกาสในการขายจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงข้างต้น จึงพยายามพัฒนาสินค้ารุ่นใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าดังกล่าวซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป ที่ให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ

#### 3.2.4.2 กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัท มีแผนกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างยอดขายในระยะยาว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- **การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าผ่านพนักงานขาย** : กลยุทธ์การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการขายตรงจะให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานขายและลูกค้า เพื่อโอกาสในการขายอื่นๆต่อไป โดยบริษัทเน้นการให้ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างมีอาชีพ และมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนเพื่อนำเสนอทางเลือกที่เหมาะสมแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการทำหน้าที่ของพนักงานขาย ทั้งนี้ บริษัทจะเปิดให้มีการอบรมและสัมมนาอย่างสม่ำเสมอเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง



- **การเพิ่มช่องทางในการขายและการเพิ่มพื้นที่ขาย** : บริษัทอยู่ระหว่างการเพิ่มศักยภาพของระบบการขายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesale & Telemarketing) โดยการใช้ระบบบริหารงานลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ ซึ่งจะเริ่มใช้ภายในปี 2556 นอกจากนี้จะช่วยบริหารต้นทุนในการขายแล้ว ยังช่วยในการเพิ่มรายได้จากการใช้ข้อมูลฐานลูกค้าเก่าซึ่งมีอยู่ราวหนึ่งล้านรายทั่วประเทศ ได้อย่างทั่วถึงด้วยต้นทุนที่ต่ำ และยังสามารถต่อยอดด้วยการเพิ่มสินค้าใหม่ไปยังกลุ่มลูกค้าเดิม ด้วยวิธีการ Non-Direct sale อีกด้วย
- **การเน้นขายสินค้าที่บริษัทมีความชำนาญ** : บริษัทมีความชำนาญในการผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำมาเป็นเวลานาน และบริษัทมีนโยบายในการขายส่วนแบ่งการตลาดเครื่องกรองน้ำทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและในส่วนภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาบริษัทพบว่า การให้พนักงานขายเน้นการขายสินค้าน้อยประเภทจะทำให้ความมุ่งมั่นในการขายเพิ่มขึ้น จึงเน้นให้พนักงานขายให้ความสำคัญกับสินค้าเครื่องกรองน้ำเป็นหลัก
- **การให้ผลตอบแทนแก่พนักงานขายที่เหมาะสม** : หนึ่งในปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของการขายตรง คือ การสร้างทีมงานขายที่มีศักยภาพสูง บริษัทจึงพิจารณาให้ผลตอบแทนแก่พนักงานขายที่มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมทำให้สามารถจูงใจให้พนักงานขายทำงานกับบริษัทได้ในระยะยาว โดยผลตอบแทนจะขึ้นอยู่กับจำนวนสินค้าที่ขายได้เป็นสำคัญ แต่ในทางกลับกันหากลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด บริษัทจะหักผลตอบแทนของพนักงานขายตามระดับความเสียหาย นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้พนักงานขายที่มีคุณสมบัติเหมาะสมได้รับการเลื่อนตำแหน่งในองค์กรเพื่อโอกาสในการรับค่าตอบแทนที่สูงกว่าเดิม
- **ระบบควบคุมความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน** : บริษัทตระหนักอยู่เสมอว่า การขายสินค้าโดยละเอียดการบริหารความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดปัญหาทางการเงินแก่บริษัทในระยะยาว บริษัทจึงได้จัดตั้งฝ่ายเครดิต เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพลูกค้าและเป็นผู้ดำเนินการเก็บเงินจากลูกค้า ซึ่งพนักงานฝ่ายเครดิตจะออกเยี่ยมลูกค้าทุกคนตามที่อยู่ที่ได้รับข้อมูลจากฝ่ายขายเพื่อเรียกเก็บเงินที่ถึงกำหนดชำระ รวมถึงรับฟังปัญหาในการใช้งานสินค้าและใช้ประสบการณ์ให้ในการเสนอแนวทางแก้ไขแก่ลูกค้า ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 มี.ค. 2556 บริษัทมีพนักงานฝ่ายเครดิตจำนวน 138 คน นอกจากนั้น บริษัทยังมีแผนกเร่งรัดหนี้สิน และฝ่ายกฎหมาย ซึ่งช่วยดูแลและติดตามลูกค้าที่มีปัญหาด้วยอีกทางหนึ่ง
- **การวิจัยค้นคว้าผลิตภัณฑ์ใหม่** : บริษัทมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำหน้าที่ค้นคว้าและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้แก่บริษัท ทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ หรือไส้กรอง ที่ทำให้คุณภาพน้ำที่ผ่านเครื่องกรองพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างและเหนือกว่าในตัวสินค้า รวมทั้งเตรียมพร้อมที่จะแก้ปัญหาคุณภาพของน้ำที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ของประเทศ อีกทั้งยังคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความสามารถในการกรองน้ำที่มีคุณภาพต่ำหรือมีสิ่งเจือปนสูงให้กลายเป็นน้ำที่เหมาะสมแก่การบริโภค ซึ่งแหล่งที่น้ำมีคุณภาพต่ำดังกล่าวยังคงกระจายอยู่ในหลายพื้นที่ของประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนพัฒนาสินค้าที่มีขนาดเล็กลง เพื่อรองรับกับกลุ่มลูกค้าครอบครัวเดี่ยวในคอนโดมิเนียม หรืออพาร์ทเมนท์อีกด้วย
- **เพิ่มจำนวนพนักงานขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขาย** : บริษัทตั้งเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนพนักงานขายเฉลี่ยปีละ 20% โดยให้พนักงานขายแนะนำกลุ่มเพื่อนที่มีศักยภาพเพียงพอ เข้าร่วมร่วมงานกับบริษัท โดยบริษัทมีผลตอบแทนให้ ซึ่งพนักงานใหม่ในช่วงเริ่มต้นงาน บริษัทมีสวัสดิการด้านที่พักอาศัยและค่าเบี้ยเลี้ยง

