

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทแบ่งกลุ่มสินค้าและบริการออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

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

โครงสร้างรายได้ของบริษัทตามงบการเงินรวมในปี 2555 ถึงปี 2557 สามารถแสดงแยกตามกลุ่มสินค้าและบริการได้ดังนี้

ประเภทของรายได้	ปี 2557		ปี 2556*		ปี 2555	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. กลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (SAFETY)	668,824,588	82.83%	635,044,305	81.76%	597,171,901	75.20%
2. กลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม (CE)	105,110,445	13.02%	105,708,965	13.61%	152,942,703	19.26%
3. กลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค (WATER)	29,075,412	3.60%	33,124,734	4.26%	39,913,578	5.03%
4. รายได้อื่น	4,480,211	0.55%	2,794,622	0.36%	4,097,181	0.52%
รวมรายได้	807,490,656	100%	776,672,626	100%	794,125,363	100%

หมายเหตุ : \*บริษัทมีการจัดประเภทสินค้าใหม่ ระหว่างกลุ่มสินค้า SAFETY และ CE จึงทำให้โครงสร้างรายได้ที่แสดงเปลี่ยนไปจากที่เคยรายงานไว้ใน ปี 2556

### 2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ





**2.1.1 กลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Occupational Safety, Health and Environment Products)** บริษัทแบ่งลักษณะสินค้าในกลุ่มนี้ออกเป็น 2 ประเภทคือ

#### 1. อุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคล (Personal Protective Equipment: PPE)

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





ประเภทสินค้า	ลักษณะสินค้า	ตราสินค้าสำคัญ
1) อุปกรณ์ป้องกันศีรษะและใบหน้า	หมวกนิรภัย อุปกรณ์ป้องกันใบหน้าและดวงตา อุปกรณ์ครอบศีรษะสำหรับยึดแผ่นกระบังนิรภัย เพื่อใช้ป้องกันการกระแทก การเจาะทะลุของวัตถุ กระแสไฟฟ้า และอัคคีภัย	
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 รวมทั้งสารทำละลาย</p> <p>กลุ่มที่ 3 ถุงมือสำหรับป้องกันอันตรายทางกายภาพที่เกิดจากความร้อน ความเย็น ความคม และกระแสไฟฟ้า</p>	 
6) อุปกรณ์ป้องกันเท้า	รองเท้านิรภัยและรองเท้าบูทนิรภัยซึ่งใช้สวมใส่เพื่อป้องกันน้ำแรงกระแทก การเจาะทะลุความร้อน ความเย็น และกระแสไฟฟ้า	 
7) ชุดป้องกันร่างกาย	ชุดป้องกันความร้อน ชุดป้องกันสารเคมี ชุดป้องกันอากาศเย็น ชุดป้องกันกระแสไฟฟ้าสถิตย์ ชุดฉนวนเพลิง และชุดดับเพลิง	
8) อุปกรณ์ป้องกันการตก	อุปกรณ์ป้องกันการตกจากที่สูงและอุปกรณ์ช่วยเคลื่อนย้ายในแนวตั้ง	

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	อุปกรณ์ลือคนิรภัย สำหรับลือคเครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ แหล่งกำเนิดหรือจ่ายพลังงาน สติคเกอร์ ฉลากป้ายสัญลักษณ์เพื่อความปลอดภัย และเครื่องพิมพ์สติคเกอร์ ฉลาก ป้าย สัญลักษณ์เพื่อความปลอดภัย	

### 2.1.2 กลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม (Control Environmental Products)

สินค้าด้านการควบคุมสภาพแวดล้อมเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในพื้นที่ที่ต้องการควบคุมสภาพแวดล้อมให้มีความสะอาดปลอดภัย เช่น โรงพยาบาล กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตยา กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องมือแพทย์ กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนรถยนต์ 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	อุปกรณ์ที่มีคุณสมบัติเฉพาะ สำหรับใช้ในห้องคลีนรูม เช่น ชุดคลีนรูม ผ้าคลีนรูม เครื่องเขียนสำหรับห้องคลีนรูม	

## กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

### 1. กลุ่มผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End User)

ลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในกลุ่มสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และกลุ่มสินค้าและบริการด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม ครอบคลุมลูกค้าในอุตสาหกรรมต่างๆเกือบทุกอุตสาหกรรมในประเทศไทย ที่ต้องการสร้างความปลอดภัยให้กับพนักงานและสภาพแวดล้อมทั่วไปในสถานที่ทำงาน หรือต้องการให้กระบวนการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมถึงความต้องการที่จะเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ทั้งด้วยความสมัครใจของลูกค้าเองหรือต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กฎหมาย บริษัทมีการขายสินค้าให้กลุ่มลูกค้านี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของรายได้รวม ปัจจุบันบริษัทมีฐานลูกค้าในกลุ่มนี้ประมาณ 3,000 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 ลูกค้ากลุ่ม โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ตลอดจนบริษัทรับเหมาก่อสร้างทั่วไป
- 6) กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตยา และผลิตเครื่องมือแพทย์
- 7) กลุ่มโรงพยาบาลและสถานพยาบาลต่างๆ และลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ
- 8) กลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น ลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมบริการ กลุ่มโรงงานเชื้อกระดาษและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

## 2. กลุ่มลูกค้าที่เป็นคู่ค้าทางธุรกิจ (Trade Partner)

กลุ่มลูกค้าทางธุรกิจ ได้แก่ บริษัทหรือร้านค้าซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าทั้งในระดับที่ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ร้านค้าขายส่ง และร้านค้าปลีก บริษัทมีการขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าทางธุรกิจคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 35 ของรายได้รวม โดยมีฐานลูกค้าในกลุ่มนี้ประมาณ 1,000 ราย ซึ่งทำให้การกระจายสินค้าเข้าไปถึงลูกค้าได้ในวงกว้างขึ้น สำหรับคู่ค้าทางธุรกิจซึ่งดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายเหมือนกับบริษัทนั้น จะเป็นการซื้อสินค้าจากบริษัทเพื่อนำไปจำหน่ายร่วมกับสินค้าของตนเองเพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและทำให้ขายสินค้าได้อย่างครบวงจร

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งทั้ง 2 กลุ่ม เกินร้อยละ 5 ของรายได้จากการขายและการให้บริการรวม

### การตลาดและการแข่งขัน

#### กลยุทธ์ทางการตลาด

- **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** บริษัทมีการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีความหลากหลาย ครบวงจร ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์มากกว่า 4,000 รายการ คุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้ตราสินค้าที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย บริษัทมีการจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทันสมัย มาเพื่อนำเสนอลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเพิ่มประเภทสินค้าใหม่ และการพัฒนาสินค้าที่เป็นตราสินค้าของบริษัทเอง นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการของลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าต้องการสินค้าที่มีคุณสมบัติแตกต่างจากที่สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายอยู่ ทำให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้

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

- **ด้านราคา (Price)** บริษัทมีนโยบายการตั้งราคาสินค้าแต่ละประเภท โดยบวกเพิ่มกำไรส่วนต่างจากต้นทุน ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ ปริมาณการสั่งซื้อ เงื่อนไขการชำระเงิน และความสัมพันธ์ที่มีกับลูกค้า ราคาเป็นไปอย่างยุติธรรมและเหมาะสม ในกรณีที่สินค้าของบริษัทไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ บริษัทจะมีการสรรหาแหล่งผลิตสินค้า หรือผู้ขายสินค้านำเข้าใหม่ เพื่อให้ลดต้นทุนสินค้า สามารถแข่งขันได้ รวมถึงการพัฒนาสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเอง

- **การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย (Place)** ช่องทางการจำหน่ายหลักเป็นการขายให้กับลูกค้าโดยตรงผ่านพนักงานขาย บริษัทมีการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและคู่ค้า เพื่อเพิ่มยอดขายลูกค้าเก่า และขยายฐานไปยังลูกค้าใหม่อยู่เสมอ

สำหรับในเขตพื้นที่ ที่พนักงานขายของบริษัทไม่สามารถให้บริการได้ครอบคลุม บริษัทเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยพิจารณาหาลูกค้าทางธุรกิจเพื่อให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทในเขตพื้นที่นั้น ซึ่งบริษัทจะให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย เช่น การให้ความรู้เรื่องสินค้า สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยผ่านทางเว็บไซต์ [www.pholonline.com](http://www.pholonline.com) เพื่อให้สินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขยายฐานลูกค้าไปยังลูกค้ารายย่อยเพิ่มขึ้น

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ บริษัทมีการจัดตั้งบริษัทย่อยในประเทศกัมพูชา และแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศพม่า สำหรับในประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางลูกค้าของบริษัทที่เป็นลักษณะตัวแทนจำหน่ายนำสินค้าไปจำหน่ายในประเทศนั้นๆ

- **การส่งเสริมการขาย (Promotion)** บริษัทมีการจัดทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงลูกค้ามากขึ้น ผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ การลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเช่น นิตยสารเพื่อความปลอดภัยต่างๆ เว็บไซต์ความรู้ความปลอดภัยและอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงมีการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าภายในประเทศเป็นประจำทุกปี เช่น งานสัปดาห์ความปลอดภัยแห่งชาติ, งานนิทรรศการ Thailand Industrial Fair เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ ความรู้ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย รวมถึงกิจกรรมของบริษัท ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ได้แก่ Facebook Fan Page ชื่อ “PHOL” เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

- **การส่งมอบผลิตภัณฑ์ตรงต่อเวลา** บริษัทมีการปรับปรุงระบบการบริหารคลังสินค้าและระบบการจัดส่งให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพื่อให้การส่งมอบถูกต้อง ตรงเวลา เป็นที่พอใจของลูกค้า

#### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงผลิตภัณฑ์ด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม มีความเกี่ยวข้องกับภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมโดยรวมของประเทศ เนื่องจากสินค้าที่จัดจำหน่ายเป็นสินค้าที่ใช้ในสถานประกอบการอุตสาหกรรม หรือใช้กับผู้ปฏิบัติงานในสถานประกอบการนั้นๆ ซึ่งหากภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมมีการเติบโตสูง จะทำให้มีความต้องการใช้สินค้าด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานสูงเช่นกัน ซึ่งปัจจุบันอุปสงค์ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย ถือเป็นสิ่งจำเป็นมากขึ้น จากเหตุผลหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการบังคับด้วยกฎหมาย หรือความต้องการสร้างคุณภาพ และมาตรฐานในการผลิตของผู้ประกอบการเอง รวมถึงความรับผิดชอบด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยให้กับพนักงาน จึงทำให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็กหันมาให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัยให้กับผู้ปฏิบัติงาน รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงานมีความปลอดภัย เพิ่มมากขึ้น

ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สรุปภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศ ในปี 2557 ขยายตัวเพียงร้อยละ 0.7 ซึ่งชะลอลดลงจากปี 2556 ที่ขยายตัวร้อยละ 2.9 สำหรับภาคการผลิตอุตสาหกรรมโดยรวมของประเทศ ในปี 2557 ยังคงชะลอตัวเช่นเดียวกัน โดยลดลงตามความต้องการภายในประเทศ ที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองในช่วงต้นปี และการผลิตเพื่อการส่งออกที่เพิ่งเริ่มจะขยายตัวในช่วงปลายปี จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป



ดัชนี	2555	2556	2556				2557				
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	2557
ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม	181.6	175.7	184.7	174.1	173.6	170.5	171.7	165.7	166.8	166.5	167.7
YOY (%)	2.2	-3.2	2.9	-5.1	-3.6	-7.1	-7.0	-4.8	-3.9	-2.4	-4.6
ดัชนีการส่งออกสินค้า	200.6	196.0	208.0	195.7	194.0	186.4	183.2	179.8	180.6	181.8	181.4
YOY (%)	10.8	-2.3	11.5	-3.0	-5.6	-10.6	-11.9	-8.1	-6.9	-2.5	-7.5
ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	184.3	200.5	195.3	197.4	203.2	206.2	210.9	199.0	194.9	185.0	197.4
YOY (%)	0.9	8.8	7.5	5.6	11.1	11.0	8.0	0.8	-4.1	-10.2	-1.5
อัตราการใช้จ่ายการผลิต	66.0	64.4	67.4	64.0	63.9	62.2	61.8	59.5	60.5	60.1	60.5

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

จากตัวเลขตัวชี้วัดเศรษฐกิจหลายๆตัวพบว่ามีการปรับตัวลดลงจากปีก่อน เช่น ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมและอัตราการใช้จ่ายการผลิต โดยอุตสาหกรรมที่มีการผลิตลดลงได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมปิโตรเลียม อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าบริษัทจะได้รับ

ผลกระทบจากการลดลงของภาคการผลิตในอุตสาหกรรมหลักดังกล่าว แต่เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของบริษัท มีความหลากหลายกระจายอยู่ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจต่างๆ ที่บริษัทสามารถสร้างยอดขายได้เพิ่มขึ้นในปี 2557 จึงทำให้ผลการดำเนินงานในภาพรวมได้รับผลกระทบไม่มากนัก

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศ ในปี 2558 คาดว่าจะขยายตัวได้ดีขึ้น จากแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศ ซึ่งมีแรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายภาครัฐและภาคเอกชน ความเชื่อมั่นในการลงทุนของภาคธุรกิจดีขึ้น การส่งออกมีแนวโน้มค่อยๆ ฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจต่างประเทศ ภาพรวมอุตสาหกรรมไทยคาดว่าจะขยายตัวเช่นเดียวกัน สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมคาดการณ์ว่า อุตสาหกรรมจะขยายตัวประมาณร้อยละ 2-3 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมจะขยายตัวร้อยละ 3-4 จากทิศทางที่ดีของภาคเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เป็นโอกาสให้บริษัทสามารถขยายตลาดให้เติบโตได้

ภาวะการแข่งขันสำหรับสินค้าด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงสินค้าด้านการควบคุมสภาพแวดล้อม ในปัจจุบันเริ่มมีเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา จากการที่ประเทศไทยยังคงเป็นฐานการผลิตแห่งใหญ่ ครอบคลุมทุกกลุ่มอุตสาหกรรม โรงงานอุตสาหกรรมยังคงมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีปัจจัยสนับสนุนทางด้านกฎหมายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยที่มีความเข้มงวดมากขึ้น ทำให้มีอุปสงค์ในผลิตภัณฑ์ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานมากยิ่งขึ้น จึงเกิดผู้ขายรายใหม่เพิ่มขึ้นเช่นกัน คู่แข่งในประเทศส่วนใหญ่เป็นคู่แข่งรายย่อย สินค้าที่จำหน่ายยังมีไม่ครอบคลุมทั้งหมด บริษัทยังคงได้เปรียบในเรื่องของสินค้าที่มีจำหน่ายอย่างหลากหลายและรองรับการสั่งซื้อในปริมาณมากได้ การแข่งขันส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันทางด้านราคาในตลาดที่ลูกค้าไม่เน้นเรื่องคุณภาพสินค้ามากนัก บริษัทจะใช้วิธีหาผู้ผลิตหรือผู้ขายรายใหม่เพื่อให้ได้ราคาที่สามารถแข่งขันได้ แต่สำหรับลูกค้าที่เน้นเรื่องมาตรฐานสินค้าสูง บริษัทยังสามารถแข่งขันได้ เนื่องจากสินค้าที่บริษัทจำหน่ายมีคุณภาพสูง มีมาตรฐานรองรับ เป็นที่ยอมรับจากลูกค้า ประกอบกับการได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายจากผู้ผลิตในต่างประเทศ ทั้งแบบตัวแทนจำหน่ายรายเดียวและตัวแทนจำหน่ายทั่วไป คู่แข่งจึงมีน้อยราย

นอกจากนี้ การที่บริษัทประกอบธุรกิจในด้านนี้มาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ผลการดำเนินงานเป็นที่ยอมรับทั้งด้านลูกค้าและลูกค้า ประกอบกับบริษัทมีการพัฒนาด้านการจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการพัฒนาสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเอง รวมถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญด้านความปลอดภัย สามารถให้คำแนะนำในการเลือกใช้สินค้าด้านความปลอดภัยได้อย่างเหมาะสมกับทุกกลุ่มลูกค้า อีกทั้งบริษัทยังให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทั้งเรื่องสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าเก่าของบริษัท ซึ่งมีฐานลูกค้ามากกว่า 4,000 ราย ทำให้บริษัทยังคงรักษาตลาดและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้

รวมถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ และความสามารถในการบริหารจัดการสินค้าสำรองคลัง จึงทำให้บริษัทมั่นใจศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท

### ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายสินค้าบริษัท ดำเนินการ โดยทีมงานขายของบริษัทเป็นหลัก ซึ่งมีจำนวนกว่า 90 คน ประจำอยู่ที่สำนักงานใหญ่ภาคกลาง จังหวัดปทุมธานี และอีก 3 สาขา ในภาคเหนือที่จังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกในจังหวัดระยอง และภาคใต้ที่จังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ บริษัทยังจัดให้มีพนักงานขายดูแลพื้นที่ขายในส่วนที่สาขายังไม่ครอบคลุมได้แก่ พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้ดูแลพื้นที่ขายได้ทั่วประเทศ

สำหรับช่องทางการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ บริษัทใช้วิธีการขายผ่านลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย นำสินค้าไปจำหน่ายในต่างประเทศ สำหรับประเทศเมียนมาร์ บริษัทแต่งตั้ง บริษัท เอการ์ จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัท ส่วนประเทศกัมพูชา บริษัทมีบริษัทย่อยคือ บริษัท ผลชัยญะ (แคม โบเดีย) จำกัด

สำหรับช่องทางจำหน่ายสินค้าของบริษัทอีกช่องทางหนึ่งคือ ทางอินเทอร์เน็ต ใช้ชื่อเว็บไซต์ [www.pholonline.com](http://www.pholonline.com) เป็นช่องทางจำหน่ายสำหรับลูกค้ารายย่อย ลูกค้าประเภทผู้บริโภคชั้นสุดท้าย เพื่อให้สินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ในปี 2558 บริษัทมีแผนเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่าน โมเดิร์นเทรด เช่น บิ๊กซี, โสมโปร, ดูโสม เป็นต้น โดยมุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าด้านความปลอดภัยที่สามารถใช้งานได้ในสภาพแวดล้อมทั่วไป และสินค้าประเภทเครื่องกรองน้ำดื่มที่ใช้ในระดับครัวเรือน

### การจัดการผลิตภัณฑ์

การจัดการผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยในปี 2557 ยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของยอดการสั่งซื้อสินค้าทั้งหมด อีกร้อยละ 30 เป็นยอดการสั่งซื้อจากในประเทศ สำหรับการซื้อสินค้าในประเทศเป็นการซื้อจากทั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศและผู้ผลิตเจ้าของตราสินค้ารวมประมาณ 200 ราย สำหรับการซื้อสินค้าจากต่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อสินค้าจากเจ้าของตราสินค้าโดยตรงรวมประมาณ 90 ราย เป็นลักษณะแต่งตั้งบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียวในประเทศ (Sole/Exclusive Distributor) และตัวแทนจำหน่ายทั่วไป (Non-exclusive Distributor) สำหรับสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท คือ ตราสินค้า ENV-SAFE และ SYNOS บริษัทได้ว่าจ้างผู้ผลิตทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งบริษัทมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเองอยู่เสมอ โดยในปี 2557 มีรายการสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทกว่า 200 รายการ



บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ามากกว่า 30 ตราสินค้า โดยมีตราสินค้าที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียว ได้แก่

บริษัท	สินค้า	ระยะเวลาของสัญญา	เงื่อนไขทางการค้า
King's shoe Manufacturing Pte., Ltd. ตราสินค้า : KING'S ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย: ปี 2551	รองเท้าหนังที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม	1 ปี	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ King's ยกเลิกสัญญานี้ได้โดยแจ้งล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กำหนด</li> <li>▪ King's สามารถยกเลิกสัญญาถ้าบริษัททำผิดสัญญาโดยแจ้งล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กำหนด</li> <li>▪ King's สามารถทบทวนแก้ไขสัญญาได้ถ้าบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงในระดับผู้บริหาร</li> <li>▪ ยอดขายขั้นต่ำ</li> </ul>
Ansell Limited, (Australia) ตราสินค้า : ANSELL ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย : ปี 2546	ถุงมือและชุดป้องกันที่ใช้ในกระบวนการผลิต	1 ปี	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansell สามารถบอกเลิกสัญญาได้ในกรณีต่อไปนี้                             <ol style="list-style-type: none"> <li>1) หากบริษัทผิดเงื่อนไขในสัญญา</li> <li>2) ไม่สามารถซื้อครบจำนวนยอดสั่งซื้อขั้นต่ำ</li> <li>3) มีการเปลี่ยนแปลงอำนาจควบคุมบริษัท</li> </ol> </li> </ul>
Mirogard Limited ตราสินค้า : MICROGARD ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย : ปี 2553	ชุดป้องกันสารเคมี ฟุ้ง และเชื้อโรค	ไม่ระบุ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Microgard ยกเลิกสัญญาได้ในกรณีต่อไปนี้                             <ol style="list-style-type: none"> <li>1) มีการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นหรือผู้มีอำนาจควบคุมบริษัท</li> <li>2) บริษัทไม่สามารถซื้อครบจำนวนยอดสั่งซื้อขั้นต่ำรายปี</li> </ol> </li> </ul>
PUMA Safety ตราสินค้า : PUMA Safety ปีที่เริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย : ปี 2557	รองเท้าหนัง	1 ปี	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PUMA Safety สามารถยกเลิกสัญญาได้ กรณีบริษัทไม่สามารถซื้อครบจำนวนตามยอดสั่งซื้อขั้นต่ำ</li> </ul>

สำหรับขั้นตอนการจัดหาผลิตภัณฑ์นั้น บริษัทมีแนวทางในการจัดหาผลิตภัณฑ์ได้ 3 แนวทาง คือ

- 1) บริษัทหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่จากแหล่งต่างๆ
- 2) บริษัทติดต่อสอบถามความต้องการของลูกค้าอยู่เป็นระยะว่ามีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ใด

3) เจ้าของตราสินค้าและ/หรือตัวแทนจำหน่าย (Supplier) เป็นผู้เสนอผลิตภัณฑ์ให้บริษัททำการตลาดให้ หลังจากนั้นจึงนำผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง (Prototype) มาศึกษา แล้วส่งไปให้ลูกค้าทดลองใช้ ถ้าผลการทดสอบผ่านจึงวางแผนการตลาดและทำการติดต่อสั่งซื้อต่อไป ซึ่งบริษัทมีนโยบายในการออกสินค้าใหม่ปีละ 1-2 ชนิด ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีการพึ่งพิงผู้จำหน่ายและผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งเกินร้อยละ 20 ของยอดซื้อ และไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการจัดหาผลิตภัณฑ์ และบริษัทไม่มีข้อพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

### 2.1.3 กลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค (Water Treatment Products)

บริษัทแบ่งลักษณะสินค้าและบริการออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

