

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ผู้ลงทุนควรพิจารณาปัจจัยความเสี่ยง รวมทั้งรายละเอียดข้อมูลอื่นๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้อย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจลงทุน ปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้เป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทและมูลค่าหุ้นของบริษัทได้ ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้อาจไม่เป็นปัจจัยความเสี่ยงทั้งหมดที่มีอยู่ เพราะอาจมีความเสี่ยงอื่นๆที่บริษัทยังไม่อาจทราบได้ และอาจมีปัจจัยความเสี่ยงบางประการที่บริษัทเห็นว่าไม่มีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทในขณะนี้ แต่ในอนาคตอาจกลายเป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อรายได้ ผลกำไร ของบริษัทได้ ดังนั้นก่อนการตัดสินใจลงทุน ผู้ลงทุนควรใช้วิจารณญาณในการพิจารณาข้อมูลอย่างรอบคอบ เพราะปัจจัยความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลกระทบต่อบริษัทได้ไม่จำกัดเฉพาะแต่เพียงปัจจัยความเสี่ยงตามที่กล่าวไว้ในเอกสารฉบับนี้เท่านั้น

นอกจากนี้ ข้อความในลักษณะคาดการณ์ในอนาคต การประมาณการ ความประสงค์ หรือเจตนาของ บริษัท ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ อาทิ “ประสงค์” “ต้องการ” “เชื่อว่า” “คาดการณ์ว่า” “คาดหมายว่า” “มีแผนจะ” “ตั้งใจ” หรือ “ประมาณ” หรือข้อความอื่นในทำนองเดียวกัน เป็นคำหรือข้อความที่บ่งชี้ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งมีความไม่แน่นอน และผลที่จะเกิดขึ้นอาจแตกต่างจากการคาดการณ์ก็ได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ ภาวะการเมือง นโยบายของรัฐ การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

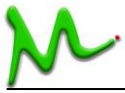
บริษัทมีความตระหนักถึงความสำคัญด้านการบริหารความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยสามารถแยกปัจจัยความเสี่ยงของบริษัท ซึ่งอาจมีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญ มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจและดำเนินงานของบริษัท

3.1.1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากการจัดงาน Thailand Mobile EXPO และความต่อเนื่องของรายได้

บริษัทมีรายได้หลักจากการจัดงานแสดงสินค้า “Thailand Mobile EXPO” ซึ่งจัดขึ้นทุกปี ปีละ 3 ครั้งในเดือนกุมภาพันธ์ พฤษภาคม และกันยายน/ตุลาคม ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยบริษัทมีรายได้จากการจัดงานดังกล่าวในปี 2558 – ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 เท่ากับ 105.67 ล้านบาท 93.30 ล้านบาท 108.39 ล้านบาท และ 36.43 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 81.08 ร้อยละ 48.76 ร้อยละ 38.07 และร้อยละ 55.36 ของรายได้รวมของบริษัท ตามลำดับ ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากการจัดงานดังกล่าวได้ เนื่องจากบริษัทรับรู้รายได้งานจัดแสดงสินค้า “Thailand Mobile EXPO” ตามวันที่จัดงานดังกล่าว ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ในอนาคตที่ทำให้บริษัทไม่สามารถดำเนินการจัดงานได้ หรือความถี่การจัดงานลดลง หรืองานได้รับความนิยมลดลง ทำให้ผู้สนใจเข้าร่วมงานน้อยลงจนงานไม่ได้รับการตอบรับที่ดีก็จะส่งผลให้ลูกค้าของบริษัทที่เข้าพื้นที่แสดงสินค้ากับบริษัทอาจลดการเข้าร่วมงานได้ในอนาคต หรือหากลูกค้ารายสำคัญของบริษัท เช่น เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือรายใหญ่ ไม่เข้าพื้นที่ต่อในงานดังกล่าว หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดงานหรือสถานที่จัดงาน หรือมีเหตุการณ์อื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทางลบต่อการจัดงาน บริษัทก็อาจได้รับผลกระทบทำให้รายได้ของบริษัทลดลง และส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทได้

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทประสบความสำเร็จในการจัดงาน Thailand Mobile EXPO เป็นอย่างดี สำหรับการจัดงานในปี 2561 บริษัทได้จัดงาน Thailand Mobile EXPO 2018 ครั้งที่ 29 เมื่อวันที่ 15 – 18 กุมภาพันธ์ 2561 และ ครั้งที่ 30 เมื่อวันที่ 24 – 27 พฤษภาคม 2561 โดยเข้าพื้นที่ในศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์พื้นที่ประมาณ 20,000 ตารางเมตร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เพิ่มจากปี 2560 ที่ประมาณ 15,000 ตารางเมตร รวมถึงมีการเพิ่มพื้นที่เกี่ยวกับการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ (Mobile Related) เช่น Camera Zone ในการจำหน่ายกล้อง DSLR หรือกล้อง Mirrorless



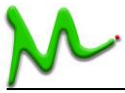
และ EV Zone ที่มี การแสดงเทคโนโลยีรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (Electronic Vehicle : EV) ส่งผลให้ปี 2561 บริษัทจะมีรายได้จากการจัดงาน Thailand Mobile EXPO เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2560

