

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง การควบคุมความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดโครงสร้างและนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อวัตถุประสงค์หลักในการป้องกันและบริหารความเสี่ยง รวมถึงกำหนดแนวปฏิบัติที่สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทได้มีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายในและภายนอก รวมถึงแนวโน้มเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี อุตสาหกรรม คู่แข่ง และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญระดับองค์กร รวมทั้งได้ติดตามแผนงานการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถควบคุมให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ บริษัทมุ่งเน้นที่จะเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ตามนโยบายบริหารความเสี่ยงของบริษัท และมีการทบทวนนโยบายอย่างสม่ำเสมอให้ครอบคลุมความเสี่ยงในด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียดของการบริหารความเสี่ยงที่เป็นสาระสำคัญ ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศโดยตรง โดยยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ ในปี 2560 ถึงปี 2562 คิดเป็นร้อยละ 59 ร้อยละ 55 และร้อยละ 60 ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด ตามลำดับ ซึ่งการเสวนราคาและการชำระเงินจะใช้เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐและดอลลาร์สิงคโปร์เป็นหลัก สินค้าเกือบทั้งหมดจัดจำหน่ายในประเทศ ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้คำนึงถึงผลกระทบดังกล่าวและมีการบริหารความเสี่ยงโดยใช้กลยุทธ์การซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) เป็นวงเงินที่สามารถครอบคลุมยอดจำหน่ายการค้าต่างประเทศในขณะใดขณะหนึ่ง ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับสถาบันการเงิน ซึ่งแบ่งเป็นวงเงินสกุลบาทไทย 220 ล้านบาท และดอลลาร์สหรัฐเท่ากับ 1.15 ล้านดอลลาร์ โดยการซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอและมีการติดตามความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวอย่างจำกัด ดังจะเห็นได้จากผลการดำเนินงานของบริษัท เกิดผลกำไร(ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยนในรอบ 3 ปีย้อนหลัง ตั้งแต่ปี 2560 ถึงปี 2562 ที่มียอดกำไร(ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน เท่ากับ 5.06 ล้านบาท 2.22 ล้านบาท และ 6.50 ล้านบาท ตามลำดับ นอกจากนี้ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงจนมีผลทำให้ต้นทุนสินค้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทจะทำการปรับราคาสินค้าไปตามสภาพตลาดโดยแจ้งแก่ลูกค้าทราบล่วงหน้า ดังนั้น ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจึงไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

2. ความเสี่ยงจากการสูญเสียในการเป็นตัวแทนจำหน่ายตราสินค้า (Brand) ที่สำคัญ

บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าหรือผู้จัดจำหน่ายที่มีตราสินค้าของตนเองได้รับการยอมรับในระดับสากล สำหรับตราสินค้าที่มียอดขายสูงสุด 2 อันดับแรก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31 ของรายได้จากการขาย ในปี 2562 หากบริษัทสูญเสียการเป็นตัวแทนจำหน่ายตราสินค้าดังกล่าวไปอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท อย่างไรก็ตาม ตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจกว่า 40 ปี บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า ลูกค้า และปฏิบัติตามเงื่อนไขทางการค้าอย่างมีจริยธรรม จึงได้รับความไว้วางใจจากบริษัทผู้ผลิตที่เป็นเจ้าของตราสินค้า และแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ามาโดยตลอด นอกจากนี้บริษัทยังเป็นที่รู้จักในวงกว้างของลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก ด้วยภาพลักษณ์ของผู้จัดจำหน่ายสินค้าด้านอุปกรณ์นิรภัยและสิ่งแวดล้อมครบวงจรอย่างมืออาชีพ ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมายาวนาน รวมถึงบริษัทได้ดำเนินการปรับปรุง พัฒนาระบบ และช่องทางจัดจำหน่าย เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น ดังนั้น บริษัทจึงมีความเชื่อมั่นได้ว่าบริษัทเจ้าของตราสินค้าจะมีความมั่นใจในบริษัท และบริษัทยังรักษาสถานะ การเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทยังมี

มาตรการลดความเสี่ยงและความเสียหายจากการการสูญเสียการเป็นตัวแทนจำหน่าย โดยมีการพัฒนาตราสินค้าของตนเองเพื่อรองรับความต้องการลูกค้าทุกระดับ ในปี 2562 บริษัทมีรายการสินค้าที่เป็นตราสินค้าของตนเองกว่า 200 รายการ คิดเป็นสัดส่วนรายได้ร้อยละ 17 ของรายได้จากการขายและให้บริการทั้งหมด

3. ความเสี่ยงจากลูกหนี้การค้า

การจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัท มีการเรียกเก็บเงินด้วยเงื่อนไขการชำระเงินแบบให้เครดิตการค้าเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2560 ถึงปี 2562 บริษัทมีสัดส่วนของลูกหนี้ที่ชำระเงินด้วยเงื่อนไขเครดิตการค้า คิดเป็นร้อยละ 92 ของรายได้จากการขายและการให้บริการ ดังนั้นกรณีที่ลูกหนี้ของบริษัทมีลักษณะเป็นหนี้สูญหรือหนี้สงสัยจะสูญเป็นจำนวนที่มีนัยสำคัญ อาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องและผลการดำเนินงานของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายเน้นการควบคุมคุณภาพของลูกหนี้การค้า สำหรับกรณีลูกหนี้รายใหม่ (ยกเว้นลูกหนี้รายใหญ่ที่เป็นนิติบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั่วไป) จะต้องมีการสั่งซื้อสินค้าเป็นเงินสดเป็นระยะเวลาหนึ่งก่อนที่จะมีการพิจารณาเปิดวงเงินให้เครดิตในการสั่งซื้อ นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายการให้เครดิตที่รัดกุมกับลูกหนี้โดยมีการพิจารณาทบทวนเครดิตลูกหนี้ก่อนเสมอ การแยกฝ่ายควบคุมเครดิตออกจากฝ่ายขายเพื่อให้การพิจารณาเครดิตเป็นไปอย่างอิสระ โดยในรอบ 3 ปีซ้อนหลัง บริษัทเกิดหนี้สูญในปี 2560 ร้อยละ 0.67 ปี 2561 ไม่เกิดหนี้สูญ และปี 2562 เกิดหนี้สูญร้อยละ 0.04 ของลูกหนี้การค้ารวม ตามลำดับ (ไม่รวมการตั้งค่าเผื่อหนี้สูญโครงการประปาฯ) ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญโดยการบันทึกค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ ประมาณจำนวนหนี้ที่เกิดขึ้นจากการเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ไม่ได้ตามเงื่อนไขการชำระเงิน โดยอาศัยประวัติการเรียกเก็บเงินในอดีตและตามสถานะปัจจุบันของลูกหนี้คงค้าง ณ วันที่บแสดงฐานะการเงิน พิจารณาจากลูกหนี้ที่มีอายุการชำระหนี้เกิน 180 วัน และไม่มีการเคลื่อนไหว ซึ่งอาจพิจารณาตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100 จากยอดหนี้คงค้างทั้งหมดเป็นรายๆ ไป

4. ความเสี่ยงจากระบบการจัดซื้อและบริหารสินค้าคงคลังของบริษัท

บริษัทมีรายการสินค้าที่จำหน่ายมากกว่า 3,000 รายการ โดยสินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นสินค้าที่หมุนเวียนเร็ว ซึ่งบางครั้งสินค้าที่เป็นที่นิยมของลูกค้าจะมีการขาดตลาดบ้างในบางโอกาส หรือมีสินค้าบางรายการที่คงค้างอยู่ในคลังสินค้าอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในด้านความต้องการของตลาด การได้รับผลกระทบจากการแข่งขันด้านราคา ซึ่งส่งผลกระทบต่อการหมุนเวียนของสินค้าคงคลังและสินค้าค้างสต็อก อย่างไรก็ตาม บริษัทได้จัดทำแผนส่งเสริมการขาย และมีช่องทางจัดจำหน่ายหลากหลาย ผ่านช่องทางออนไลน์หรือหน้าเว็บไซต์บริษัท ผ่านสาขาในส่วนภูมิภาค และส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการด้วยการพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่โดยนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาตอบสนองความต้องการลูกค้าที่สะดวกรวดเร็ว การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบ ได้แก่ ระบบบริหารจัดการคลังสินค้า (WMS) มาบริหารจัดการให้เกิดการเชื่อมโยงกับระบบ ERP รวมถึงการพัฒนา ระบบ MRP เพื่อบริหารจัดการและวางแผนความต้องการสินค้าได้อย่างเหมาะสม ตอบสนองความต้องการของลูกค้าสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการได้เป็นอย่างดี บริษัท มีความเชื่อมั่นว่าการพัฒนาระบบต่างๆ อย่างต่อเนื่องสามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมด้านการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง เพิ่มอัตราการหมุนเวียนของสินค้าและการบริหารต้นทุนสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด