

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

วิสัยทัศน์

“เป็นบริษัทชั้นนำของประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียนที่มีความยั่งยืน

ในธุรกิจสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม”

พันธกิจ

- มุ่งเน้นการเติบโตโดยการขยายตลาดทั้งในประเทศและภูมิภาคอาเซียน
- ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ มีนวัตกรรม ราคาเหมาะสม พร้อมบริการอย่างผู้เชี่ยวชาญ
- สร้างระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย สามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง
- มีระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี
- สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรมและต่อเนื่อง

นโยบาย

- สร้างความเจริญเติบโตอย่างมั่นคงด้วยอัตราการขยายตัวอัตรากำไรสุทธิไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ต่อปี
- ขยายธุรกิจทางด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยวิธีการลงทุนโดยตรง และการควบรวมกิจการ (M & A)
- รักษาระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐานสากลและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- รักษาระบบการบริหารงานที่มีธรรมาภิบาล โดยยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรมอย่างเคร่งครัด
- ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด
- ส่งเสริมบุคลากรที่เก่งและดีในองค์กรให้เจริญก้าวหน้า
- ดูแลรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น คู่ค้า และผู้เกี่ยวข้องโดยดีและสม่ำเสมอ

ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ผลัญญู จำกัด (มหาชน) หรือ “บริษัท” จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2504 โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกเพื่อจำหน่ายเมล็ดธัญพืชและสินค้าทางการเกษตร โดยบริษัทได้มีการหยุดดำเนินการไประยะหนึ่ง กระทั่งในปี 2521 บริษัทได้เปลี่ยนประเภทธุรกิจมาเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน กว่า 40 ปี บริษัทถือเป็นหนึ่งในผู้นำที่มีการจัดจำหน่ายสินค้าอย่างครบวงจร และในปี 2552 บริษัทได้ขยายธุรกิจไปยังธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคบริโภค รวมถึงการให้บริการออกแบบ ผลิต รับก่อสร้าง และติดตั้งระบบบำบัดน้ำ และการให้บริการจำหน่ายน้ำจากระบบบำบัดในรูปแบบของสัมปทาน ทั้งในระดับอุตสาหกรรม และระดับครัวเรือน

กลุ่มสินค้าและบริการ แบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

1. กลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

Occupational Safety, Health and Environment Products หรือ SAFETY



กลุ่มสินค้าหรือบริการที่ใช้เพื่อสร้างความปลอดภัยต่อผู้ปฏิบัติงานหรือสร้างความปลอดภัยในสถานปฏิบัติงาน โดยบริษัทถือเป็นหนึ่งในผู้นำที่มีการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายมากกว่า 3,000 รายการ ภายใต้ตราสินค้าที่มีชื่อเสียง โดยบริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ามากกว่า 30 ตราสินค้า และบริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียว ได้แก่ ตราสินค้า King's ตราสินค้า Microgard ตราสินค้า Ansell และตราสินค้า Chemtex นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาตราสินค้าเป็นของตนเอง (House Brand) ได้แก่ ตราสินค้า SYNOS และ ROCC สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

- **อุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคล (Personal Protective Equipment หรือ PPE)**

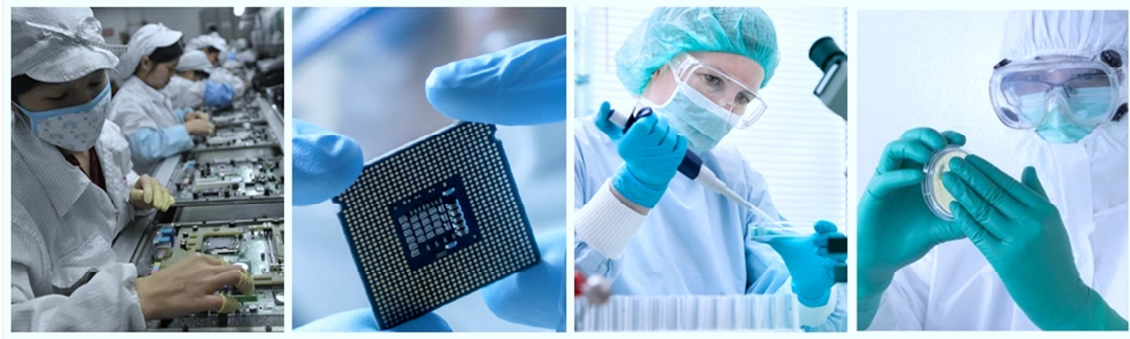
เป็นอุปกรณ์ที่บุคคลหรือผู้ปฏิบัติงานใช้สวมใส่บนอวัยวะส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายหรือหลายส่วนร่วมกันในขณะทำงาน เพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากภาวะแวดล้อมในการทำงาน เช่น อันตรายจากความร้อน แสง เสียง สารพิษ สารเคมี เป็นต้น โดยสินค้าในหมวดอุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคลนี้ สามารถแบ่งเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ปกป้องร่างกายตั้งแต่ศีรษะจรดเท้า เช่น หมวกนิรภัย แวนตานิรภัย ที่อุดหู หน้ากากป้องกันฝุ่นและสารเคมี ถุงมือนิรภัย รองเท้านิรภัย ชุดผจญเพลิง และอุปกรณ์ป้องกันภัยอื่นๆ เป็นต้น

- **อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Safety and Environment Products)**

เป็นอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อสร้างความปลอดภัยในโรงงานอุตสาหกรรม หรือสถานประกอบการ เช่น เครื่องตรวจวัดแก๊สพิษและแก๊สไวไฟในอากาศ อุปกรณ์ชำระล้างตาและลำตัวฉุกเฉิน อุปกรณ์จับเก็บ ขนย้าย และถ่ายเทสารเคมี อุปกรณ์ถ่ายเทอากาศ อุปกรณ์ล็อกนิรภัย ป้ายเพื่อความปลอดภัย เป็นต้น

2. กลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม

Control Environment Products หรือ CE



เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ควบคุมสภาพแวดล้อมให้มีความสะอาด ปลอดภัยในสถานที่ปฏิบัติงานที่ต้องการการควบคุม เช่น ห้องปลอดเชื้อในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล ห้องสะอาด หรือห้องปลอดเชื้อ (Clean room) ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตยา กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องมือแพทย์ ที่จำเป็นต้องมีการควบคุมสิ่งปนเปื้อน อนุภาคขนาดเล็กและฝุ่นละอองต่างๆ ที่มาจาก ผู้ปฏิบัติงาน เครื่องจักร กระบวนการผลิตรวมทั้งอากาศภายนอก ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถส่งผลให้ผลิตภัณฑ์หรือชิ้นงานไม่มีคุณภาพ สินค้าในหมวดนี้ ได้แก่ ชุดและอุปกรณ์สำหรับสวมใส่ในห้องคลีนรูม อุปกรณ์สำหรับห้องคลีนรูม เช่น ผ้าเช็ดชิ้นงาน เครื่องเขียน อุปกรณ์ทำความสะอาด อุปกรณ์ป้องกันไฟฟ้าสถิตย์ เป็นต้น

3. กลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค

Water Solution Products หรือ WATER



บริษัทแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ส่วนหลักดังนี้

- การให้บริการด้านการสำรวจ การออกแบบและวิศวกรรม งาน โครงสร้าง การผลิต รับก่อสร้าง และติดตั้งระบบบำบัดน้ำ มุ่งเน้นในระบบจัดการน้ำเพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้น้ำ ซึ่งรวมถึงการติดตามผล การวิเคราะห์ผลในห้องปฏิบัติการ งานซ่อมบำรุงและงานบริการหลังการขาย โดยรูปแบบการให้บริการแบ่งเป็น 3 ลักษณะ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า ได้แก่ การรับก่อสร้าง Engineering Procurement and Construction หรือ EPC งานโครงการสัมปทานในลักษณะ Build-Own-Operate หรือ BOO และ Build-Operate-Transfer หรือ BOT
- การจัดจำหน่ายเครื่องจักร อะไหล่ หรือวัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ สำเร็จรูป จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำประเภทต่างๆ ที่ใช้ในระดับอุตสาหกรรม และระดับครัวเรือน เช่น อุปกรณ์และสารกรองตะกอน เครื่องอัดตะกอน เครื่องสูบน้ำ ถังเก็บน้ำ ระบบบำบัดน้ำชุดอุปกรณ์สำเร็จ (Module)
- การให้บริการดูแลควบคุมระบบและการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ

โดยระบบบำบัดน้ำดีหรือน้ำเสียที่บริษัทให้บริการกับลูกค้า แบ่งตามความต้องการใช้งาน และคุณภาพของน้ำที่ต้องการ ได้แก่ ระบบบำบัดน้ำเสีย ระบบบำบัดน้ำเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ระบบผลิตน้ำประปาและน้ำดื่ม ระบบผลิตน้ำบริสุทธิ์ ระบบผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเล

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ประจำปีที่ผ่านมาการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กรด้านต่างๆถูกถ่ายทอดไปยังพนักงานทุกหน่วยงานของบริษัทใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานที่สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์องค์กร

ปี 2564 ภาพรวมเศรษฐกิจมีทิศทางปรับตัวดีขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ หลังมีวัคซีนป้องกันเชื้อไวรัส Covid-19 ลูกค้าหลักในกลุ่มอุตสาหกรรมเริ่มกลับมาดำเนินธุรกิจและเพิ่มการผลิตมากขึ้น และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 สินค้าที่ใช้เพื่อป้องกันยังมีความจำเป็นต้องใช้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ประชาชนทั่วไปมีความตระหนักถึงด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยเพิ่มขึ้น เป็นโอกาสให้ธุรกิจของบริษัทเติบโตได้ บริษัทตระหนักถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อีกทั้งปัจจัยคุกคามในภาคการผลิตอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรทดแทนแรงงาน บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาด้านการตลาดเพื่อขยายการดำเนินธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ในกลุ่มลูกค้าบุคคลและผู้บริโภคที่มีความต้องการความปลอดภัยในการทำกิจกรรมหรือการใช้ชีวิตประจำวัน ควบคู่กับการขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมหลัก และตลาดอุตสาหกรรมใหม่อื่นที่มีทิศทางเติบโตและบริษัทยังมีส่วนแบ่งทางการตลาดไม่มาก ปี 2564 บริษัทจึงมุ่งเน้นด้านการพัฒนาปรับปรุงโครงสร้าง กระบวนการทำงาน และพัฒนาทักษะบุคลากรให้สามารถรองรับกับทิศทางการดำเนินงานของบริษัท และมีการเติบโตทางเศรษฐกิจต่อเนื่อง โดยกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่

- การสร้างการเติบโตทางการเงิน โดยกำหนดเป้าหมายการเติบโตของรายได้จากการขายและการให้บริการรวมจาก 3 ธุรกิจหลัก ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 - 15 เมื่อเทียบกับปีก่อน และการบริหารจัดการต้นทุนและงบประมาณค่าใช้จ่ายได้ตามแผนงาน
- ด้านการพัฒนาตลาดและลูกค้า การพัฒนาด้านการตลาด เพิ่มความพึงพอใจเพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมเดิมและลูกค้าหน่วยงานภาครัฐ และการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายเพื่อรองรับตลาดผู้บริโภค รวมถึงการสร้างตราสินค้าของตนเอง (House Brand) และสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Brand) เพื่อเพิ่มการรับรู้ เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น
- ด้านการปรับปรุงกระบวนการภายใน การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกระบวนการดำเนินงาน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและสินค้าคงคลัง และปรับปรุงระบบบริหารจัดการลูกค้าและการพัฒนาช่องทางการสื่อสารออนไลน์ต่างๆ
- ด้านการพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะของบุคลากร เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน การสร้างทักษะและมีวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจในระยะยาวบริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจในเป็นบริษัทชั้นนำของประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียนที่มีความยั่งยืนในธุรกิจสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม เป็นองค์กรที่มีความเติบโตทางธุรกิจ สามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย พร้อมดูแลรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างมั่นคงและต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายการดำเนินงานในระยะ 3-5 ปี ดังนี้

