

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทแบ่งกลุ่มสินค้าและบริการออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

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

โครงสร้างรายได้ของบริษัทตามงบการเงินรวมในปี 2560 ถึงปี 2562 สามารถแสดงแยกตามกลุ่มสินค้าและบริการได้ดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

โครงสร้างรายได้	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
1. กลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (SAFETY)	719.42	77.32%	715.73	76.43%	715.18	71.90%
2. กลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม (CE)	167.96	18.05%	172.57	18.43%	163.84	16.47%
3. กลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค (WATER)	24.48	2.63%	36.16	3.86%	106.83	10.74%
4. รายได้อื่น	18.59	2.00%	12.02	1.28%	8.83	0.89%
รวมรายได้	930.44	100%	936.47	100%	994.68	100%

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทแบ่งลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการออกเป็น 3 กลุ่ม คือ







1 กลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Occupational Safety, Health and Environment Products: 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 และล้างตัวฉุกเฉิน อุปกรณ์จับเก็บ ขนย้าย และถ่ายเทสารเคมีอันตราย อุปกรณ์และวัสดุดูดซับสารเคมี	
3) อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อความปลอดภัยประเภทอื่น	อุปกรณ์ล็อคนิรภัย สำหรับล็อกเครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์แหล่งกำเนิดหรือจ่ายพลังงาน สติ๊กเกอร์ ฉลาก ป้ายสัญลักษณ์เพื่อความปลอดภัย และเครื่องพิมพ์สติ๊กเกอร์ ฉลาก ป้าย สัญลักษณ์เพื่อความปลอดภัย	 

2 กลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม (Control Environmental Products: CE)

สินค้าด้านการควบคุมสภาพแวดล้อมเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ควบคุมสภาพแวดล้อมให้มีความสะอาด ปลอดภัยในสถานที่ปฏิบัติงานที่ต้องการการควบคุม เช่น ห้องปลอดเชื้อในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล ห้องสะอาด (Clean room) หรือห้องปลอดเชื้อ ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตยา กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องมือแพทย์ ที่จำเป็นต้องมีการควบคุมสิ่งปนเปื้อน อนุภาคนาโนและฝุ่นละอองต่างๆ 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 ข้อเท้า หรืออุปกรณ์ที่สวมใส่เพื่อป้องกันการเกิดไฟฟ้าสถิตย์ในสถานที่ควบคุม	
4) อุปกรณ์สำหรับห้องคลีนรูม	อุปกรณ์ที่มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับใช้ใน ห้องคลีนรูม เช่น ชุดคลีนรูม ผ้าคลีนรูม เครื่องเขียนสำหรับห้องคลีนรูม	

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End User)

ลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในกลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และกลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม ครอบคลุมลูกค้าในอุตสาหกรรมต่างๆเกือบทุกอุตสาหกรรมในประเทศไทย รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ที่ต้องการสร้างความปลอดภัยให้กับพนักงานและสภาพแวดล้อมทั่วไปในสถานที่ทำงาน หรือต้องการให้กระบวนการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมถึงความต้องการที่จะเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ทั้งด้วยความสนใจของลูกค้าเองหรือต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กฎหมาย บริษัทมีการขายสินค้าให้กลุ่มลูกค้านี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของรายได้รวม ปี 2562 บริษัทมีฐานลูกค้าในกลุ่มนี้ประมาณ 3,000 ราย

สำหรับกลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม จะมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมที่มีกระบวนการทำงานหรือกระบวนการผลิตภายในห้องสะอาด (Clean Room) รวมถึงกระบวนการทำงานตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ที่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของชิ้นงาน ความต้องการควบคุมสภาพแวดล้อมด้านทานของผิวสัมผัส ที่อาจนำไปสู่สภาวะไฟฟ้าสถิตย์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตได้

บริษัทมีลูกค้ากลุ่มผู้บริโภคขั้นสุดท้ายแยกตามอุตสาหกรรมได้ดังนี้

- 1) กลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ลูกค้ากลุ่มโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์
- 2) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ ลูกค้ากลุ่มโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตอาหารสด-อาหารแปรรูป อาหารแช่แข็ง-อาหารกระป๋อง รวมไปถึงโรงงานผลิตเครื่องดื่มทั้งที่มีแอลกอฮอล์และไม่มีแอลกอฮอล์
- 3) กลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ ได้แก่ ลูกค้ากลุ่ม โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์จากปิโตรเคมี โรงงานผลิตสารเคมี
- 4) กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ได้แก่ ลูกค้ากลุ่ม โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับรถยนต์ จักรยานยนต์ และส่วนประกอบของยานยนต์ดังกล่าว
- 5) กลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ได้แก่ ลูกค้ากลุ่ม โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ตลอดจนบริษัทรับเหมาก่อสร้างทั่วไป
- 6) กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตยา และผลิตเครื่องมือแพทย์
- 7) กลุ่มโรงพยาบาลและสถานพยาบาลต่างๆ และลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ
- 8) กลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น ลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมบริการ กลุ่มโรงงานเยื่อกระดาษและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

2. กลุ่มลูกค้าที่เป็นคู่ค้าทางธุรกิจ (Trade Partner)

กลุ่มคู่ค้าทางธุรกิจ ได้แก่ บริษัทหรือร้านค้าซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าทั้งในระดับที่ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ร้านค้าขายส่ง และร้านค้าปลีก บริษัทมีการขายสินค้าให้กับกลุ่มคู่ค้าทางธุรกิจคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 ของรายได้รวม ซึ่งทำให้การกระจายสินค้าเข้าไปถึงลูกค้าได้ในวงกว้างขึ้น สำหรับคู่ค้าทางธุรกิจซึ่งดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายเหมือนกับบริษัทนั้น จะเป็นการซื้อสินค้าจากบริษัทเพื่อนำไปจำหน่ายร่วมกับสินค้าของตนเองเพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และทำให้ขายสินค้าได้อย่างครบวงจร

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 บริษัทยังสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการของลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าต้องการสินค้าที่มีคุณสมบัติแตกต่างจากที่บริษัทจัดจำหน่ายอยู่ ทำให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้

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

- **ด้านราคา (Price)** บริษัทมีนโยบายการตั้งราคาสินค้าแต่ละประเภทโดยบวกเพิ่มกำไรส่วนต่างจากต้นทุน ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ ปริมาณการสั่งซื้อ เงื่อนไขการชำระเงิน และความสัมพันธ์ที่มีกับลูกค้า ราคาเป็นไปอย่างยุติธรรมและเหมาะสม 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

ในเขตพื้นที่ที่พนักงานขายของบริษัทไม่สามารถให้บริการได้ครอบคลุม บริษัทเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยพิจารณาหาคู่ค้าทางธุรกิจเพื่อให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทในเขตพื้นที่นั้น ซึ่งบริษัทจะให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย เช่น การให้ความรู้เรื่องสินค้า สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด เป็นต้น

ช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ บริษัทพิจารณาหาผู้ค้าเพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทในต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังขายสินค้าผ่านทางลูกค้าในประเทศ ที่เป็นลักษณะตัวแทนจำหน่ายนำสินค้าไปจำหน่ายในประเทศนั้นๆ

สำหรับช่องทางจำหน่ายสินค้าของบริษัทอีกช่องทางหนึ่งคือ ทางออนไลน์ บริษัทใช้เว็บไซต์ www.pholonline.com เป็นช่องทางจำหน่ายสำหรับลูกค้ารายย่อย ลูกค้าประเภทผู้บริโภคขั้นสุดท้าย เพื่อให้สินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าด้านความปลอดภัยที่สามารถใช้งานได้ในสภาพแวดล้อมทั่วไป และสินค้าประเภทเครื่องกรองน้ำดื่มที่ใช้ในระดับครัวเรือน นอกจากนี้ ยังมีช่องทางการการจัดจำหน่ายผ่าน เว็บไซต์ซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่มีชื่อเสียงอย่าง LAZADA และ SHOPEE เพื่อให้สินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อยเพิ่มขึ้น

- การส่งเสริมการขาย (Promotion) บริษัทมีการจัดทำ โปรโมชันส่งเสริมการขายสินค้า หมุนเวียนสับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขาย และมีกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงลูกค้ามากขึ้น ผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ การลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเช่น นิตยสารเพื่อความปลอดภัยต่างๆ เว็บไซต์ความรู้ความปลอดภัยและอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงมีการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าภายในประเทศเป็นประจำทุกปี เช่น งานสัปดาห์ความปลอดภัยแห่งชาติ นอกจากนี้ บริษัทได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ความรู้ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย รวมถึงกิจกรรมของบริษัท ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ thai-safetywiki.com Facebook Fan Page ชื่อ “PHOL” และ Line @ Application เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

- การส่งมอบผลิตภัณฑ์ตรงต่อเวลา บริษัทมีระบบการบริหารคลังสินค้าและระบบการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้การส่งมอบถูกต้อง ตรงเวลา เป็นที่พอใจของลูกค้า

