



# HMPRO

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / พาณิชยกรรม

<http://www.homepro.co.th>

## ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจค้าปลีก โดยจำหน่ายสินค้า และให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ตกแต่ง ต่อเติม ซ่อมแซม ปรับปรุง อาคาร บ้าน และที่อยู่อาศัยแบบครบวงจร (One Stop Shopping Home Center) โดยใช้ชื่อ โฮมโปร (HomePro) เป็นเครื่องหมายการค้าของบริษัท

## การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทได้ให้ความร่วมมือและดำเนินการสอดคล้องกับมาตรการและคำสั่งของหน่วยงานรัฐอย่างเต็มที่เพื่อช่วยจำกัดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยถือเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ บริษัทได้ประเมินสถานการณ์อย่างต่อเนื่องและดำเนินการตามมาตรการที่เหมาะสมเพื่อรองรับความต้องการจับจ่ายใช้สอยของลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการที่จำเป็นเร่งด่วนต่อการซ่อมแซมบ้านและที่อยู่อาศัย กลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาความสะอาด กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลสุขภาพ กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการทำงานที่บ้าน รวมถึงกลุ่มเครื่องครัวและเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน



ตั้งแต่ช่วงต้นของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 บริษัทได้แต่งตั้ง**คณะกรรมาธิการกลางพิเศษเพื่อ** **เฝ้าระวังและบริหารความเสี่ยง** ตลอดจนคณะกรรมการย่อย สำหรับแต่ละธุรกิจ โดยคณะกรรมการเหล่านี้ได้ติดตาม สถานการณ์อย่างใกล้ชิดและประเมินผลกระทบต่อธุรกิจ ในด้านต่าง ๆ รวมถึงควบคุมดูแลให้การดำเนินงานสอดคล้อง กับมาตรการรักษาสุขภาพและความปลอดภัยที่มีการ ประกาศเพิ่มเติมอยู่เสมอ นอกจากนี้ บริษัทยังได้ยกระดับ มาตรการและระบบการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อรองรับความต้องการจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการของบริษัทผ่านช่องทางออนไลน์อีกด้วย

**ในด้านการดูแลพนักงานและลูกค้า** บริษัทดำเนิน มาตรการป้องกันและรักษาสุขภาพและความปลอดภัย ของพนักงานต่าง ๆ เช่น จำกัดการเดินทาง การประชุม แบบพบหน้า การจัดสรรเวลาทำงานที่ยืดหยุ่น การเว้น ระยะห่างทั้งในสาขาและสำนักงานใหญ่ การทำงานจาก ที่พักอาศัย (Work From Home) การจัดตั้งจุดล้างมือด้วย เจลแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อไวรัส การตรวจคัดกรองอุณหภูมิ พนักงาน ลูกค้า และผู้มาติดต่อ การลดการสัมผัสในพื้นที่ สำนักงานและสาขา การจำกัดการเดินทางกลับภูมิลำเนา ของพนักงาน ตลอดจนประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้พนักงาน ลูกค้า และผู้มาติดต่อ ปฏิบัติตามขั้นตอนเพื่อ ความปลอดภัยต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผน การดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เราสามารถส่งมอบ สินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ แม้ในสถานการณ์ที่มีข้อจำกัด

## สำหรับการบริหารห่วงโซ่อุปทานและคลังสินค้า

บริษัทมีส่วนแบ่งของยอดขายสินค้าที่จัดหาจากต่างประเทศทั้งหมดประมาณ 10% โดยมีสัดส่วนที่มาจากประเทศจีนประมาณ 6-8% เท่านั้น ซึ่งบริษัทได้สำรองสินค้าในส่วนนี้ก่อนหน้าช่วงวันหยุดเทศกาลตรุษจีนตามปกติ ทำให้ไม่ได้รับผลกระทบมากนักจากการปิดทำการของลูกค้าในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 นอกจากนี้ลูกค้าของบริษัทบางส่วนได้กลับมาเริ่มดำเนินการผลิตตามปกติแล้ว ความเสี่ยงด้านความพร้อมของสินค้าจึงถือว่าอยู่ในระดับที่ควบคุมได้

### การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการกลางพิเศษเพื่อเฝ้าระวังและบริหารความเสี่ยง ตลอดจนคณะกรรมการย่อยสำหรับแต่ละธุรกิจ คณะกรรมการเหล่านี้ได้ติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างใกล้ชิดและประเมินผลกระทบต่อธุรกิจในด้านต่าง ๆ รวมถึงควบคุมดูแลให้การดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรการรักษาสุขภาพและความปลอดภัยที่มีการประกาศเพิ่มเติมอยู่เสมอ โดยบริษัทได้ประเมินผลกระทบของ COVID-19 ไว้ดังนี้

**1 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค:** สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคมีรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ (New Normal) ปรวิวัติการดำรงชีวิตเพื่อให้อยู่รอดปลอดภัยจากการติดเชื้อ โดยการที่ผู้บริโภคต้องอยู่บ้านมากขึ้น ทำให้มีความต้องการและความจำเป็นที่จะปรับปรุงที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมมากขึ้นกับการทำงานหรือเรียน รวมทั้งการใช้ชีวิตประจำวันที่บ้านและจากการที่ร้านอาหารหลายแห่งปิดให้บริการ ส่งผลให้ผู้บริโภคทำอาหารทานเองที่บ้าน

นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เพราะอยู่กับบ้านมากขึ้น ทำให้มีกิจกรรมใหม่ ๆ ที่ให้ทำเวลาอยู่บ้าน อาทิ ตกแต่งบ้าน ปลูกต้นไม้ และกิจกรรมเพื่อการบันเทิง เป็นต้น โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเหล่านี้ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้สินค้าที่เกี่ยวข้องมียอดขายที่ดี เช่น กลุ่มอุปกรณ์ภายในบ้าน กลุ่มเครื่องครัว และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน กลุ่มเครื่องเสียง กลุ่มเครื่องครัว กลุ่มตกแต่งบ้าน รวมถึงกลุ่มกระเบื้อง เป็นต้น

**2 จำนวนสาขาที่ปิดดำเนินการ:** สืบเนื่องจากคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้ประกาศใช้ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน ออกมาตรการ Lockdown ตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม 2563 ส่งผลให้สาขาโฮมโปรและเมกาโฮมส่วนใหญ่ปิดดำเนินการ รวมไปถึงการจำกัดเวลาในการเปิดทำการให้น้อยกว่าปกติ สำหรับสาขาที่สามารถเปิดทำการได้ โดยมีสาขาที่ปิดบริการชั่วคราว ได้แก่ โฮมโปร 69 สาขา เมกาโฮม 8 สาขา และสาขาโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซียปิดดำเนินการ 6 สาขา

นอกจากนี้ คณะกรรมการฯ เหล่านี้ได้ประเมินผลกระทบต่อธุรกิจทั้งในด้านยอดขาย ค่าใช้จ่าย และสภาพคล่องรวมถึงควบคุมดูแลให้การดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทได้ปฏิบัติตามแนวทางของศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) อย่างเคร่งครัด สำหรับในกระบวนการต่าง ๆ บริษัทมีการบริหารจัดการ ดังนี้

**1 การจัดการในส่วนของลูกค้า** บริษัทได้จัดให้มีจุดลงทะเบียนและวัดอุณหภูมิลูกค้าก่อนเข้าอาคาร จัดให้มีเจลแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ โดยบริษัทได้จำกัดจำนวนลูกค้าที่เข้าใช้บริการในแต่ละสาขา รวมถึงจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ารอรับบริการ ซึ่งจะมีการนั่งเว้นระยะห่าง 1 เมตร กำหนดให้มีการทำความสะอาด ฆ่าเชื้อโรค ในจุดสัมผัสทุกชั่วโมง และส่งเสริมการชำระเงินผ่าน Internet Banking หรือ QR Payment พร้อมทั้งมีช่องทาง Self-Checkout เพื่อลดการสัมผัสโดยพนักงานทุกคนจะสวมหน้ากากอนามัยและ Face Shield ตลอดเวลาการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ ในส่วนของสาขา ทางบริษัทได้จัดช่องทางพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ ผู้พิการและสตรีมีครรภ์ให้ใช้บริการก่อน