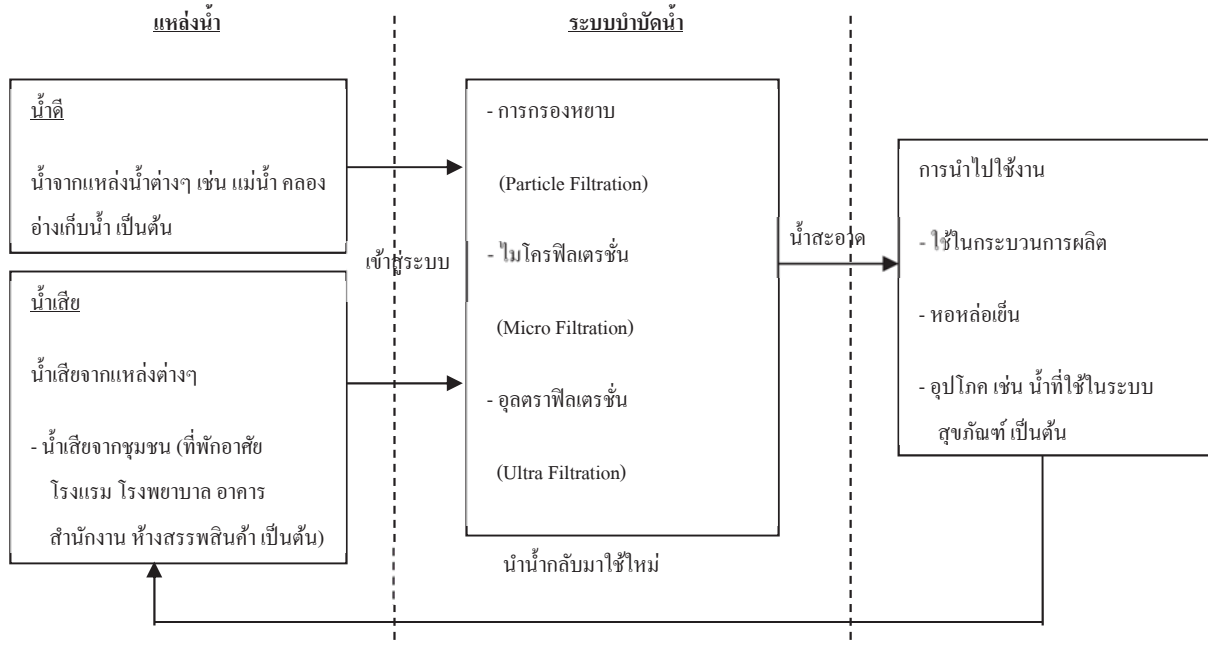
1) การจัดหาหน่วยเครื่องจักร และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำสำเร็จรูป จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำประเภทต่างๆ ที่ใช้ในระดับอุตสาหกรรม และระดับครัวเรือน เช่น อุปกรณ์และสารกรองตะกอน, เครื่องสูบน้ำ ถังเก็บน้ำ, ระบบบำบัดน้ำชุดอุปกรณ์สำเร็จ (Module) เครื่องกรองน้ำสำเร็จรูปเพื่อบริโภคในครัวเรือน เป็นต้น โดยระบบและอุปกรณ์ซึ่งบริษัทจัดจำหน่าย สามารถบำบัดน้ำได้จากแหล่งน้ำหรือน้ำเสียจากการดำเนินงานเพื่อทำให้มีคุณภาพที่เหมาะสมตามความต้องการใช้งาน นอกจากนี้ ตะกอนเหลือทิ้งจากระบบบำบัด หลังจากได้รับการแยกน้ำออกแล้ว ยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่นได้ เช่น ใช้ในการผลิตก๊าซชีวภาพ เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะสามารถลดมลพิษในน้ำที่จะถูกปล่อยออกไปในสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในการใช้น้ำของผู้ประกอบการได้อีกด้วย

2) การให้บริการจำหน่ายน้ำจากระบบบำบัดให้แก่ลูกค้า ในลักษณะเดียวกับรูปแบบของสัมปทาน (Build-Own - Operate) โดยดำเนินการตั้งแต่การออกแบบ ผลิตและติดตั้งระบบ และนำระบบไปติดตั้งในสถานที่ของลูกค้าในลักษณะพร้อมใช้งาน และเก็บเกี่ยวรายได้จากการจำหน่ายน้ำที่บำบัดได้ให้กับลูกค้าตามระยะเวลาที่ระบุในสัญญา ทั้งนี้บริษัทจะเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ระบบดังกล่าว

3) การให้บริการออกแบบ ผลิต และติดตั้งระบบบำบัดน้ำ โดยดำเนินการออกแบบ ผลิต และติดตั้งระบบบำบัด มุ่งเน้นในระบบจัดการน้ำเพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้น้ำ โดยการบำบัดน้ำให้ได้คุณภาพเหมาะสมหรือทำการบำบัดน้ำเสียเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งรวมถึง การออกแบบและวิศวกรรม, งานโครงสร้าง, การติดตั้งและติดตามผล, การวิเคราะห์ผลในห้องปฏิบัติการ, การซ่อมบำรุงและงานบริการหลังการขาย

4) การให้บริการดูแลควบคุมระบบและการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ เป็นการให้บริการดูแลบำรุงรักษาและควบคุมระบบให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ ระบบบำบัดน้ำสามารถบำบัดได้ทั้งน้ำดีและน้ำเสีย โดยมีกระบวนการในการบำบัดโดยรวมดังนี้



ระบบบำบัดน้ำดีหรือน้ำเสียที่ให้บริการกับลูกค้า แบ่งออกเป็น 5 ระบบ ตามความต้องการใช้งาน และคุณภาพของน้ำที่ต้องการ ดังนี้

- ระบบผลิตน้ำประปาและน้ำดื่ม (Potable and drinking water system) เป็นระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำดิบ เช่น น้ำผิวดินตามธรรมชาติ (น้ำคลอง แม่น้ำ น้ำบาดาล) และน้ำที่ปนเปื้อนสิ่งสกปรกต่างๆ เพื่อให้สามารถนำมาใช้อุปโภคบริโภค และใช้งานในอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงระบบผลิตน้ำประปาเคลื่อนที่ โดยบริษัทขอได้มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเมมเบรน (Membrane Filtration) ชนิดไมโครฟิลเตรชัน (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 หรือ เมมเบรนในถังปฏิกรณ์ (Membrane bioreactor system) ตามความเหมาะสมสำหรับน้ำเสียเพื่อให้ได้คุณภาพที่เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ที่นำน้ำที่ถูกบำบัดกลับไปใช้ใหม่ เช่น สำหรับหอหล่อเย็น (Cooling tower) หรือหม้อไอน้ำ (Boiler)