ให้ ส่วนพนักงานเก่า บริษัทให้ความสำคัญแก่กลุ่มพนักงานขายทั้งในด้านรายได้ สวัสดิการ และรถยนต์ เป็นต้น รวมทั้งสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี

- **การอบรม และกระตุ้นแนวคิดของพนักงานขาย** : เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ, ทักษะ และกระตุ้นจิตใจพนักงานขาย ซึ่งเป็นบุคลากรสำคัญของบริษัท โดยบริษัทจะจัดหลักสูตรอบรมขึ้นในหลายช่วงเวลา อาทิเช่น รายวัน, รายสัปดาห์, รายเดือน และประจำปี

### 3.2.5 ช่องทางการจำหน่าย

#### 3.2.5.1 การจัดจำหน่ายผ่านระบบขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Direct Sales)

จากการประเมินในเบื้องต้น ช่องทางการจำหน่ายในอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำในครัวเรือน จะแบ่งเป็นช่องทางหลักออกเป็นช่องทางธุรกิจขายตรง 70% และช่องทางขายปลีกทั่วไป 30%\* โดยบริษัทใช้ระบบการขายตรงแบบชั้นเดียวเป็นช่องทางหลักในการขายสินค้าของบริษัทเนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าเป็นช่องทางที่พนักงานขายสามารถนำเสนอคุณสมบัติของสินค้าได้ชัดเจน และสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายสินค้าอื่นๆ ของบริษัทต่อไป ทั้งนี้พนักงานขายและการตลาดของบริษัท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2556 มีจำนวนรวม 1,034 คน โดยพนักงานส่วนใหญ่ประจำที่ศูนย์บริการสำนักงานใหญ่จังหวัดนนทบุรี และมีพื้นที่การขายกระจายอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มพนักงานขายที่ประจำตามสาขาในจังหวัดอื่น 3 แห่ง เพื่อสนับสนุนการขายและการให้บริการหลังการขายในระดับภูมิภาค ได้แก่

- **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** : สาขาร้อยเอ็ด ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 426 หมู่ 23 ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
- **ภาคใต้** : สาขานครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 1/52 และ 1/54 ถนนวันศิโรตถกุลพร ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- **ภาคเหนือ** : สาขาเชียงใหม่ ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 300/18-19 หมู่ 6 ตำบลสารภี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในระบบการขายตรงของบริษัท พนักงานขายจะได้รับค่านายหน้าแปรผันตามยอดขาย ซึ่งการกำหนดจ่ายเงินค่านายหน้าให้แก่พนักงานขายเป็นรายปักษ์ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการกำหนดผลตอบแทนสำหรับพนักงานขาย เพื่อสนับสนุนยอดขายตามความเหมาะสม ตั้งแต่ระยะสั้นจนถึงระยะยาว ได้แก่ 1) รางวัลอัดฉีด เพื่อกระตุ้นยอดขายรายวัน 2) โบนัสสำหรับยอดขายรายไตรมาส และ 3) แคมเปญท่องเที่ยว จากยอดขายรายปี โดยจะมอบให้พนักงานขายที่ทำยอดขายได้ตามเป้าหมายไปเที่ยวในต่างประเทศโดยบริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้

#### 3.2.5.2 การจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing)

การจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing) ซึ่งบริษัทมีแผนพัฒนาโดยการนำโปรแกรมบริหารงานลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) ที่ทันสมัยมาใช้ ซึ่งคาดว่าจะดำเนินการเรียบร้อยแล้วในเดือนกรกฎาคม 2556 โดยพนักงานของบริษัท จะโทรศัพท์ติดต่อโดยตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งเป็นลูกค้าเดิมที่ซื้อเครื่องกรองน้ำจากบริษัทและมีประวัติการผ่อนชำระที่ดี เพื่อแจ้งข้อมูล ราคา และโปรโมชั่นต่างๆ เสนอให้แก่ลูกค้า โดยหากลูกค้าตกลงซื้อจะขอที่อยู่ติดต่อกลับ เพื่อส่งทีมพนักงานไปติดตั้งและรับชำระเงินในภายหลัง นอกจากนี้พนักงานสายงานบริหารลูกค้ายังรับคำสั่งซื้อสินค้าอื่น ซึ่งบริษัทได้แสดงในโบรชัวร์สินค้าที่ฝ่ายเครดิตนำไปแจกแก่ลูกค้ากลุ่มที่มีประวัติผ่อนชำระดี

ซึ่งการบริหารงานขายผ่านช่องทางดังกล่าวจะทำให้การบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

### 3.2.5.3 การรับจ้างผลิต

บริษัทขอเป็นผู้รับจ้างผลิตสินค้าเครื่องกรองน้ำ เครื่องทำน้ำแร่ และเหยือกกรองน้ำ ให้แก่บริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง โดยบริษัทขอได้รับความไว้วางใจให้ผลิตสินค้าดังกล่าวตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2542 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยความพร้อมในด้านต่างๆ อาทิเช่น การค้นคว้าและวิจัยเทคโนโลยีใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง คุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน การจัดส่งที่ตรงตามเวลา บริการหลังการขาย การจัดอบรมความรู้ผลิตภัณฑ์ให้แก่สมาชิกเครือข่าย รวมทั้งความสัมพันธ์อันดีกับทางลูกค้า

อ้างอิง: \*ข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจฉบับที่ 2,671 18-21 กันยายน พ.ศ. 2554 อุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำ

### 3.2.6 นโยบายราคา

บริษัทกำหนดราคาขายเป็นอัตราคงที่ สำหรับลูกค้าทั้ง 2 ประเภท ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าแบบเงินสด และลูกค้าที่ซื้อแบบเงินผ่อน โดยมีแผนการผ่อนชำระที่ชัดเจนในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ปัจจัยหลักที่บริษัทคำนึงในการตั้งราคา คือ การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมและอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันกับผู้จำหน่ายเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนรายอื่นในตลาดได้ ในขณะที่เดียวกันก็คำนึงถึงความเหมาะสมกับตำแหน่งทางการตลาดของสินค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่มีนโยบายแข่งขันด้านราคากับผู้จำหน่ายเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนรายอื่น แต่จะมุ่งเน้นที่คุณภาพของสินค้าคุณภาพการให้บริการหลังการขาย และการนำเทคโนโลยีการกรองน้ำที่ทันสมัยมานำเสนอให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

## 3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

### 3.3.1 การผลิต

ปัจจุบัน บริษัท มีโรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำทั้งสิ้น 3 แห่ง ได้แก่

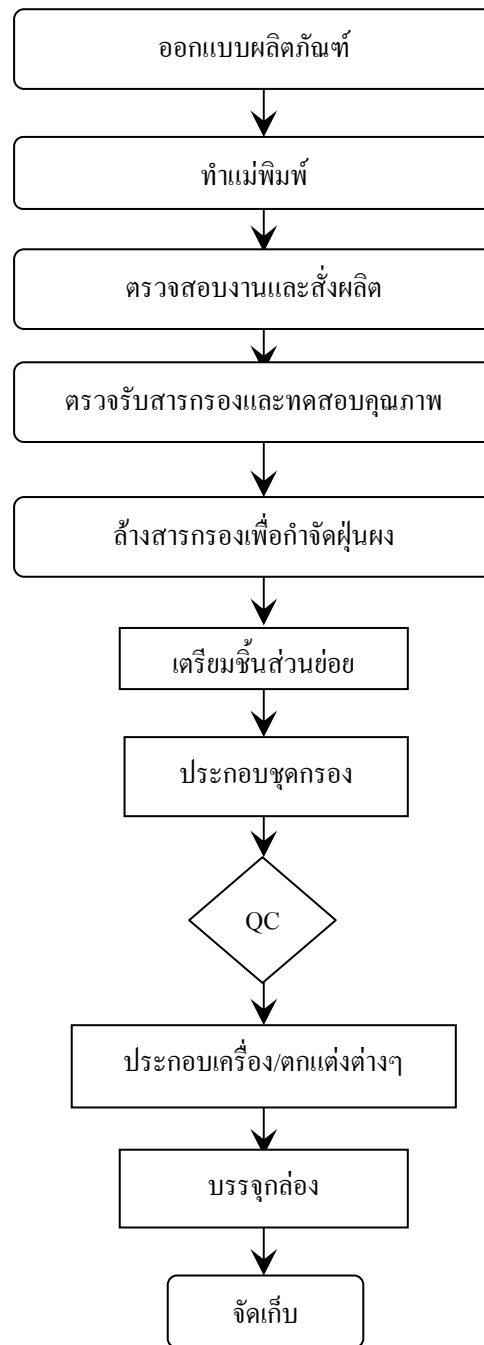
- โรงงานที่ 1 ผลิตเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น P-Health และ Extra pure New
- โรงงานที่ 2 ผลิตเครื่องกรองน้ำ รุ่น Safe Plus เครื่องทำน้ำแร่ Grand Plus และ เหยือกกรองน้ำ Purimag
- โรงงานที่ 3 ผลิตสารกรอง Silver Carbon ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักไส้กรองเครื่องกรองน้ำของบริษัท

โดยทั้ง 3 โรงงานมีกำลังการผลิต รวมสำหรับเครื่องกรองน้ำเฉลี่ยประมาณเดือนละ 15,000 เครื่อง และมีกำลังการผลิตสำหรับเครื่องทำน้ำแร่เฉลี่ยประมาณเดือนละ 8,000 เครื่อง โดยปัจจุบันใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ประมาณร้อยละ 70 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ต่อการทำงาน 8 ชั่วโมง

#### (1) กระบวนการผลิตเครื่องกรองน้ำ

กระบวนการผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัท มีขั้นตอนโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 3-4 : สรุปกระบวนการผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัท



- การออกแบบเครื่องกรองน้ำ : ดำเนินการโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านเครื่องกรองน้ำโดยตรง โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพการกรองน้ำ ความสะดวกในการใช้งาน และรูปลักษณ์ความสวยงามของเครื่องกรองน้ำ
- การทำแม่พิมพ์ : ภายหลังจากขั้นตอนการออกแบบ บริษัทจะส่งแบบให้ผู้ผลิตทำแม่พิมพ์ส่วนต่างๆ และให้ฝ่ายวิจัยเข้าไปตรวจสอบชิ้นงานแม่พิมพ์ต้นแบบที่โรงงานผลิตเพื่อควบคุมรายละเอียดต่างๆของชิ้นงานให้เป็นไปตามที่ออกแบบ

● **การคัดเลือกวัสดุส่วนประกอบและสารกรองน้ำ :**

วัสดุส่วนประกอบ คัดเลือกวัสดุคุณภาพ Food Grade ที่มีความแข็งแรงทนทาน และมีความเหมาะสมกับรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมีมาตรฐานความปลอดภัยระดับ Food Grade ที่สามารถใช้น้ำดื่มได้ โดยบริษัทจะจัดส่งแม่พิมพ์ให้แก่ผู้ผลิตเพื่อการฉีดพลาสติกขึ้นเป็นรูปส่วนประกอบต่างๆของเครื่อง ซึ่งบริษัทจะทำการคัดเลือกผู้รับจ้างมาตรฐานและมีประสบการณ์ในการฉีดขึ้นรูปเครื่องกรองน้ำเท่านั้น

สารกรองน้ำ คัดเลือกสารกรองน้ำเกรดคุณภาพทั้งจากในประเทศและจากต่างประเทศ มีมาตรฐานสากลรับรอง นอกจากนี้ มีการทดสอบค่าการดูดซับสารเคมี (Iodine Number) ทางห้องปฏิบัติการอย่างสม่ำเสมอและมีการส่งไปยังหน่วยงานภายนอกเพื่อตรวจสอบคุณภาพเป็นประจำทุกปี รวมทั้งทำการตรวจรับวัตถุดิบว่ามีคุณสมบัติเป็นไปตามที่กำหนดไว้ โดยบริษัทจะเน้นการคัดสรร ผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่ดีที่สุดที่จะนำมาใช้กับเครื่องกรองน้ำของบริษัท

ในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน บริษัทได้จัดทำเป็นคู่มือมาตรฐานแสดงขั้นตอนที่ชัดเจน เพื่อให้การผลิตสินค้ามีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานที่วางไว้โดยบริษัทได้รับการรับรอง ISO 9001:2000 และ ISO 9001:2008 นอกจากนี้บริษัทมีการวางแผนการผลิตที่ชัดเจน เพื่อสอดคล้อง กับยอดขาย ความต้องการสินค้า และปริมาณสินค้าคงคลัง เพื่อป้องกันปัญหาสินค้าขาดแคลน หรือการสำรองสินค้ามากเกินไป นอกจากนี้บริษัทจะดำเนินการตรวจสอบคุณภาพสินค้าหลังจากผลิตเสร็จ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัท

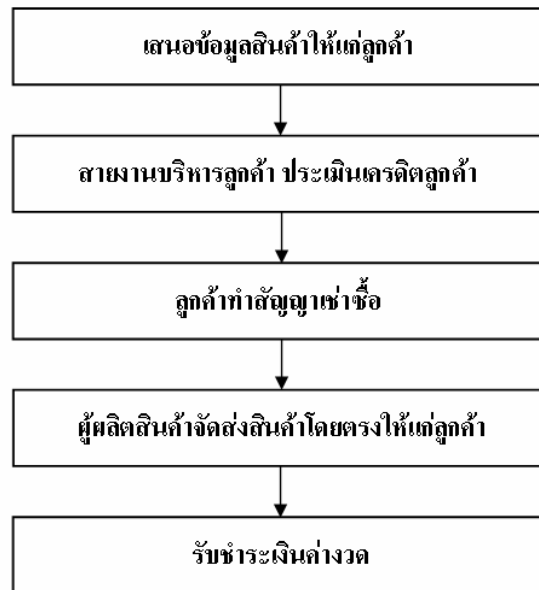
**3.3.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน กระบวนการด้านสินเชื่อและเก็บค่างวด**

**3.3.2.1 การจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ**



| ขั้นตอน |   | รายละเอียด   |
|---------|---|--|
| 1       | พนักงานขายเบิกสินค้า                        | พนักงานขายทำเรื่องเบิกสินค้าจากคลังสินค้า โดยพนักงานคลังสินค้าจะควบคุมการเบิกจ่ายและการคืนสินค้าทุกวันหลังเสร็จสิ้นการขาย  |
| 2       | พนักงานขายนำเสนอข้อมูล / ลูกค้านัดสินใจซื้อ | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ พนักงานขายเข้าไปติดต่อลูกค้าถึงบ้านหรือที่อยู่อาศัย เพื่อให้ความรู้เรื่องประโยชน์ของเครื่องกรองน้ำ รวมทั้งสาธิตวิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แก่ลูกค้า</li> <li>▪ เมื่อลูกค้าให้ความสนใจจะซื้อสินค้า พนักงานจะสอบถามข้อมูลเพื่อประเมินคุณสมบัติของลูกค้าในเบื้องต้น และนำเสนอทางเลือกการจ่ายชำระเป็นเงินสดทั้งจำนวน หรือจ่ายชำระแบบเงินผ่อน</li> <li>▪ พนักงานดำเนินการการทำสัญญาเช่าซื้อกับลูกค้า</li> <li>▪ พนักงานขายดำเนินการติดตั้งเครื่องกรองน้ำ พร้อมตรวจสอบการใช้งานให้แก่ลูกค้า</li> </ul> |
| 3       | ฝ่ายปฏิบัติการตรวจสอบเอกสาร                 | พนักงานขายส่งเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องให้แก่ฝ่ายปฏิบัติการ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วน โดยในกรณีที่ลูกค้าเลือกจ่ายผ่อนชำระฝ่ายปฏิบัติการจะจัดทำกรัคเงินผ่อนส่งให้ฝ่ายเครดิต   |
| 4       | ตรวจสอบ/ประเมินเครดิต                       | ฝ่ายเครดิตไปพบลูกค้าตามที่อยู่ในสัญญาเช่าซื้อ เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติด้านเครดิตและความมีตัวตนตามคู่มือการปฏิบัติงานฝ่ายเครดิต  |
| 5       | คำนวณผลประโยชน์ให้พนักงานขาย                | หากลูกค้าผ่านการประเมินของฝ่ายเครดิตจะส่งข้อมูลให้ฝ่ายปฏิบัติเพื่อคำนวณผลประโยชน์ให้แก่พนักงานขาย  |
| 6       | การรับชำระเงิน                              | ฝ่ายเครดิตเดินทางไปเก็บเงินจากลูกค้าแบบผ่อนชำระ ตามสถานที่ซึ่งลูกค้าระบุไว้ในสัญญาเช่าซื้อ โดยกรณีที่เรียกเก็บชำระเงินจากลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พนักงานฝ่ายเครดิตจะนำเงินมาเข้าฝากที่บริษัท ส่วนกรณีที่เก็บเงินพื้นที่อื่นในต่างจังหวัด พนักงานเครดิตจะโอนเงินผ่านธนาคาร  |
| 7       | แผนกรังรัดหนี้สินติดตามหนี้                 | ฝ่ายเครดิตจะส่งลูกค้ารายดังกล่าวให้แผนกรังรัดหนี้สินเป็นผู้ติดตามและเรียกเก็บหนี้แทน โดยหากลูกค้ายังไม่สามารถทำการจ่ายชำระหนี้ จะดำเนินการถอดเครื่องคืนต่อไป   |

### 3.3.2.2 การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่น



| ขั้นตอน |  | รายละเอียด  |
|---------|--|---|
| 1       | เสนอข้อมูลสินค้าให้แก่ลูกค้า                 | ฝ่ายเครดิตตรวจสอบข้อมูลจากระบบ เพื่อหารายชื่อลูกค้าที่มีประวัติการชำระดี และไปติดต่อลูกค้าเพื่อนำเสนอข้อมูลพร้อมใบโบรชัวร์ผลิตภัณฑ์   |
| 2       | สายงานบริหารลูกค้า ประเมินเครดิตลูกค้า       | หากลูกค้าตัดสินใจซื้อ ฝ่ายเครดิตจะส่งข้อมูลไปให้สายงานบริหารลูกค้า เพื่อให้ประเมินเครดิตลูกค้า  |
| 3       | ลูกค้าทำสัญญาเช่าซื้อ                        | ลูกค้าที่ผ่านการประเมินเครดิต สายงานบริหารลูกค้าจะส่งข้อมูลดังกล่าวให้ฝ่ายเครดิตเพื่อจัดเตรียมเอกสารประกอบการทำสัญญาและให้ลูกค้าลงนาม |
| 4       | ผู้ผลิตสินค้าจัดส่งสินค้า โดยตรงให้แก่ลูกค้า | บริษัทแจ้งข้อมูลไปยังผู้ผลิตสินค้า ให้จัดส่งสินค้าโดยตรงให้แก่ลูกค้า  |
| 5       | รับชำระเงินค่างวด                            | ฝ่ายเครดิตจะเป็นผู้ไปรับชำระเงินจากลูกค้าตามงวดที่กำหนด   |

### 3.3.3 การจัดหาวัตถุดิบ

#### 3.3.3.1 วัตถุดิบในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัท ได้แก่ โครงสร้างตัวถังเครื่องกรองน้ำ (Housing) และสารกรอง (Filter Media) ซึ่งบริษัทจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่ผ่านผู้จัดจำหน่ายในประเทศหลายราย และนำเข้าบางส่วนจากต่างประเทศ อาทิเช่น สารกรอง Activated Carbon บริษัทนำเข้าจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม สารกรองบางชนิด อาทิเช่น Silver Impregnated Carbon ส่วนใหญ่บริษัทจะนำเข้าตรงจากต่างประเทศ เนื่องจากไม่มีตัวแทนจำหน่ายหลักในประเทศ โดยบริษัทมีนโยบายสำรองวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าได้ไม่ต่ำกว่า 15 - 20 วัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาในกระบวนการผลิตของวัตถุดิบแต่ละชนิด

### 3.3.3.2 พนักงานขาย

บริษัทมีกระบวนการคัดเลือกพนักงานขายโดยคัดเลือกจากผู้สมัครที่น่าเชื่อถือและมีใจที่รักด้านงานขาย โดยเปิดรับผู้สมัครทั้งจากผู้ที่สนใจสมัครโดยตรงและจากการแนะนำผ่านพนักงานปัจจุบัน หลังขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากร บริษัทจะจัดฝึกอบรมพนักงานใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในสินค้าเป็นอย่างดี รวมถึงการจัดฝึกอบรมเพื่อสร้างทักษะการขายและเข้าใจถึงจิตวิทยาการขาย และจัดทำคู่มือการขายเพื่อให้พนักงานขายทุกคนใช้เป็นแนวทางในการขายสินค้า โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2556 บริษัทมีจำนวนพนักงานฝ่ายขายและการตลาดทั้งหมด 1,034 คน ทั้งนี้ฝ่ายขายและการตลาดจัดกิจกรรมสัมมนาเป็นประจำทุกไตรมาส โดยการให้รางวัลแก่กลุ่มพนักงานขายที่สามารถทำยอดขายได้เกินเป้าที่ตั้งไว้ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้พนักงานขายมีความมุ่งมั่นในการขาย และเป็นการสนับสนุนพนักงานขายที่มีคุณภาพให้อยู่ทำงานกับบริษัทในระยะยาว

## 3.4 การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

### 3.4.1 การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีการบริหารจัดการในกรณีที่ซื้อเครื่องคืนมาจากลูกค้า หรือรับคืนเครื่องเก่ามาจากลูกค้า หรือของเสียในการผลิต ได้แก่ พลาสติก และสารกรอง ส่วนสารกรองนั้น บริษัทได้จำแนกออกเป็นสารกรองที่ดีกับสารกรองคุณภาพต่ำ โดยสารกรองที่ดีนั้นบริษัทจะนำมาปรับปรุงคุณภาพ เพื่อขายให้แก่ผู้ผลิตเครื่องกรองน้ำที่ไม่ใช่เครื่องกรองน้ำเพื่ออุปโภคบริโภคในครัวเรือน อาทิเช่น เครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในอุตสาหกรรม เป็นต้น ในส่วนของสารกรองคุณภาพต่ำนั้น บริษัทนำมาผ่านกระบวนการอัดทำเป็นอิฐมวลเบาเพื่อใช้งานภายใน นอกจากนี้บริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำที่ตามมาตรฐานน้ำทิ้งของกระทรวงอุตสาหกรรม

### 3.4.2 การจัดการด้านความปลอดภัย

ความปลอดภัยของพนักงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญมาโดยตลอด โดยได้มีการกำหนดขั้นตอนแห่งความปลอดภัยไว้ในคู่มือการทำงานของระบบผลิต (Work Instruction) เพื่อให้พนักงานผลิตปฏิบัติตาม รวมทั้งจัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่เหมาะสมกับพนักงานในแต่ละหน้าที่ นอกจากนี้บริษัทยังมีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด ทั้งนี้ในกระบวนการผลิตที่ผ่านมาของบริษัทไม่มีอุบัติเหตุร้ายแรงแต่อย่างใด