การจัดการผลิตภัณฑ์

การจัดการผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้า SAFETY และ กลุ่มสินค้า CE ของบริษัท มีทั้งจากการสั่งซื้อในประเทศและต่างประเทศ โดยในปี 2562 ยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 และยอดการสั่งซื้อสินค้าจากในประเทศประมาณร้อยละ 40 ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด สำหรับการซื้อสินค้าในประเทศเป็นการซื้อจากทั้งผู้จำหน่ายสินค้าในประเทศและผู้ผลิตเจ้าของตราสินค้ารวมประมาณ 200 ราย สำหรับการซื้อสินค้าจากต่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อสินค้าจากเจ้าของตราสินค้าโดยตรงรวมประมาณ 80 ราย เป็นลักษณะแต่งตั้งบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวในประเทศ(Sole/Exclusive Distributor) และตัวแทนจำหน่ายทั่วไป (Non-exclusive Distributor)

สำหรับสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท คือ ตราสินค้า SYNOS บริษัทได้ว่าจ้างผู้ผลิตทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งบริษัทมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเองอยู่เสมอ โดยในปี 2562 มีรายการสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทกว่า 500 รายการ มีรายได้จากการขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 18% จากรายได้จากการขาย

บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ามากกว่า 30 ตราสินค้า โดยมีตราสินค้าที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียว ได้แก่

บริษัท	สินค้า	ระยะเวลาของสัญญา	เงื่อนไขทางการค้า
King's shoe Manufacturing Pte., Ltd. ตราสินค้า : KING'S ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย: ปี 2551	รองเท้านิรภัยที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม	1 ปี	<ul style="list-style-type: none"> ▪ King's ยกเลิกสัญญานี้ได้โดยแจ้งล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กำหนด ▪ King's สามารถยกเลิกสัญญาถ้าบริษัททำผิดสัญญาโดยแจ้งล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กำหนด ▪ King's สามารถทบทวนแก้ไขสัญญาได้ถ้าบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงในระดับผู้บริหาร ▪ ยอดขายขั้นต่ำ
Ansell International ตราสินค้า : ANSELL ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย : ปี 2546 ตราสินค้า : MICROGARD ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย : ปี 2553	ถุงมือและชุดป้องกันที่ใช้ในกระบวนการผลิต ชุดป้องกันสารเคมี ผุ่น และเชื้อโรค	1 ปี	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansell สามารถบอกเลิกสัญญาได้ในกรณีต่อไปนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1) หากบริษัทผิดเงื่อนไขในสัญญา 2) ไม่สามารถซื้อครบจำนวนยอดสั่งซื้อขั้นต่ำ 3) มีการเปลี่ยนแปลงอำนาจควบคุมบริษัท
Chemtex, Inc. ตราสินค้า : CHEMTEX ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย : ปี 2553	วัสดุอุตสาหกรรมเคมี	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

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รายงานสรุปภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศในปี 2562 ขยายตัวร้อยละ 2.4 ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีการขยายตัวร้อยละ 4.2 ตามความล่าช้าในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ความไม่แน่นอนของทิศทางมาตรการกีดกันทางการค้า และการแข็งค่าของเงินบาทส่งผลให้การส่งออกสินค้าปรับตัวลดลง ปัจจัยในประเทศได้รับผลกระทบจากความล่าช้าของกระบวนการงบประมาณ การใช้จ่ายภาครัฐ การลงทุนภาครัฐชะลอตัว ถึงแม้ว่าการบริโภคภาคเอกชนจะขยายตัวในเกณฑ์ดีและการลงทุนภาคเอกชนมีการปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน อย่างไรก็ตาม การขยายตัวในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท ขยายตัวลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน สอดคล้องกับการลดลงของการส่งออกและความต้องการของการบริโภคภายในประเทศ โดยในปี 2562 รายงานตัวเลขการผลิตสาขาอุตสาหกรรมลดลงร้อยละ 0.7 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมลดลงร้อยละ 3.7 อุตสาหกรรมที่ส่งผลให้ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมลดลง ได้แก่ การผลิตยานยนต์ การผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการถลุงปิโตรเลียม เป็นต้น

กลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม

ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน หรือ SAFETY มีความเกี่ยวข้องกับภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมโดยรวมของประเทศ เนื่องจากสินค้าที่จัดจำหน่ายเป็นสินค้าที่ใช้ในสถานประกอบการอุตสาหกรรม หรือใช้กับผู้ปฏิบัติงานในสถานประกอบการนั้นๆ ซึ่งหากภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมมีการขยายตัว จะทำให้ความต้องการใช้สินค้าเพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัยสำหรับผู้ปฏิบัติงาน รวมถึงสินค้าที่ใช้เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยมีเพิ่มขึ้น ซึ่งในปัจจุบันสถานประกอบการอุตสาหกรรมหรือองค์กรธุรกิจทั่วไปต่างให้ความสำคัญในเรื่องอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเพิ่มขึ้น นอกจากเป็นการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามกฎหรือข้อบังคับของกฎหมายแล้ว ยังมีความต้องการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์การรับรองที่เป็นมาตรฐานสากล” เป็นการยกระดับมาตรฐานในการผลิตให้กับผู้ประกอบการ และสร้างความน่าเชื่อถือหรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ มาตรฐาน OHSAS (Occupational Health and Safety Management System) มาตรฐานที่ว่าด้วย “ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งมาตรการดังกล่าวมีการพัฒนา ปรับปรุงต่อเนื่องเพื่อยกระดับด้านความปลอดภัย นอกจากนี้ ประเด็นการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมยังเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ภาคองค์กรธุรกิจต่างๆ จึงตระหนักและให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมของบริษัทจึงยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต

สำหรับปี 2562 รายได้จากการขายและการให้บริการในกลุ่มสินค้าด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม มีจำนวนใกล้เคียงกันเมื่อเทียบกับปีก่อน โดย ถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว โดยกลุ่มลูกค้าหลักในบางอุตสาหกรรม เช่นกลุ่มยานยนต์ กลุ่มปิโตรเคมี มีการลดงบประมาณการสั่งซื้อ เนื่องจากการลดอัตราค่ากำลังการผลิตตามภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ด้านรายได้จากลูกค้าในกลุ่มหน่วยงานราชการมีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่ยังต่ำกว่าที่คาดการณ์เนื่องมาจากความล่าช้าของงบประมาณภาครัฐ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีพัฒนา จัดหาสินค้าใหม่เพิ่มเติมต่อเนื่อง รวมถึงสินค้า House Brands เพื่อเพิ่มการนำเสนอไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการติดตามดูแลและการให้บริการลูกค้าที่ดี ทำให้ลูกค้ายังมีคำสั่งซื้อต่อเนื่อง นอกจากนี้ การเพิ่มช่องทางการขายโดยการขายสินค้าหรือให้คำแนะนำกับลูกค้าทางโทรศัพท์ และช่องทางการขายสินค้าทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท www.pholonline.com และผ่านเว็บไซต์ผู้ให้บริการซื้อขายสินค้าออนไลน์ รวมถึงการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้บริษัทมีฐานลูกค้าใหม่และกลุ่มลูกค้ารายย่อยเพิ่มขึ้น

ภาวะการแข่งขันสำหรับสินค้าด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม ในปัจจุบันเริ่มมีเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา คู่แข่งรายย่อยเริ่มพัฒนาสินค้าที่จัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยสินค้าที่มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นอยู่ในกลุ่มสินค้าด้านความปลอดภัยทั่วไป เป็นการแข่งขันทางด้านราคา ซึ่งบริษัทยังคงได้เปรียบเรื่องบริหารต้นทุน การบริหารจัดการสินค้าสำรองคลัง สามารถรองรับการสั่งซื้อในปริมาณมากได้ และสินค้าที่จัดจำหน่ายมีคุณภาพและมาตรฐานรองรับ โดยบริษัทไม่ได้มุ่งเน้นตลาดที่แข่งขันทางด้านราคา แต่มุ่งเน้นการขายสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน แข่งขันได้ในราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ การที่บริษัทประกอบธุรกิจในด้านนี้มาเป็นระยะเวลานาน ผลการดำเนินงานเป็นที่ยอมรับทั้งด้านลูกค้าและลูกค้า โดยบริษัทมีการพัฒนา จัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มวิศวกรรมที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะ รวมถึงพัฒนาการให้บริการให้สามารถบริการลูกค้านำได้อย่างครบวงจร การพัฒนาด้านบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญ สามารถให้บริการได้อย่างผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม อีกทั้งบริษัทยังให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทั้งเรื่องสินค้าและบริการ ทำให้บริษัทยังคงรักษาตลาดและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้

กลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม

ธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายสินค้าด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม หรือ CE ลูกค้าหลักอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในกระบวนการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ มีความจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม เพื่อป้องกันไม่ให้ปัจจัยภายนอกหรือสภาพแวดล้อมต่างๆ ผลกระทบต่อชิ้นงานและกระบวนการผลิต โดยในปี 2562 ภาคการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจโลกและได้รับจากผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐอเมริกา ลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีการปรับลดกำลังการผลิตลงตามการส่งออกที่ชะลอตัว ลดคำสั่งซื้อ จึงทำให้ปี 2562 รายได้ในกลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อมลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน บริษัทมุ่งเน้นการให้บริการในกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน การจัดหาสินค้าที่เป็นลักษณะเฉพาะตามความต้องการ รวมถึงการนำเสนอสินค้าใหม่เพิ่มเติมให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละรายเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นด้านการบริหารต้นทุนสินค้าเพื่อให้ราคาแข่งขันได้ และการบริหารจัดการสินค้าให้ส่งมอบได้ตรงตามเวลา ในขณะเดียวกันเพื่อขยายตลาดไปยังลูกค้ารายใหม่ บริษัทมุ่งเน้นการจัดหาสินค้าใหม่ตามความต้องการพิเศษ โดยทำการตลาดร่วมกับผู้ผลิตให้สามารถแข่งขันได้ รวมถึงการนำเสนอสินค้าไปยังลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมอื่นที่บริษัทยังมีส่วนแบ่งการตลาดไม่มาก เช่น กลุ่มโรงพยาบาล เป็นต้น

ด้านการแข่งขัน มีแนวโน้มสูงขึ้น การแข่งขันส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันทางด้านราคา เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ให้ความสำคัญในเรื่องต้นทุนสินค้า จึงเป็นการเปิดโอกาสให้มีคู่แข่งรายใหม่ เพิ่มขึ้นรวมถึงคู่แข่งที่เป็นผู้ผลิตโดยตรงจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมของลูกค้าในกลุ่มนี้จะไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงสินค้า เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต บริษัทจึงมุ่งเน้นการบริหารต้นทุนสินค้า ความรวดเร็วในการบริการ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ การสร้างแบรนด์ให้ลูกค้าตระหนักถึงความสำคัญและยกต่อการเปลี่ยนแปลง การนำเสนอสินค้าตามความต้องการพิเศษให้กับลูกค้าตามลักษณะการใช้งานที่แตกต่างออกไปเฉพาะราย เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและการรักษาลูกค้าปัจจุบันที่มีศักยภาพ รวมถึงศึกษาการทำตลาดสินค้าใหม่เพื่อขยายไปยังลูกค้าในกลุ่มอื่นๆ

3 กลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค (Water Treatment Products)

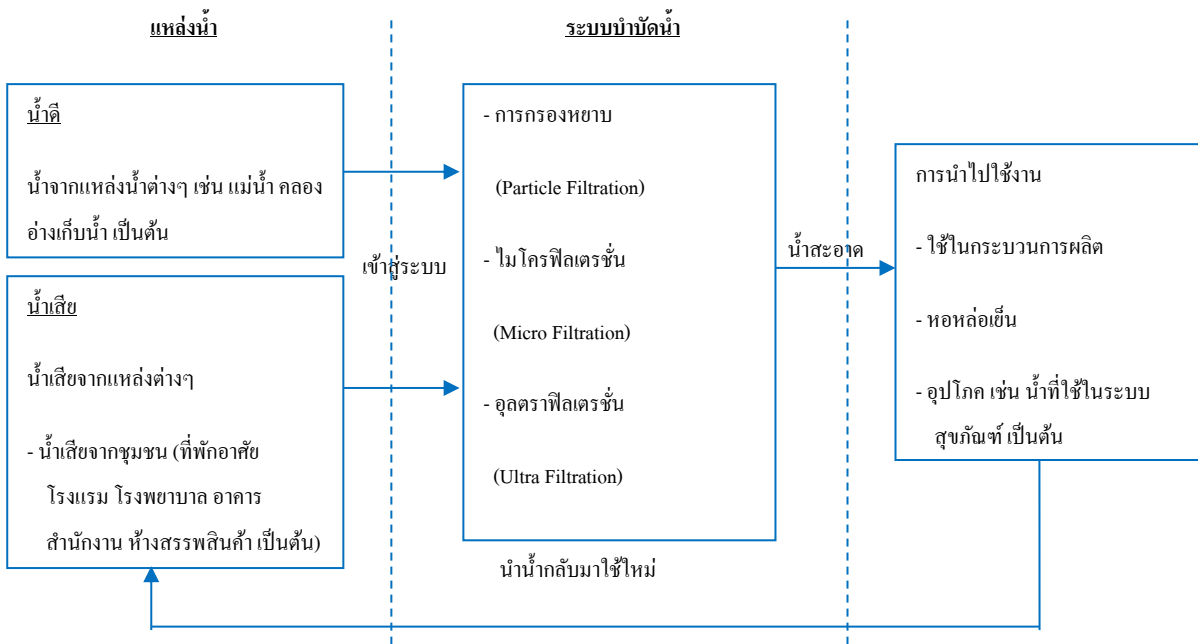
บริษัทแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ส่วนหลักดังนี้

1) การให้บริการด้านการสำรวจ การออกแบบและวิศวกรรม งานโครงสร้าง การผลิต รั้วก่อสร้าง 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) การจัดทำหน่วยเครื่องจักร อะไหล่ หรือวัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ สำเร็จรูป จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำประเภทต่างๆ ที่ใช้ในระดับอุตสาหกรรม และระดับครัวเรือน เช่น อุปกรณ์และสารกรองตะกอน เครื่องอัดตะกอน เครื่องสูบน้ำ ถังเก็บน้ำ ระบบบำบัดน้ำชุดอุปกรณ์สำเร็จ (Module) รวมถึง เครื่องกรองน้ำสำเร็จรูปเพื่อบริโภคในครัวเรือน โดยบริษัทได้พัฒนาสินค้าเครื่องกรองน้ำสำเร็จรูป ใช้ตราสินค้าของตนเอง ได้แก่ ตราสินค้า Aquamex

3) การให้บริการดูแลควบคุมระบบและการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ เป็นการให้บริการดูแลบำรุงรักษาและควบคุมระบบให้สามารถดำเนินงานได้ต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ ระบบบำบัดน้ำสามารถบำบัดได้ทั้งน้ำดีและน้ำเสีย โดยมีกระบวนการในการบำบัดโดยรวมดังนี้



ระบบบำบัดน้ำดีหรือน้ำเสียที่ให้บริการกับลูกค้า แบ่งออกเป็น 5 ระบบ ตามความต้องการใช้งาน และคุณภาพของน้ำที่
ต้องการ ดังนี้

- **ระบบผลิตน้ำประปาและน้ำดื่ม** (Potable and drinking water system) เป็นระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำดิบ เช่น น้ำผิวดิน
ตามธรรมชาติ (น้ำคลอง แม่น้ำ น้ำบาดาล) และน้ำที่ปนเปื้อนสิ่งสกปรกต่างๆ เพื่อให้สามารถนำมาใช้อุปโภคบริโภค และใช้งานใน
อุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงระบบผลิตน้ำประปาเคลื่อนที่ โดยบริษัทย่อได้มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเมมเบรน(Membrane
Filtration) ชนิดไมโครฟิลเตรชัน (Membrane Micro Filtration) และ เมมเบรนอัลตราฟิลเตรชัน (Membrane Ultra Filtration) ซึ่ง
สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างและค่าใช้จ่ายในการเดินระบบ

- **ระบบบำบัดน้ำเสีย** (Waste water treatment system) เป็นระบบบำบัดน้ำเสียที่เกิดจากการประกอบกิจการของโรงงาน
อาคาร และกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการบำบัดก่อนที่จะปล่อยลงสู่สิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถออกแบบและให้บริการสำหรับ
คุณภาพน้ำเสียที่แตกต่างกันให้เหมาะสมได้

- **ระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่** (Waste water recycling system) เป็นระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ใน
การดำเนินงาน โดยใช้เทคโนโลยีระบบบำบัดที่หลากหลาย เช่น เมมเบรนไมโครฟิลเตรชัน เมมเบรนอัลตราฟิลเตรชัน หรือเมม
เบรนในถังปฏิกิริยา (Membrane bioreactor system) ตามความเหมาะสมสำหรับน้ำเสียเพื่อให้ได้คุณภาพที่เหมาะสมตาม
วัตถุประสงค์ที่นำมาซึ่งถูกบำบัดกลับไปใช้ใหม่ เช่น สำหรับหอหล่อเย็น (Cooling tower) หรือหม้อไอน้ำ (Boiler)

- **ระบบผลิตน้ำบริสุทธิ์** (Purified water system) เป็นระบบการผลิตน้ำบริสุทธิ์ ใ้สำหรับการใช้งานเฉพาะด้านที่มีข้อกำหนด
สูง ซึ่งประกอบด้วยระบบต่างๆ เช่น ระบบกรองด้วยเมมเบรนรีเวอร์สออสโมซิส (Reverse Osmosis) ระบบเมมเบรนอัลตรา
ฟิลเตรชัน ระบบอิเล็กโตรไดไอโอไนเซชัน (Electro deionization) และระบบฆ่าเชื้อด้วยแสงอัลตราไวโอเล็ต เป็นต้น