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

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

ตราสินค้าที่สำคัญที่บริษัทจัดจำหน่ายในกลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค ได้แก่ GE, PENTAIR และ ANDRITZ

### **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

ลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในกลุ่มสินค้าและบริการด้านระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค มีดังนี้

#### **ลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรม**

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

#### **ลูกค้ากลุ่มโรงแรมและที่พักอาศัย**

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

#### **ลูกค้ากลุ่มเทศบาลหรือชุมชน**

ประกอบด้วยชุมชนหรือเทศบาล ซึ่งในบางพื้นที่มีปริมาณการผลิตน้ำยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้น้ำ ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำ

#### **ลูกค้ารายย่อย**

กลุ่มลูกค้าผู้บริโภคทั่วไปที่ต้องการบริโภคน้ำสะอาด

### กลุ่มลูกค้าผู้รับเหมาโครงการ

ลูกค้าในกลุ่มนี้ประกอบด้วยผู้รับเหมาโครงการ ซึ่งต้องการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงสำหรับในส่วนของระบบจัดการน้ำ หรือต้องการซื้อชิ้นส่วนอุปกรณ์ไปเพื่อก่อสร้างระบบ

### กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบน้ำ

ลูกค้ากลุ่มที่เป็นผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบน้ำโดยมีตราสินค้าเป็นของตนเอง ประสงค์ที่จะจัดจำหน่ายระบบบำบัดน้ำชุดประกอบสำเร็จภายใต้ตราสินค้าของตนเอง จึงว่าจ้างบริษัทให้เป็นผู้ผลิต

### การตลาดและการแข่งขัน

#### กลยุทธ์ทางการตลาด

- **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** บริษัทมีความสามารถที่จะให้บริการด้านระบบบำบัดน้ำอย่างครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบ การก่อสร้าง การดูแลบำรุงรักษาระบบ โดยมีความสามารถในการนำเทคโนโลยีที่หลากหลายมาใช้ร่วมกันเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ทั้งเรื่องคุณภาพน้ำดีและน้ำเสีย รวมถึงวัตถุประสงค์ในการนำน้ำกลับไปใช้ที่ต่างกัน นอกจากนี้ ยังมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะเป็นชุดประกอบสำเร็จ (Module) พร้อมใช้งาน เพื่อความสะดวกในการติดตั้ง หรือขยายขนาดของระบบ โดยบริษัทให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของระบบ โดยการออกแบบระบบที่ได้มาตรฐานทางวิศวกรรมและใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพ

สำหรับรูปแบบของการให้บริการจำหน่ายน้ำตามสัญญา ทำให้ลูกค้าไม่จำเป็นต้องมีการลงทุน แต่สามารถลดค่าใช้จ่าย โดยการซื้อน้ำจากระบบของบริษัทในอัตราที่ถูกกว่าเดิมได้ทันที และบริษัทเป็นผู้ดำเนินการและดูแลระบบทั้งหมด ทำให้ผู้ว่าจ้างไม่ต้องรับความเสี่ยงจากการลงทุนเดินระบบและดูแลระบบ

#### - ด้านการให้บริการ

เนื่องจากระบบบำบัดน้ำดีและน้ำเสียมีความต้องการความเชี่ยวชาญในการดูแลและเดินระบบ ทำให้การบริการรับประกันและซ่อมบำรุงหลังจากติดตั้งระบบมีความจำเป็น ซึ่งบริษัทได้มุ่งเน้นในการให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยบุคลากรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งได้รับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ

#### - กลยุทธ์ด้านการจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีฐานลูกค้าเดิมในธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน มากกว่า 4,000 ราย ทำให้มีช่องทางการจำหน่ายที่กว้างขวางและครอบคลุมในหลายกลุ่มอุตสาหกรรม

#### - กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

บริษัทได้ทำการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ โดยได้คัดเลือกสื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะด้าน เช่น วารสารทางวิศวกรรม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมถึงได้เป็นผู้สนับสนุนการจัดงานสัมมนาทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการบำบัดน้ำ เพื่อสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญและประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการน้ำที่ดีมากขึ้น

## - กลยุทธ์ด้านการส่งมอบโครงการในระยะเวลาสั้นและตรงต่อเวลา

บริษัทได้คำนึงถึงความสำคัญต่อการส่งมอบโครงการในระยะเวลาสั้นและตรงต่อเวลา โดยได้มีการส่งอุปกรณ์ที่สำคัญ และมีช่วงเวลาการส่งที่นานมาไว้เพื่อรอการประกอบ ทำให้สามารถลดเวลาในการส่งมอบโครงการ และสามารถตอบสนองต่อคำสั่งซื้อที่คาดว่าจะมีมาในอนาคตได้

### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

จากผลการศึกษาการจัดการทรัพยากรน้ำของประเทศต่างๆ ทั่วโลก พบว่า หากทั่วโลกยังคงใช้น้ำในอัตราปัจจุบันตามการเพิ่มขึ้นของประชากรทั่วโลกแล้ว ในปี 2567 ซึ่งจะมีประชากรกว่า 8 พันล้านคน คาดว่าประชากรทั่วโลกขาดแคลนน้ำเฉลี่ย 500 ลูกบาศก์เมตรต่อคนต่อปี โดยปริมาณน้ำที่สามารถใช้ได้จะลดลง และคุณภาพน้ำอาจปนเปื้อนด้วยมลพิษ จนไม่สามารถนำมาใช้ทั้งในการบริโภค การผลิตในอุตสาหกรรมและการเกษตร ส่งผลให้ประเทศต่างๆ เริ่มหันมาให้ความสำคัญในการจัดการทรัพยากรน้ำกันมากขึ้น ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ได้ดำเนินการใช้น้ำในปริมาณและอัตราการใช้เพิ่มขึ้นสูง การใช้น้ำเพื่ออุปโภคและบริโภคของชุมชน ความต้องการใช้น้ำในประเทศมีเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ความต้องการใช้น้ำในภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ

ธุรกิจด้านระบบบำบัดน้ำ ในปี 2557 บริษัทยังคงมุ่งเน้นการให้บริการบริหารจัดการน้ำสำหรับผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนขึ้นทุกปี มีกระบวนการทำงานหรือกระบวนการผลิต ที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำเกือบทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการบำบัดน้ำเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อประโยชน์ในการลดค่าใช้จ่าย การบำบัดน้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพตามที่กฎหมายกำหนดก่อนปล่อยสู่แหล่งน้ำ ระบบผลิตน้ำบริสุทธิ์เพื่อใช้ในกระบวนการผลิต เป็นต้น ปัจจุบัน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ เริ่มเห็นความสำคัญของการนำระบบบำบัดน้ำมาใช้ในกิจการมากขึ้น ด้วยเหตุผลเรื่องค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับน้ำเพิ่มสูงขึ้น ความเข้มงวดของกฎหมาย หรือแนวโน้มเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของประเทศหรือของโลก จึงเป็นการเพิ่มโอกาสให้บริษัทสามารถสร้างธุรกิจให้เติบโตขึ้นได้

ด้านการใช้น้ำเพื่ออุปโภคและบริโภคของชุมชน ภาวะการขาดแคลนน้ำยังเป็นปัญหาสำคัญในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ในเขตต่างจังหวัด ที่หน่วยงานของภาครัฐไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง เพื่อการเติบโตในระยะยาว บริษัทยังคงมุ่งเน้นการลงทุนในโครงการผลิตน้ำประปาสำหรับชุมชน ซึ่งบริษัทยังคงเดินหน้าสำรวจพื้นที่ แสวงหาโอกาสในการลงทุนอย่างต่อเนื่อง

สภาพการแข่งขันสำหรับธุรกิจด้านระบบบำบัดน้ำ มีทั้งกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก แต่ถือว่ายังมีจำนวนน้อยราย โดยแต่ละแห่งอาจมุ่งเน้นการให้บริการที่แตกต่างกัน และกลุ่มลูกค้ามีความหลากหลาย ตลาดด้านการบริหารจัดการน้ำมีแนวโน้มขยายตัวได้อีกมาก การแข่งขันจึงยังถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง บริษัทมุ่งเน้นในการให้บริการสำหรับระบบขนาดกลางและเล็ก คู่แข่งของบริษัทจึงเป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก ซึ่งบริษัทมีความได้เปรียบเรื่องความสามารถในด้านการลงทุน มีความน่าเชื่อถือ ทำให้บริษัทสามารถแข่งขันได้

### ช่องทางในการจำหน่าย

ช่องทางการให้บริการด้านระบบบำบัดน้ำ ดำเนินการโดยทีมงานขายของบริษัทเป็นหลัก โดยทีมงานขายส่วนใหญ่เป็นวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ สามารถให้คำแนะนำและนำเสนอสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง



สำหรับอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำสำเร็จรูป นอกจากการนำเสนอขายผ่านทีมงานขาย บริษัทยังใช้ช่องทางจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ [www.pholonline.com](http://www.pholonline.com) เช่นกัน ในปี 2558 บริษัทมีแผนการขยายระบบบำบัดน้ำสำเร็จรูป สำหรับใช้ในครัวเรือน ผ่านช่องทาง Modern Trade เช่น ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี, โสม โปร เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ และทำให้บริษัทเป็นที่รู้จักในกลุ่มธุรกิจด้านระบบบำบัดน้ำมากขึ้น

#### การจัดการผลิตภัณฑ์

ในส่วนของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำได้รับการจัดหาจากทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับตราสินค้า GE , PENTAIR และ ADRITZ

#### 2.2 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -