

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

2.1.1 การจัดตั้งบริษัท

บริษัท เจริญสุรัตน์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) หรือเดิม บริษัท เจริญสุรัตน์ จำกัด ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2535 มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท โดยมีจุดมุ่งหมาย คือ การผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำแบบขายตรง ซึ่งเริ่มจากเครื่องกรองน้ำแบบท่อคู่ และได้พัฒนาเรื่อยมาจนเป็นเครื่องกรองน้ำที่มีระบบการกรองหลายระบบ เพื่อให้หน้าที่ผ่านการกรองมีคุณภาพปลอดภัยรวมทั้งมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยในปี 2556 บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เจริญสุรัตน์ จำกัด (มหาชน)

ปัจจุบัน บริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ โดยใช้ระบบการขายแบบขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Direct Sale) ในการจำหน่ายเครื่องกรองน้ำมาตั้งแต่ปี 2519 รวมเป็นเวลากว่า 35 ปี ปัจจุบันมีลูกค้าอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล รวมถึงตามหัวเมืองหลักในต่างจังหวัด นอกจากนี้ บริษัทย่อยของบริษัทคือ บริษัท เซฟเทรค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำ

2.1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

-
- 2519 - ในปี 2519 โดย นายวิวัฒน์ แจ่มอยู่ ซึ่งดำรงตำแหน่งหัวหน้าห้องทดลองคุณภาพน้ำของการประปานครหลวง ได้เริ่มดำเนินธุรกิจรับปรึกษาและติดตั้งระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำในนามห้างหุ้นส่วนจำกัด “วัฒนบุตร” มีทุนจดทะเบียน 500,000 บาท ดำเนินธุรกิจด้านผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำภายในครัวเรือน
- บริษัทตั้งโรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำแห่งแรกที่ซอยเทพพนม (ปัจจุบันเรียกว่า “โรงงานที่ 2”) ตั้งอยู่ที่ 167/2 ซ.เทพพนม ถ.ติวานนท์ ต.บางกะสอ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี
 - เครื่องกรองน้ำรุ่นแรกที่ผลิต คือ รุ่น L302 เป็นระบบท่อคู่ โดยใช้ระบบขายตรงแบบผ่อนชำระ ให้พนักงานขายไปขายเครื่องกรองน้ำให้กับลูกค้าตามบ้านในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
-
- 2535 - จดทะเบียนจัดตั้งใหม่เป็น “บริษัท เจริญสุรัตน์ จำกัด” มีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท และตั้งโรงงานผลิตเครื่องกรองน้ำ (ปัจจุบันเรียกว่า “โรงงานที่ 1”) บนเนื้อที่ประมาณ 1 ไร่ ตั้งอยู่ที่ 167/4 ซ.เทพพนม ถ.ติวานนท์ ต.บางกะสอ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี
- ซื่อสำนักงานเพื่อใช้สำหรับเป็นที่ทำการของบริษัทเป็นครั้งแรก ตั้งอยู่ที่ 24/26-28 ถ.สามัคคี ต.ท่าทราย อ.เมือง จ.นนทบุรี เป็นอาคารพาณิชย์ จำนวน 9 คูหา และจัดสร้างอพาร์ทเมนต์ 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 เซฟเทรค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด” โดยมีวัตถุประสงค์ คือเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องทำน้ำแร่ รุ่น Safe Mineral Pot (ปัจจุบัน คือ รุ่น Safe Plus) และผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำและน้ำดื่ม ให้แก่บริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง
-

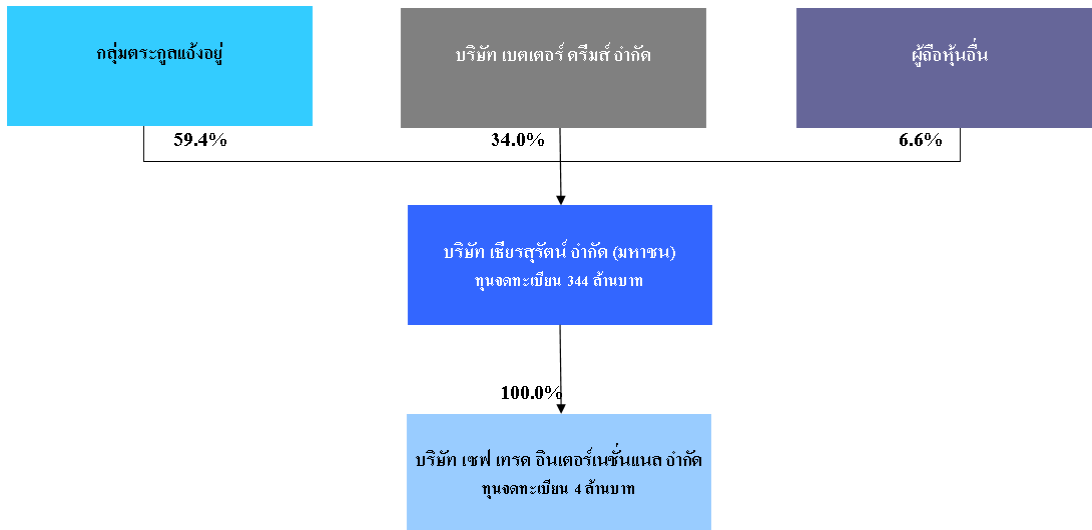
- 2542 - เพื่อนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานให้กับลูกค้า ในช่วงปลายปี 2542 บริษัทได้ทำการคิดค้นพัฒนาเครื่องกรองน้ำให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการเปลี่ยนจากการผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำรุ่นท่อคู่ซึ่งก็คือ รุ่น L302 มาเป็นเครื่องกรองน้ำประกอบด้วยท่อกรอง 5 ท่อ ซึ่งก็คือเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power 5 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 - บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของการเสริมสุขภาพผู้บริหาร โดยการดื่มน้ำกรองที่มีการเพิ่มแร่ธาตุให้กับร่างกาย 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
 - บริษัทซื้อที่ดินอาคารที่พักอาศัยของพนักงาน จากนายวิวัฒน์ แจ่มอยู่ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท เพื่อใช้อาคารเป็นสวัสดิการที่พักอาศัยแก่พนักงานของบริษัท โดยราคาซื้อขายอ้างอิงจากราคาประเมินโดยผู้ประเมินราคาอิสระ
 - บริษัทปรับ โครงสร้างธุรกิจ โดยการซื้อเครื่องจักร อุปกรณ์ และสินค้าคงเหลือจาก บริษัท เบตเตอร์ดริมส์ จำกัด และเป็นผู้ดำเนินการผลิตสินค้าเองทั้งหมดนับตั้งแต่ปี 2554 โดยราคาซื้อขายอ้างอิงจากมูลค่าทางบัญชีของสินทรัพย์
- 2555 - บริษัทดำเนินการซื้อที่ดินประมาณ 1 ไร่ บริเวณตรงข้ามกับสำนักงานใหญ่ปัจจุบัน เพื่อขยายพื้นที่จอดรถของพนักงานขาย
- 2556 - บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เขียวสุรัตน์ 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
 - บริษัทดำเนินการซื้อที่ดินเพิ่มเติม เนื้อที่ประมาณ 2 งาน บริเวณตรงข้ามกับสำนักงานใหญ่ปัจจุบัน เพื่อขยายพื้นที่จอดรถของพนักงานขาย
-
- 2557 - เดือนมกราคมและเดือนเมษายน บริษัทได้ซื้อและจดทะเบียนรับโอนที่ดินเปล่า 2 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ติดกับพื้นที่เดิมของบริษัทที่จังหวัดปทุมธานี เนื้อที่รวม 300 ตารางวา รวมมูลค่า 2,100,000 บาท เพื่อเป็นพื้นที่ผลิตสินค้าในอนาคต
- เดือนกุมภาพันธ์ บริษัทได้ลงนามในสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินเปล่าตั้งอยู่ติดกับสำนักงานใหญ่ของบริษัท เนื้อที่ 1 ไร่ 46 ตารางวา มูลค่ารวม 22,300,000 บาท เพื่อเตรียมรองรับการขยายตัวของธุรกิจต่อไปในอนาคต โดยจะดำเนินการจดทะเบียนรับโอนที่ดินเดือนพฤษภาคม 2557
 - เดือนกุมภาพันธ์ บริษัทเปิดตัวเครื่องกรองน้ำรุ่นใหม่ เครื่องกรองน้ำ เซฟ รุ่น SUPER ALKALI ซึ่งมีเทคโนโลยีการกรองที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจากเครื่องกรองน้ำ Safe รุ่น Power-Health โดยได้เสริมสารกรองหินแร่อัลคาไลน์ ซึ่งช่วยปรับสภาพน้ำกรองให้มีความเป็นด่างอ่อนๆ ช่วยปรับสมดุลในร่างกาย
 - เดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน บริษัทขยายการดำเนินงานในภูมิภาค โดยเปิดสาขาหลัก จำนวน 1 สาขา ได้แก่ สาขาพิษณุโลก และสาขารอง จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรบุรี, สงขลา, และอุบลราชธานี เพื่อสนับสนุนการขายเครื่องกรองน้ำและสารกรอง รวมทั้งการให้บริการหลังการขาย
 - เดือนเมษายน บริษัท เซฟ เทค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด บริษัทย่อย ได้ย้ายสำนักงานใหญ่ไปอยู่ที่ 162, 164, 166 ถนนสามัคคี ตำบลท่าทราย อำเภอหนองปรือ จังหวัดนนทบุรี โดยเป็นการเช่าจากบริษัท เชียรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน) เพื่อสอดคล้องกับการขยายการดำเนินงานของบริษัท
 - เดือนพฤษภาคม จ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานปี 2556 อยู่ที่ 0.10 บาท/หุ้น คิดเป็นเงินทั้งสิ้น 25,800,000 บาท โดยปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้นในวันที่ 4 เมษายน 2557 และกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 23 พฤษภาคม 2557
-

