

2. ปัจจัยความเสี่ยง และแนวทางการป้องกันความเสี่ยงของบริษัท

2.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศโดยตรง โดยยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศในปี 2553 ถึง ปี 2555 คิดเป็นประมาณร้อยละ 61 ร้อยละ 62 และร้อยละ 66 ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด ตามลำดับ ซึ่งการเสนอราคาและการชำระเงินจะใช้เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐและดอลลาร์สิงคโปร์เป็นหลัก ในขณะที่สินค้าทั้งหมดจัดจำหน่ายในประเทศ ดังนั้นบริษัทจึงอาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนซึ่งจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนสินค้าและกำไรขั้นต้นของบริษัท อย่างไรก็ตามบริษัทได้คำนึงถึงผลกระทบดังกล่าวและทำการขอเปิดวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับสถาบันการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว ซึ่งเป็นวงเงินที่สามารถครอบคลุมยอดจำหน่ายการค้าต่างประเทศในขณะใดขณะหนึ่ง ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทมีวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับสถาบันการเงินเป็นซึ่งแบ่งเป็นวงเงินสกุลบาทไทย 220 ล้านบาท และดอลลาร์สหรัฐเท่ากับ 1.15 ล้านดอลลาร์ โดยบริษัทจะซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้บริษัทได้มีการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้วยการติดตามความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวอย่างจำกัด ดังจะเห็นได้จากผลการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนในรอบ 3 ปีย้อนหลัง ตั้งแต่ปี 2553 ถึง ปี 2555 ที่มียอด กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน เท่ากับ 3.38 ล้านบาท (1.20) ล้านบาท และ 1.47 ล้านบาท ตามลำดับ นอกจากนี้เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงจนมีผลทำให้ต้นทุนสินค้าของบริษัทเพิ่มขึ้นมาก บริษัทจะทำการปรับราคาสินค้าไปตามสภาพตลาดโดยแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า ดังนั้นความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจึงไม่ส่งผลกระทบต่อรายได้และต้นทุนของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

2.2 ความเสี่ยงจากการสูญเสียในการเป็นตัวแทนจำหน่ายตราสินค้า (Brand) ที่สำคัญ

บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าที่เป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าหรือผู้จัดจำหน่ายที่มีตราสินค้าของตนเองมาเป็นระยะเวลากว่า 30 ปี สำหรับตราสินค้าที่มียอดขายสูงสุด 3 อันดับแรก คิดเป็นประมาณ ร้อยละ 46 ของรายได้จากการขาย ในปี 2555 ดังนั้นหากบริษัทมีการสูญเสียตราสินค้าดังกล่าวไปอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทได้ อย่างไรก็ตามตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทมียอดขายที่เติบโตขึ้นเป็นลำดับ

นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุง พัฒนาระบบบริหารช่องทางจัดจำหน่าย ให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มากขึ้น รวมทั้งการมีภาพลักษณ์ของผู้จัดจำหน่ายสินค้าด้านอุปกรณ์นิรภัยและสิ่งแวดล้อมครบวงจรอย่างมืออาชีพ เพื่อให้บริษัทเจ้าของตราสินค้ามีความมั่นใจในบริษัท และบริษัทยังคงรักษาสถานะการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าต่างๆ ต่อไปอย่างต่อเนื่อง และบริษัทยังมีนโยบายการลดความเสี่ยงและความเสียหายจากการการสูญเสียการเป็นตัวแทน โดยมีการพัฒนาตราสินค้าของบริษัทเองบางส่วน รวมถึงการนำเข้าตราสินค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง

2.3 ความเสี่ยงจากลูกหนี้การค้า

การจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทในปี 2553-2555 มียอดขายเครดิตคิดเป็นประมาณ ร้อยละ 95 ของรายได้จากการขายและการให้บริการ โดยเป็นการจำหน่ายแบบให้เครดิตในการชำระเงิน ดังนั้นกรณีลูกหนี้การค้าของบริษัทมีลักษณะเป็นหนี้สูญหรือหนี้สงสัยจะสูญเป็นจำนวนที่มีนัยสำคัญอาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องและผลการดำเนินงานของบริษัท บริษัทจึงมีนโยบายเน้นการควบคุมคุณภาพของลูกหนี้การค้า ซึ่งในส่วนของลูกหนี้การค้ารายใหม่ (ยกเว้นลูกหนี้รายใหญ่ที่เป็นนิติบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั่วไป) จะต้องมีการสั่งซื้อสินค้าเป็นเงินสดเป็นระยะเวลาหนึ่งก่อนที่จะมีการพิจารณาเปิดวงเงินให้เครดิตในการสั่งซื้อ นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายการให้เครดิตที่รัดกุมกับลูกค้าโดยมีการพิจารณาทบทวนเครดิตลูกค้าสม่ำเสมอ จึงทำให้ที่ผ่านมาระหว่างปี 2553 ถึง ปี 2555 บริษัทมียอดหนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญจากลูกหนี้การค้าเพียงร้อยละ 0.001 ร้อยละ 0.67 และ ร้อยละ 0.10 ของยอดขายเครดิตตามลำดับ สำหรับนโยบายการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญนั้น บริษัทมีนโยบายการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญโดยบันทึกค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญโดยประมาณจากจำนวนหนี้ที่อาจเกิดขึ้นจากการเรียกเก็บเงิน

จากลูกหนี้ไม่ได้ตามเงื่อนไขการชำระเงิน โดยอาศัยประวัติการเรียกเก็บเงินในอดีตและตามสถานะปัจจุบันของลูกหนี้คงค้าง ณ วันที่จบดุล โดยพิจารณาจากลูกหนี้ที่มีอายุการชำระหนี้เกิน 180 วัน และไม่มีมีการเคลื่อนไหว ซึ่งอาจพิจารณา ตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100 จากยอดหนี้คงค้างทั้งสิ้นเป็นราย ๆ ไป

2.4 ความเสี่ยงจากระบบการจัดซื้อและบริหารสินค้าคงคลังของบริษัท

บริษัทมีรายการสินค้าที่จำหน่ายอยู่มากกว่า 3,000 รายการ โดยมีสินค้าที่หมุนเวียนเร็วอยู่ประมาณร้อยละ 80 ซึ่งบางครั้งสินค้าที่เป็นที่นิยมของลูกค้าน่าจะมีการขาดตลาดบ้างในบางโอกาส หรือมีสินค้าบางรายการที่คงค้างอยู่ในคลังสินค้าอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในด้านความต้องการของตลาด การได้รับผลกระทบจากการแข่งขันด้านราคา ซึ่งส่งผลกระทบต่อการหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง และ อาจนำไปสู่สินค้าค้างสต็อก อย่างไรก็ตามบริษัทได้จัดทำแผนการส่งเสริมการขาย และการขยายช่องทางจัดจำหน่าย ทั้งในแง่ของการขยายสาขาของบริษัท และตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายที่จะพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ โดยการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบ และได้นำเอากระบวนการบริหารจัดการสินค้า ในรูปแบบของการพัฒนาโปรแกรม ต่าง ๆ ที่บริษัทมีอยู่ เช่น คลังสินค้า (WMS) ระบบ ERP มาจัดการ รวมถึงการพัฒนา ระบบ MRP เพื่อให้ สามารถบริหารสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและ ทำให้ลูกค้ามั่นใจในการให้บริการได้เป็นอย่างดี บริษัทเชื่อว่าโปรแกรมต่าง ๆ ที่ได้รับการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องนี้สามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมด้านการแข่งขันจะเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง เพิ่มอัตราการหมุนของสินค้าและการบริหารต้นทุนสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.5 ความเสี่ยงจากเงินลงทุนและการให้กู้ยืมเงินแก่บริษัทย่อย

ปัจจุบัน บริษัทมีเงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทย่อยในสัดส่วนร้อยละ 76.67 คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนจำนวน 11.50 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทตกลงให้บริษัทย่อยกู้ยืมเงินโดยการออกตั๋วเงินมูลค่า 5 ล้านบาท อัตราดอกเบี้ย MLR+3 ต่อปี โดยบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นเพียงรายเดียวที่ให้การสนับสนุนทางการเงิน ดังนั้นหากผลประกอบการของบริษัทย่อยไม่เป็นไปตามแผน อาจจะทำให้บริษัทย่อยไม่สามารถชำระดอกเบี้ยและเงินกู้ยืมได้ตามเงื่อนไขและตามระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งการให้การสนับสนุนทางการเงินข้างต้นจะส่งผลกระทบต่อเงินลงทุนและเงินให้กู้ยืมในส่วนของเงินต้นของบริษัท ไม่เกิน 16.50 ล้านบาท นอกจากนี้ยังอาจจะไม่ได้รับการจ่ายชำระดอกเบี้ย จากการให้การสนับสนุนทางการเงินดังกล่าว ทั้งนี้การให้เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นข้อตกลง ในการร่วมทุนตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทย่อย เพื่อให้บริษัทย่อยมีสภาพคล่องหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 ตามงบการเงินเฉพาะกิจการ บริษัทได้ตั้งสำรองการด้อยค่าจากเงินลงทุนและเงินกู้ยืมจากบริษัทย่อยเต็มจำนวนแล้ว

2.6 ความเสี่ยงจากการดำเนินงานของบริษัท

2.6.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในธุรกิจน้ำ

ธุรกิจบริการออกแบบ ผลิต และติดตั้งระบบบำบัดน้ำดีและน้ำเสีย มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีตลอดเวลาที่ผ่านมา ทั้งในด้านประสิทธิภาพ ราคา และความเหมาะสมกับลักษณะการใช้งานแต่ละประเภท ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถของการแข่งขันและภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม ดังนั้น บริษัทและบริษัทย่อยในฐานะผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตอุปกรณ์ และผู้ให้บริการจึงต้องมีการศึกษาและติดตามข้อมูลของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทได้มีการส่งพนักงานเข้าร่วมการอบรมและสัมมนา และมีการติดตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปจากสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงได้มีการจัดทำโครงการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร เพื่อให้ได้รับความรู้ในด้านเทคโนโลยีเพิ่มเติมในหลายๆ ด้านที่ได้รับการนำเสนอจากผู้ผลิตสินค้าที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายและในปี 2554 บริษัทได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการบำบัดน้ำจาก บริษัท GE Water and Process Technology (Thailand) จำกัด โดยวิธีเข้าร่วมสัมมนากับผู้ขายเป็นประจำทุกปี ควบคู่กับการทำวิจัยและพัฒนาสินค้าด้วยทีมงานของบริษัท

2.6.2 ความเสี่ยงจากโครงการขายน้ำที่ได้จากการบำบัดให้กับลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมในลักษณะเดียวกับรูปแบบของสัมปทาน

ในปี 2555 บริษัทมีโครงการขายน้ำที่ได้ผ่านการบำบัดให้กับลูกค้าอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม ในลักษณะรูปแบบของสัมปทานจำนวน 2 โครงการ โดยบริษัทลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์รวมถึงการติดตั้งพร้อมใช้งานให้กับลูกค้าทั้งหมด ซึ่งบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด และเก็บรายได้จากการจำหน่ายน้ำที่บำบัดแล้วจากลูกค้าตามที่ระบุในสัญญา ซึ่งทั้งสองโครงการไม่พบความผิดพลาดจากการผิดสัญญาหรือการจ่ายชำระเงิน แต่ความคุ้มทุนของโครงการยังไม่ได้ตามเป้าหมาย เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าวบริษัทมุ่งเน้นการจัดการบริหารต้นทุนโดยการเพิ่มผลผลิตให้สูงขึ้น แต่ถ้าโครงการที่จ้างผู้รับจ้างช่วงเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการให้ บริษัทได้ตั้งเป้าหมายของผลผลิตภายใต้งบประมาณที่กำหนด