อย่างไรก็ดี บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงในการพึ่งพิงรายได้จากการจัดงาน Thailand Mobile EXPO และเพื่อหาแนวทางในการกระจายและลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น บริษัทพยายามรักษารูปแบบการจัดงานให้เป็นที่นิยมและเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง ทำให้งาน Thailand Mobile EXPO ที่บริษัทจัดขึ้นในแต่ละครั้งมีความน่าสนใจ มีความแตกต่างและมีความหลากหลายอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทและผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า เพื่อให้สามารถตอบโต้ความต้องการของผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าและผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคต บริษัทได้จัดงาน Thailand Mobile EXPO มาต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 11 ปีต่อเนื่อง รวมการจัดงานทั้งสิ้น 30 ครั้ง ประกอบกับผู้เช่าพื้นที่ในงาน Thailand Mobile EXPO เป็นเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือชั้นนำในประเทศ และผู้จัดจำหน่าย รวมถึงผู้ประกอบการสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ไอทีได้เข้าร่วมงานกับบริษัทมาอย่างต่อเนื่องในระยะยาว อีกทั้งในปัจจุบัน บริษัทยังมีนโยบายการเพิ่มรายได้จากการให้บริการงานประเภทอื่นๆ โดยเน้นการจัดงาน Event ด้านอื่น ๆ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น อาทิ การจัดงานด้านกีฬาประเภทงานวิ่งมาราธอน และการจัดให้บริการรถคาราวานเพื่อสนับสนุนการให้บริการงาน Event ของบริษัทอีกทางหนึ่ง รวมถึงมีการเพิ่มรายได้จากกลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาตั้งแต่ปี 2558 ทำให้ลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากงาน Thailand Mobile EXPO ลดน้อยลง

3.1.2. ความเสี่ยงจากการต่อสัญญาเช่าพื้นที่ และการย้ายสถานที่จัดงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO

เนื่องจากบริษัทเป็นผู้จัดงานแสดงสินค้า "Thailand Mobile EXPO" การจัดงานดังกล่าวบริษัทจึงต้องให้ความสำคัญกับสถานที่จัดงาน โดยสถานที่จัดงานที่เหมาะสมถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการช่วยให้งานแสดงสินค้าประสบความสำเร็จ โดยงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO จัดขึ้นที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพมหานคร มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปัจจุบัน นับเป็นเวลากว่า 11 ปี เนื่องจากเป็นทำเลที่เหมาะสม ตั้งอยู่กลางใจเมือง เดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) มีพื้นที่ในการจัดงานกว้างขวาง ซึ่งบริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถเช่าพื้นที่ดังกล่าวได้ในอนาคต หรือมีความเสี่ยงจากการเช่าพื้นที่ได้น้อยลง ไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยบริษัททำการตกลงเกี่ยวกับแผนการจัดงาน Thailand Mobile EXPO ตลอดทั้งปี และมีการกำหนดตารางวันจัดงานล่วงหน้าอย่างชัดเจน แต่มีการจัดทำสัญญาเช่าพื้นที่กับศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เป็นรายครั้งตามงานที่จัด โดยมีการจัดทำสัญญาล่วงหน้าก่อนการจัดงานแต่ละครั้งประมาณ 2 - 6 เดือน ทั้งนี้ จากประสบการณ์การจัดงานที่ผ่านมา ทำให้บริษัทมีความเชี่ยวชาญและชำนาญ อีกทั้งยังมีประวัติการจัดงาน (Track record) แบบมืออาชีพมายาวนาน และไม่เคยประสบปัญหาการเช่าพื้นที่ในศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ บริษัทจึงมั่นใจว่าบริษัทจะสามารถเช่าพื้นที่กับศูนย์ประชุมแห่งนี้ในการจัดงานแสดงสินค้าได้ต่อไปในอนาคต

อย่างไรก็ดี บริษัทได้รับแจ้งจากศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เกี่ยวกับการปิดปรับปรุงพื้นที่ในช่วงปลายปี 2561 ทำให้บริษัทไม่สามารถจัดงานแสดงสินค้า Thailand Mobile Expo ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ได้เป็นระยะเวลาประมาณ 4 ปี บริษัทจึงมีความจำเป็นต้องย้ายสถานที่จัดงานแสดงสินค้าดังกล่าวตั้งแต่ปี 2562 เป็นต้นไป ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงที่ต้องจัดหาสถานที่เช่าพื้นที่แห่งใหม่สำหรับการจัดงานแสดงสินค้า Thailand Mobile Expo ในปี 2562 เป็นต้นไป หรือ หากย้ายไปสถานที่แห่งใหม่ก็อาจจัดงานได้ไม่ประสบความสำเร็จหรือได้รับการตอบรับที่ดีเช่นเดิมซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ดี ปัจจุบันบริษัทได้ติดต่อกับผู้ให้เช่าพื้นที่รายใหม่ คือ ไบเทค บางนา เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางของผู้เช่าพื้นที่และผู้เข้าชมงาน มีรถไฟฟ้าบีทีเอสใกล้เคียงกับสถานที่จัดงานทำให้ผู้บริโภคเดินทางได้โดยสะดวก มีพื้นที่กว้างขวาง และตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งบริษัทอยู่ระหว่างการพิจารณาพื้นที่ที่จะจัดงาน (Hall) และช่วงเวลาในการจัดงาน Thailand Mobile Expo ให้มีความเหมาะสม เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท



ทั้งนี้ บริษัทได้แจ้งเรื่องการย้ายสถานที่จัดงานกับลูกค้ารายสำคัญๆ โดยส่วนใหญ่แล้ว และคาดว่าจะได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าเช่นเดิม และหากได้ข้อสรุปเรื่องกำหนดการจัดงานที่แน่นอน บริษัทก็จะจัดทำสัญญาเช่าพื้นที่กับผู้ให้เช่าต่อไป

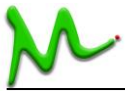
บริษัทมีความมั่นใจว่าการพิจารณาการจัดหาสถานที่จัดงานใหม่ครั้งนี้ จะไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้าที่เช่ารายใหม่อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ จะไม่สามารถจัดงานได้ตามที่กำหนดไว้ เนื่องจากบริษัทมีการหารือกับผู้ให้เช่ารายใหม่อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

3.1.3. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดหารถคาราวาน

จากข้อมูลการสั่งซื้อรถคาราวาน (Caravan) ในปี 2560 จนถึงงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีการสั่งซื้อรถคาราวานเพื่อใช้สนับสนุนการจัดแสดงงานต่างๆ ของบริษัทจำนวน 39 คัน ซึ่งบริษัทสั่งซื้อจากบริษัทภายนอก 2 ราย โดยบริษัทมีการจัดซื้อรถคาราวานจากนิติบุคคลรายหนึ่งในสัดส่วนร้อยละ 90.01 ของมูลค่าการสั่งซื้อรถคาราวานทั้งหมด ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดหารถคาราวานรายดังกล่าว อย่างไรก็ตาม หากบริษัทไม่สามารถสั่งซื้อรถคาราวานจากบริษัทดังกล่าวได้ บริษัทก็สามารถสั่งซื้อจากบริษัทอื่น ๆ ได้ โดยบริษัทจะดำเนินการตามนโยบายและขั้นตอนการจัดซื้อตามคู่มือการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ ซึ่งจะมีการเปรียบเทียบราคาที่มีการเสนอขายจากผู้ขายหลายราย เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่มีการสั่งซื้อมีคุณภาพและมีความเหมาะสมด้านราคา เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท รวมถึงมีการประเมินผู้จำหน่ายรายปัจจุบัน เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายการสั่งซื้อรถคาราวานจากผู้ประกอบการที่มีความน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญ ทำให้บริษัทนำเข้าจากผู้ประกอบการดังกล่าวเป็นหลัก

3.1.4. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้และการจัดหาสินค้าจากบริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด (Samsung)

บริษัทมีการประกอบธุรกิจ 3 ส่วนงานหลัก ได้แก่ กลุ่มธุรกิจการจัดแสดงงาน (Event Organizer) กลุ่มธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี (Media and Agency) และกลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจเป็นงานที่เกี่ยวข้องอยู่ในอุตสาหกรรมโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการพึ่งพิงรายได้จากลูกค้ารายใหญ่รายหนึ่ง ซึ่งเป็นเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือรายใหญ่ของประเทศ คือ บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด (Samsung) เนื่องจากในงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ Thailand Mobile EXPO ของบริษัท มี Samsung เป็นลูกค้าที่เช่าพื้นที่การจัดแสดงงานมากที่สุด นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับการสนับสนุนจาก Samsung ในการจัดงานแข่งขันวิ่งบางรายการ ได้แก่ งาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship รวมถึงมีการพึ่งพิงการซื้อสินค้าในกลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ซึ่งบริษัทจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ Samsung เพียงแบรนด์เดียว ผ่านช่องทางออนไลน์ บนเว็บไซต์ www.s-estore.com ทำให้บริษัทต้องสั่งซื้อสินค้าจาก Samsung แต่เพียงผู้เดียวในการดำเนินงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้และการจัดหาสินค้าเพื่อจำหน่ายในส่วนงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จาก Samsung จะเห็นได้ว่าระหว่างปี 2558 – ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีรายได้จากลูกค้ารายดังกล่าว เท่ากับ 20.10 ล้านบาท 34.12 ล้านบาท 43.47 ล้านบาท และ 8.13 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.42 ร้อยละ 17.83 ร้อยละ 15.26 และร้อยละ 12.35 ของรายได้รวม ในขณะที่บริษัทมีการซื้อสินค้า e-Commerce จาก Samsung โดยมียอดซื้อสินค้าในส่วนงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด เท่ากับ 6.09 ล้านบาท 33.21 ล้านบาท 80.84 ล้านบาท และ 13.00 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.32 ร้อยละ 27.85 ร้อยละ 46.00 และร้อยละ 31.44 ของต้นทุนขายและบริการรวมตามลำดับ ทั้งนี้ บริษัทดังกล่าวมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง น่าเชื่อถือ มีส่วนแบ่งการตลาดด้านโทรศัพท์มือถืออยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของตลาดโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย อีกทั้งบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีในการดำเนินธุรกิจร่วมกับลูกค้ารายดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่องนานกว่า 10 ปี ทำให้บริษัทมีความมั่นใจว่าจะดำเนินธุรกิจกับลูกค้ารายดังกล่าวได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต



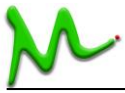
3.1.5. ความเสี่ยงจากการแข่งขันและคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น

ธุรกิจของบริษัทประกอบธุรกิจหลากหลายประเภท แต่ส่วนใหญ่จะอ้างอิงกับกลุ่มอุตสาหกรรมโทรศัพท์มือถือและเทคโนโลยีเป็นหลัก ซึ่งอุตสาหกรรมดังกล่าวยังมีแนวโน้มการเติบโต เนื่องจากเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นดิจิทัลมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้สินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้รับความนิยมและให้ความสำคัญมากขึ้น จึงมีผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีและไอทีที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันของผู้ประกอบการเริ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งปัจจุบันมีผู้ให้บริการจำนวนมากเนื่องจากไม่มีข้อจำกัดในการเข้ามาในอุตสาหกรรม ทำให้ตลาด E-Commerce มีการแข่งขันในระดับสูงมาก

อย่างไรก็ดี การที่บริษัทอยู่ในธุรกิจเกี่ยวกับสื่อและไอทีมากกว่า 16 ปี ทำให้มีความเข้าใจภาวะอุตสาหกรรมและแนวโน้มตลาดโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีเป็นอย่างดี บริษัทจึงมีความสามารถในการติดตามภาวะการแข่งขันได้ทันต่อเหตุการณ์ โดยการเจาะจงสินค้าไอทีประเภทสมาร์ตโฟนโดยเฉพาะ และสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าวภายใต้แบรนด์ Samsung ผ่านช่องทางออนไลน์อย่างเป็นทางการจาก Samsung ในประเทศไทย ทำให้บริษัทสามารถทำการส่งเสริมทางการตลาด เช่น การจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับกับเจ้าของแบรนด์ได้โดยตรง

ในส่วนธุรกิจสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ปัจจุบันมีการเปิดเว็บไซต์เป็นจำนวนมาก เนื่องจากสามารถทำได้ง่ายและมีการแข่งขันสูงมาก อย่างไรก็ตาม เว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวสารด้านโทรศัพท์มือถือที่เปิดบริการอยู่และอยู่ได้นานอย่างต่อเนื่องมีจำนวนไม่มาก เนื่องจากผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมในการสร้างฐานข้อมูล การให้ข่าวสารที่รวดเร็วตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การมีเนื้อหาที่ทันสมัย น่าติดตามและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง จากประสบการณ์ในการสร้างสรรค์สื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อด้านโทรศัพท์มือถือที่ยาวนานกว่า 16 ปี บริษัทจึงมีความพร้อมในด้านเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ โดยบริษัทสามารถนำเนื้อหาและฐานข้อมูลที่มีมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการผ่านสื่อดิจิทัล ถึงแม้รายได้จากธุรกิจสื่อดิจิทัลในปัจจุบันยังมีสัดส่วนไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มการเติบโตสูงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

สำหรับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า ซึ่งเป็นประเภทการให้บริการหลักของบริษัท อาจมีผู้ให้บริการบางรายที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันจัดงานแสดงโทรศัพท์มือถือได้ เนื่องจากทำได้ไม่ยากนัก แต่บริษัทเป็นผู้นำการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือขนาดใหญ่ระดับประเทศที่ผู้บริโภคให้การตอบรับจากการจัดงานเป็นอย่างดีเรื่อยมา บริษัทจัดงานระดับประเทศดังกล่าวติดต่อกันมา 11 ปี อย่างต่อเนื่องแล้วรวมการจัดงานทั้งสิ้น 30 ครั้ง ทำให้บริษัทมีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญชำนาญในการจัดงาน และเป็นศูนย์กลางให้เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือมาพบกับผู้บริโภคโดยตรง การใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่เน้นความหลากหลายของสินค้าภายในงาน การเลือกสถานที่จัดงานที่อยู่กลางใจเมือง ที่มีพื้นที่กว้างขวาง เดินทางสะดวก มีการจัดกิจกรรมและการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด ให้ของแถม จักรรางวัลชิงโชค ประมูลสินค้าราคาถูก มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำการเลือกซื้อสินค้าไอที มีการนำเสนอนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ของสินค้าต่างๆ ในงาน รวมทั้ง มีการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างที่ครอบคลุมทุกสื่อ ได้แก่ Website Facebook และ Twitter ของบริษัท ประกอบกับความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ และผู้จัดจำหน่ายสินค้าต่างๆ ทำให้งานแสดงสินค้าของบริษัทยังสามารถรักษาความนิยมทั้งจากผู้เข้าชมงานและผู้เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าและบริการในงานได้เป็นอย่างดี