**2 การจัดการในส่วนของพนักงาน** บริษัทได้ตระหนักถึงความปลอดภัยของพนักงานและมีมาตรการเพื่อลดการติดเชื้อ โดยสนับสนุนให้พนักงานทำงานที่บ้าน สลับกันหยุดงาน และจัดสรรเวลาทำงานที่ยืดหยุ่น พร้อมจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ครบครันให้แก่พนักงานเพื่อลดการแพร่ระบาด นอกจากนี้ บริษัทได้จำกัดการเดินทางกลับภูมิลำเนา และจัดการประชุมตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมทั้งในสาขาและสำนักงานใหญ่

**3 การจัดการในส่วนของสาขาที่มีคำสั่งปิด** บริษัทเปิดตัวบริการ SHOP4YOU เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าผ่าน Line Application เพื่อใช้ในการติดต่อสอบถาม ถ่ายรูปส่งตัวอย่างสินค้า รายละเอียดการโอนเงิน และการกำหนดเวลาจัดส่ง ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกบริการส่งภายในวันหรือวัดถัดไปที่ซื้อสินค้า (Same Day/Next Day Delivery) หรือไปรับสินค้าที่สาขา (Click and collect) เพิ่มเติมจากการสื่อสารผ่าน Call Center และ Tele-Sales

**4 การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์** ทางสาขาได้สนับสนุนการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านระบบซื้อขายออนไลน์ Omni Channel และเพิ่มขีดความสามารถของบริการสำหรับลูกค้ามารับสินค้าที่สาขาหรือบริการส่งภายในวันหรือวัดถัดไปที่ซื้อสินค้า (Same Day / Next Day Delivery) ทั้งนี้ บริษัทได้ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานของบริษัทให้มีความรวดเร็วเพื่อให้สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของการทำธุรกรรมออนไลน์

นอกจากนี้ บริษัทได้มีมาตรการในการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่าง ๆ เช่น ค่าจ้างล่วงเวลา ค่าตอบแทนที่ขึ้นอยู่กับผลงาน (Sales Incentive) ลดการจัดจ้างงานจากภายนอก (Outsource) ค่าสาธารณูปโภค ค่าเช่า และค่าใช้จ่ายทางการตลาด อีกทั้งบริษัทได้มีการดำเนินการบริหารกระแสเงินสดและสภาพคล่อง โดยมีการประเมินผลกระทบต่อยอดขายที่ลดลงในกรณีต่าง ๆ ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 1 บริษัทได้ขยายวงเงินและเบิกเงินกู้ยืมระยะสั้นเพื่อเตรียมชำระเงินกู้ที่ครบจะกำหนด โดยในไตรมาสที่ 2 หนี้สินระยะสั้นและระยะยาวบางส่วนได้ถูกชำระคืน

## การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทให้ความช่วยเหลือและการบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

**พนักงาน:** บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพอนามัยของพนักงานและจัดหาอุปกรณ์สำหรับป้องกันตัวเองให้ปลอดภัยจาก COVID-19 รวมถึงจำกัดการเดินทาง การประชุมแบบพบหน้า การจัดสรรเวลาทำงานที่ยืดหยุ่น การเว้นระยะห่างทางสังคมทั้งในสาขาและสำนักงานใหญ่ การทำงานแบบ Work From Home

**ลูกค้า:** บริษัทจัดแคมเปญสินค้าราคาพิเศษเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระลูกค้า พร้อมทั้งพัฒนาช่องทางจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย เพิ่มความสะดวกสบายและสุขอนามัยที่ดีของลูกค้า สนับสนุนการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านระบบซื้อขายออนไลน์แบบ Omni Channel บริการ SHOP4YOU เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าผ่าน Line Application เพื่อใช้ในการติดต่อสอบถาม ถ่ายรูปส่งตัวอย่างสินค้า รายละเอียดการโอนเงิน และการกำหนดเวลาจัดส่งซึ่งลูกค้าสามารถเลือกบริการส่งภายในวันหรือวันถัดไปที่ซื้อสินค้า (Same Day/Next Day Delivery) หรือไปรับสินค้าที่สาขา (Click and Collect) เพิ่มเติมจากการสื่อสารผ่าน Call Center และ Tele-Sales ลดการสัมผัส (Touchless) โดยการใช้ QR Code สแกนรับส่วนลดและ E-Catalog แทนการใช้โบรชัวร์ รวมถึงมีช่องทางการชำระเงินโดยไม่ใช้เงินสด หรือแนะนำให้ใช้วิธี Cashless โดยการจ่ายผ่าน Online Application และ QR Payment

**ผู้เช่า:** บริษัทได้มีการยกเว้นหรือลดค่าเช่าให้กับผู้เช่าที่ปิดสถานประกอบการตามคำสั่งรัฐบาล ทั้งผู้ประกอบการร้านค้าเช่าที่อยู่ในพื้นที่สาขาของโฮมโปร และศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ เพื่อบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายของผู้เช่า

**ผู้ถือหุ้น:** บริษัทจัดประชุมผู้ถือหุ้นโดยคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของผู้ถือหุ้นและพนักงาน โดยมีมาตรการรองรับต่าง ๆ เช่น ขอความร่วมมือให้ผู้ถือหุ้นมอบฉันทะให้กรรมการอิสระแทนการเข้าประชุมด้วยตนเอง เนื่องจากบริษัทสามารถจัดที่นั่งประชุมได้ไม่เกิน 150 ที่นั่ง จึงจัดให้มีการถ่ายทอดสดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นในรูปแบบ VDO Conference จัดให้มีการคัดกรองตามแนวปฏิบัติของกรมควบคุมโรค บริเวณหน้าห้องประชุม เป็นต้น

**ชุมชนและสังคม:** บริษัทในฐานะผู้นำด้าน Total Home Solution ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญเรื่องบ้านครบวงจร ได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนและสังคม โดยร่วมกับหน่วยงานราชการจังหวัดลพบุรี 3 หน่วยงาน ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดลพบุรี สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดลพบุรี กองพันเสนารักษ์ที่ 1 จังหวัดลพบุรี สร้างโรงพยาบาลสนาม ตามมาตรฐานโครงสร้างงานสาธารณสุข เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับผู้ป่วย COVID-19 ที่มีการระบาดอย่างต่อเนื่อง โดยทีมช่าง Home Service ร่วมกับทหารช่าง กองพันเสนารักษ์ที่ 1 จังหวัดลพบุรี ดำเนินการปรับปรุงเรือนนอนทหารเป็นห้องพักผู้ป่วยจำนวน 16 เตียง โดยได้กั้นผนังห้องพักผู้ป่วยด้วยแผ่นโพลีคาร์บอเนตเพื่อจัดเตียงนอนผู้ป่วยให้เป็นสัดส่วนและถูกสุขลักษณะ พร้อมสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์และปรับปรุงห้องอาบน้ำจำนวน 16 ห้อง ห้องสุขาจำนวน 10 ห้อง ปรับปรุงหลังคาบริเวณเคาน์เตอร์พยาบาลเพื่อลดความร้อนโดยการตีฝ้าและบุฉนวนกันความร้อน พร้อมทั้งเปลี่ยนหลังคาเป็นเมทัลชีทติดตั้งฉนวนกันความร้อนฟิวบริเวณจุดคัดกรองผู้ป่วย

นอกจากนี้ บริษัทได้รับพระราชทานพระราชวโรกาสเข้าเฝ้าทูลละอองพระบาทสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี โดยคณะผู้บริหารของบริษัทเข้าเฝ้าทูลละอองพระบาททูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายเงินจำนวน 1 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนโครงการที่เกี่ยวข้องกับ COVID-19 ของสภาเกษตรกรไทย



## การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคมีรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ (New Normal) ปรับวิถีการดำรงชีวิตเพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อโดยที่ผู้บริโภคต้องอยู่บ้านมากขึ้น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการปรับตัวตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยการปรับกลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ทุก Lifestyle ของลูกค้า ดังนี้

**1 ด้านสินค้า:** บริษัทคัดสรรสินค้าที่ตอบโจทย์ทุก Segment ทุก Lifestyle รับ New Normal เช่น ลูกค้าที่ต้องทำงานที่บ้าน (Work From Home) เช่น เฟอร์นิเจอร์ โต๊ะและเก้าอี้ ลูกค้าที่ต้องการความบันเทิงที่บ้านมากกว่าจะออกไปข้างนอก (Entertainment Home) เช่น Smart TV กลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่ต้องเรียนออนไลน์ (Learning at Home) และลูกค้าที่รักสุขภาพ ชอบทำอาหารเอง (Cooking at Home) เช่น หม้อทอด เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก กลุ่มสินค้าสุขอนามัย (Hygienic) อาทิ เครื่องอบจาน เครื่องซักผ้า เครื่องอบผ้า เครื่องฟอกอากาศ เครื่องกรองน้ำ สินค้าจำเป็นในการดูแลบ้าน ซ่อมแซม ปรับปรุงบ้าน และบริการด้าน Home Service การ์เน็ตด้วยทีมช่างมืออาชีพเพื่อตอบโจทย์ความเป็น Total Home Solution อย่างแท้จริง ภายใต้ Concept “Happy Home Healthy Living” ยิ่งอยู่บ้าน ยิ่งรู้ว่าบ้านต้องการอะไร

**2 ด้านบริการ:** บริษัทปรับตัวตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและรับมือกับสถานการณ์ COVID-19 โดยเน้นสร้างยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ที่ทางบริษัทมีอยู่แล้วเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านระบบซื้อขายออนไลน์แบบ Omni Channel บริการ SHOP4YOU บริการส่งสินค้าภายในวันหรือวัดถัดไปที่ซื้อสินค้า (Same Day/Next Day Delivery) หรือไปรับสินค้าที่สาขา (Click and Collect) พร้อมทั้งมีบริการทำความสะอาดโดย “Cleaning Solution” 6 บริการ ได้แก่ บริการล้างแอร์ฆ่าเชื้อโรค บริการอบฟันทันเคลื่อนที่ไวรัส COVID บริการดูแลไรฝุ่นที่นอน บริการล้างเครื่องซักผ้า บริการล้างเครื่องดูดควัน/เตาผิง และบริการล้างแทงค์น้ำจากทีมช่างมืออาชีพ Home Service ที่มีการป้องกันตนเองในการให้บริการบ้านลูกค้าทุกราย โดยช่างทุกคนจะต้องทำการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนออกไปให้บริการ และต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือขณะปฏิบัติงานที่บ้านลูกค้า พร้อมใช้น้ำยาฆ่าเชื้อเช็ดทำความสะอาดเครื่องมือช่างทุกชนิดก่อนให้บริการลูกค้าในรายต่อไป ซึ่งลูกค้าสามารถใช้บริการผ่าน “Home Service Mobile Application” ที่ให้บริการเรื่องบ้านแบบครบวงจร ครอบคลุมงานบริการมากกว่า 100 บริการ

นอกจากนี้ ในการจัดงานโฮมโพร เอ็กซ์โปร์ บริษัทได้มีการพัฒนา Application VR 360o VIRTUAL EXPERIENCE เพื่อเปิดประสบการณ์ช้อปปิ้งเสมือนจริงเรื่องบ้านไว้บนมือถือโดยลูกค้าสามารถชมงานผ่านสมาร์ตโฟน พร้อมเลือกซื้อสินค้าผ่าน Application หรือเลือกซื้อออนไลน์ผ่าน [www.homepro.co.th](http://www.homepro.co.th) หรือผ่านทาง Facebook HomePro Thailand และ Official Line @HomePro ก็สามารถทำได้เช่นกัน