- การสร้างการเติบโตจากการดำเนินธุรกิจหลักด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ผ่านการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย ในกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมเดิม และขยายลูกค้าไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด

- การขยายการดำเนินงานธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความตระหนักและต้องการความปลอดภัยในการทำกิจกรรมหรือการใช้ชีวิตประจำวันปกติ โดยการพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการลูกค้า รวมถึงพัฒนาช่องทางการจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายเพื่อรองรับกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวได้
- การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการดำเนินงานและการพัฒนาบุคลากรที่สามารถรองรับกับกลยุทธ์การเติบโตของบริษัท
- การสร้างความตระหนักกับฐานในการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี ทั้งในการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวัน เป็นที่ยอมรับของลูกค้าทุกกลุ่ม ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัท สรุปได้ดังนี้

- ปี 2521** • บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยคุณชวลิต หวังธำรง
- ปี 2550** • บริษัทย้ายที่ทำการแห่งใหม่มา ณ ที่ทำการปัจจุบัน อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี ประกอบด้วยอาคารสำนักงานใหญ่และอาคารคลังสินค้า
- ปี 2551** • บริษัทจดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 135 ล้านบาท
- บริษัทได้รับการรับรองคุณภาพตามระบบมาตรฐาน ISO 9001: 2000 จาก UKAS & GLOBAL
- ปี 2552** • บริษัทขยายธุรกิจไปยังธุรกิจสิ่งแวดล้อมด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค
- ปี 2553** • บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2553 ใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ PHOL
- บริษัทย้ายที่ทำการสาขาของมา ณ ที่ทำการสาขาของปัจจุบัน อ.เมือง จ.ระยอง ประกอบด้วยอาคารสำนักงานสาขาและคลังสินค้า
- บริษัทได้รับการรับรองคุณภาพตามระบบมาตรฐาน ISO 9001: 2008 จาก UKAS & GLOBAL
- ปี 2555** • บริษัทจัดตั้งสาขาเพิ่ม 1 แห่ง ที่อำเภอเมืองภูเก็ต โดยปัจจุบันบริษัทมีสำนักงานสาขา 3 แห่งคือ
- ภาคตะวันออกที่จังหวัดระยอง ภาคเหนือที่จังหวัดเชียงใหม่ และภาคใต้ที่จังหวัดภูเก็ต
- บริษัทขยายธุรกิจไปยังประเทศเมียนมาร์ โดยแต่งตั้งบริษัท เอการ์ จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทในประเทศเมียนมาร์
- บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS18001:2007
- บริษัทได้รับรางวัล SET Award 2012 ด้านการรายงานบรรษัทภิบาล จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยได้รับผลประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการอยู่ในระดับ"ดีเลิศ"
- ปี 2556** • บริษัทจัดตั้งบริษัทย่อย บริษัท ผล พาลาเดียม จำกัด วัตถุประสงค์เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยให้กับลูกค้าใน กลุ่มหน่วยงานราชการ มูลค่าเงินลงทุนคิดเป็นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท
- บริษัทจัดตั้ง บริษัท ผลธัญญา (แคมโบเดีย) จำกัด (Pholdhanya (Cambodia) Company Limited) ในประเทศกัมพูชา เพื่อดำเนินธุรกิจด้าน การจัดจำหน่ายอุปกรณ์และระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคบริโภค และสัมปทานน้ำประปาเพื่อชุมชน โดยมีมูลค่าเงินลงทุนเริ่มแรก คิดเป็นร้อยละ 70 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมด 1,200 ล้านบาท หรือประมาณ 9.5 ล้านบาท ต่อมาในปี 2558 บริษัทขอซื้อหุ้นส่วนในบริษัทย่อยที่เหลืออีกร้อยละ 30 จากผู้ร่วมทุน ในราคา 1 บาท เนื่องจากมีผลการดำเนินงานขาดทุนเกินทุน ปัจจุบัน บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัท ผลธัญญา (แคมโบเดีย) จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 100 อย่างไรก็ตาม บริษัทได้หยุดการดำเนินงานในบริษัทย่อย เนื่องจากยังไม่มีแผนธุรกิจที่เหมาะสมรองรับ และเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายทั้งหมดของบริษัทย่อย

- บริษัทได้รับรางวัล SET Award 2013 ด้านการรายงานบรรษัทภิบาล จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยได้รับผลประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการอยู่ในระดับ“ดีเลิศ”
- บริษัทได้รับรางวัล MAI Special Encouragement จากโครงการประกาศเกียรติคุณคณะกรรมการแห่งปี 2556 หรือ "Board of the Year Awards 2013"
- ปี 2557
 - บริษัทจัดตั้งบริษัทย่อย บริษัท ผล วอเตอร์ จำกัด วัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภคอย่างครบวงจร ตั้งแต่การจัดจำหน่ายสินค้า การให้บริการออกแบบ ก่อสร้าง บำรุงรักษาระบบ ให้ลูกค้าทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีมูลค่าเงินลงทุนคิดเป็นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท และต่อมาในปี 2560 บริษัทย่อยได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 50 ล้านบาท บริษัทลงทุนในหุ้นสามัญเพิ่มทุนในบริษัทย่อย โดยมีมูลค่าเงินลงทุนคิดเป็นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท
 - ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2557 มีมติให้บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 162 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 27 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการจ่ายปันผลเป็นหุ้นสามัญ
 - บริษัทได้รับรางวัล SET Award 2014: SET Award of Honor ด้านการรายงานบรรษัทภิบาล จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยได้รับผลประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการอยู่ในระดับ“ดีมาก”
- ปี 2558
 - บริษัทได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณชมเชย คณะกรรมการ MAI ประจำปี 2558 จากโครงการประกาศเกียรติคุณ “คณะกรรมการแห่งปี 2558 หรือ Board of the Year Awards 2015
 - บริษัทร่วมลงนามประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (CAC)
- ปี 2559
 - บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 251 ล้านบาท โดยจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน 40.50 ล้านหุ้น เสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิม (RO) ในอัตรา 4 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ และจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนอีก 40.50 ล้านหุ้น เพื่อรองรับการออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ครั้งที่ 1 (PHOL-W1) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน และจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนอีก 8 ล้านหุ้น เพื่อรองรับการออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท ครั้งที่ 1 (PHOL ESOP WARRANT)
 - บริษัทได้รับประกาศนียบัตรประกาศนียบัตรรับรองการเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต Thailand's Private Sector Collective Action Coalition against Corruption หรือ CAC
- ปี 2560
 - บริษัทได้รับการรับรองคุณภาพตามระบบมาตรฐาน ISO 9001: 2015 จาก UKAS & GLOBAL
- ปี 2562
 - บริษัทลดทุนจดทะเบียนจำนวน 40.50 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียน 210.50 ล้านบาท โดยตัดหุ้นสามัญเพื่อรองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 1 (PHOL-W1) ที่ยังไม่ได้ออกจำหน่ายจำนวน 40.50 ล้านบาท
 - บริษัทได้รับประกาศนียบัตรรับรองการต่อต้านอาชญากรรมเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต Thailand's Private Sector Collective Action Coalition against Corruption หรือ CAC
 - บริษัทได้รับรางวัล "Thailand Sustainability Investment" THSI หรือรางวัลหุ้นยั่งยืน ประจำปี 2562 กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็มเอไอ
- ปี 2563
 - บริษัทได้รับการประเมินคุณภาพรายงานด้านบรรษัทภิบาล จากผลสำรวจของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) อยู่ในระดับ “ดีเลิศ” (Excellent) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6
 - บริษัทได้รับรางวัล "Thailand Sustainability Investment" THSI หรือรางวัลหุ้นยั่งยืน ประจำปี 2563 ต่อเนื่องปีที่ 2 กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็มเอไอ

โครงสร้างของกลุ่ม บริษัท ผลธัญญะ จำกัด (มหาชน)



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทแบ่งกลุ่มสินค้าและบริการออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

1. กลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Occupational Safety, Health and Environment Products) หรือ SAFETY
2. กลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม (Control Environment Products) หรือ CE
3. กลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค (Water Solution Products) หรือ WATER

โครงสร้างรายได้ของบริษัทตามงบการเงินรวมในปี 2561 ถึงปี 2563 สามารถแสดงแยกตามกลุ่มสินค้าและบริการได้ดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

กลุ่มสินค้าและบริการ	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
1.กลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (SAFETY)	800.40	75.16%	719.42	77.32%	715.73	76.43%
2.กลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม (CE)	214.93	20.18%	167.96	18.05%	172.57	18.43%
3.กลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค (WATER)	40.18	3.77%	24.48	2.63%	36.16	3.86%
4.รายได้อื่น	9.45	0.89%	18.59	2.00%	12.02	1.28%
รวมรายได้	1,064.96	100%	930.44	100%	936.47	100%

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทแบ่งลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1 กลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Occupational Safety, Health and Environment Products) หรือ SAFETY







แบ่งลักษณะสินค้าในกลุ่มนี้ออกเป็น 2 ประเภทหลักคือ

1.1 อุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคล (Personal Protective Equipment: PPE)

ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคลเป็นอุปกรณ์ที่บุคคลหรือผู้ปฏิบัติงานใช้สวมใส่บนอวัยวะส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายหรือหลายส่วนร่วมกันในขณะทำงาน เพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากสภาวะแวดล้อมในการทำงาน เช่น อันตรายจากความร้อน, แสง, เสียง, สารพิษ, สารเคมี เป็นต้น รวมทั้งเพื่อการป้องกันชิ้นงานมิให้เกิดความเสียหาย โดยสินค้าในหมวดอุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคลนี้ สามารถแบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้