2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

แผนภาพที่ 2-1 : โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท เชียรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 25 ตุลาคม 2556



2.2.1 บริษัท เชียรสุรัตน์ จำกัด (มหาชน)

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

2.2.2 บริษัท เซฟ เทรด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

บริษัท ย่อยดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องทำน้ำแร่ เครื่องกรองน้ำ เหยือกกรองน้ำ และน้ำดื่มผสมแร่ธาตุ เป็นต้น โดยจัดจำหน่ายผ่านบริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง

2.3 โครงสร้างรายได้

บริษัท แบ่งรายได้จากการขายเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

- **รายได้จากการขายผ่านช่องทางขายตรง** : มีรายได้หลักจากการขายเครื่องกรองน้ำและรายได้จากการขายสารกรองซึ่งใช้สำหรับเครื่องกรองน้ำของบริษัท
- **รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทอื่น** : เป็นรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทขายตรงขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง

สัดส่วนรายได้จากการขายแยกตามแต่ละประเภท แสดงตามตาราง ดังนี้

รายได้จากการขาย (ปรับปรุงเพื่อการวิเคราะห์)	ปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม						งวด 3 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม				
	2554		2555		2556		2556		2557		
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	
รายได้จากการขายตรง											
- ขายตรงแบบเงินสด	119.27	13.5	116.16	11.9	126.50	13.3	34.92	15.5	31.98	14.1	
- ขายตรงแบบผ่อนชำระ	671.41	76.2	773.53	79.4	739.01	77.5	171.31	76.0	181.03	79.8	
รวมรายได้จากการขายตรง	790.68	89.7	889.69	91.4	865.51	90.7	206.23	91.5	213.01	93.9	
จัดจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทอื่น	90.48	10.3	83.96	8.6	88.63	9.3	19.10	8.5	13.80	6.1	
รวมรายได้จากการขาย	881.16	100.0	973.65	100.0	954.14	100.0	225.33	100.0	226.81	100.0	

(หมายเหตุ : รายได้จากการขาย ต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายในการขาย และค่าใช้จ่ายในการบริหาร ถูกปรับปรุงเพื่อวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบ โปรดพิจารณาเพิ่มเติมในหัวข้อ 12.2.1 – การปรับปรุงงบการเงินเพื่อวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์)

2.4 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

2.4.1 เพิ่มส่วนแบ่งและมูลค่าตลาดในประเทศ

บริษัทคาดว่าตลาดเครื่องกรองน้ำภายในครัวเรือนในประเทศ จะมีอัตราการเติบโตที่สูงจากกระแสการดูแลสุขภาพและความงาม ซึ่งการค้ำน้ำสะอาดจากเครื่องกรองน้ำจะเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมสุขภาพที่มีต้นทุนต่ำ จากการประเมินผู้บริหารของบริษัท ในปี 2556 ตลาดเครื่องกรองน้ำที่ใช้ในครัวเรือน (ไม่รวมตลาดเครื่องกรองน้ำอุตสาหกรรม) มีมูลค่าประมาณ 5,500 ล้านบาท โดยบริษัทประมาณการส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 16 ทั้งนี้บริษัทตั้งเป้าที่จะขยายส่วนแบ่งทางการตลาดให้ครอบคลุมพื้นที่ในต่างจังหวัดให้มากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายจะขยายส่วนแบ่งเป็นร้อยละ 25 ภายในปี 2559 ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้ดำเนินการเปิดสาขาหลัก 4 สาขาในส่วนภูมิภาค ได้แก่ สาขาเชียงใหม่ สาขานครศรีธรรมราช สาขาร้อยเอ็ด และสาขาพิษณุโลก และเปิดดำเนินการสาขารอง 6 สาขา ซึ่งรับผิดชอบในการจำหน่ายสารกรอง และเป็นศูนย์บริการ ได้แก่ สาขานครราชสีมา สาขาชลบุรี สาขานครสวรรค์ สาขาเพชรบุรี สาขาสงขลา และสาขาอุบลราชธานี รวมถึงปรับปรุงการดำเนินการของสาขาหลักให้มีความสมบูรณ์แบบ (Stand Alone Branch) เพื่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยทางสำนักงานใหญ่จะควบคุมในส่วนของบริษัทผ่านระบบ IT ที่ได้ดำเนินการวางระบบไปแล้วบางส่วน โดยสาขาที่จะดำเนินการนำร่องได้แก่ สาขาเชียงใหม่ ซึ่งจะครอบคลุมตลาดในภาคเหนือ

นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งจะขยายมูลค่าตลาดเครื่องกรองน้ำในครัวเรือน โดยดำเนินการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ของน้ำสะอาด ควบคู่ไปกับคุณสมบัติและประสิทธิภาพการกรองน้ำของเครื่องกรองน้ำของบริษัทที่มีการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากการดำเนินการดังกล่าว บริษัทเชื่อว่าจะสามารถกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ในตลาดเครื่องกรองน้ำมากยิ่งขึ้น

2.4.2 ขยายตลาดเครื่องกรองน้ำไปยังประเทศใกล้เคียง

จากประสบการณ์ในการผลิตและจำหน่ายเครื่องกรองน้ำของบริษัทมาอย่างยาวนาน บริษัทเชื่อมั่นว่าจากการเปิดตลาด AEC จะส่งผลให้บริษัทสามารถขยายธุรกิจไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยในเบื้องต้น บริษัทมีแผนทำการตลาดเครื่องกรองน้ำในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งในปัจจุบันได้เริ่มมีผู้นำเครื่องกรองน้ำของบริษัทเข้าไปจำหน่าย

ในกลุ่มประเทศดังกล่าวข้างต้น โดยบริษัทจะเริ่มทำตลาดผ่านช่องทางขายตรง ร่วมกับลูกค้าในประเทศนั้นๆ ซึ่งอยู่ระหว่างการเจรจากับลูกค้าที่เหมาะสมในแต่ละประเทศ ซึ่งบริษัทเชื่อมั่นว่าตลาดในประเทศดังกล่าวจะทำให้การตอบรับเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศดังกล่าวให้การยอมรับและเชื่อมั่น ในคุณภาพของสินค้าจากประเทศไทย

2.4.3 เสริมช่องทางการขายเพิ่มเติม

บริษัทจำหน่ายเครื่องกรองน้ำส่วนใหญ่ผ่านช่องทางการขายตรงผ่านทีมพนักงานขาย ซึ่งบริษัทเชื่อว่ายังคงเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมที่สุด อย่างไรก็ตามเพื่อเสริมสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมตลาดให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น บริษัทได้เสริมช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มเติม อาทิ การจำหน่ายสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales & Telemarketing) และทางช่องทางอินเทอร์เน็ต (E-commerce) โดยระบบดังกล่าวจะรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้าผ่านระบบบริหารงานลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) ซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ บริษัทได้จัดตั้งศูนย์ Call Center และได้เริ่มทดลองใช้ระบบ CRM ในการขายสารกรองแก่ลูกค้าเดิมของบริษัทควบคู่ไปด้วย ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2556 นอกจากนี้บริษัทยังได้เริ่มวางแผน การขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ ได้แก่ โครงการอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งคาดว่าจะเป็กลุ่มที่สำคัญของบริษัทในอนาคต

2.4.4 เพิ่มความหลากหลายของสินค้า

บริษัทได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มสินค้าที่ใช้ในครัวเรือนอื่นๆ ที่มีคุณสมบัติโดดเด่นที่จะสามารถจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่บริษัทได้จัดวางไว้ โดยสินค้านี้จะสามารถเสริมความหลากหลายในการนำเสนอสินค้าผ่านทีมงานขายของบริษัท รวมทั้งสามารถทำให้บริษัทได้ประโยชน์จากฐานลูกค้าชั้นดีซึ่งผ่อนชำระค่าสินค้าครบถ้วนแล้ว จะสามารถเริ่มซื้อสินค้าอื่นเพิ่มเติมกับบริษัทได้อีก

2.5 นโยบายองค์กร

วิสัยทัศน์ (Vision) มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องกรองน้ำในระบบขายตรงอันดับ 1 ของประเทศ โดยพัฒนาคุณภาพด้านการผลิต การขาย การให้บริการ และการพัฒนานวัตกรรม 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