- **ระบบผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเล** (Desalination System) เป็นระบบที่นำน้ำทะเลมาผ่านกระบวนการให้เป็นน้ำบริสุทธิ์และลด
ความเค็ม เพื่อให้เป็นน้ำจืดที่สามารถนำมาใช้งานทั่วไปหรือใช้ในอุตสาหกรรมได้ ซึ่งเหมาะสมสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมหรือ
นิคมอุตสาหกรรมที่มีพื้นที่ติดชายฝั่ง โรงแรมหรือ รีสอร์ทชายทะเล และเรือเดินสมุทร

ตราสินค้าที่สำคัญที่บริษัทจัดจำหน่ายในกลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค ได้แก่ GE,
PENTAIR และ ANDRITZ เป็นต้น

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในกลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค มีดังนี้

ลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรม

ประกอบด้วยโรงงานอุตสาหกรรมที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้น้ำเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจจะเกิดจากลักษณะของการดำเนินงาน
ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ขาดแคลนน้ำ หรือมีค่าใช้จ่ายในการใช้น้ำที่สูง โดยนอกจากจะสามารถลดมลพิษจากการปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำ
ยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในการใช้น้ำได้ โดยการผลิตน้ำจากแหล่งน้ำตามธรรมชาติหรือจากการบำบัดน้ำเสีย ซึ่งสามารถเลือกใช้
ระบบที่เหมาะสมกับแหล่งน้ำและคุณภาพของน้ำที่ต้องการสำหรับแต่ละประเภทของกิจการ อีกทั้งยังสามารถควบคุมคุณภาพน้ำ

สำหรับการใช้งานเฉพาะด้าน เช่น โรงพยาบาล หรือห้องวิจัย เป็นต้น ซึ่งบริษัทมีฐานลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมเดิม จากกลุ่มสินค้าด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม ทำให้บริษัทมีโอกาสในการนำเสนอสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำได้ดียิ่งขึ้น

ลูกค้ากลุ่มโรงแรมและที่พักอาศัย

ประกอบด้วยกิจการ โรงแรม ที่พักอาศัยหรืออาคารขนาดใหญ่ เช่น บ้านพักอาศัยขนาดใหญ่ คอนโดมิเนียม หรืออาคารสำนักงาน ซึ่งมีปริมาณและค่าใช้จ่ายในการใช้น้ำสูง โดยสามารถเลือกขนาดและประเภทระบบบำบัดน้ำเพื่อให้ได้น้ำในระดับคุณภาพที่ต้องการ เช่น น้ำประปา น้ำดื่ม หรือน้ำรดน้ำต้นไม้ เป็นต้น

ลูกค้ากลุ่มหน่วยงานราชการ

ประกอบด้วยชุมชนหรือเทศบาล ซึ่งในบางพื้นที่ที่มีปริมาณการผลิตน้ำยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้น้ำ ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำ

ลูกค้ารายย่อย

กลุ่มลูกค้าผู้บริโภครวมไปที่ความต้องการบริโภคน้ำสะอาด

กลุ่มลูกค้าผู้รับเหมาโครงการ

ลูกค้าในกลุ่มนี้ประกอบด้วยผู้รับเหมาโครงการ ซึ่งต้องการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงสำหรับในส่วนของการจัดการน้ำ หรือต้องการซื้อชิ้นส่วนอุปกรณ์ไปเพื่อก่อสร้างระบบ

กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบน้ำ

ลูกค้ากลุ่มที่เป็นผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบน้ำ โดยมีตราสินค้าเป็นของตนเอง 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 นอกจากนี้บริษัทมีรูปแบบของการให้บริการในลักษณะ Build-Own -Operate ทำให้ลูกค้าไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูง ไม่ต้องรับความเสี่ยงจากการลงทุนและการดูแลบำรุงรักษาระบบ

- กลยุทธ์ด้านการจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีทีมงานขาย ส่วนใหญ่เป็นวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญด้านระบบบำบัดน้ำ โดยบริษัทมุ่งเน้นการเสนอขายสินค้าในลักษณะงาน โครงการเป็นหลัก ทีมงานขายแบ่งความรับผิดชอบตามพื้นที่หลัก ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคใต้ นอกจากนี้ บริษัทพยายามหาพันธมิตรเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เช่นในกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างอาคาร โรงงาน หรือสถานประกอบการต่างๆ กลุ่มผู้จัดจำหน่ายสินค้าด้านระบบบำบัดน้ำ เป็นต้น

สำหรับกลุ่มลูกค้าเดิมของบริษัท จัดให้ทีมงานขายดูแลติดตามอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างโอกาสในการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการที่จำเป็นหลังการขาย รวมถึงการสร้างงาน โครงการด้านระบบบำบัดน้ำสำหรับโครงการต่อไปของลูกค้าด้วย

- กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

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

- กลยุทธ์ด้านการส่งมอบโครงการในระยะเวลาสั้นและตรงต่อเวลา

บริษัทได้คำนึงถึงความสำคัญต่อการส่งมอบโครงการในระยะเวลาสั้นและตรงต่อเวลา โดยได้มีการสั่งอุปกรณ์ที่สำคัญ และมีช่วงเวลาก่อสร้างที่นานมาไว้เพื่อรอการประกอบ ทำให้สามารถลดเวลาในการส่งมอบโครงการ และสามารถตอบสนองต่อคำสั่งซื้อที่คาดว่าจะมีมาในอนาคตได้

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

กลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำ

น้ำยังคงเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ในขณะที่ความต้องการใช้น้ำมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรและความเติบโตทางเศรษฐกิจ สำหรับความต้องการใช้น้ำในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของประชากรและการขยายตัวของชุมชนเมือง การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจ การขยายตัวด้านอุตสาหกรรม นอกจากนี้ จากการแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ ส่งผลให้เกิดภาวะการขาดแคลนน้ำ ภาวะน้ำท่วม มลพิษทางน้ำ ที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้นในอนาคต สำหรับ

ประเทศไทยได้มีการจัดทำแผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (2561-2580) เป็นกรอบแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาทรัพยากรน้ำของประเทศอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ บริหารจัดการน้ำได้อย่างยั่งยืน ทุกหน่วยงานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจึงให้ความสำคัญในการบริหารจัดการน้ำเพิ่มขึ้น

ธุรกิจด้านระบบบำบัดน้ำ บริษัทมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งทรัพยากรน้ำถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำที่ใช้เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อกระบวนการผลิต รวมถึงการบริหารจัดการต้นทุนด้านระบบน้ำที่เกี่ยวข้องให้มีความคุ้มค่าที่สุด การนำน้ำกลับมาใช้หมุนเวียนในกระบวนการผลิตใหม่จึงเป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจเพิ่มขึ้น รวมถึงระบบการบำบัดน้ำเสียในอุตสาหกรรมเป็นอีกเรื่องหนึ่ง que ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากต้องปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎหมาย และมีแนวโน้มเข้มงวดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ ประเด็นการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หน่วยงานหรือผู้ประกอบการต่าง ๆ มีแนวโน้มให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ การใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่าภายในองค์กรเป็นอีกหนึ่งแนวทางปฏิบัติที่แสดงถึงการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งการดำเนินธุรกิจด้านระบบบำบัดน้ำของบริษัท สามารถตอบสนองต่อประเด็นดังกล่าวได้ โดยบริษัทมุ่งเน้นการให้บริการที่หลากหลาย ครบวงจรสามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการใช้น้ำของลูกค้าแต่ละราย ตั้งแต่การให้บริการออกแบบรับก่อสร้างตลอดจนการดูแลบำรุงรักษา โดยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ โดยในปี 2562 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการติดตั้งโครงการระบบน้ำในกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน

สภาพการแข่งขันสำหรับธุรกิจด้านระบบบำบัดน้ำ มีทั้งกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยแต่ละแห่งอาจมุ่งเน้นการให้บริการที่แตกต่างกัน และกลุ่มลูกค้ามีความหลากหลาย อย่างไรก็ตาม ตลาดด้านการบริหารจัดการน้ำมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต การแข่งขันจึงยังถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยบริษัทมุ่งเน้นในการให้บริการสำหรับระบบขนาดกลางและขนาดเล็ก คู่แข่งของบริษัทจึงเป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก ซึ่งบริษัทมีความได้เปรียบเรื่องความสามารถในด้านการลงทุน การมีเทคโนโลยี โดยความร่วมมือกับผู้ผลิต ระบบการบริหารจัดการ และมีความน่าเชื่อถือ ทำให้บริษัทสามารถแข่งขันได้

ช่องทางในการจำหน่าย

ช่องทางการให้บริการด้านระบบบำบัดน้ำ ดำเนินการโดยทีมงานขายของบริษัท โดยทีมงานขายส่วนใหญ่เป็นวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะ สามารถให้คำแนะนำและนำเสนอสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง

การจัดหาผลิตภัณฑ์

ในส่วนเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ ได้รับการจัดหาจากทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับตราสินค้า GE, PENTAIR และ ADRITZ สำหรับวัสดุ อุปกรณ์สำหรับงานก่อสร้างทั่วไป บริษัทจัดหาในประเทศเป็นหลัก ส่วนใหญ่จัดซื้อจากผู้ประกอบการในพื้นที่ใกล้เคียงงานโครงการ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

2.2 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ไม่มี