3.1.6. ความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัยและความเสี่ยงจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคและเทคโนโลยี

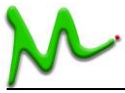
ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าโทรศัพท์มือถือถือเป็นสินค้าอันดับหนึ่งที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีในการใช้ชีวิตประจำวัน เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลและข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทำให้เกิดการแข่งขันของโทรศัพท์มือถือโดยเฉพาะสมาร์ตโฟนมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น จะเห็นได้จากการเปิดตัวสินค้าใหม่ ๆ ตลอดเวลาเพียงในระยะเวลาห่างกันไม่นานของสมาร์ตโฟนแต่ละรุ่น ซึ่งทำให้สมาร์ตโฟนรุ่นเก่า ๆ มีแนวโน้มความต้องการลดน้อยลง จากการมีนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่อย่างรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทได้ เนื่องจากบริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ตโฟนและสินค้าด้านเทคโนโลยีผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้บริษัทต้องสต็อกสินค้าในส่วนโทรศัพท์มือถือ Tablet อุปกรณ์สวมใส่ และอุปกรณ์เสริมไว้เพื่อจำหน่าย บริษัทจึงมีความเสี่ยงเรื่องสินค้าที่จัดเก็บไว้ในสต็อกสินค้าอาจล้าสมัยได้หรือไม่สามารถจำหน่ายได้ในเวลาอันสั้น เมื่อมีสินค้ารุ่นใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายการสต็อกสินค้าให้มีความเหมาะสมต่อการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์โดยคำนึงถึงสถิติการจำหน่ายที่ผ่านมา ทำให้ลดความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัยได้ อันเนื่องจากสินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสารและไอทีมีกระแสนิยมเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว จะเห็นได้ว่าระหว่างปี 2558 – ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีมูลค่าของสินค้าคงคลังในส่วน e-Commerce เท่ากับ 2.90 ล้านบาท 4.98 ล้านบาท 2.88 ล้านบาท และ 1.96 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 36.86 ร้อยละ 13.59 ร้อยละ 3.58 และร้อยละ 15.60 เมื่อเทียบกับต้นทุนขายสินค้า e-Commerce ตามลำดับ

สำหรับนโยบายการขายสินค้าคงคลังล้าสมัย บริษัทจะจัดรายการส่งเสริมการขายในสินค้าที่มีอายุมากกว่า 1 ปี ในการกำหนดส่วนลดก็จะแตกต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับราคาตลาดของสินค้าในขณะนั้น อย่างไรก็ตาม บริษัทมีค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยค่อนข้างน้อย เท่ากับ 0.08 ล้านบาท และ 0.29 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 0.90 และร้อยละ 2.27 เมื่อเทียบกับต้นทุนขายสินค้า e-Commerce ในปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 ตามลำดับ สำหรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านและสินค้าไอที บริษัทไม่มีการจัดเก็บสินค้าดังกล่าว จึงทำให้บริษัทลดความเสี่ยงจากการสินค้าล้าสมัยได้

อนึ่ง จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าโดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในการจำหน่ายสินค้า e-Commerce อย่างไรก็ตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเป็นผลดีต่อบริษัทในเรื่องการจัดงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO ที่จัดขึ้นทุกปี ปีละ 3 ครั้ง ทำให้เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้จำหน่ายสินค้าโทรศัพท์มือถือ และสินค้าด้านเทคโนโลยีได้นำเสนอสินค้าที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้องได้อย่างสม่ำเสมอ และยังสามารถนำเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงมาลงนิตยสารสมาร์ตโฟนของบริษัทได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งจะทำให้บริษัทมีสินค้า หรือเนื้อหาด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ตลอดเวลา ดังจะเห็นได้จากรูปแบบการจัดงาน Thailand Mobile EXPO ที่มีการปรับเปลี่ยนไปตามเทรนด์ของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้บริษัทมั่นใจได้ว่าแม้จะมีนวัตกรรมใหม่ ๆ ออกมา บริษัทยังคงสามารถพัฒนาและสร้างรูปแบบงานต่าง ๆ ให้เข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้นได้เป็นอย่างดี

3.1.7. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จำหน่ายนิตยสารเพียงรายเดียว

นับแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทในปี 2545 จนถึงปัจจุบัน บริษัทจำหน่ายนิตยสารเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีภายใต้ชื่อ “WHATPHONE” สำหรับรายได้จากนิตยสาร WHATPHONE ระหว่างปี 2558 – ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 มีมูลค่าเท่ากับ 0.85 ล้านบาท 0.56 ล้านบาท 0.42 ล้านบาท และ 0.13 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.65 ร้อยละ 0.29 ร้อยละ 0.15 และร้อยละ 0.19 ของรายได้รวม ตามลำดับ ที่ผ่านมามีบริษัทจำหน่ายหนังสือดังกล่าวผ่านผู้จำหน่ายภายนอกเพียงรายเดียว คือ บริษัท เพ็ญบุญ จำกัด เพื่อส่งให้กับร้านหนังสือทั่วไป เช่น ร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ ร้านนายอินทร์ ศูนย์หนังสือจุฬา ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น และเซเว่นทูเดย์ เป็นต้น ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จำหน่ายนิตยสารเพียงรายเดียว อย่างไรก็ตาม ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2561 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2561 ได้มีมติอนุมัติการ



ยกเลิกการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารรายเดือน “WHATPHONE” ส่งผลให้บริษัทจะยุติธุรกิจการจำหน่ายนิตยสารภายในปี 2561

3.1.8. ความเสี่ยงจากการหดตัวของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่มีแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคลดลง เนื่องจากเอกสารประเภทหนังสือ นิตยสาร หรือสื่อโฆษณาในรูปแบบกระดาษกำลังถูกแทนที่ด้วยระบบดิจิทัล ส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อยู่ในช่วงชะลอตัว ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์หลายรายต้องหยุดการดำเนินกิจการจากภาวะขาดทุน รวมถึงนิตยสาร WHATPHONE ของบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายอยู่มีสัดส่วนรายได้ที่น้อยมาก จะเห็นได้จากในช่วงปี 2558 – ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีรายได้จากการผลิตและจำหน่ายนิตยสารดังกล่าว เท่ากับ 0.85 ล้านบาท 0.56 ล้านบาท 0.42 ล้านบาท และ 0.13 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.65 ร้อยละ 0.29 ร้อยละ 0.15 และร้อยละ 0.19 ของรายได้รวม ตามลำดับ ซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีสาระสำคัญ

อย่างไรก็ดี ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2561 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2561 ได้มีมติอนุมัติการยกเลิกการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารรายเดือน “WHATPHONE” ส่งผลให้บริษัทจะยุติธุรกิจการจำหน่ายนิตยสารภายในปี 2561 และจะคงเหลือเฉพาะสื่อประเภทออนไลน์เพียงอย่างเดียว

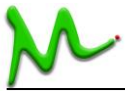
3.1.9. ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโฆษณา

ในภาวะที่เศรษฐกิจชะลอตัวจะส่งผลกระทบต่อการเติบโตอุตสาหกรรมโฆษณาค่อนข้างมาก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะพิจารณาลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาลง ในปัจจุบันภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณามีแนวโน้มลดลงจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังไม่ฟื้นตัวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ส่งผลให้ยอดจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ อยู่ในภาวะที่จำหน่ายได้ยากขึ้น รวมถึงภาคธุรกิจและภาครัฐบาลที่ยังชะลอการใช้งบประมาณ เนื่องจากยอดขายสินค้าที่คาดการณ์ไว้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย โดยสื่อที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดได้แก่ สื่อนิตยสาร สื่อทีวี วิจัย และสื่อหนังสือพิมพ์ อย่างไรก็ตาม สื่อที่มีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องยังเป็นสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อในอาคาร ที่คาดว่าจะยังสามารถเติบโตได้ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโฆษณาก็ตาม บริษัทก็เห็นว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท เนื่องจากบริษัทมีการให้บริการที่หลากหลาย โดยบริษัทเน้นการเป็นผู้ให้บริการสื่อผ่านสื่อออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตซึ่งบริษัทมีทักษะและความชำนาญเป็นอย่างดี อีกทั้งการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือและไอทีระดับประเทศของบริษัทนับเป็นสื่อโฆษณาที่ดีให้กับผู้ประกอบการโทรศัพท์มือถือที่เข้าร่วมงาน จากการดำเนินธุรกิจที่มีการกระจายความเสี่ยงโดยการให้บริการหลากหลายประเภทตามที่กล่าวข้างต้น ทำให้บริษัทสามารถรับมือหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามภาวะเศรษฐกิจได้อย่างดี

3.1.10. ความเสี่ยงจากการละเมิดลิขสิทธิ์ และพรบ.คอมพิวเตอร์

เนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งสื่อออฟไลน์ และสื่อออนไลน์ รวมทั้งเทคโนโลยี และมีการจัดทำบทความการใช้รูปภาพประกอบที่อาจมีลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่หรือมีความเสี่ยงจากการติดต่อ หรือการประกอบธุรกิจที่ต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่อาจถูกฟ้องร้องซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินกิจการของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้คำนึงถึงความเสี่ยงดังกล่าว โดยบริษัทมีข้อกำหนดให้บุคคลที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินงานด้วยความระมัดระวังเกี่ยวกับเรื่องลิขสิทธิ์และการเผยแพร่ข้อมูลและมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งกำหนดให้ทีมงานที่บริษัท หรือนักเขียนอิสระที่บริษัทจัดจ้าง ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ตลอดจน



การใช้ภาพสาธารณะหรือใช้รูปภาพประกอบจากการถ่ายภาพจากสินค้าทดลองจริงของบริษัทก็ต้องตรวจสอบลิขสิทธิ์อย่างรัดกุมก่อนใช้งาน เพื่อเป็นการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์เป็นระยะๆ ที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยถูกดำเนินคดีฟ้องร้องในความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์แต่อย่างใด

3.1.11. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

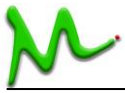
บริษัทดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยเป็นผู้จำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท คือ www.s-estore.com ดังนั้น บริษัทต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการประกอบธุรกิจของบริษัทนั้นต้องดำเนินงานตามกฎหมายการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ 44 พ.ศ.2560 เรื่องการแสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ ซึ่งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ได้กำหนดหลักการสำคัญเรื่องคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค 5 ประการ ได้แก่ (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ถูกต้อง (2) สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการ (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ (4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา (5) สิทธิที่จะได้รับการชดเชยความเสียหาย รวมทั้งการจำหน่ายสินค้าจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในการโฆษณาซึ่งจะต้องไม่ใช่ข้อความ (รวมถึงภาพของสินค้า) ที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ซึ่งเป็นกฎหมายที่สำคัญที่บริษัทจะต้องปฏิบัติตามเพื่อให้เป็นไปตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่อาจถูกฟ้องร้องจากผู้บริโภคหากบริษัทไม่ดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องในการจำหน่ายสินค้าออนไลน์สำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ บริษัทยังต้องติดตามการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ในอนาคต เช่น การแก้ไขประมวลรัษฎากร ที่อาจจะเรียกเก็บภาษีจากธุรกิจออนไลน์หรือจากผู้ประกอบการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business) ในอนาคต เป็นต้น

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว บริษัทจึงได้กำหนดให้พนักงานที่เกี่ยวข้องศึกษาข้อกำหนด และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่างๆ รวมถึงติดตามกฎระเบียบต่างๆ ที่อาจบังคับใช้ในอนาคต เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง โดยที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยถูกฟ้องร้องเรื่องดังกล่าวแต่อย่างใด

3.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.2.1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยจากเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน

เนื่องจากในปัจจุบัน บริษัทมีการใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงิน จำนวน 2 แห่ง เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน และเป็นแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งบริษัทมีการใช้วงเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้นจากการขยายธุรกิจ เช่น การจัดหาสินทรัพย์เพื่อใช้ในการจัดซื้ออัตรการวาน เป็นต้น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีภาระหนี้เงินกู้ยืมระยะสั้น เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน และหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงิน คิดเป็นจำนวนเงิน 33.31 ล้านบาท โดยมีภาระหนี้แบ่งเป็นเงินกู้ยืมระยะสั้นจำนวน 7.70 ล้านบาท และหนี้เงินกู้ยืมระยะยาวจำนวน 25.61 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยแตกต่างกันไปแต่ละประเภทของวงเงินสินเชื่อที่ได้รับทั้งอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่และอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ หากพิจารณาต้นทุนทางการเงินสำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 มีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับรายได้รวม กล่าวคือ ต้นทุนทางการเงินมีมูลค่า 0.40 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.60 ของรายได้รวม สำหรับ



สัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 เท่ากับ 1.00 เท่า ซึ่งอยู่ในระดับใกล้เคียงในอุตสาหกรรมเดียวกัน ทั้งนี้ หากบริษัทสามารถเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ จะทำให้สัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ในระดับที่ดีขึ้น

3.3 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

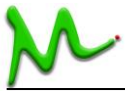
3.3.1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรหลักในการบริหารงาน

ปัจจุบัน บริษัทบริหารงานหลักโดยกลุ่มผู้บริหารหลัก ได้แก่ นายโอบาส เฉิดพันธุ์ นายธีรวัฒน์ สุวรรณพินิจ นายธรรยวง บัณชิต และนางสาวประพิมพรรณ เลิศศิริสิน ซึ่งเป็นกรรมการ กรรมการบริหาร ผู้บริหารหลักของบริษัท และผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท โดยทั้ง 4 ท่าน เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทสัดส่วนรวมกันร้อยละ 79 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัท ก่อน IPO หรือเท่ากับร้อยละ 51.35 ของทุนชำระแล้วของบริษัทหลัง IPO โดยผู้บริหารหลักทั้ง 4 ท่าน เป็นผู้มีความรู้ มีประสบการณ์ในธุรกิจเป็นเวลานาน เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์และมีหน้าที่โดยตรงในการกำหนดนโยบาย ทิศทางและการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท และมีความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้ารายใหญ่ บริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารหลัก ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหลักของบริษัทอาจจะส่งผลกระทบต่อสายงานการบริหารได้ ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงกรรมการและ/หรือผู้บริหารกลุ่มดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้ในอนาคต

ที่ผ่านมา บริษัทเริ่มใช้แนวทางการบริหารงานอย่างมืออาชีพมากขึ้น มีการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงานให้แก่ผู้บริหารท่านอื่น ๆ และพนักงานแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน รวมทั้งมีการจัดโครงสร้างองค์กร และการจัดลำดับชั้นอำนาจอนุมัติในการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้มีการกระจายอำนาจการบริหาร การมีการถ่วงดุลอำนาจ การจัดให้มีโครงสร้างการบริหารที่แบ่งตามความรู้ความสามารถของบุคลากรแต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจนและเหมาะสม อย่างไรก็ตาม บริษัทมีแนวทางการบริหารงานอย่างมืออาชีพมากขึ้นเพื่อการดำเนินงานทั้งในปัจจุบันและในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทได้มีการกำหนดแผนการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) ซึ่งอนุมัติในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2561 เพื่อให้การสืบทอดตำแหน่งสำคัญๆ ของฝ่ายบริหารสอดคล้องกับพันธกิจ วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจขององค์กร และเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ทำให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรมีผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ได้ โดยมีการกำหนดการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่ง การกำหนดคุณสมบัติผู้สืบทอดที่ชัดเจน สำหรับตำแหน่งงานที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (Key position) โดยต้องมีมุมมองในการบริหารที่สอดคล้องกับการบริหารงานหลักขององค์กร เพื่อให้การสืบทอดตำแหน่งและการทดแทนบุคลากรเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานโดยรวม ตลอดจนรองรับการเติบโตในอนาคตของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้งบริษัทยังได้มีนโยบายด้านการสรรหา พัฒนา และรักษามูลค่าของบุคลากรของบริษัทเนื่องจากทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้องค์กรสามารถพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง มั่นคง และยั่งยืน รวมถึงทำให้บริษัทมีศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการสร้างและพัฒนาบุคลากรจากภายในด้วยการจัดฝึกอบรม การฝึกทักษะการปฏิบัติงานจริง การพัฒนาความรู้และพัฒนาบุคลากรให้แก่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาและใช้ศักยภาพของตนเองอย่างเต็มขีดความสามารถให้มีโอกาสเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพด้วย ตลอดจนการให้ค่าตอบแทนและสวัสดิการแก่พนักงาน เพื่อดึงดูดและรักษานักงานที่มีคุณภาพให้ทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ซึ่งจะลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้บริหารหลักในการบริหารงานได้

3.3.2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)

เนื่องจากธุรกิจหลักของบริษัทเป็นธุรกิจที่เน้นงานที่ใช้เทคโนโลยีต่างๆ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจ เช่น ธุรกิจงานโฆษณาออนไลน์ (Online) และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ซึ่งต้องพึ่งพิงบุคลากรที่มี



ความรู้ มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) รวมทั้งจะต้องมีความเข้าใจในภาวะตลาดและแนวโน้มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเป็นอย่างดี เพื่อจัดทำเนื้อหา ข่าวสาร ข้อมูลสำหรับสื่อต่างๆ ของบริษัทเช่น นิตยสาร สื่อดิจิทัลและสื่ออื่นๆ หรือดิจิทัลเอเจนซีของบริษัท รวมถึงการจัดแสดงสินค้า ซึ่งบุคคลเหล่านี้ ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งลักษณะงานของพนักงานในสายงานนี้เป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการขาดแคลนพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในด้านไอที หรือสายงานด้านดิจิทัลเอเจนซี (Digital Agency) ซึ่งการขาดแคลนบุคลากรอาจส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างดี จึงได้ดำเนินการพัฒนา อบรม ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม รวมถึงมีโครงสร้างค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ ให้เทียบเคียงกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกัน ตลอดจนการสรรหาพนักงานในตำแหน่งต่างๆ ให้เพียงพอ และไม่มีกรฟุ้งฟิงบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยเฉพาะ เพื่อสามารถทำงานทดแทนกันได้และลดความเสี่ยงจากการฟุ้งฟิงบุคลากรได้อีกทางหนึ่ง

3.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการเสนอขายหลักทรัพย์

3.4.1 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทอยู่ระหว่างการยื่นคำขออนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัทที่มีความประสงค์จะเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้นี้ก่อนที่จะได้รับทราบผลการพิจารณาของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในการรับหุ้นสามัญของบริษัท เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai) บริษัทได้ยื่นแบบคำขอให้รับหุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ แล้ว เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2561 โดย บริษัท แอสเซท โปร แมเนจเม้นท์ จำกัด (Asset Pro Management Co.,Ltd : APM) ในฐานะที่ปรึกษาทางการเงิน ได้พิจารณาคุณสมบัติของบริษัทแล้ว เห็นว่า หุ้นของบริษัทมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai) เรื่องการรับหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai) ยกเว้นคุณสมบัติเรื่องการกระจายการถือหุ้นรายย่อย ซึ่งบริษัทจะต้องมีผู้ถือหุ้นสามัญรายย่อยไม่น้อยกว่า 300 ราย และถือหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของทุนชำระแล้ว ดังนั้น บริษัทยังคงมีความไม่แน่นอนในการที่จะได้รับอนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์ฯ ให้หุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai) ผู้ลงทุนจึงยังคงมีความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องของหุ้นสามัญของบริษัทในตลาดรอง หากบริษัทไม่สามารถกระจายหุ้นได้ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ ซึ่งจะทำให้บริษัทมีคุณสมบัติไม่ครบถ้วนตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์ฯ อย่างไรก็ตาม ที่ปรึกษาทางการเงินมีความเชื่อมั่นว่า ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นครั้งนี้แล้วเสร็จ บริษัทจะมีคุณสมบัติเกี่ยวกับการกระจายการถือหุ้นรายย่อยครบถ้วนตามเกณฑ์ที่กำหนดดังกล่าวข้างต้นได้