

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



เครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health มีเทคโนโลยีการกรองที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจากเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power 5 โดยได้เสริมสารกรองหินแร่เคลือบเงิน (Silver Impregnated Mineral Stone) เพื่อเพิ่มแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ทั้งนี้เครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health เป็นสินค้าหลักของบริษัทในปัจจุบัน โดยมีสัดส่วนรายได้ปี 2556 ประมาณร้อยละ 76 ของรายได้รวม ทั้งนี้ในปี 2557 สัดส่วนรายได้ของเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health อาจลดลง เนื่องจากการจำหน่ายสินค้ารุ่นใหม่ คือ เครื่องกรองน้ำเซฟ รุ่น Super Alkali

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 ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานและออกใบรับรองต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของสาธารณะ ความปลอดภัยและคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการรับรองมาตรฐาน ทดสอบ และให้การรับรองผลิตภัณฑ์ด้านน้ำดื่ม และการผลิตน้ำดื่มทั่วโลก

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

Deleted: ¶
Formatted: Bullets and Numbering

Deleted: เป็นนวัตกรรมการกรองล่าสุดของบริษัท ซึ่ง

Formatted: Thai Distributed Justification

Deleted: 2555

Formatted: Not Highlight

Deleted: 80

Formatted: Not Highlight

Formatted: Not Highlight

Formatted: Not Highlight

Formatted: Font: Bold, Complex Script Font: Bold

Formatted Table

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted: Font: 10 pt, Complex Script Font: 10 pt

Formatted: Font: 10 pt, Complex Script Font: 10 pt

Formatted: Font: 10 pt, Complex Script Font: 10 pt

Formatted: Font: 10 pt, Complex Script Font: 10 pt

Formatted: Font: 10 pt, Complex Script Font: 10 pt

(3) เครื่องกรองน้ำ เซฟ รุ่น SUPER ALKALI



เครื่องกรองน้ำเซฟ รุ่น Super Alkali ซึ่งมีเทคโนโลยีการกรองที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจากเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health โดยได้เสริมสารกรองหินแร่อัลคาไลน์ ซึ่งช่วยปรับสภาพน้ำกรองให้มีความเป็นด่างอ่อนๆ เพื่อช่วยปรับสมดุลในร่างกายบริษัทวางแผนจะจำหน่ายสินค้าดังกล่าวในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และอาจขยายพื้นที่การจำหน่ายตามความเหมาะสมในอนาคต ทั้งนี้บริษัทขอพิจารณา เครื่องกรองน้ำเซฟ รุ่น Super Alkali เป็นสินค้าหลักแทนที่เครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health ในอนาคต หากได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้า ซึ่งบริษัทเริ่มทดลองจำหน่ายสินค้าดังกล่าวในเดือนกุมภาพันธ์ 2557

โดยเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Super Alkali มีไส้กรองทั้งหมด 8 ชั้น ประกอบด้วย

ชั้น	ประเภท	คุณสมบัติ
1	Pre-Filter ชุดปกป้องและเพิ่มพลังการกรอง	ช่วยกรองตะกอนและสารแขวนลอยขนาดใหญ่จากน้ำดิบก่อนน้ำจะเข้าสู่เครื่องกรองน้ำ ช่วยปรับแรงดันน้ำให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมในการกรองอย่างมีประสิทธิภาพ
2	สารกรองหินแร่เคลือบเงิน (Silver Impregnated Mineral Stone)	มีคุณสมบัติในการเพิ่มแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย อาทิ แคลเซียม แมกนีเซียม และปรับสมดุลน้ำให้เป็นด่างอ่อนๆ ตลอดจนช่วยป้องกันและยับยั้งการเกิดแบคทีเรีย
3	สารกรองหินแร่อัลคาไลน์	มีคุณสมบัติช่วยปรับสภาพน้ำกรองให้มีความเป็นด่างอ่อนๆ (PH 7.5-8.5) ช่วยปรับสมดุลภายในร่างกาย
4	สารกรอง KDF 55	มีคุณสมบัติในการลดคลอรีน โลหะหนัก และควบคุมแบคทีเรียในน้ำ
5 และ 6	สารกรอง Activated Carbon I และ II	มีคุณสมบัติในการดูดซับ รส กลิ่น สี สารอินทรีย์ สารพิษ คลอรีน โลหะหนัก
7	สารกรองถ่านกัมมันต์เคลือบเงิน (Silver Impregnated Activated Carbon)	มีคุณสมบัติดูดซับ รส กลิ่น สี สารพิษ และยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย
8	Post-filter เคลือบเงิน	ช่วยกรองตะกอนตกค้างในขั้นสุดท้าย และช่วยยับยั้งแบคทีเรียในน้ำ

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Centered

Deleted: ¶

Formatted

Formatted: Thai Distributed
Justification, Indent: First line: 1.27 cm

Formatted: Not Highlight

Formatted: Not Highlight

Formatted: Not Highlight

Formatted: Not Highlight

Formatted: Not Highlight

Formatted: Not Highlight

Formatted: Not Highlight

Formatted: Not Highlight

Formatted: Indent: Left: 0 cm, First line: 1.27 cm

Formatted Table

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Not Highlight

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Thai Distributed
Justification

3.1.2 ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เซฟ เทค อินเทอร์เน็ตชั้นแนล จำกัด

เครื่องกรองน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น โดยเฉพาะให้แก่บริษัทฯ ขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผู้จ้างผลิต และลูกค้าสำคัญของบริษัทย่อยตลอดหลายปีที่ผ่านมา

Deleted: ๑
๑
๑

(1) เครื่องกรองน้ำ รุ่น Extra Pure

เครื่องกรองน้ำ รุ่น Extra Pure เป็นเครื่องกรองน้ำแบบติดผนัง โดยไส้กรองเครื่องกรองน้ำรุ่นนี้ได้รับการพัฒนา มาจากเครื่องกรองน้ำ รุ่น Safe Power 5 โดยเพิ่มคุณลักษณะพิเศษเพิ่มเติม ดังนี้

Formatted: Thai Distributed Justification

- ชั้นกรองพิเศษ PP fiber กรองผงฝุ่นตะกอนขนาดเล็กของสารกรองที่อาจหลุดมา เพื่อความสะอาดขึ้นอีก
- ชั้นพิเศษ UV-Purifier แสงอุลตราไวโอเล็ตจะช่วยฆ่าเชื้อโรคที่ปนมาในน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ
- ระบบแม่เหล็ก เพื่อปรับสภาพน้ำที่กรองแล้วให้เป็นน้ำที่มีโมเลกุลขนาดเล็ก ซึ่งมีประโยชน์ในการนำพา สารอาหารเข้าสู่เซลล์ของร่างกายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ระบบ ARBG (Anti-Reverse Bacterial Growth) ระบบป้องกันแบคทีเรียย้อนกลับที่ท่อน้ำเพิ่มความสะอาด หลังการกรองเพื่อความปลอดภัยสูงสุดอย่างมั่นใจ

โดยต่อมาในเดือนตุลาคม ปี 2555 บริษัทได้พัฒนาเครื่องรุ่น Extra Pure New เพื่อแทนที่เครื่องรุ่น Extra Pure ดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้หยุดดำเนินการจำหน่ายเครื่องกรองน้ำรุ่น Extra Pure แล้วแต่ยังคงจำหน่ายไส้กรองและ ชิ้นส่วน เพื่อเป็นอะไหล่ทดแทนให้แก่ลูกค้า

Deleted: ไม่

Deleted: หรือ

(2) เครื่องกรองน้ำรุ่น Extra Pure New

เครื่องกรองน้ำรุ่น Extra Pure New เป็นเครื่องกรองน้ำที่พัฒนาต่อออกมาจากเครื่องรุ่น Extra Pure โดยมี โครงสร้างส่วนใหญ่คล้ายกับ เครื่องกรองน้ำรุ่น Extra Pure และพัฒนาออกแบบให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยสามารถกรอง น้ำดิบที่มีความขุ่นได้ เนื่องจากน้ำประปาในต่างจังหวัดอาจมีค่าความขุ่นสูง โดยการเพิ่มไส้กรอง Ceramic filter ซึ่งล้างทำความสะอาดง่าย นอกจากนี้ยังเสริมความทนทานของระบบ Ultraviolet เพื่อใช้งานได้ยาวนานมากขึ้น

Deleted: ใช้ได้กับคุณภาพ

Formatted: Thai Distributed Justification

(3) เครื่องทำน้ำแร่ รุ่น Safe Plus (GSP)

เครื่องทำน้ำแร่ รุ่น Safe Plus เป็นเครื่องทำน้ำแร่ แบบตั้งโต๊ะ โดยใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติของไส้กรองหินแร่ สารกรองไฮแอบซอร์บชันเพาเวอร์คาร์บอน (High absorption power carbon) และสารกรองคาร์บอนเคลือบเงิน ที่ช่วยกรอง สารพิษในน้ำ และปรับสมดุลน้ำให้เป็นด่างอ่อนๆ เหมาะสมกับการทำงานของร่างกาย เพิ่มแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย รวมทั้งกำจัดแบคทีเรีย และเชื้อโรคในน้ำ

Deleted: กรองน้ำ

Deleted: เครื่องกรองน้ำ

(4) เครื่องทำน้ำแร่ รุ่น Grand Plus

เครื่องทำน้ำแร่ Grand Plus ปรับปรุงจากรุ่น Safe Plus โดยปรับขนาดเครื่องให้ใหญ่ขึ้นกว่าเดิม เหมาะสำหรับ ครอบครัวยุคกลางถึงขนาดใหญ่ ประกอบด้วยไส้กรอง Activated Carbon ปริมาณมากขึ้นทำให้มีประสิทธิภาพกรองได้

Deleted: เครื่องกรองน้ำ

Formatted: Thai Distributed Justification

เป็น 2 เท่าของรุ่นเดิม และสารกรอง Ceramic Ball รวมถึงไส้กรองหินแร่ธรรมชาติเพิ่มแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ได้แก่ แคลเซียม แมกนีเซียม สังกะสี และซีลีเนียม

(5) เหยือกกรองน้ำ รุ่น Safe Purimag

เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำขนาดพกพาในรูปแบบเหยือกกรองน้ำ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ให้มีลักษณะเหมาะกับการใช้งานทั้งในและนอกสถานที่ ง่ายต่อการดูแลรักษา โดยยังสามารถรักษาประสิทธิภาพการกรองน้ำดื่มที่สะอาดไว้ได้อย่างครบถ้วน

3.1.3 ผลิตภัณฑ์อื่นๆ

บริษัท ได้พยายามทดลองหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อจัดจำหน่ายผ่านระบบขายตรงชั้นเดียวของบริษัท โดยปัจจุบันทางบริษัทมีผลิตภัณฑ์อื่นนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ ประกอบด้วย เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน อาทิเช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เตารีด เครื่องซักผ้า เป็นต้น ซึ่งสินค้าดังกล่าวส่วนใหญ่ เป็นสินค้าที่จัดซื้อจาก บริษัท โคชิบา ไทยแลนด์ จำกัด อย่างไรก็ดีตาม ปัจจุบันโครงการดังกล่าวยังอยู่ในขั้นทดลอง โดยมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 0.16 ร้อยละ 0.23 และ ร้อยละ 0.04 ของรายได้รวมในปี 2555 2556 และในงวด 3 เดือน ปี 2557 ตามลำดับ

3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.2.1 ภาวะอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนประกอบด้วยผู้ประกอบการหลายราย และมีการแข่งขันสูงเนื่องจากการผลิตสินค้าดังกล่าวในเบื้องต้นใช้เงินลงทุนต่ำและไม่จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีที่ซับซ้อนในการผลิต อย่างไรก็ตาม ในการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูง ผู้ผลิตจะต้องมีการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับการกรองน้ำเป็นของตนเองซึ่งจะต้องใช้ระยะเวลาและเงินทุนเพิ่มขึ้น

จากการประเมินโดยผู้บริหารของบริษัท คาดว่าอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนในปี 2556 มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 5,500 ล้านบาท โดยผู้บริหารส่วนใหญ่ที่ติดตั้งเครื่องกรองน้ำจะใช้เครื่องกรองน้ำสำหรับการกรองน้ำประปาเพื่อบริโภคในครัวเรือน ดังนั้นอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำจึงมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องตามทิศทางการเติบโตของการใช้น้ำประปาในครัวเรือนและการขยายตัวของที่อยู่อาศัยในประเทศไทย

โดยการเติบโตของการใช้น้ำประปาสามารถประเมินได้จากจำนวนผู้ใช้น้ำประปาของการประปานครหลวง และการประปาส่วนภูมิภาค ในช่วงปี 2551 ถึงปี 2556 เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.06 ต่อปี รวมทั้ง ปริมาณน้ำประปาที่ถูกจำหน่ายโดยการประปานครหลวงและการประปาภูมิภาคในช่วงปี 2551 ถึงปี 2556 ซึ่งเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.30 ต่อปี ดังแสดงในแผนภาพที่ 3-1 และ 3-2 ดังนี้

Formatted: Thai Distributed Justification

Deleted: และร้อยละ 0.25

Deleted: 14

Deleted: 23

Deleted: ของรายได้รวมใน

Formatted: Not Highlight

Deleted: งวด 3 เดือน

Deleted: งวด

Deleted: 6

Deleted: 9 เดือน

Deleted: ปี 2556

Deleted: ไตรมาส 1

Formatted: Thai Distributed Justification

Formatted: Thai Distributed Justification

Deleted: 2555

Formatted: Not Highlight

Deleted: 5,400

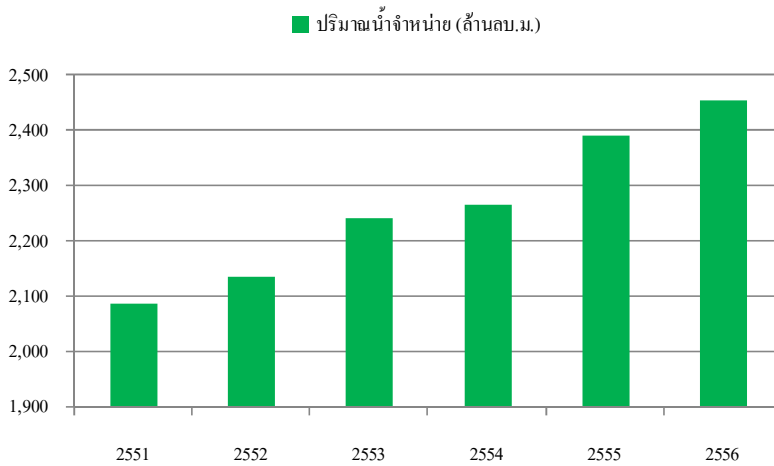
Deleted: 5

Deleted: 52

Deleted: 5

Deleted: 3.48

แผนภาพที่ 3-1 : ปริมาณน้ำประปาที่ถูกจำหน่ายโดยการประปาครหลวงและการประปาส่วนภูมิภาค

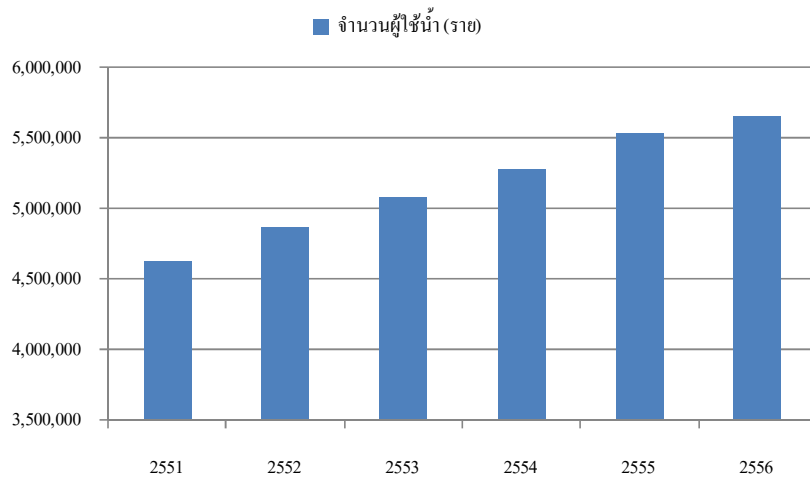


ที่มา : การประปาครหลวงและการประปาส่วนภูมิภาค

Deleted:

Formatted: Centered

แผนภาพที่ 3-2 : จำนวนผู้ใช้น้ำประปาของการประปาครหลวงและการประปาส่วนภูมิภาค



ที่มา : การประปาครหลวงและการประปาส่วนภูมิภาค

Deleted: ¶

Formatted: Justified

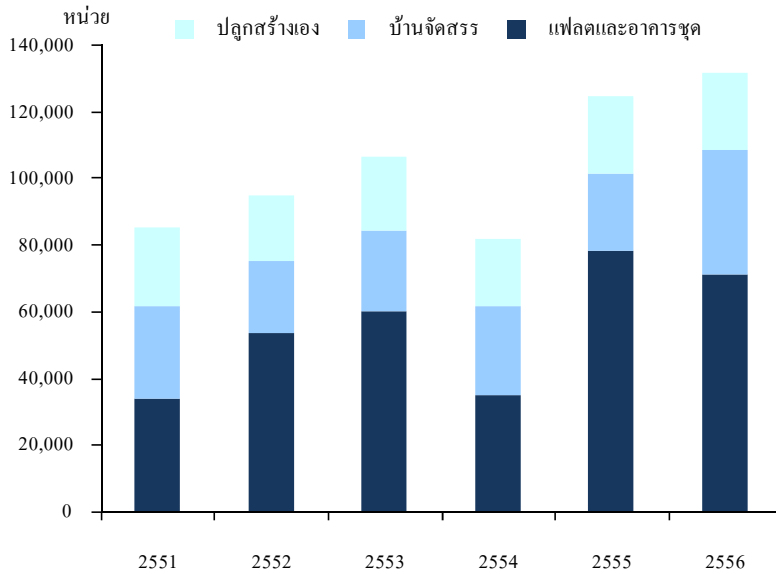
Formatted: Centered

Formatted: Thai Distributed Justification

นอกจากนี้ จากการที่ในปัจจุบันกลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมแยกครอบครัวมาอยู่ในที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมและทาวเฮาส์ใกล้สถานที่ทำงานเพื่อความสะดวกในการเดินทาง เป็นผลให้จำนวนที่อยู่อาศัยแห่งใหม่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือน โดยจำนวนที่อยู่

อาศัยจดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพและปริมณฑลในระหว่างปี 2551 ถึงปี 2556 มีจำนวนรวม 626,261 หน่วยและมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 9 ต่อปี

แผนภาพที่ 3-3 : จำนวนที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพและปริมณฑล



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนยังได้รับปัจจัยบวกจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจรักษาสุขภาพทั้งของตนเองและครอบครัว โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวมีแนวโน้มในการซื้อสินค้าหรือใช้จ่ายเงินเพื่อการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ เครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนเป็นสินค้าที่ต้องคอยบำรุงรักษาและมีกำหนดเวลาในการเปลี่ยนสารกรองก่อนหมดอายุการใช้งานเพื่อรักษาประสิทธิภาพการกรองน้ำให้สม่ำเสมอ ทำให้ผู้ผลิตสามารถขายสารกรองได้อย่างต่อเนื่อง หรือแม้แต่เสนอขายสินค้ารุ่นใหม่ที่มีประสิทธิภาพในการกรองน้ำที่ดีกว่าเดิมเพื่อตอบสนองความต้องการในการดูแลสุขภาพแก่ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว

3.2.2 ภาพรวมตลาดเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือน

ตลาดเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

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

Deleted: 5

Deleted: 494,307

Deleted: 10

Formatted: Centered, Space Before: 12 pt, After: 12 pt

Deleted: ๕

Formatted: Centered

(2) ตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง : เป็นตลาดที่ผู้บริโภคมีความใส่ใจด้านสุขภาพและคุณภาพของน้ำที่ได้จากเครื่องกรองน้ำ ทำให้ผู้ผลิตในตลาดนี้ให้ความสำคัญในการนำเสนอสินค้าที่มีเทคโนโลยีการกรองน้ำที่มีประสิทธิภาพ ผ่านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางทางการจำหน่ายแบบขายตรง (Direct Sales) หรือจำหน่ายผ่านสาขา หรือตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งโดยเฉพาะ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตกลุ่มดังกล่าวมีความซับซ้อนจึงต้องการการอธิบายคุณลักษณะของสินค้าอย่างชัดเจน โดยพนักงานขายที่ผ่านการฝึกอบรมอย่างดี ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการกรองน้ำ รวมถึงสร้างค่าความนิยมในตราสินค้าแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

โดยบริษัทเป็นหนึ่งในผู้ผลิตภายในประเทศเพียงไม่กี่รายที่ใช้เทคโนโลยีการกรองระดับสูง ซึ่งจากการสังมอรรถความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในการปรับปรุงคุณภาพน้ำมาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงประสบการณ์ในธุรกิจขายตรงแบบชั้นเดียวมาอย่างยาวนาน ส่งผลให้ในปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนแบบขายตรงที่มียอดขายสูงสุดคิดอันดับ 1 ใน 3 ในประเทศ ซึ่งจากการประมาณการโดยผู้บริหารของบริษัท ตลาดเครื่องกรองน้ำในประเทศไทยในปี 2556 มีมูลค่าตลาดประมาณ 5,500 ล้านบาท โดยบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 16

Formatted: Thai Distributed Justification

Deleted: 4

Deleted: 17

Deleted: ¶

3.2.3 สภาวะการแข่งขัน

ปัจจุบัน สภาวะการแข่งขันในตลาดเครื่องกรองน้ำเพื่อใช้ในครัวเรือนค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากการเริ่มต้นธุรกิจดังกล่าวในเบื้องต้นไม่ต้องการการเงินลงทุนในระดับสูง ทำให้มีผู้ประกอบการหลายรายอยู่ในตลาดซึ่งนำเสนอสินค้าหลากหลายทั้งในแง่ราคาและคุณภาพแก่ผู้บริโภค โดยปัจจุบันบริษัทอยู่ในตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงที่จะต้องแข่งขันกับผู้ผลิตเครื่องกรองน้ำที่มีเทคโนโลยีใหม่จากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามบริษัทมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันเนื่องจากสามารถออกแบบและผลิตสินค้าได้ด้วยตนเองเพื่อให้เหมาะสมกับคุณภาพของน้ำในแต่ละภูมิภาคของประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถควบคุมคุณภาพสินค้าและต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังสามารถพัฒนาสินค้ารุ่นใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดทางด้านเทคโนโลยีการกรองน้ำที่ทันสมัยได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้บริษัทสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการจากต่างประเทศทั้งในด้านเทคโนโลยีการกรองน้ำและการตั้งราคาที่เหมาะสม โดยอยู่ในระดับราคาที่ต่ำกว่าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน

Formatted: Thai Distributed Justification

ในปัจจุบันตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงจะมีผู้ประกอบการหลักจากทั้งต่างประเทศและผู้ประกอบการในประเทศประมาณ 10 ราย ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่จากต่างประเทศมักใช้กลยุทธ์การตลาดผ่านช่องทางขายตรงหลายชั้น (Multi-Level Marketing : MLM) ในขณะที่ผู้ประกอบการภายในประเทศส่วนใหญ่จะเน้นการทำตลาดผ่านช่องทางร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง หรือขายผ่านสาขาของผู้ประกอบการดังกล่าวโดยตรง ทั้งนี้บริษัทใช้ช่องทางการจำหน่ายแบบขายตรงชั้นเดียว (Single Level Direct Sale) เป็นหลัก ซึ่งช่องทางการจำหน่ายดังกล่าวจะมีความแตกต่างกับช่องทางขายตรงหลายชั้น (Multi-Level Marketing : MLM) ซึ่งมุ่งเน้นการหาสมาชิกและการขายสินค้าผ่านสมาชิกในระบบเครือข่าย ในขณะที่ช่องทางการจำหน่ายแบบขายตรงชั้นเดียว (Single Level Direct Sale) จะเน้นการขายสินค้าให้แก่บุคคลทั่วไป ซึ่งการทำตลาดขายตรงทั้ง 2 ประเภทดังกล่าว ได้ช่วยเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีเครื่องกรองน้ำแบบใหม่ๆ ในวงกว้าง ซึ่งเป็นการช่วยกระตุ้นให้ตลาดระดับบนมีการขยายตัวและมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้บริษัทยังร่วมมือกับบริษัทขายตรงหลายชั้นขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในการผลิตและจำหน่ายสินค้าผ่านเครือข่ายสมาชิกของบริษัทขายตรงดังกล่าว ซึ่งจะส่งเสริมฐานลูกค้าของบริษัทให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

3.2.4 กลยุทธ์ด้านการตลาด

Deleted: ¶

กลยุทธ์หลักด้านการตลาดของบริษัทได้แก่ การขายตรงสินค้าผ่านช่องทางการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Direct Sale) โดยพนักงานขายจะเป็นผู้เสนอขายสินค้าแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยตรงถึงที่พักอาศัย เพื่อใช้เวลาในการอธิบายคุณสมบัติของสินค้า เนื่องจากเครื่องกรองน้ำเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อภายหลังจากการได้ดูการสาธิตและทดสอบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์จริงก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับช่องทางการจำหน่ายระบบการขายตรงแบบชั้นเดียวที่บริษัทเลือกใช้ อีกทั้งช่องทางดังกล่าวยังช่วยสร้างความคุ้นเคยสนิทสนมกับลูกค้า ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

เนื่องจากทีมพนักงานขายถือเป็นบุคลากรที่สำคัญในการสร้างยอดขาย ดังนั้น บริษัทจึงเน้นลงทุนด้านการฝึกอบรม รวมถึงการกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมเพื่อสร้างแรงจูงใจในการขายอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ บริษัทยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของการกระจายความเสี่ยงทางด้านการจัดจำหน่ายเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการแข่งขันในอนาคต โดยได้มีการวางแผนการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งเพิ่มกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณามากขึ้น เพื่อขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ที่นอกเหนือจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

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

3.2.4.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของบริษัท ได้แก่กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางในเขตชุมชนเมืองทั้งในกรุงเทพมหานครและในส่วนภูมิภาค โดยลูกค้ากลุ่มดังกล่าวสามารถแบ่งตามลักษณะครอบครัวออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่

Formatted: Thai Distributed Justification

- **ครอบครัวขยาย**: ระบบสังคมไทยเดิมเป็นระบบครอบครัวขยาย มีสมาชิกหลายรุ่นอาศัยอยู่ร่วมกัน จึงมีการบริโภคน้ำในปริมาณมากในแต่ละวัน ซึ่งในอดีตผู้บริโภคนิยมทำความสะอาดน้ำอย่างง่ายด้วยการใช้ผ้ากรองหรือการต้มน้ำดื่ม แต่ในปัจจุบันความรู้ด้านสุขภาพเริ่มแพร่หลายขึ้น ส่งผลให้การทำความสะอาดน้ำโดยผ่านระบบเครื่องกรองน้ำเริ่มเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีประสิทธิภาพการกรองที่สูงและสะดวกรวดเร็วกว่าวิธีการกรองแบบเดิม ซึ่งที่ผ่านมาลูกค้าในกลุ่มครอบครัวขยายถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท
- **ครอบครัวเดี่ยว**: ในปัจจุบันกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาเริ่มนิยมแยกครอบครัวมาอยู่ในที่อยู่อาศัยประเภท คอนโดมิเนียมและทาวเฮาส์ใกล้สถานที่ทำงานเพื่อความสะดวกในการเดินทางผ่านระบบการคมนาคมสมัยใหม่ อาทิ รถไฟฟ้า ซึ่งบริษัทเล็งเห็นโอกาสในการขายจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงข้างต้น จึงพยายามพัฒนาสินค้านวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าดังกล่าวซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ

3.2.4.2 กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัท มีแผนกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างยอดขายในระยะยาว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- **การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าผ่านพนักงานขาย** : กลยุทธ์การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการขายตรงจะให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานขายและลูกค้า เพื่อโอกาสในการขายอื่นๆต่อไป โดยบริษัทเน้นการให้ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างมืออาชีพ และมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนเพื่อนำเสนอทางเลือกที่เหมาะสมแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการทำหน้าที่ของพนักงานขาย ทั้งนี้ บริษัทจะเปิดให้มีการอบรมและสัมมนาอย่างสม่ำเสมอเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง
- **การเพิ่มช่องทางในการขายและการเพิ่มพื้นที่ขาย** : บริษัทอยู่ระหว่างการเพิ่มศักยภาพของระบบการขายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesale & Telemarketing) โดยการใช้ระบบบริหารงานลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ โดยระบบดังกล่าวนอกจากจะช่วยบริหารต้นทุนในการขายแล้ว ยังช่วยในการเพิ่มรายได้จากการใช้ข้อมูลฐานลูกค้าเก่าซึ่งมีอยู่ราวหนึ่งล้านรายทั่วประเทศ ได้อย่างทั่วถึงด้วยต้นทุนที่ต่ำ และยังสามารถต่อยอดด้วยการเพิ่มสินค้าใหม่ไปยังกลุ่มลูกค้าเดิม ด้วยวิธีการ Non-Direct sale อีกด้วย ทั้งนี้บริษัทเริ่มใช้ระบบ CRM ในการขายสารกรองผ่านระบบ Telesales ควบคู่ไปกับการขายผ่านพนักงานขายแบบปกติตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2556
- **การเน้นขายสินค้าที่บริษัทมีความชำนาญ** : บริษัทมีความชำนาญในการผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำมาเป็นเวลานาน และบริษัทมีนโยบายในการขายส่วนแบ่งการตลาดเครื่องกรองน้ำทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและในส่วนภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาบริษัทพบว่า การให้พนักงานขายเน้นการขายสินค้าน้อยประเภทจะทำให้ความมุ่งมั่นในการขายเพิ่มขึ้น จึงเน้นให้พนักงานขายให้ความสำคัญกับสินค้าเครื่องกรองน้ำเป็นหลัก
- **การให้ผลตอบแทนแก่พนักงานขายที่เหมาะสม** : หนึ่งในปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของการขายตรง คือ การสร้างทีมงานขายที่มีศักยภาพสูง บริษัทจึงพิจารณาให้ผลตอบแทนแก่พนักงานขายที่มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมทำให้สามารถจูงใจให้พนักงานขายทำงานกับบริษัทได้ในระยะยาว โดยผลตอบแทนจะขึ้นอยู่กับจำนวนสินค้าที่ขายได้เป็นสำคัญ แต่ในทางกลับกันหากลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด บริษัทจะหักผลตอบแทนของพนักงานขายตามระดับความเสียหาย นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้พนักงานขายที่มีคุณสมบัติเหมาะสมได้รับการเลื่อนตำแหน่งในองค์กรเพื่อโอกาสในการรับค่าตอบแทนที่สูงกว่าเดิม
- **ระบบควบคุมความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน** : บริษัทตระหนักอยู่เสมอว่า การขายสินค้าโดยละเอียดการบริหารความเสี่ยงที่ดีอาจก่อให้เกิดปัญหาทางการเงินแก่บริษัทในระยะยาว บริษัทจึงได้จัดตั้งฝ่ายเครดิต เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพลูกค้าและเป็นผู้ดำเนินการเก็บเงินจากลูกค้า ซึ่งพนักงานฝ่ายเครดิตจะออกเยี่ยมลูกค้าทุกคนตามที่อยู่ที่ได้รับข้อมูลจากฝ่ายขายเพื่อเรียกเก็บเงินที่ถึงกำหนดชำระ รวมถึงรับฟังปัญหาในการใช้งานสินค้าและใช้ประสบการณ์ในการเสนอแนวทางแก้ไขแก่ลูกค้า ทั้งนี้ วันที่ 31 มีนาคม 2557 บริษัท มีพนักงานฝ่ายเครดิตจำนวน 135 คน นอกจากนั้น บริษัทยังมีแผนกระรจัดหนี้สิน และฝ่ายกฎหมายซึ่งช่วยดูแลและติดตามลูกค้าที่มีปัญหาด้วยอีกทางหนึ่ง
- **การวิจัยค้นคว้าผลิตภัณฑ์ใหม่** : บริษัทมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำหน้าที่ค้นคว้าและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้แก่บริษัท ทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำ หรือไส้กรอง ที่ทำให้คุณภาพน้ำที่ผ่านเครื่องกรองพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างและเหนือกว่าในตัวสินค้า รวมทั้งเตรียมพร้อมที่จะแก้ปัญหาคุณภาพของน้ำที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ของประเทศ อีกทั้งยังคิดค้นและ

Formatted: Thai Distributed Justification

Deleted: ซึ่งจะเริ่มใช้ภายในปี 2556

Deleted: 31 มี.ค. 2556

Deleted: 0

Deleted: ธันวาคม

Deleted: มิถุน

Deleted: กันยายน

Deleted: 6

Deleted: 138

Deleted: 14

Deleted: 0

Deleted: 39

พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความสามารถในการกรองน้ำที่มีคุณภาพต่ำหรือมีสิ่งเจือปนสูงให้กลายเป็นน้ำที่เหมาะสมแก่การบริโภค ซึ่งแหล่งที่น้ำมีคุณภาพต่ำดังกล่าวยังคงกระจายอยู่ในหลายพื้นที่ของประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนพัฒนาสินค้าที่มีขนาดเล็กลง เพื่อรองรับกับกลุ่มลูกค้าครอบครัวเดี่ยวใน คอนโดมิเนียม หรือ อพาร์ทเมนท์อีกด้วย

- **เพิ่มจำนวนพนักงานขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขาย :** บริษัทตั้งเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนพนักงานขายเฉลี่ยปีละ 20% โดยให้พนักงานขายแนะนำกลุ่มเพื่อนที่มีศักยภาพเพียงพอ เข้าร่วมร่วมงานกับบริษัท โดยบริษัทมีผลตอบแทนให้ ซึ่งพนักงานใหม่ในช่วงเริ่มต้นงาน บริษัทมีสวัสดิการด้านที่พักอาศัยและค่าเบี้ยเลี้ยงให้ 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%* โดยบริษัทใช้ระบบการขายตรงแบบชั้นเดียวเป็นช่องทางหลักในการขายสินค้าของบริษัท เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าเป็นช่องทางที่พนักงานขายสามารถนำเสนอคุณสมบัติของสินค้าได้ชัดเจน และสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายสินค้าอื่นๆ ของบริษัทต่อไป ทั้งนี้พนักงานขายและการตลาดของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 มีจำนวนรวม 936 คน โดยพนักงานส่วนใหญ่ประจำที่ศูนย์บริการสำนักงานใหญ่จังหวัดนนทบุรี และมีพื้นที่การขายกระจายอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มพนักงานขายที่ประจำตามสาขาหลักในจังหวัดอื่น 4 แห่ง เพื่อสนับสนุนการขายเครื่องกรองน้ำและสารกรอง รวมทั้งการให้บริการหลังการขายในระดับภูมิภาค ได้แก่

- **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ :** สาขาร้อยเอ็ด ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 426 หมู่ 23 ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
- **ภาคใต้ :** สาขานครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 1/52 และ 1/54 ถนนวันศิโรตตกุลพร ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- **ภาคเหนือ :** สาขาเชียงใหม่ ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 300/18-19 หมู่ 6 ตำบลสารภี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- **ภาคกลาง :** สาขาพิษณุโลก ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 1191/11-12 ถนนบรมไตรโลกนารถ 2 ตำบลในเมือง อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก

นอกจากนี้ บริษัทมีสาขาอยู่ในต่างจังหวัด ซึ่งรับผิดชอบในการจำหน่ายสารกรอง และเป็นศูนย์บริการ ให้บริการหลังการขายอีกจำนวน 6 สาขา ได้แก่

- **สาขานครราชสีมา** ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 1/11 ซอยมิตรภาพ 13 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

- Formatted: Thai Distributed Justification
- Deleted: 31 มีนาคม 2556
- Deleted: ธันวาคม
- Deleted: 30 กันยายน
- Deleted: มิถุน
- Deleted: 1খন
- Deleted: 6
- Formatted: Not Highlight
- Deleted: 1,034
- Deleted: 1,712
- Deleted: 1
- Deleted: 15
- Deleted: 51
- Deleted: 3
- Formatted: Not Highlight
- Deleted: และ
- Formatted: Font: Italic, Complex Script Font: Italic, Not Highlight
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Font: Not Bold, Complex Script Font: Not Bold, Not Highlight
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Font: Not Bold, Complex Script Font: Not Bold, Not Highlight
- Formatted: Not Highlight
- Deleted: 1
- Deleted:
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Font: Bold, Complex Script Font: Bold

- สาขาชลบุรี ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 128/32 หมู่ 11 ตำบลหนองขาม อำเภอกีราชา จังหวัดชลบุรี
- สาขานครสวรรค์ ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 1102/86 หมู่ 10 ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
- สาขาเพชรบุรี ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 179/12 หมู่ที่ 3 ตำบลบ้านหมือ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี
- สาขาสงขลา ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 136/10 หมู่ที่ 8 ตำบลท่าช้าง อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา
- สาขาอุบลราชธานี ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 171 หมู่ 2 ตำบลไรร้อย อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

- Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold
- Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold, Not Highlight
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold, Not Highlight
- Formatted: Not Highlight

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

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

3.2.5.2 การจัดทำหน่วยผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing)

ในการการจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing) นั้น โดยพนักงานของบริษัท จะโทรศัพท์ติดต่อโดยตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งเป็นลูกค้าเดิมที่ซื้อเครื่องกรองน้ำจากบริษัทและมีประวัติการผ่อนชำระที่ดี เพื่อแจ้งข้อมูล ราคา และ โปรโมชันต่างๆ เสนอให้แก่ลูกค้า โดยหากลูกค้าตกลงซื้อจะขอที่อยู่ติดต่อกลับ เพื่อส่งทีมพนักงานไปติดตั้งและรับชำระเงินในภายหลัง นอกจากนี้พนักงานสายงานบริหารลูกค้ายังรับคำสั่งซื้อสินค้าอื่น ซึ่งบริษัทได้แสดงในโบรชัวร์สินค้าที่ฝ่ายเครดิตนำไปแจกแก่ลูกค้ากลุ่มที่มีประวัติผ่อนชำระดี ซึ่งการบริหารงานขายผ่านช่องทางดังกล่าวจะทำให้การบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ บริษัทมีแผนพัฒนาขีดความสามารถในการจัดจำหน่ายทางโทรศัพท์โดยการนำโปรแกรมบริหารงานลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) ที่ทันสมัยมาใช้ ซึ่งบริษัทได้เริ่มใช้ระบบ CRM ดังกล่าวในการขายสารกรองควบคู่ไปกับการขายผ่านพนักงานขายสารกรองแบบปกติ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2556 โดย ณ 31 มีนาคม 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 21 คู่สาย

- Deleted: ¶
- Formatted: Thai Distributed Justification
- Deleted: ซึ่งบริษัทมีแผนพัฒนาโดยการนำโปรแกรมบริหารงานลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) ที่ทันสมัยมาใช้ ซึ่งคาดว่าจะดำเนินการเรียบร้อยแล้วในเดือนกรกฎาคม 2556

Formatted: Not Highlight

3.2.5.3 การจัดทำหน่วยสินค้าผ่านบริษัทอื่น

บริษัทย่อยเป็นผู้จัดทำหน่วยสินค้าเครื่องกรองน้ำ เครื่องทำน้ำแร่ และเหยือกกรองน้ำ ให้แก่บริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง ซึ่งบริษัทย่อยจะดำเนินการขายฝากสินค้าผ่านบริษัทขายตรงดังกล่าว ยกเว้นผลิตภัณฑ์รุ่น Safe Plus ที่จำหน่ายในรูปแบบขายขาด โดยบริษัทย่อยได้รับความไว้วางใจให้ผลิตสินค้าดังกล่าวตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2542 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยความพร้อมในด้านต่างๆ อาทิเช่น การค้นคว้าและวิจัยเทคโนโลยีใหม่อย่างต่อเนื่อง คุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน การจัดส่งที่ตรงตามเวลา บริการหลังการขาย การจัดอบรมความรู้ผลิตภัณฑ์ให้แก่สมาชิกเครือข่าย รวมทั้งความสัมพันธ์อันดีกับทางลูกค้า

- Deleted: รับจ้างผลิต
- Deleted: รับจ้างผลิตสินค้า
- Formatted: Not Highlight

3.2.6 นโยบายราคา

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

บริษัทมีนโยบายที่จะกำหนดราคาขายที่แน่นอนเพื่อสร้างความชัดเจนแก่ผู้บริโภค โดยแบ่งลูกค้าเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าแบบเงินสด และลูกค้าที่ซื้อแบบเงินผ่อน ซึ่งลูกค้าที่ซื้อสินค้าแบบเงินสดจะได้รับส่วนลดที่สูงกว่าลูกค้าที่ซื้อแบบเงินผ่อน โดยในส่วนของลูกค้าที่ซื้อสินค้าแบบเงินผ่อน บริษัทมีแผนการผ่อนชำระที่ชัดเจนในแต่ละช่วงเวลา โดยแยกแนวทางการผ่อนชำระเป็น 2 ประเภทสินค้า ได้แก่ สินค้าประเภทเครื่องกรองน้ำ และสินค้าประเภทสารกรอง โดยในส่วนเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health จะสามารถเลือกการผ่อนชำระได้ตั้งแต่ 2 งวด ถึง 11 งวด และสารกรองสามารถผ่อนชำระได้ตั้งแต่ 2 งวด ถึง 5 งวด ขณะที่เครื่องกรองน้ำเซฟ รุ่น Super Alkali ซึ่งเริ่มจำหน่ายตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2557 จะสามารถเลือกผ่อนชำระได้ตั้งแต่ 2 งวด ถึง 12 งวด และสารกรองสามารถผ่อนชำระได้ 6 งวด ซึ่งโดยส่วนใหญ่ลูกค้ากลุ่มเงินผ่อนมักจะมีระยะเวลาขายที่สูงสุดในแต่ละผลิตภัณฑ์

ทั้งนี้ปัจจัยหลักที่บริษัทคำนึงในการตั้งราคา ได้แก่ การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมและอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งจำหน่ายเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนรายอื่นในตลาดได้ ในขณะที่เดียวกันก็คำนึงถึงความเหมาะสมกับตำแหน่งทางการตลาดของสินค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่มีนโยบายแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งจำหน่ายเครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในครัวเรือนรายอื่น แต่จะมุ่งเน้นที่คุณภาพของสินค้า คุณภาพการให้บริการหลังการขาย และการนำเทคโนโลยีการกรองน้ำที่ทันสมัยมานำเสนอให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

3.3.1 การผลิต

ปัจจุบัน บริษัท มีโรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำทั้งสิ้น 3 แห่ง ได้แก่

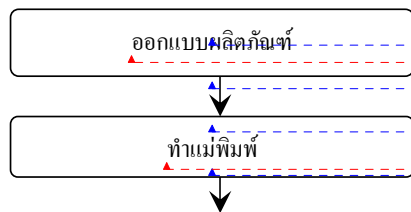
- โรงงานที่ 1 ผลิตเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น P-Health และ Extra pure New
- โรงงานที่ 2 ผลิตเครื่องกรองน้ำ รุ่น Safe Plus เครื่องทำน้ำแร่ Grand Plus และ เหยือกกรองน้ำ Purimag
- โรงงานที่ 3 ผลิตสารกรอง Silver Carbon ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลัก ใ้กรองเครื่องกรองน้ำของบริษัท

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

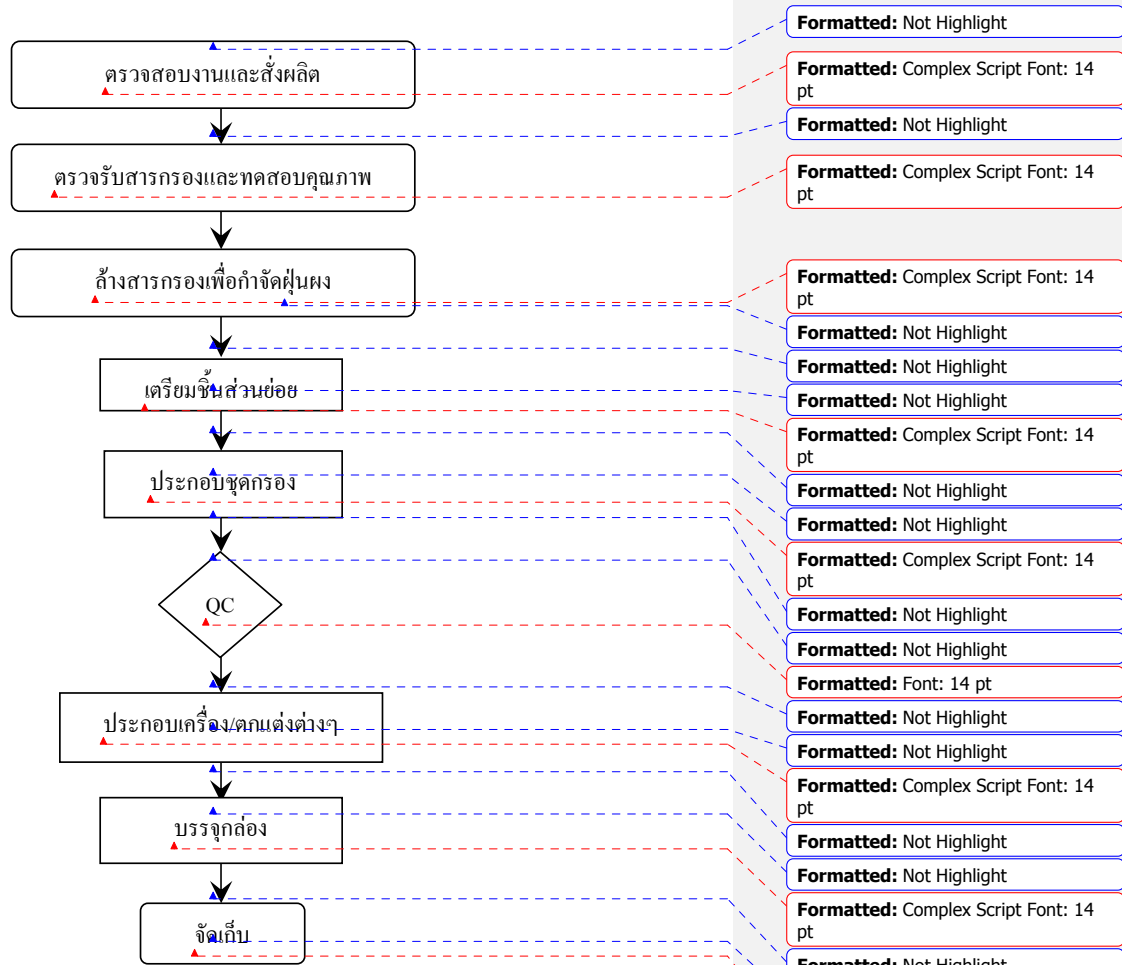
(1) กระบวนการผลิตเครื่องกรองน้ำ

กระบวนการผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัท มีขั้นตอนโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 3-4 : สรุปกระบวนการผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัท



- Deleted: เป็นอัตราคงที่
- Deleted: สำหรับ
- Deleted: ทั้ง
- Deleted: โดยบริษัทกำหนดซึ่งราคาขายสำหรับลูกค้าทั้งสองแบบเท่ากัน แต่
- Deleted: เครื่องกรองน้ำ
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Font color: Red
- Formatted: Font color: Auto, Not Highlight
- Deleted: คือ
- Deleted: ¶
- Formatted: Indent: First line: 0 cm
- Deleted: -----Page Break-----
- Formatted: Space Before: 0 pt
- Deleted: ¶
- Formatted: Space Before: 12 pt
- Deleted: ¶
- Formatted: Space After: 12 pt
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Complex Script Font: 14 pt
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Complex Script Font: 14 pt
- Formatted: Not Highlight



- การออกแบบเครื่องกรองน้ำ : ดำเนินการโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านเครื่องกรองน้ำโดยตรง โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพการกรองน้ำ ความสะดวกในการใช้งาน และรูปลักษณ์ความสวยงามของเครื่องกรองน้ำ
- การทำแม่พิมพ์ : ภายหลังจากขั้นตอนการออกแบบ บริษัทจะส่งแบบให้ผู้ผลิตทำแม่พิมพ์ส่วนต่างๆ และให้ฝ่ายวิจัยเข้าไปตรวจสอบชิ้นงานแม่พิมพ์ต้นแบบที่โรงงานผลิตเพื่อควบคุมรายละเอียดต่างๆ ของชิ้นงานให้เป็นไปตามที่ออกแบบ
- การคัดเลือกวัสดุส่วนประกอบและสารกรองน้ำ :
 วัสดุส่วนประกอบ คัดเลือกวัสดุคุณภาพ Food Grade ที่มีความแข็งแรงทนทาน และมีความเหมาะสมกับรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมีมาตรฐานความปลอดภัยระดับ Food Grade ที่สามารถใช้กับน้ำดื่มได้ โดยบริษัทจะจัดส่งแม่พิมพ์ให้แก่ผู้ผลิตเพื่อการผลิตขึ้นเป็นรูปส่วนประกอบต่างๆ ของเครื่อง ซึ่งบริษัทจะทำการคัดเลือกผู้รับจ้างมาตรฐานและมีประสบการณ์ในการผลิตขึ้นรูปเครื่องกรองน้ำเท่านั้น

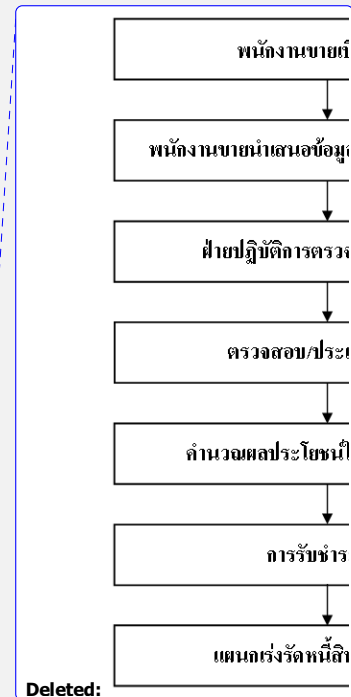
สารกรองน้ำ คัดเลือกสารกรองน้ำเกรดคุณภาพทั้งจากในประเทศและจากต่างประเทศ มีมาตรฐานสากลรับรอง นอกจากนี้ มีการทดสอบค่าการดูดซับสารเคมี (Iodine Number) ทางห้องปฏิบัติการอย่างสม่ำเสมอและมีการส่งไปยังหน่วยงานภายนอกเพื่อตรวจสอบคุณภาพเป็นประจำทุกปี รวมทั้งทำการตรวจรับวัตถุดิบว่ามีคุณสมบัติเป็นไปตามที่กำหนดไว้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

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

3.3.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน กระบวนการด้านสินเชื่อและเก็บค่างวด

3.3.2.1 การจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ

Formatted



Deleted:

ขั้นตอน	รายละเอียด
1	ทีมงานขายเบิกสินค้า
2	พนักงานขายนำเสนอข้อมูล / ลูกค้านัดสินใจซื้อ

- Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold
- Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold
- Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold
- Formatted Table
- Formatted: Thai Distributed
Justification
- Formatted: Thai Distributed
Justification
- Formatted: Bullets and Numbering

	ขั้นตอน	รายละเอียด
		<ul style="list-style-type: none"> ■ พนักงานขับรถดำเนินการติดตั้งเครื่องกรองน้ำ พร้อมตรวจสอบการใช้งานให้แก่ลูกค้า ■ ทั้งนี้บริษัทมีการควบคุมคุณภาพในการปล่อยสินเชื่อสำหรับลูกค้าผ่อนชำระดังต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> ○ บริษัทมีนโยบายให้พนักงานขายคัดกรองลูกค้าในเบื้องต้น อาทิ ลูกค้าต้องมีที่อยู่เป็นหลักแหล่งชัดเจน และมีรายได้ขั้นต่ำเกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ○ หัวหน้าทีมขายซึ่งเป็นผู้จัดทำสัญญาช่วยประเมินความสามารถในการชำระของลูกค้าอีกครั้ง ก่อนลงนามในสัญญาเช่าซื้อ ○ พนักงานเครดิตทำการตรวจสอบว่าลูกค้ามีตัวตนอยู่จริง โดยจะดำเนินการเก็บเงินค่างวด และประเมินสถานะ รวมทั้งตรวจสอบความสามารถในการจ่ายชำระของลูกค้าอีกทางหนึ่ง ○ บทลงโทษการปล่อยสินเชื่อที่ดูยคุณภาพ อาทิเช่น การเรียกคืนค่านายหน้า รวมทั้ง ค่าปรับ ซึ่งจะดำเนินการเรียกคืนค่านายหน้า และค่าปรับตั้งแต่ระดับพนักงานจนถึงระดับผู้จัดการ ตามระเบียบการที่กำหนดไว้ ○ การกำหนดการจ่ายโบนัส ซึ่งมีการจ่ายโดยอ้างอิงจากเปอร์เซ็นต์คุณภาพการขายในแต่ละไตรมาส
3	ฝ่ายปฏิบัติการตรวจสอบเอกสาร	<p>หัวหน้าทีม และ/หรือ พนักงานผู้ที่ได้รับมอบหมาย ส่งเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องให้แก่ฝ่ายปฏิบัติการ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วน โดยฝ่ายปฏิบัติการจะสอบถาม เอกสารการขายรายวัน ได้แก่ สัญญาผ่อนชำระ ใบเสร็จรับเงิน จำนวนเครื่องกรองน้ำคงเหลือ และยอดเงินสดที่น่าส่งฝ่ายการเงิน เป็นต้น</p>
4	รับชำระเงินงวดแรก	<ul style="list-style-type: none"> ■ ลูกค้าจ่ายเงินงวดแรกแก่หัวหน้าทีมขาย พร้อมรับใบรับเงินเพื่อเป็นหลักฐานการชำระเงิน ■ ฝ่ายขายนำส่งเงินงวดแรก และเอกสารที่เกี่ยวข้องแก่ฝ่ายปฏิบัติการเพื่อจัดเตรียมฐานข้อมูลของลูกค้าต่อไป <p>หมายเหตุ : บริษัทเก็บเงินสำรองจากพนักงานฝ่ายขายตามระเบียบของบริษัท เพื่อป้องกันความเสียหายกรณีทุจริต โดยจะเก็บเงินส่วนแรกเมื่อพนักงานเข้าทำงานวันแรก และส่วนที่สองจะหักเงินจากรายได้รายเดือน</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ในกรณีที่ลูกค้าเลือกจ่ายผ่อนชำระและชำระเงินงวดแรกเรียบร้อยแล้วฝ่ายปฏิบัติการจะดำเนินการจัดเตรียมการ์ดเงินผ่อนส่งให้ฝ่ายเครดิตตรวจสอบข้อมูลลูกค้า ■ หากลูกค้าผิดนัดชำระหนี้ในงวดแรก บริษัทจะดำเนินการดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> ○ งดจ่ายค่านายหน้าจากการขายสินค้าของลูกค้าดังกล่าวแก่ทีมงานขาย

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted Table

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Bullets and Numbering

Formatted: Bullets and Numbering

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Bullets and Numbering

Formatted: Thai Distributed
Justification, Indent: Left: 0.63 cm,
No bullets or numbering

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Bullets and Numbering

Deleted: ตัดไป

	ขั้นตอน	รายละเอียด
		<ul style="list-style-type: none"> ○ ดำเนินการถอดเครื่องกรองน้ำจากที่พักของลูกค้า โดยรับเครื่องกรองน้ำที่ถอดจากที่พักลูกค้า (“เครื่องถอด”) เข้าคลังสินค้า และจัดเก็บแยกจากสินค้าคงเหลือปกติ ซึ่งบริษัทจะมีการตรวจสอบและกักคุณภาพเครื่องถอด โดยเครื่องถอดที่มีสภาพดี จะได้รับการทำความสะอาด และผ่านกระบวนการปรับปรุงคุณภาพเพื่อขายเป็นสินค้าเกรดบีให้แก่พนักงานฝ่ายอื่น (ยกเว้น ฝ่ายขาย) แต่หากเครื่องถอดไม่ผ่านการกักคุณภาพหรือมีตำหนิจะนำไปแยกชิ้นส่วนเพื่อขายเป็นเศษวัสดุต่อไป ○ ปรับเงินที่มงานขาย ยกเว้นพนักงานขับรถ ตามระเบียบของบริษัท โดยบริษัทจะหักค่าปรับดังกล่าวจากค่านายหน้าที่ยังค้างจ่ายจะได้รับในงวดถัดไป รายละเอียดดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> ▪ กรณีถอดเครื่องกรองน้ำจากลูกค้าได้ : ปรับเงินที่มงานขาย รวมจำนวน 400 บาท ▪ กรณีถอดเครื่องกรองน้ำจากลูกค้าไม่ได้ : ปรับที่มงานขาย รวมจำนวน 3,375 บาท ลูกค้าที่ถอดเครื่องกรองน้ำไม่ได้จะถูกส่งเรื่องไปยังฝ่ายเร่งรัดหนี้สินเพื่อติดตามหนี้ และ ฝ่ายปฏิบัติการจะส่งจดหมายทวงถามหนี้ไปยังลูกค้า และอาจพิจารณาดำเนินคดีตามความเหมาะสมต่อไป
5	ตรวจสอบ/ประเมินเครดิต	ฝ่ายเครดิตไปพบลูกค้าตามที่อยู่ในสัญญาเช่าซื้อ เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติด้านเครดิตและความมีตัวตนตามคู่มือการปฏิบัติงานฝ่ายเครดิต
6	คำนวณผลประโยชน์ให้ที่มงานฝ่ายขาย	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ที่มงานฝ่ายขายประกอบด้วย 1) ผู้จัดการฝ่าย 2) ผู้จัดการสาย 3) ผู้ช่วยผู้จัดการสาย 4) ซุปเปอร์ไวเซอร์ 5) หัวหน้าทีม 6) พนักงานขาย และ 7) พนักงานขับรถ ▪ ที่มงานขายได้รับผลประโยชน์หลัก คือ 1) เงินเดือน 2) ค่านายหน้า 3) โบนัส และ 4) อื่นๆ เช่น เงินช่วยเหลือค่าครองชีพ และเงินพิเศษ เป็นต้น <ul style="list-style-type: none"> ○ เงินเดือน : บริษัทจ่ายเงินเดือนในอัตราที่กำหนดแก่พนักงานขายแบบรายปี*และ พนักงานระดับอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการสาย ผู้ช่วยผู้จัดการสาย ซุปเปอร์ไวเซอร์ หัวหน้าทีม และ พนักงานขับรถแบบรายเดือน หมายเหตุ : * ตามระเบียบของบริษัท เงินเดือนของพนักงานขายจะเรียกว่า “ค่าจ้าง” ซึ่งพนักงานขายจะได้รับค่าจ้างตามวันที่มาปฏิบัติงานและมียอดขายตามที่บริษัทกำหนด ○ ค่านายหน้า : บริษัทจ่ายค่านายหน้าแก่ที่มงานขายทุกระดับแบบรายปี*ในอัตราที่กำหนด โดยพิจารณาจากจำนวนสินค้าที่ขายได้

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted Table

Formatted: Thai Distributed
Justification, Indent: Left: 3.17 cm

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Bullets and Numbering

Formatted: Bullets and Numbering

	ขั้นตอน	รายละเอียด
		<p>โดยจ่ายภายในปีถัดไปภายหลังจากที่เก็บเงินงวดแรกจากลูกค้าได้ รายละเอียดดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ หากลูกค้าชำระเงินงวดแรกเรียบร้อยแล้วและผ่านการประเมินของฝ่ายเครดิต ฝ่ายปฏิบัติการเพื่อคำนวณค่านายหน้าให้แก่ทีมงานขายทุกระดับ ▪ หากลูกค้าไม่ชำระค่าสินค้าในงวดแรก บริษัทจะงดจ่ายค่านายหน้าและปรับเงินทีมงานขาย (รายละเอียดตามขั้นตอนที่ 4) ▪ ในกรณีที่ลูกค้าเริ่มผิดนัดชำระหนี้ตั้งแต่งวดที่สองเป็นต้นไป และค้างชำระหนี้รวม 2-3 งวด บริษัทจะเรียกคืนค่านายหน้าที่จ่ายแก่ทีมงานขายในทุกระดับตามที่บริษัทกำหนด โดยจะหักกับรายได้ที่พนักงานจะได้รับในงวดถัดไป ▪ บริษัทคำนวณผลประโยชน์ของพนักงานผ่าน 2 ระบบ คือ 1) ระบบคอมพิวเตอร์ และ 2) ระบบ Manual ซึ่งบริษัทอยู่ระหว่างการพัฒนาาระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อลดการคำนวณผ่านระบบ Manual <p>○ โบนัส : บริษัทจ่ายโบนัสแก่ทีมงานขายในอัตราที่กำหนดโดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ยอดขาย คุณภาพของลูกค้า และอายุงาน เป็นต้น โดยคำนวณโบนัสทุก 6 ปี (รายไตรมาส หรือ 3 เดือน) และจ่ายโบนัสภายในปีที่ 2 ถัดไป</p> <p>○ เงินช่วยเหลือค่าครองชีพ : พนักงานขายใหม่ ซึ่งเริ่มทำงานกับบริษัท จะได้รับเงินช่วยเหลือค่าครองชีพ ตามระเบียบของบริษัท สรุปรายละเอียดได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ พนักงานขายใหม่ ไม่มีประสบการณ์ : พนักงานมีสิทธิได้รับเงินวันละ 300 บาท โดยจ่ายเป็นรายวัน 200 บาท และส่วนที่เหลือ 100 บาทจะจ่ายรวมกับเงินเดือนเป็นรายปี หากทำงานกับหัวหน้าทีมขายจนถึงวันที่รับเงินเดือนในปีถัดไป โดยบริษัทจะจ่ายเงินช่วยเหลือค่าครองชีพสูงสุดไม่เกิน 60 วัน ▪ พนักงานขายใหม่ที่มีประสบการณ์ : พนักงานมีสิทธิได้รับเงินวันละ 500 บาท โดยจ่ายเป็นรายวัน 300 บาท และส่วนที่เหลือ 200 บาทจะจ่ายรวมกับเงินเดือนเป็นรายปี โดยบริษัทจะจ่ายเงินช่วยเหลือค่าครองชีพสูงสุดไม่เกิน 30 วัน
7	รับชำระเงินตั้งแต่งวด	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ฝ่ายเครดิตเดินทางไปเก็บเงินจากลูกค้าแบบผ่อนชำระ ตามสถานที่ซึ่งระบุ

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted Table

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Bullets and Numbering

	ขั้นตอน	รายละเอียด									
	ที่สองเป็นต้นไป	ไว้ในสัญญาเช่าซื้อ โดยกรณีที่เกี่ยวข้องกับเงินจากลูกค้าในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พนักงานฝ่ายเครดิตจะนำเงินเข้ามาส่งที่บริษัทในวันรุ่งขึ้น ส่วนกรณีที่ไม่สามารถเข้าบริษัทได้ หรือกรณีที่เก็บเงินพื้นที่อื่นในต่างจังหวัด พนักงานเครดิตจะโอนเงินผ่านช่องทางชำระเงินที่บริษัทกำหนด เช่น โอนเงินผ่านธนาคาร หรือ ผ่านเคาท์เตอร์เซอร์วิส เป็นต้น หมายเหตุ : บริษัทเก็บเงินสำรองจากพนักงานฝ่ายเครดิตตามระเบียบของบริษัท เพื่อป้องกันความเสียหายกรณีทุจริต โดยจะเก็บเงินส่วนแรกเมื่อพนักงานเข้าทำงานวันแรก และส่วนที่สองจะหักเงินจากรายได้รายเดือน									
8	แผนกรังรัดหนี้สินติดตามหนี้	หากฝ่ายเครดิตไม่สามารถตามเก็บชำระหนี้จากลูกค้ารวมสองถึงสามงวด จะมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> ▪ ฝ่ายเครดิต จะส่งเรื่องกลับไปให้ฝ่ายขายเพื่อให้พนักงานขายที่เป็นผู้ขายสินค้าให้แก่ลูกค้าดังกล่าวติดตามการรับชำระหนี้หรือถอดเครื่อง ▪ หากทีมงานขายดังกล่าวยังไม่สามารถเรียกเก็บชำระหนี้ได้ หรือ ถอดเครื่องได้ จะส่งเรื่องต่อไปที่แผนกรังรัดหนี้สินเป็นผู้ติดตามและเรียกเก็บหนี้ ▪ แผนกรังรัดหนี้สินเป็นผู้ติดตามและเรียกเก็บหนี้ โดยหากลูกค้ายังไม่สามารถทำการจ่ายชำระหนี้ จะดำเนินการถอดเครื่องร่อนน้ำจากที่פקลูกค้า ▪ บริษัทเรียกคืนค่านายหน้าที่ยจ่ายแก่ทีมงานฝ่ายขายในทุกระดับตามที่บริษัทกำหนด โดยจะหักกับรายได้ที่พนักงานจะได้รับในงวดถัดไป ▪ ฝ่ายปฏิบัติการจะส่งจดหมายทวงถามหนี้ไปยังลูกค้าที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ทั้งหมด รวม 2 ครั้งและอาจพิจารณาดำเนินคดีตามความเหมาะสมต่อไป 									
9	ฝ่ายบัญชีบันทึกบัญชี										
9.1	สำรองหนี้สงสัยจะสูญ	บริษัทมีการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกค้าที่คาดว่าจะชำระหนี้ไม่ได้ ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> ▪ ลูกค้าซื้อเงินสดและเงินเชื่อจากการขายตรง : สำรองหนี้สงสัยจะสูญตามแบบเฉพาะเจาะจง โดยลูกค้าที่คาดว่าจะชำระหนี้ไม่ได้ จะสำรองหนี้สูญ 100% ส่วนสำหรับลูกค้าที่เงินสดและเงินเชื่อจากการขายตรงตั้งแต่เดือนกันยายน 2556 เป็นต้นไป บริษัทจะตั้งสำรองหนี้สูญจากรายงานวิเคราะห์อายุลูกค้า โดยลูกค้าที่ค้างชำระเกิน 30 วัน จะมีการตั้งสำรอง 100% ▪ ลูกค้าซื้อเงินผ่อน : บริษัทดำเนินการสำรองหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกค้าที่ผ่อนชำระที่ผิดนัดชำระหนี้โดยทั่วไปดังนี้ <table border="1" data-bbox="478 1702 1085 1825"> <thead> <tr> <th>งวดที่ผิดนัดชำระ</th> <th>การตั้งสำรอง*</th> <th>การรับรู้รายได้ดอกเบี้ย</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>5%</td> <td>บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>15%</td> <td>บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย</td> </tr> </tbody> </table>	งวดที่ผิดนัดชำระ	การตั้งสำรอง*	การรับรู้รายได้ดอกเบี้ย	1	5%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย	2	15%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย
งวดที่ผิดนัดชำระ	การตั้งสำรอง*	การรับรู้รายได้ดอกเบี้ย									
1	5%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย									
2	15%	บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ย									

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted Table

Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold

Formatted: Thai Distributed
Justification, Indent: Left: 0.63 cm,
No bullets or numbering

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Bullets and Numbering

Formatted: Centered

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Right

Deleted: ๑

Deleted: ฝ่ายบัญชีสำรองหนี้สงสัยจะ
สูญ

Formatted: Thai Distributed
Justification

Formatted: Bullets and Numbering

Formatted: Not Highlight

Formatted: Not Highlight

Formatted: Thai Distributed
Justification, No bullets or numbering

Formatted: Underline

Formatted: Underline

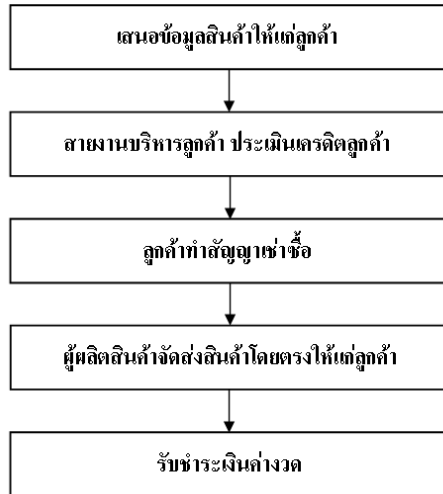
Formatted: Underline

Formatted: Thai Distributed
Justification

	ขั้นตอน	รายละเอียด
		<p>3 30% บริษัทรับรูรายได้ดอกเบี้ย เกินกว่า 3 งวด 100% บริษัททยอยรับรู้รายได้ดอกเบี้ย</p> <p>หมายเหตุ : * คือ การตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ เมื่อบริษัทออก legal notice แก่ลูกหนี้ครบ 2 ครั้ง บริษัทจะดำเนินการล้าง รายการหนี้สงสัยจะสูญ รายการลูกหนี้คงค้าง และบันทึกบัญชีหนี้สูญ</p>
9.2	สำรองค่าเพื่อการรับประกันสินค้าตามนโยบายรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า	<p>บริษัทมีนโยบายการรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถคืนสินค้าภายในเวลา 30 วันนับจากวันที่ติดตั้ง ซึ่งบริษัทได้เริ่มตั้งสำรองค่าเพื่อการคืนสินค้าดังกล่าวในปี 2556 โดยอ้างอิงจากสถิติการคืนสินค้าของลูกค้าในอดีต คือ ปี 2555</p> <p>ปัจจุบันบริษัทสำรองค่าเพื่อการรับประกันสินค้าเท่ากับร้อยละ 1.36 ของยอดขายสินค้า โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 มีการตั้งประมาณการค่าเพื่อการรับประกันสินค้า เท่ากับ 0.93 ล้านบาท</p>
9.3	สำรองค่าเพื่อการเปลี่ยน/ซ่อมสินค้าให้แก่ลูกค้าตามนโยบายรับประกันคุณภาพสินค้า	<p>บริษัทมีนโยบายเปลี่ยน และ/หรือ ซ่อมสินค้าให้แก่ลูกค้าตามนโยบายรับประกันคุณภาพสินค้าภายในเวลา 2 ปี นับจากวันที่ติดตั้ง โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 มีการตั้งประมาณการหนี้สินจากค่าเพื่อการเปลี่ยน/ซ่อมสินค้าเท่ากับ 3.08 ล้านบาท</p>

- Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold
- Formatted Table
- Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold
- Formatted: Font: Bold, Complex Script
Font: Bold
- Formatted: Underline
- Formatted: Thai Distributed
Justification, Indent: Left: 0.63 cm,
No bullets or numbering
- Deleted: ผิดนัดชำระครั้งที่ 1) ตั้ง
... [392]
- Formatted ... [393]
- Formatted: Right
- Formatted ... [394]
- Deleted: xx
- Deleted: xx
- Deleted: xx
- Deleted: 02
- Formatted ... [395]
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Not Highlight
- Deleted: ธันวาคม
- Deleted: 6
- Formatted: Not Highlight
- Formatted ... [396]
- Formatted: Not Highlight
- Deleted: 62
- Formatted ... [397]
- Formatted: Not Highlight
- Formatted ... [398]
- Formatted ... [399]
- Deleted: ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555
... [400]
- Deleted: 30 กันยายน
- Formatted: Not Highlight
- Deleted: ธันวาคม
- Formatted: Not Highlight
- Deleted: 41
- Deleted: 0.57
- Formatted: Not Highlight
- Deleted: 11

3.3.2.2 - การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่น



ขั้นตอน	รายละเอียด
1	เสนอข้อมูลสินค้าให้แก่ลูกค้า
2	สาขางานบริหารลูกค้า ประเมินเครดิตลูกค้า
3	ลูกค้าทำสัญญาสั่งซื้อ
4	ผู้ผลิตสินค้าจัดส่งสินค้าโดยตรงให้แก่ลูกค้า
5	รับชำระเงินค่างวด

3.3.3 การจัดหาวัตถุดิบ

3.3.3.1 วัตถุดิบในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเครื่องกรองน้ำของบริษัท ได้แก่ โครงสร้างตัวถังเครื่องกรองน้ำ (Housing) และสารกรอง (Filter Media) ซึ่งบริษัทจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่ผ่านผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศหลายราย 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 โดย
 เป็นรับผู้สมัครทั้งจากผู้ที่สนใจสมัครโดยตรงและจากการแนะนำผ่านพนักงานปัจจุบัน หลังขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากร
 บริษัทจะจัดฝึกอบรมพนักงานใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในสินค้าเป็นอย่างดี รวมถึงการจัดฝึกอบรมเพื่อสร้างทักษะการ
 ขายและเข้าใจถึงจิตวิทยาการขาย และจัดทำคู่มือการขายเพื่อให้พนักงานขายทุกคนใช้เป็นแนวทางในการขายสินค้า โดย ณ
 วันที่ 31 มีนาคม 2557 บริษัทและบริษัทย่อยมีจำนวนพนักงานฝ่ายขายและการตลาดทั้งหมด 936 คน ทั้งนี้ฝ่ายขายและ
 การตลาดจัดกิจกรรมสัมมนาเป็นประจำทุกไตรมาส โดยการให้รางวัลแก่กลุ่มพนักงานขายที่สามารถทำยอดขายได้เกินเป้า
 ที่ตั้งไว้ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้พนักงานขายมีความมุ่งมั่นในการขาย และเป็นการสนับสนุนพนักงานขายที่มีคุณภาพให้
 อยู่ทำงานกับบริษัทในระยะยาว

3.4 การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

3.4.1 การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีการบริหารจัดการในกรณีที่ยึดเครื่องคืนมาจากลูกค้า หรือรับคืนเครื่องเก่ามาจากลูกค้า หรือของเสียใน
 การผลิต ได้แก่ พลาสติก และสารกรอง ส่วนสารกรองนั้น บริษัทได้จำแนกออกเป็นสารกรองที่ดีกับสารกรองคุณภาพต่ำ
 โดยสารกรองที่ดีนั้นบริษัทจะนำมาปรับปรุงคุณภาพ เพื่อขายให้แก่ผู้ผลิตเครื่องกรองน้ำที่ไม่ใช่เครื่องกรองน้ำเพื่ออุปโภค
 บริโภคในครัวเรือน อาทิเช่น เครื่องกรองน้ำสำหรับใช้ในอุตสาหกรรม เป็นต้น ในส่วนของสารกรองคุณภาพต่ำนั้น บริษัท
 นำมาผ่านกระบวนการอัดทำเป็นอิฐมวลเบาเพื่อใช้งานภายใน นอกจากนี้บริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทั้งตาม
 มาตรฐานน้ำทิ้งของกระทรวงอุตสาหกรรม

3.4.2 การจัดการด้านความปลอดภัย

ความปลอดภัยของพนักงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญมาโดยตลอด โดยได้มีการกำหนดขั้นตอน
 แห่งความปลอดภัยไว้ในคู่มือการทำงานของระบบผลิต (Work Instruction) เพื่อให้พนักงานผลิตปฏิบัติตาม รวมทั้งจัดให้มี
 อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่เหมาะสมกับพนักงานในแต่ละหน้าที่ นอกจากนี้บริษัทยังมีการจัดตั้งคณะกรรมการ
 ความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด ทั้งนี้ในกระบวนการผลิตที่ผ่านมาของบริษัทไม่มี
 อุบัติเหตุร้ายแรงแต่อย่างใด

- Formatted: Thai Distributed Justification
- Deleted: 31 มีนาคม 2556
- Deleted: ชันวา
- Formatted: Not Highlight
- Deleted: 30 กันยายน
- Deleted: มิถุน
- Deleted: 1ชน
- Formatted: Not Highlight
- Deleted: 6
- Formatted: Not Highlight
- Deleted: 1,034
- Deleted: 1,
- Deleted: 1,712
- Deleted: 151
- Deleted: 15
- Formatted: Thai Distributed Justification
- Formatted: Not Highlight
- Formatted: Thai Distributed Justification