ประเภทสินค้า	ลักษณะสินค้า	ตราสินค้าสำคัญ
1) อุปกรณ์ป้องกันศีรษะและใบหน้า	หมวกนิรภัย อุปกรณ์ป้องกันใบหน้าและดวงตา อุปกรณ์ครอบศีรษะสำหรับยึดแผ่นกระบังนิรภัย เพื่อใช้ป้องกันการกระแทก การเจาะทะลุของวัตถุ กระแสไฟฟ้า และอ็อกซิเจน	 
2) อุปกรณ์ป้องกันดวงตา	แว่นตานิรภัย และแว่นครอบตา เพื่อใช้ป้องกันวัตถุกระเด็นเข้าที่ดวงตา ป้องกันรังสี แสงจ้า และประกายไฟ	 
3) อุปกรณ์ป้องกันระบบการได้ยิน	ที่ครอบหู และปลั๊กอุดหู เพื่อใช้ป้องกันอันตรายที่ได้รับจากระดับเสียงที่ดังเกินไป	 
4) อุปกรณ์ป้องกันระบบทางเดินหายใจ	<p>กลุ่มที่ 1 อุปกรณ์ป้องกันระบบทางเดินหายใจประเภทจัดส่งอากาศที่มีแหล่งจ่ายอากาศแยกอิสระจากอากาศในบริเวณที่ปฏิบัติงานให้เหมาะสำหรับการหายใจ เช่น อุปกรณ์ป้องกันระบบทางเดินหายใจชนิดถังบรรจุอากาศแบบพกพา อุปกรณ์ป้องกันระบบทางเดินหายใจชนิดใช้สายส่งอากาศ และอุปกรณ์ป้องกันระบบทางเดินหายใจชนิดใช้ท่อส่งอากาศ</p> <p>กลุ่มที่ 2 อุปกรณ์ป้องกันระบบทางเดินหายใจชนิดกรองอากาศ โดยทำให้อากาศสะอาด (Air – purifying respirator) เช่น อุปกรณ์ป้องกันระบบทางเดินหายใจชนิดกรองอนุภาค อุปกรณ์ป้องกันระบบทางเดินหายใจชนิดดูดซับก๊าซและไอระเหย และอุปกรณ์ป้องกันระบบทางเดินหายใจชนิดกรองอนุภาคและดูดซับก๊าซและไอระเหยในขณะเดียวกัน</p>	    
5) อุปกรณ์ป้องกันมือ	<p>กลุ่มที่ 1 ถุงมือสำหรับป้องกันอันตรายทางชีวภาพ ที่เกิดจากเชื้อโรคชนิดต่างๆ</p> <p>กลุ่มที่ 2 ถุงมือสำหรับป้องกันอันตรายทางเคมีที่เกิดจากสารเคมีประเภทกรด ด่าง รวมทั้งสารทำลาย</p> <p>กลุ่มที่ 3 ถุงมือสำหรับป้องกันอันตรายทางกายภาพที่เกิดจากความร้อน ความเย็น ความคม และกระแสไฟฟ้า</p>	  
6) อุปกรณ์ป้องกันเท้า	รองเท้านิรภัยและรองเท้าบูทนิรภัยซึ่งใช้สวมใส่เพื่อป้องกันน้ำ แรงกระแทก การเจาะทะลุความร้อน ความเย็น และกระแสไฟฟ้า	 
7) ชุดป้องกันร่างกาย	ชุดป้องกันความร้อน ชุดป้องกันสารเคมี ชุดป้องกันอากาศเย็น ชุดป้องกันกระแสไฟฟ้าสถิตย์ ชุดพญูเพลิง และชุดดับเพลิง	
8) อุปกรณ์ป้องกันการตก	อุปกรณ์ป้องกันการตกจากที่สูงและอุปกรณ์ช่วยเคลื่อนย้ายในแนวดิ่ง	

1.2 อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Safety and Environmental Products) เป็นอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยในสถานประกอบการ ได้แก่ สินค้าต่อไปนี้

ประเภทสินค้า	ลักษณะสินค้า	ตราสินค้าสำคัญ
1) อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อความปลอดภัยเกี่ยวกับอากาศ	เครื่องวัดแก๊สพิษ และแก๊สไวไฟในอากาศ และอุปกรณ์ถ่ายเทอากาศ	 
2) อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อป้องกันอันตรายจากสารเคมี	อุปกรณ์ชำระล้างตา และลำตัวฉุกเฉิน อุปกรณ์จับเก็บ ขนย้าย และถ่ายเทสารเคมีอันตราย อุปกรณ์และวัสดุดูดซับสารเคมี	
3) อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อความปลอดภัยประเภทอื่น	อุปกรณ์ล็อคคานาสำหรับล็อคเครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์แหล่งกำเนิดหรือจ่ายพลังงาน สติ๊กเกอร์ ฉลาก ป้ายสัญลักษณ์เพื่อความปลอดภัย และเครื่องพิมพ์สติ๊กเกอร์ ฉลาก ป้าย สัญลักษณ์เพื่อความปลอดภัย	  

2 กลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม (Control Environmental Products) หรือ CE

สินค้าด้านการควบคุมสภาพแวดล้อมเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ควบคุมสภาพแวดล้อมให้มีความสะอาด ปลอดภัยในสถานที่ปฏิบัติงานที่ต้องการการควบคุม เช่น ห้องปลอดเชื้อในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล ห้องสะอาด (Clean room) หรือห้องปลอดเชื้อ ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตยา กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องมือแพทย์ ที่จำเป็นต้องมีการควบคุมสิ่งปนเปื้อน อนุภาคนาโนขนาดเล็กและฝุ่นละอองต่างๆ ที่มาจาก ผู้ปฏิบัติงาน เครื่องจักร กระบวนการผลิตรวมทั้งอากาศภายนอก ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถส่งผลให้ผลิตภัณฑ์หรือชิ้นงานไม่มีคุณภาพ สินค้าในหมวดนี้ ได้แก่ ชุดและอุปกรณ์สำหรับสวมใส่ในห้องคลีนรูม อุปกรณ์สำหรับห้องคลีนรูม เช่น ผ้าเช็ดชิ้นงาน เครื่องเขียน อุปกรณ์ทำความสะอาด อุปกรณ์ป้องกันไฟฟ้าสถิตย์ เป็นต้น สินค้าในหมวดนี้ ได้แก่

ประเภทสินค้า	ลักษณะสินค้า	ตราสินค้าสำคัญ
1) อุปกรณ์ป้องกันฝุ่นและเชื้อโรค	อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อป้องกันฝุ่นและเชื้อโรค หรือสิ่งแปลกปลอม ในสถานที่ควบคุม เช่น ถุงมือแพทย์ ถุงมือในงานสภาพควบคุม แผ่นกาวดักฝุ่น	
2) อุปกรณ์ทำความสะอาด	ผ้าเช็ดชิ้นงาน ลูกกลิ้งทำความสะอาด สำหรับชิ้นงานอิเล็กทรอนิกส์	
3) อุปกรณ์ป้องกันไฟฟ้าสถิตย์	สายรัดข้อมือ ข้อมือ หรืออุปกรณ์ที่สวมใส่เพื่อป้องกันการเกิดไฟฟ้าสถิตย์ในสถานที่ควบคุม	
4) อุปกรณ์สำหรับห้องคลีนรูม	อุปกรณ์ที่มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับใช้ใน ห้องคลีนรูม เช่น ชุดคลีนรูม ผ้าคลีนรูม เครื่องเขียนสำหรับห้องคลีนรูม	

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End User)

ลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในกลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และกลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม ครอบคลุมลูกค้าในอุตสาหกรรมต่างๆ เกือบทุกอุตสาหกรรมในประเทศไทย รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ที่ต้องการสร้างความปลอดภัยให้กับพนักงานและสภาพแวดล้อมทั่วไปในสถานที่ทำงาน หรือต้องการให้กระบวนการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมถึงความต้องการที่จะเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ทั้งด้วยความสนใจของลูกค้าเองหรือต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กฎหมาย ปี 2563 บริษัทมีการขายสินค้าให้กลุ่มลูกค้านี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 64 ของรายได้จากการขายและการให้บริการรวม โดยมีฐานลูกค้าในกลุ่มนี้ประมาณ 3,300 ราย

สำหรับกลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม จะมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมที่มีกระบวนการทำงานหรือกระบวนการผลิตภายในห้องสะอาด (Clean Room) รวมถึงกระบวนการทำงานตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ที่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของชิ้นงาน ความต้องการควบคุมสภาวะความดันทานของผิวสัมผัส ที่อาจนำไปสู่สภาวะไฟฟ้าสถิตย์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตได้

บริษัทมีลูกค้ากลุ่มผู้บริโภคขั้นสุดท้ายแยกตามอุตสาหกรรมได้ดังนี้

- 1) กลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ลูกค้ากลุ่มโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์
- 2) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ ลูกค้ากลุ่มโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตอาหารสด-อาหารแปรรูป อาหารแช่แข็ง-อาหารกระป๋อง รวมไปถึงโรงงานผลิตเครื่องดื่มทั้งที่มีแอลกอฮอล์และไม่มีแอลกอฮอล์
- 3) กลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ ได้แก่ ลูกค้ากลุ่มโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์จากปิโตรเคมี โรงงานผลิตสารเคมี
- 4) กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ได้แก่ ลูกค้ากลุ่มโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับรถยนต์ จักรยานยนต์ และส่วนประกอบของยานยนต์ดังกล่าว
- 5) กลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ได้แก่ ลูกค้ากลุ่มโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ตลอดจนบริษัทรับเหมาก่อสร้างทั่วไป
- 6) กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตยา และผลิตเครื่องมือแพทย์
- 7) กลุ่มโรงพยาบาลและสถานพยาบาลต่างๆ และลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ
- 8) กลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น ลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมบริการ กลุ่มโรงงานเชื้อกระดาษและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

2. กลุ่มลูกค้าที่เป็นคู่ค้าทางธุรกิจ (Trade Partner)

กลุ่มคู่ค้าทางธุรกิจ ได้แก่ บริษัทหรือร้านค้าซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าทั้งในระดับที่ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ร้านค้าขายส่ง และร้านค้าขายปลีก ปี 2563 บริษัทมีการขายสินค้าให้กลุ่มลูกค้านี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 36 ของรายได้จากการขายและการให้บริการรวม ปี 2563 โดยมีฐานลูกค้าในกลุ่มนี้ประมาณ 800 ราย ซึ่งทำให้การกระจายสินค้าเข้าไปถึงลูกค้าได้ในวงกว้างขึ้น สำหรับคู่ค้าทางธุรกิจซึ่งดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายเหมือนกับบริษัทนั้น จะเป็นการซื้อสินค้าจากบริษัทเพื่อนำไปจำหน่ายร่วมกับสินค้าของตนเองเพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและทำให้ขายสินค้าได้อย่างครบวงจร

โดยในปี 2563 บริษัทมีฐานลูกค้ากลุ่มตัวแทนจำหน่ายเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 กลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องมีความต้องการสูง

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งทั้ง 2 กลุ่ม เกินร้อยละ 5 ของรายได้จากการขายและการให้บริการรวม

การตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์ทางการตลาด

- **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** บริษัทมีการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีความหลากหลาย ครบวงจร มีผลิตภัณฑ์กว่า 4,000 รายการคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้ตราสินค้าที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย บริษัทมีการจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทันสมัยมาเพื่อนำเสนอลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเพิ่มประเภทสินค้าใหม่ และการพัฒนาสินค้าที่เป็นตราสินค้าของบริษัทเอง นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการ ในกรณีที่ลูกค้าต้องการสินค้าที่มีคุณสมบัติแตกต่างจากที่สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายอยู่ ทำให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้

- **การบริการ (Service)** บริษัทมีระบบการจัดเก็บข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อมาใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการและประมาณการสั่งซื้อ เพื่อให้สามารถสต็อกสินค้าได้เพียงพอ นอกจากนี้ บริษัทมีการปรับปรุงการแบ่งพื้นที่การขาย เพื่อให้พนักงานขายได้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง จัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ในตัวสินค้าและบริการเป็นอย่างดีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ความรู้แก่ลูกค้าอย่างถูกต้อง และบริการลูกค้าแต่ละรายได้อย่างเหมาะสมทั้งก่อนและหลังการขาย นอกจากนี้ บริษัทมีการส่งพนักงานเพื่ออบรมให้ความรู้ด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการให้ความร่วมมือเข้าร่วมงานจัดนิทรรศการด้านความปลอดภัยโดยร่วมกับลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าต้องการ

- **ด้านราคา (Price)** บริษัทมีนโยบายการตั้งราคาสินค้าแต่ละประเภทโดยบวกเพิ่มกำไรส่วนต่างจากต้นทุน ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ ปริมาณการสั่งซื้อ เงื่อนไขการชำระเงิน และความสัมพันธ์ที่มีกับลูกค้า ราคาคงไปอย่างยุติธรรมและเหมาะสม ในกรณีที่สินค้าของบริษัทไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ บริษัทจะมีการสรรหาแหล่งผลิตสินค้า หรือผู้ขายสินค้ารายใหม่ เพื่อให้ลดต้นทุนสินค้า สามารถแข่งขันได้ รวมถึงการพัฒนาสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเอง

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย (Place)** ช่องทางการจำหน่ายสินค้าบริษัท ดำเนินการโดยทีมงานขายของบริษัทเป็นหลัก ประจำอยู่ที่สำนักงานใหญ่ภาคกลาง จังหวัดปทุมธานี และอีก 3 สาขา ในภาคเหนือที่จังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกในจังหวัดระยอง และภาคใต้ที่จังหวัดภูเก็ต และจัดให้มีพนักงานขายดูแลพื้นที่ขายในส่วนที่สาขายังไม่ครอบคลุมได้แก่ พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้ดูแลพื้นที่ขายได้ครอบคลุม โดยบริษัทจัดให้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานขาย พนักงานขายทางโทรศัพท์ และพนักงานประสานงานขาย มีการฝึกอบรมความรู้ด้านสินค้าและการใช้งานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้พนักงานจะทำหน้าที่แนะนำสินค้าแล้ว ยังสามารถให้คำปรึกษาและความรู้ด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้าอย่างผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนี้ บริษัทมีการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและคู่ค้า เพื่อเพิ่มยอดขายลูกค้าเดิม และขยายฐานไปยังลูกค้าใหม่อยู่เสมอ

ในเขตพื้นที่ ที่พนักงานขายของบริษัทไม่สามารถให้บริการได้ครอบคลุม บริษัทเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยพิจารณาหา คู่ค้าทางธุรกิจเพื่อให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทในเขตพื้นที่นั้น ซึ่งบริษัทจะให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิด ประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย เช่น การให้ความรู้เรื่องสินค้า สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด เป็นต้น

ช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ บริษัทพิจารณาหาคู่ค้าเพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทในต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังขายสินค้าผ่านทางลูกค้าในประเทศ ที่เป็นลักษณะตัวแทนจำหน่ายนำสินค้าไปจำหน่ายในประเทศนั้นๆ

ช่องทางจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท ได้แก่ www.pholonline.com เป็นช่องทางจำหน่ายสำหรับ ลูกค้ารายย่อย ลูกค้าประเภทผู้บริโภคชั้นสุดท้าย เพื่อให้สินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้นทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าด้านความปลอดภัยที่สามารถใช้งานได้ในสภาพแวดล้อมทั่วไป และสินค้า ประเภทเครื่องกรองน้ำดื่มที่ใช้ในระดับครัวเรือน นอกจากนี้ ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน เว็บไซต์ซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่มี ชื่อเสียงอย่าง LAZADA และ SHOPEE เพื่อให้สินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อยเพิ่มขึ้น

- **การส่งเสริมการขาย (Promotion)** บริษัทมีการจัดทำ โปรโมชันส่งเสริมการขายสินค้า หมุนเวียนสลับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขาย และมีกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงลูกค้ามากขึ้น ผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ การลงโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆที่เกี่ยวข้องเช่น นิตยสารเพื่อความปลอดภัยต่างๆ เว็บไซต์ความรู้ความปลอดภัยและอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงมีการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าภายในประเทศเป็นประจำทุกปี เช่น งานสัปดาห์ความปลอดภัยแห่งชาติ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปี 2563 ยังอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 จึงงดจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ โดยบริษัทได้นำเสนอ ผลิตภัณฑ์ ความรู้ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย รวมถึงกิจกรรมของบริษัท ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ thai-safetywiki.com Facebook Fan Page และ Line @ Application ของบริษัทเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

- **การส่งมอบผลิตภัณฑ์ตรงต่อเวลา** บริษัทมีระบบการบริหารคลังสินค้าและระบบการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้การ ส่งมอบถูกต้อง ตรงเวลา เป็นที่พอใจของลูกค้า

การจัดหาผลิตภัณฑ์

การจัดหาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้า SAFETY และ กลุ่มสินค้า CE ของบริษัท มีทั้งจากการสั่งซื้อในประเทศและ ต่างประเทศ โดยในปี 2563 ยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 66 และยอดการสั่งซื้อสินค้าจากในประเทศประมาณร้อยละ 34 ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด สำหรับการซื้อสินค้าในประเทศเป็นการซื้อจากทั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศและผู้ผลิตเจ้าของตราสินค้ารวมประมาณ 250 ราย สำหรับการซื้อสินค้าจากต่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อสินค้าจาก เจ้าของตราสินค้าโดยตรงรวมประมาณ 80 ราย เป็นลักษณะแต่งตั้งบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวในประเทศ (Sole/Exclusive Distributor) และตัวแทนจำหน่ายทั่วไป (Non-exclusive Distributor)

สำหรับสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท คือ ตราสินค้า SYNOS และ ROCC บริษัทได้ว่าจ้างผู้ผลิตทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งบริษัทมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเองอยู่เสมอ โดยในปี 2563 มีรายการสินค้าภายใต้ ตราสินค้าของบริษัทกว่า 500 รายการ มีรายได้จากการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 23% ของ รายได้จากการขายและการให้บริการรวม เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท คิดเป็นประมาณ 18% ของรายได้จากการขายและการให้บริการรวม

บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ามากกว่า 30 ตราสินค้า โดยมีตราสินค้าที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียว ได้แก่

บริษัท	สินค้า	ระยะเวลาของสัญญา	เงื่อนไขทางการค้า
King's shoe Manufacturing Pte., Ltd. ตราสินค้า : KING'S ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย: ปี 2551	รองเท้าที่ใส่ในโรงงานอุตสาหกรรม	1 ปี	<ul style="list-style-type: none"> King's ชกเลิกสัญญาได้โดยแจ้งล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กำหนด King's สามารถยกเลิกสัญญาถ้าบริษัททำผิดสัญญาโดยแจ้งล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กำหนด King's สามารถทบทวนแก้ไขสัญญาได้ถ้าบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงในระดับผู้บริหาร ขอขายขั้นต่ำ
Ansell International ตราสินค้า : ANSELL ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย : ปี 2546 ตราสินค้า : MICROGARD ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย : ปี 2553	ถุงมือและชุดป้องกันที่ใช้ในกระบวนการผลิต ชุดป้องกันสารเคมี ผื่น และเชือกโรค	1 ปี	<ul style="list-style-type: none"> Ansell สามารถบอกเลิกสัญญาได้ในกรณีต่อไปนี้ <ol style="list-style-type: none"> หากบริษัทผิดเงื่อนไขในสัญญา ไม่สามารถซื้อครบจำนวนขอตั้งซื้อขั้นต่ำ มีการเปลี่ยนแปลงอำนาจควบคุมบริษัท
Chemtex, Inc. ตราสินค้า : CHEMTEX ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย : ปี 2553	วัสดุดูดซับสารเคมี	1 ปี	ไม่ระบุ

สำหรับขั้นตอนการจัดหาผลิตภัณฑ์นั้น บริษัทมีแนวทางในการจัดหาผลิตภัณฑ์ได้ 3 แนวทาง คือ

- 1) บริษัทหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่จากแหล่งต่างๆ
- 2) บริษัทติดต่อสอบถามความต้องการของลูกค้าอยู่เป็นระยะว่ามีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ใด
- 3) เจ้าของตราสินค้าและ/หรือตัวแทนจำหน่าย (Supplier) เป็นผู้เสนอผลิตภัณฑ์ให้บริษัททำการตลาดให้ หลังจากนั้นจึงนำผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง (Prototype) มาศึกษา แล้วส่งไปให้ลูกค้าทดลองใช้ ถ้าผลการทดสอบผ่านจึงวางแผนการตลาดและทำการติดต่อสั่งซื้อต่อไป

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีการพึ่งพิงผู้จำหน่ายและผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งเกินร้อยละ 20 ของยอดซื้อ และไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการจัดหาผลิตภัณฑ์ และบริษัทไม่มีข้อพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

ภาพรวมภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รายงานสรุปภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศในปี 2563 หดตัวร้อยละ 6.1 ต่ำสุดในรอบ 22 ปี สำหรับภาคการผลิตในอุตสาหกรรม ลดลงร้อยละ 5.7 มีดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมลดลงร้อยละ 8.8 จากข้อมูลรายงานสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมสำคัญที่หดตัวในปี 2563 เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นการลดลงของตลาดในประเทศและตลาดส่งออก ด้านภาคการผลิตในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีลดลง ตามปริมาณการใช้เชื้อเพลิงที่ลดลง เนื่องมาจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 รวมถึงมาตรการล็อกดาวน์ทำให้มีการหยุดผลิตและหยุดกิจกรรมทางเศรษฐกิจชั่วคราว อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวในปี 2563 ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสำเร็จรูป อุตสาหกรรมการผลิตยา ที่เพิ่มขึ้นตามต้องการของผู้บริโภค จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 สอดคล้องกับภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัทในปี 2563 ที่มีรายได้จากกลุ่มลูกค้าหลักในบางอุตสาหกรรมลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการกระจายความเสี่ยงโดยสร้างฐานลูกค้าที่หลากหลายอุตสาหกรรม ไม่พึ่งพิงอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง ทำให้ผลกระทบอยู่ในวงจำกัด ในปี 2563 บริษัทจึงปรับกลยุทธ์ในการมุ่งเน้นการขยายตลาดในอุตสาหกรรมที่ยังเติบโตได้ในสถานการณ์โควิด และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ส่งผลให้เกิดวิถีการดำเนินธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวันแบบปกติใหม่ ทำให้ความต้องการสินค้าด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมยิ่งเพิ่มสูงขึ้น เกิดภาวะการขาดแคลนสินค้า บริษัทจึงมุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดหาสินค้าได้ทันต่อความต้องการ ทำให้สามารถขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มอื่นๆ ที่บริษัทยังมีส่วนแบ่งการตลาดไม่มาก ได้แก่ กลุ่มการแพทย์และสาธารณสุข กลุ่มผู้บริโภค เป็นต้น

กลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

กลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน หรือ SAFETY มีความเกี่ยวข้องกับภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมโดยรวมของประเทศ เนื่องจากสินค้าที่จัดจำหน่ายเป็นสินค้าที่ใช้ในสถานประกอบการอุตสาหกรรม หรือใช้กับผู้ปฏิบัติงานในสถานประกอบการนั้นๆ ซึ่งหากภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมมีการขยายตัว จะทำให้ความต้องการใช้สินค้าเพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัยสำหรับผู้ปฏิบัติงาน รวมถึงสินค้าที่ใช้เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยมีเพิ่มขึ้น ซึ่งในปัจจุบันสถานประกอบการอุตสาหกรรมหรือองค์กรธุรกิจทั่วไปต่างให้ความสำคัญในเรื่องอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเพิ่มขึ้น นอกจากเป็นการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามกฎหรือข้อบังคับของกฎหมายแล้ว ยังมีความต้องการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์การรับรองที่เป็นมาตรฐานสากล เป็นการยกระดับมาตรฐานในการผลิตให้กับผู้ประกอบการ และสร้างความน่าเชื่อถือหรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน มีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับด้านการจัดการความปลอดภัย เช่น มาตรฐาน ISO 45001 ที่พัฒนาปรับปรุงและนำมาใช้แทนที่มาตรฐาน OHSAS เป็นต้น นอกจากนี้ ประเด็นการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมยังเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืน ภาคองค์กรธุรกิจต่างๆ จึงตระหนักและให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 เป็นการกระตุ้นให้ประชากรทุกคนตระหนักถึงเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัยเพิ่มขึ้น มีความจำเป็นในการป้องกันเชื้อโรคและสร้างความปลอดภัยให้แก่ตนเองและสังคม จึงทำให้ธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมของบริษัทจึงยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต

ธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่ม SAFETY บริษัทมีลูกค้ากระจายอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ โดยมีลูกค้าหลักอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี อุตสาหกรรมก่อสร้าง ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจาก

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 จึงมีคำสั่งซื้อลดลง ในปี 2563 บริษัทจึงมุ่งเน้นการขายไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมที่ยังมีการขยายตัวได้ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 เช่น อุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มการแพทย์และสาธารณสุข กลุ่มหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจที่มีความจำเป็นต้องใช้สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 เช่น ชุดป้องกันเชื้อโรค ถุงมือ และหน้ากากอนามัย เป็นต้น ซึ่งจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้มีรายได้จากการขายและบริการเพิ่มขึ้น และจากการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินชีวิตประจำวันในรูปแบบใหม่ สินค้าที่ใช้เพื่อป้องกันเชื้อโรคมีความจำเป็นต้องใช้อย่างต่อเนื่องทั่วประเทศ ทำให้มีสัดส่วนรายได้จากกลุ่มลูกค้าตัวแทนจำหน่ายและกลุ่มผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งจากการพัฒนาปรับปรุงเพิ่มช่องทางการขายสินค้าหรือให้คำแนะนำกับลูกค้าทางโทรศัพท์ และช่องทางการขายสินค้าทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท www.pholonline.com และช่องทางการซื้อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าวได้

ภาวะการแข่งขันสำหรับสินค้าด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม ในปัจจุบันเริ่มมีเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา คู่แข่งรายย่อยเริ่มพัฒนาสินค้าที่จัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยสินค้าที่มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นอยู่ในกลุ่มสินค้าด้านความปลอดภัยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงต้นของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 สินค้าที่เกี่ยวข้อง เช่น หน้ากากอนามัย ชุดป้องกัน เป็นต้น ความต้องการสินค้าเพิ่มสูงขึ้น เกิดภาวะขาดแคลนสินค้า เป็นโอกาสให้คู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้น นำไปสู่การแข่งขันทางด้านราคาที่เราคาดว่าจะรุนแรงขึ้นสำหรับกลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ชั่วคราว ซึ่งบริษัทยังคงมุ่งเน้นด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารจัดการสินค้าสำรองคลังให้สามารถรองรับการสั่งซื้อที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ โดยบริษัทประกอบธุรกิจมาเป็นระยะเวลานาน สินค้าและบริการมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของลูกค้าและคู่ค้า อีกทั้งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีความน่าเชื่อถือ ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีสภาพคล่องทางการเงิน บริษัทจึงมีความได้เปรียบเรื่องการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้ บริษัทมีการพัฒนา จัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มวิศวกรรมที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะ การพัฒนาด้านบุคลากรให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถบริการลูกค้าได้อย่างครบวงจร อีกทั้งบริษัทยังให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทั้งเรื่องสินค้าและบริการ ทำให้บริษัทยังรักษาตลาดและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้

กลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม

กลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อมหรือ CE เป็นอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อป้องกันไม่ให้ปัจจัยภายนอกหรือสภาพแวดล้อมต่างๆส่งผลกระทบต่อชิ้นงานและกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรม โดยลูกค้าหลักอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในปี 2563 ภาพรวมอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจและการส่งออก อันเนื่องมาจากผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ในช่วงต้น แต่ภาคการผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เริ่มมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง ตามความต้องการสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีและสินค้าพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เพิ่มขึ้นจากการปรับวิธีการเรียนการทำงานผ่านทางออนไลน์และการ Work from home นอกจากนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 มาตรการล็อกดาวน์หลายประเทศทั่วโลก ส่งผลต่อห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าด้านการควบคุมสภาพแวดล้อมเกิดการขาดแคลนและราคาตลาดปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น จากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพส่งผลให้บริษัทมีความสามารถในการจัดหาสินค้าได้ทันต่อความต้องการ ในปี 2563 บริษัทจึงมีรายได้จากกลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อมเติบโตขึ้นทั้งในกลุ่มลูกค้าหลักและกลุ่มลูกค้าใหม่

ด้านการแข่งขัน มีแนวโน้มสูงขึ้น การแข่งขันส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันทางด้านราคา เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ให้ความสำคัญในเรื่องต้นทุนสินค้า จึงเป็นการเปิดโอกาสให้คู่แข่งรายใหม่ เพิ่มขึ้นรวมถึงคู่แข่งที่เป็นผู้ผลิตโดยตรงจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมของลูกค้าในกลุ่มนี้จะไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงสินค้า เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต บริษัทจึงมุ่งเน้นการบริหารต้นทุนสินค้า ความรวดเร็วในการบริการ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ การสร้างแบรนด์ให้ลูกค้าตระหนักถึงความสำคัญและyakต่อการเปลี่ยนแปลง การนำเสนอสินค้าตามความต้องการพิเศษให้กับลูกค้าตามลักษณะการใช้งานที่แตกต่างออกไปเฉพาะราย เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและการรักษาลูกค้าปัจจุบันที่มีศักยภาพ รวมถึงศึกษาการทำตลาดสินค้าใหม่เพื่อขยายไปยังลูกค้าในกลุ่มอื่นๆ

3 กลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค (Water Treatment Products)

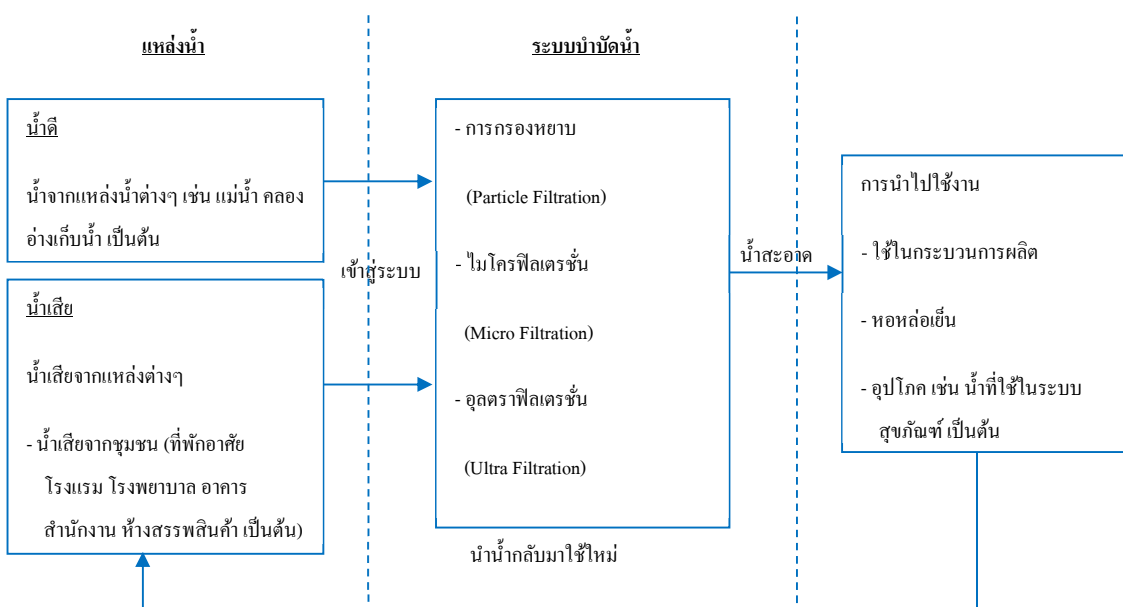
บริษัทแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ส่วนหลักดังนี้

1) การให้บริการด้านการสำรวจ การออกแบบและวิศวกรรม งาน โครงสร้าง การผลิต รับก่อสร้าง และติดตั้งระบบบำบัดน้ำ มุ่งเน้นในระบบจัดการน้ำเพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้น้ำ ซึ่งรวมถึงการติดตามผล การวิเคราะห์ผลในห้องปฏิบัติการ งานซ่อมบำรุงและงานบริการหลังการขาย โดยรูปแบบการให้บริการแบ่งเป็น 3 ลักษณะ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า ได้แก่ การรับก่อสร้าง Engineering Procurement and Construction หรือ EPC งานโครงการสัมปทานในลักษณะ Build-Own-Operate หรือ BOO และ Build-Operate-Transfer หรือ BOT

2) การจัดหาหน่วยเครื่องจักร อะไหล่ หรือวัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ สำเร็จรูป จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำประเภทต่างๆ ที่ใช้ในระดับอุตสาหกรรม และระดับครัวเรือน เช่น อุปกรณ์และสารกรองตะกอน เครื่องอัดตะกอน เครื่องสูบน้ำ ถังเก็บน้ำ ระบบบำบัดน้ำชุดอุปกรณ์สำเร็จ (Module)

3) การให้บริการดูแลควบคุมระบบและการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ เป็นการให้บริการดูแลบำรุงรักษาและควบคุมระบบให้สามารถดำเนินงานได้ต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ ระบบบำบัดน้ำสามารถบำบัดได้ทั้งน้ำดีและน้ำเสีย โดยมีกระบวนการในการบำบัดโดยรวมดังนี้



ระบบบำบัดน้ำดีหรือน้ำเสียที่ให้บริการกับลูกค้า แบ่งออกเป็น 5 ระบบ ตามความต้องการใช้งาน และคุณภาพของน้ำที่ต้องการ ดังนี้

- ระบบผลิตน้ำประปาและน้ำดื่ม (Potable and drinking water system) เป็นระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำดิบ เช่น น้ำผิวดิน ตามธรรมชาติ (น้ำคลอง แม่น้ำ น้ำบาดาล) และน้ำที่ปนเปื้อนสิ่งสกปรกต่างๆ เพื่อให้สามารถนำมาใช้อุปโภคบริโภค และใช้งานในอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงระบบผลิตน้ำประปาเคลื่อนที่ โดยบริษัทยังได้มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเมมเบรน (Membrane Filtration) ชนิด ไมโครฟิลเตรชัน (Membrane Micro Filtration) และ เมมเบรนอัลตราฟิลเตรชัน (Membrane Ultra Filtration) ซึ่งสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างและค่าใช้จ่ายในการเดินระบบ

- ระบบบำบัดน้ำเสีย (Waste water treatment system) เป็นระบบบำบัดน้ำเสียที่เกิดจากการประกอบกิจการของโรงงาน อาคาร และกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการบำบัดก่อนที่จะปล่อยลงสู่สิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถออกแบบและให้บริการสำหรับคุณภาพน้ำเสียที่แตกต่างกันให้เหมาะสมได้

- ระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Waste water recycling system) เป็นระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ในการดำเนินงาน โดยใช้เทคโนโลยีระบบบำบัดที่หลากหลาย เช่น เมมเบรนไมโครฟิลเตรชัน เมมเบรนอัลตราฟิลเตรชัน หรือเมมเบรนในถังปฏิกิริยา (Membrane bioreactor system) ตามความเหมาะสมสำหรับน้ำเสียเพื่อให้ได้คุณภาพที่เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ที่น้ำที่ถูกบำบัดกลับไปใช้ใหม่ เช่น สำหรับหอหล่อเย็น (Cooling tower) หรือหม้อไอน้ำ (Boiler)

- ระบบผลิตน้ำบริสุทธิ์ (Purified water system) เป็นระบบการผลิตน้ำบริสุทธิ์ สำหรับการใช้งานเฉพาะด้านที่มีข้อกำหนดสูง ซึ่งประกอบด้วยระบบต่างๆ เช่น ระบบกรองด้วยเมมเบรนรีเวอร์สออสโมซิส (Reverse Osmosis) ระบบเมมเบรนอัลตราฟิลเตรชัน ระบบอิเล็กโตรไดไอโอไนเซชัน (Electro deionization) และระบบฆ่าเชื้อด้วยแสงอัลตราไวโอเล็ต เป็นต้น

- ระบบผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเล (Desalination System) เป็นระบบที่นำน้ำทะเลมาผ่านกระบวนการให้เป็นน้ำบริสุทธิ์และลดความเค็ม เพื่อให้เป็นน้ำจืดที่สามารถนำมาใช้งานทั่วไปหรือใช้ในอุตสาหกรรมได้ ซึ่งเหมาะสมสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมหรือนิคมอุตสาหกรรมที่มีพื้นที่ติดชายฝั่ง โรงแรมหรือ รีสอร์ทชายทะเล และเรือเดินสมุทร

ตราสินค้าที่สำคัญที่บริษัทจัดจำหน่ายในกลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค ได้แก่ GE, PENTAIR และ ANDRITZ เป็นต้น

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในกลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค มีดังนี้

ลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรม

ประกอบด้วยโรงงานอุตสาหกรรมที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้น้ำเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจเกิดจากลักษณะของการดำเนินงานตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ขาดแคลนน้ำ หรือมีค่าใช้จ่ายในการใช้น้ำที่สูง โดยนอกจากจะสามารถลดมลพิษจากการปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำ ยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในการใช้น้ำได้ โดยการผลิตน้ำจากแหล่งน้ำตามธรรมชาติหรือจากการบำบัดน้ำเสีย ซึ่งสามารถเลือกใช้ระบบที่เหมาะสมกับแหล่งน้ำและคุณภาพของน้ำที่ต้องการสำหรับแต่ละประเภทของกิจการ อีกทั้งยังสามารถควบคุมคุณภาพน้ำสำหรับการใช้งานเฉพาะด้าน เช่น โรงพยาบาล หรือห้องวิจัย เป็นต้น ซึ่งบริษัทมีฐานลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมเดิม จากกลุ่มสินค้าด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม ทำให้บริษัทมีโอกาสในการนำเสนอสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำได้ดียิ่งขึ้น

ลูกค้ากลุ่มโรงแรมและที่พักอาศัย

ประกอบด้วยกิจการโรงแรม ที่พักอาศัยหรืออาคารขนาดใหญ่ เช่น บ้านพักอาศัยขนาดใหญ่ คอนโดมิเนียม หรืออาคารสำนักงาน ซึ่งมีปริมาณและค่าใช้จ่ายในการใช้น้ำสูง โดยสามารถเลือกขนาดและประเภทระบบบำบัดน้ำเพื่อให้ได้น้ำในระดับคุณภาพที่ต้องการ เช่น น้ำประปา น้ำดื่ม หรือน้ำรดน้ำต้นไม้ เป็นต้น

ลูกค้ากลุ่มหน่วยงานราชการ

ประกอบด้วยชุมชนหรือเทศบาล ซึ่งในบางพื้นที่มีปริมาณการผลิตน้ำยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้น้ำ ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำ

ลูกค้ารายย่อย

กลุ่มลูกค้าผู้บริโภคทั่วไปที่ต้องการบริโภคน้ำสะอาด

กลุ่มลูกค้าผู้รับเหมาโครงการ

ลูกค้าในกลุ่มนี้ประกอบด้วยผู้รับเหมาโครงการ ซึ่งต้องการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงสำหรับในส่วนของการบริหารจัดการน้ำ หรือต้องการซื้อชิ้นส่วนอุปกรณ์ไปเพื่อก่อสร้างระบบ

กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบน้ำ

ลูกค้ากลุ่มที่เป็นผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบน้ำโดยมีตราสินค้าเป็นของตนเอง ประสงค์ที่จะจัดจำหน่ายระบบบำบัดน้ำชุดประกอบสำเร็จภายใต้ตราสินค้าของตนเอง จึงว่าจ้างบริษัทให้เป็นผู้ผลิต

การตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์ทางการตลาด

- **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** บริษัทมีความสามารถที่จะให้บริการด้านระบบบำบัดน้ำอย่างครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบ การก่อสร้าง การดูแลบำรุงรักษาระบบ โดยมีความสามารถในการนำเทคโนโลยีที่หลากหลายมาใช้ร่วมกันเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ทั้งเรื่องคุณภาพน้ำดีและน้ำเสีย รวมถึงวัตถุประสงค์ในการนำน้ำกลับไปใช้ที่ต่างกัน และมีการพัฒนาสินค้าให้มีระบบจัดการแบบอัตโนมัติ มีระบบติดตามคุณภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สร้างความเอกลักษณ์ เพื่อให้ลูกค้าจดจำสินค้าของบริษัทได้ รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะเป็นชุดประกอบสำเร็จ (Module) พร้อมใช้งาน เพื่อความสะดวกในการติดตั้ง หรือขยายขนาดของระบบ โดยบริษัทให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของระบบ โดยการออกแบบระบบที่ได้มาตรฐานทางวิศวกรรมและใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพ มีการรับประกันสินค้า พร้อมการบริการหลังการขาย

สำหรับการจัดจำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์ ด้านระบบบำบัดน้ำ บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสำหรับแบรนด์สินค้าที่มีชื่อเสียง สินค้ามีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้บริษัทมีการจัดหมวดหมู่สินค้าตามการใช้งานที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้า เพื่อให้เสนอขายสินค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว มีความเป็นมืออาชีพ

- กลยุทธ์ด้านราคา

บริษัทมีนโยบายการตั้งราคาสินค้าแต่ละประเภทโดยบวกเพิ่มกำไรส่วนเพิ่มจากต้นทุน สำหรับสินค้าโครงการ บริษัทมีการวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนสินค้าของทั้งโครงการอย่างครอบคลุม เพื่อให้การเสนอราคาเป็นไปอย่างเหมาะสม การหาพันธมิตรทางการค้าเพื่อลดต้นทุนสินค้า การให้ระยะเวลาการชำระเงินกับลูกค้า เพื่อเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันด้านราคามากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทมีรูปแบบของการให้บริการในลักษณะ Build-Own -Operate ทำให้ลูกค้าไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูง ไม่ต้องรับความเสี่ยงจากการลงทุนและการดูแลบำรุงรักษาระบบ

- กลยุทธ์ด้านการจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีทีมงานขาย ส่วนใหญ่เป็นวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญด้านระบบบำบัดน้ำ โดยบริษัทมุ่งเน้นการเสนอขายสินค้าในลักษณะงานโครงการเป็นหลัก ทีมงานขายแบ่งความรับผิดชอบตามพื้นที่หลัก ได้แก่ ภาคกลาง ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคใต้ นอกจากนี้ บริษัทพยายามหาพันธมิตรเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เช่นในกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างอาคารโรงงาน หรือสถานประกอบการต่างๆ กลุ่มผู้จัดจำหน่ายสินค้าด้านระบบบำบัดน้ำ เป็นต้น

สำหรับกลุ่มลูกค้าเดิมของบริษัท จัดให้ทีมงานขายดูแลติดตามอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างโอกาสในการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการที่จำเป็นหลังการขาย รวมถึงการสร้างงาน โครงการด้านระบบบำบัดน้ำสำหรับโครงการต่อไปของลูกค้าด้วย

- กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

กลยุทธ์ส่งเสริมการขายที่ใช้ได้แก่ การเสนอขายสินค้าเป็น Package และเสนอรายในราคาพิเศษ มีการจัดทำโปรโมชั่นการขายอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทได้ทำการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ โดยได้คัดเลือกสื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะด้าน เช่น วารสารทางวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมถึงการปรับปรุงและการโปรโมทเว็บไซต์ เพื่อให้ผลการค้นหาข้อมูลด้านระบบบำบัดน้ำปรากฏข้อมูลของบริษัทในลำดับต้น นอกจากนี้บริษัทยังร่วมออกนิทรรศการหรืองานสัมมนาทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการบำบัดน้ำ เพื่อให้บริษัทเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น

- กลยุทธ์ด้านการส่งมอบโครงการในระยะเวลาสั้นและตรงต่อเวลา

บริษัทได้คำนึงถึงความสำคัญต่อการส่งมอบโครงการในระยะเวลาสั้นและตรงต่อเวลา โดยได้มีการส่งอุปกรณ์ที่สำคัญและมีช่วงเวลาการส่งที่นานมาไว้เพื่อรอการประกอบ ทำให้สามารถลดเวลาในการส่งมอบโครงการ และสามารถตอบสนองต่อคำสั่งซื้อที่คาดว่าจะมีมาในอนาคตได้

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน**กลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำ**

น้ำยังคงเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ในขณะที่ความต้องการใช้น้ำมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรและความเติบโตทางเศรษฐกิจ สำหรับความต้องการใช้น้ำในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของประชากรและการขยายตัวของชุมชนเมือง การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจ การขยายตัวด้านอุตสาหกรรม นอกจากนี้ จากการแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ ส่งผลให้เกิดภาวะการขาดแคลนน้ำ ภาวะน้ำท่วม มลพิษทางน้ำ ที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้นในอนาคต สำหรับประเทศไทยได้มีการจัดทำแผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (2561-2580) เป็นกรอบแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาทรัพยากรน้ำของประเทศอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ บริหารจัดการน้ำได้อย่างยั่งยืน รวมถึงการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรและจัดการทรัพยากรน้ำที่มีแนวโน้มเข้มงวดขึ้น ทุกหน่วยงานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนจึงต้องให้ความสำคัญในการบริหารจัดการน้ำเพิ่มขึ้น

กลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำ หรือ WATER บริษัทมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งทรัพยากรน้ำถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำที่ใช้เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อกระบวนการผลิต รวมถึงการบริหารจัดการต้นทุนด้านระบบน้ำที่เกี่ยวข้องให้มีความคุ้มค่าที่สุด การนำน้ำกลับมาใช้หมุนเวียนในกระบวนการผลิตใหม่จึงเป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจเพิ่มขึ้น รวมถึงระบบการบำบัดน้ำเสียในอุตสาหกรรมเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากต้องปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎหมาย และมีแนวโน้มเข้มงวดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ ประเด็นการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หน่วยงานหรือผู้ประกอบการต่างๆมีแนวโน้มให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ การใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่าภายในองค์กรเป็นอีกหนึ่งแนวทางปฏิบัติที่แสดงถึงการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งการดำเนินธุรกิจด้านระบบบำบัดน้ำของบริษัท สามารถตอบสนองต่อประเด็นดังกล่าวได้ โดยบริษัทมุ่งเน้นการให้บริการที่หลากหลาย ครบวงจรสามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการใช้น้ำของลูกค้าแต่ละราย ตั้งแต่การให้บริการออกแบบ รับก่อสร้างตลอดจนการดูแลบำรุงรักษา โดยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ สำหรับการดำเนินงานในปี 2563 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการติดตั้งโครงการระบบน้ำในกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน แต่ยังคงต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากมาตรการล็อกดาวน์และผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ลูกค้าจึงชะลอโครงการออกไป

สภาพการแข่งขันสำหรับธุรกิจด้านระบบบำบัดน้ำ มีทั้งกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยแต่ละแห่งอาจมุ่งเน้นการให้บริการที่แตกต่างกัน และกลุ่มลูกค้ามีความหลากหลาย อย่างไรก็ตาม ตลาดด้านการบริหารจัดการน้ำมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต การแข่งขันจึงยังถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยบริษัทมุ่งเน้นในการให้บริการสำหรับระบบขนาดกลางและขนาดเล็ก คู่แข่งของบริษัทจึงเป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก ซึ่งบริษัทมีความได้เปรียบเรื่องความสามารถในด้านการลงทุน การมีเทคโนโลยีโดยความร่วมมือกับผู้ผลิต ระบบการบริหารจัดการ มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญ เป็นผู้ให้บริการได้อย่างครบวงจร ทำให้บริษัทสามารถแข่งขันได้

ช่องทางในการจำหน่าย

ช่องทางการให้บริการด้านระบบบำบัดน้ำ ดำเนินการโดยทีมงานขายของบริษัท โดยทีมงานขายส่วนใหญ่เป็นวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ สามารถให้คำแนะนำและนำเสนอสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง

การจัดหาผลิตภัณฑ์

ในส่วนเครื่องจักรและอุปกรณ์เกี่ยวกับระบบบำบัดน้ำได้รับการจัดหาจากทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับตราสินค้า GE , PENTAIR และ ADRITZ สำหรับวัสดุ อุปกรณ์สำหรับงานก่อสร้างทั่วไป บริษัทจัดหาในประเทศเป็นหลัก ส่วนใหญ่จัดซื้อจากผู้ประกอบการในพื้นที่ใกล้เคียงงานโครงการ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

2.2 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ไม่มี

3. ปัจจัยความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยงถือเป็นกลไกสำคัญให้บริษัทสามารถตอบสนองต่อปัจจัยเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อให้บริษัทไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตาม วิสัยทัศน์ พันธกิจและแผนงานที่กำหนดไว้ บริษัทได้กำหนดกรอบนโยบายการบริหารความเสี่ยงการดำเนินการบริหารจัดการเป็นไปตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงได้อย่างเป็นระบบ โดยกำหนดโครงสร้างและนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยง ให้มีการกำกับดูแล บริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สร้างโอกาสทางธุรกิจ รวมถึงมีการกำหนดแนวปฏิบัติที่สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยเสี่ยงทั้งภายในและภายนอก รวมถึงแนวโน้มเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี อุตสาหกรรม คู่แข่ง และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ รวมทั้งติดตามแผนงานการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงมีประสิทธิภาพ สามารถควบคุมให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ตลอดจนมุ่งเน้นเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร และมีการทบทวนนโยบายอย่างสม่ำเสมอให้ครอบคลุมความเสี่ยงในด้านต่างๆ มีรายละเอียดของการบริหารความเสี่ยงที่เป็นสาระสำคัญ ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศโดยตรง โดยยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ ในปี 2561 ถึงปี 2563 คิดเป็นร้อยละ 55 ร้อยละ 60 และร้อยละ 66 ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด ตามลำดับ ซึ่งการเสนอราคาและการชำระเงินจะใช้เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐและดอลลาร์สิงคโปร์เป็นหลัก ขณะที่สินค้าเกือบทั้งหมดจัดจำหน่ายในประเทศ ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี บริษัทได้คำนึงถึงผลกระทบดังกล่าวและมีการบริหารความเสี่ยงโดยใช้กลยุทธ์การซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) เป็นวงเงินที่สามารถครอบคลุมยอดหนี้การค้าต่างประเทศในขณะใดขณะหนึ่ง ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับสถาบันการเงิน ซึ่งแบ่งเป็นวงเงินสกุลบาทไทย 220 ล้านบาท และดอลลาร์สหรัฐเท่ากับ 1.15 ล้านดอลลาร์ โดยการซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอและมีการติดตามความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากความเสียดังกล่าวอย่างจำกัด เห็นได้จากผลการดำเนินงานของบริษัท เกิดผลกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนในรอบ 3 ปีย้อนหลัง ตั้งแต่ปี 2561 ถึงปี 2563 ที่มียอดกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน เท่ากับ 2.22 ล้านบาท 6.50 ล้านบาท และ 2.4 ล้านบาท ตามลำดับ นอกจากนี้บริษัทมีระบบการบริหารจัดการเพื่อให้มีการบริหารจัดการต้นทุนสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ หากมีการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินมีผลทำให้ต้นทุนสินค้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทจะทำการปรับราคาสินค้าไปตามสภาพตลาดโดยแจ้งแก่ลูกค้าทราบล่วงหน้า ดังนั้น ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจึงไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

2. ความเสี่ยงจากการสูญเสียในการเป็นตัวแทนจำหน่ายตราสินค้า (Brand) ที่สำคัญ

บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าหรือผู้จัดจำหน่ายที่มีตราสินค้าของตนเองได้รับการยอมรับในระดับสากล สำหรับตราสินค้าที่มียอดขายสูงสุด 2 อันดับแรก คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 27 ของรายได้จากการขายปี 2563 ธุรกิจซื้อมาขายไปอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยและอุปกรณ์นิรภัย หากบริษัทสูญเสียการเป็นตัวแทนจำหน่ายตราสินค้านี้ดังกล่าวไปอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท อย่างไรก็ตาม ตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจกว่า 40 ปี บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า คู่ค้า และปฏิบัติตามเงื่อนไขทางการค้าอย่างมีจริยธรรม จึงได้รับความไว้วางใจจากบริษัทผู้ผลิตที่เป็นเจ้าของตราสินค้าและแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้านี้มาโดยตลอด นอกจากนี้ บริษัทยังเป็นที่รู้จักในวงกว้างของลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก ด้วยภาพลักษณ์ของผู้จัดจำหน่ายสินค้าด้านอุปกรณ์

นิรภัยและสิ่งแวดล้อมครบวงจรอย่างมืออาชีพ ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาช้านาน รวมถึงบริษัทมีการดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงระบบ และช่องทางจัดจำหน่าย เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น ดังนั้น บริษัทจึงมีความเชื่อมั่นได้ว่าบริษัทเจ้าของตราสินค้าจะมีความมั่นใจในบริษัท และบริษัทยังคงรักษาสถานะการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทยังมีมาตรการลดความเสี่ยงและความเสียหายจากการการสูญเสียการเป็นตัวแทนจำหน่าย โดยมีการพัฒนาตราสินค้าของตนเองเพื่อรองรับความต้องการลูกค้า ในปี 2563 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าในตราสินค้าของตนเองคิดเป็นสัดส่วนรายได้ ร้อยละ 23 ของรายได้จากการขายและให้บริการทั้งหมด

3. ความเสี่ยงจากลูกหนี้การค้า

การจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัท มีการเรียกเก็บเงินด้วยเงื่อนไขการชำระเงินแบบให้เครดิตการค้าเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2561 ถึงปี 2563 บริษัทมีสัดส่วนของลูกหนี้ที่ชำระเงินด้วยเงื่อนไขเครดิตการค้า คิดเป็นร้อยละ 90 ของรายได้จากการขาย และการให้บริการ ดังนั้น กรณีที่ลูกหนี้ของบริษัทมีลักษณะเป็นหนี้สูญหรือหนี้สงสัยจะสูญเป็นจำนวนที่มีนัยสำคัญ อาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องและผลการดำเนินงานของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายเน้นการควบคุมคุณภาพของลูกหนี้การค้า การให้เครดิตที่รัดกุมกับลูกหนี้โดยมีการพิจารณาทบทวนเครดิตลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ การแยกฝ่ายควบคุมเครดิตออกจากฝ่ายขายเพื่อให้การพิจารณาเครดิตเป็นไปอย่างอิสระ โดยในรอบ 3 ปีย้อนหลัง ปี 2561 ไม่เกิดหนี้สูญ ปี 2562 เกิดหนี้สูญร้อยละ 0.04 และปี 2563 เกิดหนี้สูญร้อยละ 0.07 ของลูกหนี้การค้ารวม ตามลำดับ ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญโดยการบันทึกค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ ประมาณจำนวนหนี้ อาจเกิดขึ้นจากการเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ไม่ได้ตามเงื่อนไขการชำระเงิน โดยอ้างอิงประวัติการเรียกเก็บเงินในอดีตและตามสถานะปัจจุบันของลูกหนี้ดังกล่าว ณ วันที่บแสดงฐานะการเงิน พิจารณาจากลูกหนี้ที่มีอายุการชำระหนี้เกิน 180 วัน และไม่มีมีการเคลื่อนไหว ซึ่งอาจพิจารณาตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100 จากยอดหนี้ดังกล่าวทั้งหมดเป็นรายๆ ไป

4. ความเสี่ยงจากระบบการจัดซื้อและบริหารสินค้าคงคลังของบริษัท

บริษัทมีรายการสินค้าที่จำหน่ายมากกว่า 3,000 รายการ สินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นสินค้าที่หมุนเวียนเร็ว ซึ่งบางครั้งสินค้าที่เป็นที่นิยมของลูกค้าอาจมีการขาดตลาดบ้างในบางโอกาส หรือมีสินค้าบางรายการที่คงค้างอยู่ในคลังสินค้าอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในด้านความต้องการของตลาด การได้รับผลกระทบจากการแข่งขันด้านราคา ซึ่งส่งผลกระทบต่อการหมุนเวียนของสินค้าคงคลังและสินค้าค้างสต็อก อย่างไรก็ตาม บริษัทได้จัดทำแผนส่งเสริมการขาย และจัดหาช่องทางจัดจำหน่ายอื่น ผ่านช่องทางออนไลน์หรือหน้าเว็บไซต์บริษัท ผ่านสาขาในส่วนภูมิภาค รวมถึงการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้บริษัทยังมีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการโดยนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและสะดวกยิ่งขึ้น การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบเพื่อให้มีการดำเนินงานที่สอดคล้อง เกิดการบูรณาการในทุกภาคส่วน มีการพัฒนาระบบบริหารจัดการคลังสินค้า (WMS) ให้เกิดการเชื่อมโยงกับระบบ ERP เพื่อเพิ่มความถูกต้อง รวดเร็วในการดำเนินงาน การพัฒนาระบบ MRP เพื่อบริหารจัดการและวางแผนความต้องการสินค้าได้อย่างเหมาะสม ตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ บริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการมุ่งมั่นในการพัฒนาระบบ อย่างต่อเนื่องสามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมด้านการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง เพิ่มอัตราการหมุนเวียนของสินค้าและการบริหารต้นทุนสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

5. ความเสี่ยงจากธุรกิจหยุดชะงัก

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อม บริษัทคำนึงถึงการเตรียมความพร้อมรับสถานการณ์วิกฤตต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น จึงได้กำหนดเป็นแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ซึ่งผ่านการพิจารณากลั่นกรองจากคณะกรรมการบริษัท และมีการกำกับดูแลผ่านโครงสร้างการบริหารจัดการของบริษัท มีการติดตาม การฝึกซ้อมให้ปฏิบัติตามแผนดำเนินงาน การรายงาน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์วิกฤตที่อาจเกิดขึ้น และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด 19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อประชากร และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศและทั่วโลก รวมถึงระบบห่วงโซ่อุปทานของบริษัท บริษัทมีการประเมินผลกระทบและกำหนดมาตรการการเตรียมความพร้อม ก่อนเกิดเหตุการณ์ ระหว่างการเกิดเหตุการณ์ และหลังการเกิดเหตุการณ์เพื่อสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ มีการประเมินสถานการณ์ทั้งปัจจัยเสี่ยงและโอกาส อย่างใกล้ชิด โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกกลุ่ม เน้นย้ำการปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติจากกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรคอย่างเคร่งครัด คำนึงถึงความปลอดภัยของบุคลากร ผู้มาติดต่อสำนักงานเป็นหลัก โดยมีการดำเนินงานดังนี้

- ด้านความปลอดภัยของบุคลากรของบริษัท และผู้มาติดต่อสำนักงาน บริษัทกำหนดมาตรการป้องกันโดยประกาศแนวทางปฏิบัติงานเพื่อป้องกันควบคุมเชื้อไวรัสโควิด 19 และกำหนดเป็นขั้นตอนการปฏิบัติที่ชัดเจน สื่อสารต่อผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปปฏิบัติอย่างเคร่งครัด
- ด้านความปลอดภัย และความพร้อมของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมสำหรับการดำเนินงานในรูปแบบ Work from Home
- มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อป้องกันการหยุดชะงักของธุรกิจ เริ่มตั้งแต่การปรับแผนงาน กลยุทธ์ให้เหมาะสม มีความยืดหยุ่นสามารถตอบสนองต่อปัจจัยเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ การบริหารจัดการคู่ค้าโดยการจัดทำ Vender List ที่มีคุณภาพ การบริหารจัดการลูกหนี้การค้า เป็นต้น
- มีการบริหารสภาพคล่องทางการเงิน กรณีได้รับผลกระทบทางการเงิน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ถาวร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รายละเอียดทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี(บาท) ณ 31 ธันวาคม 2563	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุง			
-ที่ตั้งสำนักงานใหญ่และคลังสินค้า โฉนดเลขที่ 23439-23440ต.ลาดสวาย อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี ขนาด 5-0-1 ไร่	28,324,286	เจ้าของ	ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อธนาคาร
-ที่ตั้งสำนักงานเชียงใหม่ โฉนดเลขที่ 1272-1274 ตั้งอยู่ที่ 47/55-57 อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ขนาด 0-0-66 ไร่	3,440,000	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
-ที่ตั้งสำนักงานระยอง โฉนดเลขที่ 79233 ตั้งอยู่ที่ 308/3-4 อ.เมือง จ.ระยอง ขนาด 0-0-49 ไร่	493,000	เจ้าของ	ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อธนาคาร
-โฉนดเลขที่ 149362 ตั้งอยู่ที่ 155/213 อ.เมือง จ.ระยอง ขนาด 0-0-88.6 ไร่	620,200	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
-โฉนดเลขที่ 20686 ตั้งอยู่ที่ 27/44-45 อ.อุทัย จ. อยุธยา ขนาด 0-0-32 ไร่	128,000	เจ้าของ	ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อธนาคาร
- ที่ดินคอนโคอุตสาหกรรมอาคารนริตะ เลขที่ 47/390 แจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ	749,160	เจ้าของ	ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อธนาคาร
รวมที่ดินและส่วนปรับปรุง	33,754,646		
2. อาคาร สิ่งปลูกสร้าง และส่วนปรับปรุงอาคาร			
-อาคารสำนักงานใหญ่และคลังสินค้า เลขที่ 1/11 อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี	50,267,971	เจ้าของ	ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อธนาคาร
-คอนโคอุตสาหกรรมอาคารนริตะ เลขที่ 47/390 แจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ	434,080	เจ้าของ	ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อธนาคาร
- อาคารสำนักงานสาขาเชียงใหม่ เลขที่ 47/55-57	309,899	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
- อาคารสำนักงานเลขที่ 308/3-4 อ.เมือง จ.ระยอง	1,790,523	เจ้าของ	ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อธนาคาร
- อาคารสำนักงานเลขที่ 27/44-45 อ.อุทัย จ.อยุธยา	1,683,295	เจ้าของ	ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อธนาคาร
- อาคารสำนักงานสาขาระยอง เลขที่ 155/213	4,158,104	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
- ส่วนปรับปรุงอาคารสำนักงานอื่นๆ	33,841	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
รวมอาคาร สิ่งปลูกสร้าง และส่วนปรับปรุงอาคาร	58,677,714		
3. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	3,643,499	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
4. สินค้าสต็อกและเครื่องมือโรงงาน	1,937,081	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
5. ยานพาหนะ	551,118	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
	388,877	เช่าซื้อ	ทรัพย์สินตามสัญญาเช่าทางการเงิน

รายละเอียดทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี(บาท) ณ 31 ธันวาคม 2563	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
6. ระบบสาธารณูปโภค	907,575	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
7. เครื่องจักรสำหรับขุดเจาะบาดาล หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าสินทรัพย์	163,816 (149,138)	เช่าซื้อ	ไม่มีภาระผูกพัน
8. สินทรัพย์ด้านระบบบำบัดน้ำ หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าสินทรัพย์	5,128,883 (5,122,992)	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
9. อุปกรณ์ด้านความปลอดภัยที่มีไว้เพื่อเช่า	723	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
10. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	98,051	เจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
รวมสินทรัพย์ถาวร	99,979,853		

สินทรัพย์สิทธิการใช้-สุทธิ

รายการปรับปรุงสินทรัพย์สิทธิการใช้จากการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 มาถือปฏิบัติครั้งแรก

รายละเอียดทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี(บาท) ณ 31 ธันวาคม 2563
1. เครื่องใช้สำนักงาน	370,410
2. ยานพาหนะ	2,031,279

สิทธิการเช่าอาคาร

บริษัทมีการทำสัญญาเช่าคลังสินค้า 2 ฉบับ มีรายละเอียดดังนี้

	สัญญาเช่าคลังสินค้าฉบับที่ 1	สัญญาเช่าคลังสินค้าฉบับที่ 2
คู่สัญญา	ผู้รับโอนสิทธิ : บริษัท ผลธัญญะ จำกัด (มหาชน) ผู้โอนสิทธิ : บริษัท อโกรอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	ผู้เช่า : บริษัท ผลธัญญะ จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : บริษัท ซี เอ แอนด์ เอ คอนสตรัคชั่น จำกัด
ลักษณะของสัญญา	สัญญาโอนสิทธิการเช่าอาคารพร้อมโรงงาน 3 ชั้น เลขที่ 333/67 หมู่ที่ 3 ถ.บางกรวย-ไทรน้อย ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี	สัญญาเช่าอาคารพร้อมโรงงาน 3 ชั้น เลขที่ 333/68 หมู่ที่ 3 ถ.บางกรวย-ไทรน้อย ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี
วันที่ทำสัญญาโอนสิทธิ	4 มิถุนายน 2547	22 สิงหาคม 2538
อายุของสัญญาเช่า	อายุ 30 ปี เริ่ม 1 สิงหาคม 2538 - 31 กรกฎาคม 2568	อายุ 30 ปี เริ่ม 1 สิงหาคม 2538 - 31 กรกฎาคม 2568
อัตราค่าเช่า	ค่าเช่า 2,800,000 บาท ค่าเช่า 10 ปีแรก เดือนละ 1,000 บาท ค่าเช่า 10 ปีที่สอง เดือนละ 1,500 บาท ค่าเช่า 10 ปีที่สาม เดือนละ 2,000 บาท	ค่าเช่า 2,800,000 บาท ค่าเช่า 10 ปีแรก เดือนละ 1,000 บาท ค่าเช่า 10 ปีที่สอง เดือนละ 1,500 บาท ค่าเช่า 10 ปีที่สาม เดือนละ 2,000 บาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีสิทธิการเช่าอาคารสุทธิตามบัญชีของงบการเงินรวมมูลค่าเท่ากับ 1.02 ล้านบาท



สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

- ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนคือ ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีของงบการเงินรวมเท่ากับ 1.09 ล้านบาท

- เครื่องหมายการค้า

บริษัทมีเครื่องหมายการค้าเป็นของตนเองสำหรับผลิตภัณฑ์บางประเภท

เครื่องหมายการค้า	ผลิตภัณฑ์	สถานะ
	รองเท้ากันภัย แวนดานกันภัย หน้ากากกันสารพิษ และหมวกกันภัย	จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้วตั้งแต่ปี 2550 และจดทะเบียนต่ออายุตั้งแต่ปี 2561 ถึง ปี 2570 และอาจต่ออายุได้ทุก ๆ 10 ปี
	รองเท้ากันภัย	จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้วตั้งแต่ปี 2561 มีอายุ 10 ปี ถึงปี 2571

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

สำหรับกรณีที่มีการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทจะควบคุมดูแลโดยส่งกรรมการเข้าเป็นตัวแทนในบริษัทย่อยตามสัดส่วนการถือหุ้น และหากบริษัทย่อยมีการดำเนินธุรกิจที่กระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทจะกำหนดวิธีการควบคุมดูแล เช่น การกำหนดเรื่องที่จะต้องขออนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท เป็นต้น

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ผลธัญญา จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัท (ภาษาอังกฤษ)	:	PHOL DHANYA PUBLIC COMPANY LIMITED
ชื่อย่อ	:	PHOL
ทุนจดทะเบียน	:	210,500,232.00 บาท (หุ้นสามัญ 210,500,232 หุ้น) มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	202,500,232.00 บาท (หุ้นสามัญ 202,500,232 หุ้น) มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม และจัดจำหน่าย ออกแบบ ผลิต ก่อสร้าง และให้บริการเกี่ยวกับระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 1/11 หมู่ที่ 3 ถนนลำลูกกา ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12150 โทรศัพท์ 0-2791-0111-2, โทรสาร 0-2791-0100-3
ที่ตั้งสำนักงานสาขา	:	1) เลขที่ 155/213 หมู่ที่ 2 ตำบลทับมา อำเภอเมือง จังหวัดระยอง โทรศัพท์ 0-3803-4011-3, โทรสาร 0-3803-4017 2) เลขที่ 47/55-57 หมู่ที่ 2 ถนนโชตินา ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โทรศัพท์ 0-5322-6811, โทรสาร 0-5322-6898 3) เลขที่ 1/127 หมู่ที่ 3 ถนนเทพกษัตรี ตำบลรัษฎา อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โทรศัพท์ 0-7621-5100, โทรสาร 0-7621-5714
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107551000088
เว็บไซต์บริษัท	:	www.pdgth.com
เลขานุการบริษัท	:	คุณเสาวภา ชูรุจิพร โทรศัพท์ 0-2791-0151, E-mail: cs@pdgth.com
นักลงทุนสัมพันธ์	:	คุณศิริพร อ่อนดี โทรศัพท์ 0-2791-0206, E-mail: ir@pdgth.com
ข้อมูลบริษัทย่อย	:	1) บริษัท ผลพลาเดีย จำกัด ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 1/11 หมู่ที่ 3 ถนนลำลูกกา ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12150 โทรศัพท์ 0-2791-0111-2, โทรสาร 0-2791-0100-3 สัดส่วนการถือหุ้น 99.99% 2) บริษัท ผล วอเตอร์ จำกัด ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 1/11 หมู่ที่ 3 ถนนลำลูกกา ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12150 โทรศัพท์ 0-2791-0111-2, โทรสาร 0-2791-0100-3 ที่ตั้งสำนักงานสาขากู๊ด : เลขที่ 1/127 หมู่ที่ 3 ถนนเทพกษัตรี ตำบลรัษฎา อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โทรศัพท์ 0-7621-5100, โทรสาร 0-7621-5714 สัดส่วนการถือหุ้น 99.99% 3) บริษัท ผลธัญญา (แคมโบเดีย) จำกัด ที่ตั้งสำนักงาน : No. 952D, Street 128, Khan Toul Kork, Phnom Penh, Cambodia สัดส่วนการถือหุ้น 100%

ชื่อ สถานที่ตั้งของบุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 0-2009-9999 โทรสาร 0-2009-9991 เว็บไซต์ www.set.or.th/tsd
ผู้สอบบัญชี	:	บริษัท เอเอ็นเอส ออดิท จำกัด เลขที่ 100/72, ชั้น 16 100/2 อาคารว่องวานิชคอมเพล็กซ์ บี พระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320 โทรศัพท์ 0-2645-0109, โทรสาร 0-2645-0110 เว็บไซต์ www.ans.co.th
ที่ปรึกษากฎหมาย	:	บริษัท สำนักกฎหมายธีรคุปต์ จำกัด 546 อาคารยูนิเวสท์คอมเพล็กซ์ ชั้น 15 ถ.รัชดาภิเษก แขวงจันทระเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 0-2511-1512 โทรสาร 0-2938-1957 เว็บไซต์ www.dherakupt-law.co.th