

1. ปัจจัยความเสี่ยง

1.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงการซื้อรถยนต์จาก Supplier น้อยราย

การจัดการรถยนต์เพื่อจำหน่ายของบริษัทในปัจจุบันนั้นมีด้วยกัน 3 วิธี คือ การสั่งซื้อจาก Supplier ที่อยู่ในต่างประเทศ การสั่งซื้อจาก Supplier ต่างประเทศที่นำรถยนต์เข้ามาจำหน่ายในประเทศ และการสั่งซื้อรถยนต์จากผู้นำเข้าอิสระอื่นๆ ในประเทศ โดยบริษัทไม่ได้กำหนดเป็นการตายตัวว่าการจัดการรถยนต์มาจำหน่ายจะต้องเป็นวิธีการใดหรือในสัดส่วนเท่าใด หากแต่จะมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลาตามความเหมาะสมของสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป

ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา การแข่งขันระหว่าง Supplier ในต่างประเทศได้ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ทำให้ Supplier ในต่างประเทศแต่ละแห่งต่างปรับกลยุทธ์ในการขายเพื่อรักษาสัดส่วนทางการตลาด ดังนั้นจึงมี Supplier รายใหญ่จากต่างประเทศบางรายเปลี่ยนแปลงวิธีการขายสินค้า จากเดิมที่จะรอการสั่งซื้อรถยนต์จากผู้นำเข้ารถยนต์ก่อนจึงจะทำการสั่งซื้อรถยนต์จากผู้ผลิตเปลี่ยนมาเป็นการเข้ามาจัดตั้งบริษัทในประเทศไทยเพื่อทำการนำเข้ารถยนต์ที่คาดว่าจะเป็นที่ต้องการของตลาดเข้ามาจำหน่ายให้กับผู้นำเข้ารถยนต์ในประเทศไทย

การจัดตั้งบริษัทในประเทศไทยของ Supplier ที่อยู่ในต่างประเทศดังกล่าว ทำให้บริษัทสามารถเลือกซื้อรถยนต์ได้โดยไม่ต้องรอการนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงเรื่องสินค้าคงคลังที่ไม่ได้รับความนิยมและความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศลงได้มาก อีกทั้งยังทำให้บริษัทมีรถยนต์เพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้าในระยะเวลาอันรวดเร็ว ดังนั้นตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา บริษัทจึงเริ่มมีการซื้อรถยนต์จาก Supplier ดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก Supplier จากต่างประเทศที่ดำเนินการในลักษณะดังกล่าวยังมีน้อยราย ดังนั้นการสั่งซื้อรถยนต์จาก Supplier ต่างประเทศที่นำรถยนต์เข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยของบริษัทในปี 2547 และปี 2548 จึงยังเป็นการสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายหลักเพียงรายเดียว โดยมีมูลค่าของการสั่งซื้อคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.41 และร้อยละ 60.29 ของมูลค่าการสั่งซื้อรถยนต์รวมในปี 2547 และปี 2548 ตามลำดับ

การสั่งซื้อรถยนต์จาก Supplier รายเดียวในสัดส่วนที่สูงมากดังกล่าว ทำให้บริษัทอาจมีความเสี่ยงในการพึ่งพิงการซื้อสินค้าจาก Supplier จำนวนน้อยราย ซึ่งอาจทำให้บริษัทอาจประสบปัญหาในการจัดการรถยนต์เพื่อนำมาจำหน่ายในกรณีที่ Supplier รายดังกล่าวไม่สามารถจัดหารถยนต์มาให้กับบริษัทได้

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมาก่อนหน้าที่บริษัทจะทำการซื้อรถยนต์จาก Supplier รายดังกล่าว บริษัทมีการสั่งซื้อรถยนต์จาก Supplier ที่อยู่ในต่างประเทศและจากผู้นำเข้ารถยนต์อิสระอื่นๆ ในประเทศจำนวนหลายรายอยู่แล้ว อีกทั้งยังคงมีความสัมพันธ์อันดีกับ Supplier และผู้นำเข้ารถยนต์อิสระเหล่านั้นตลอดมาเป็นระยะเวลากว่า 10 ปี หากแต่กรณีการสั่งซื้อรถยนต์จาก Supplier ต่างประเทศที่นำรถยนต์เข้ามาจำหน่ายในประเทศรายดังกล่าวก็เนื่องมาจากความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อรถยนต์ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นหาก Supplier ต่างประเทศที่นำรถยนต์เข้ามาจำหน่ายในประเทศรายดังกล่าวไม่สามารถจัดหารถยนต์มาจำหน่ายให้แก่บริษัทได้ บริษัทก็ยังสามารถสั่งซื้อรถยนต์จากแหล่งอื่นๆ ได้โดยไม่กระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทแต่อย่างใด ด้วยเหตุนี้จึงอาจกล่าวได้ว่าบริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงการซื้อรถยนต์จาก Supplier น้อยรายในระดับที่ค่อนข้างต่ำ

1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอัตราภาษีอากร

ในการประกอบธุรกิจของบริษัทนอกจากจะมีต้นทุนค่ารถยนต์ที่สั่งซื้อจากต่างประเทศเป็นต้นทุนหลักแล้ว ค่าภาษีอากรต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวกับพิธีการศุลกากรสำหรับการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศและที่เกี่ยวกับรถยนต์ซึ่งจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย อันได้แก่ ค่าอากรขาเข้า² ค่าภาษีสรรพสามิต³ และค่าภาษีเพื่อมหาดไทย⁴ ค่าภาษีอากรเหล่านี้นับเป็นต้นทุนทางตรงประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญมากในการประกอบธุรกิจของบริษัท เนื่องจากค่าภาษีอากรเหล่านี้จะถูกรวมเข้าไปเป็นต้นทุนสินค้าของบริษัทด้วย ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้ว

² อากรขาเข้า = ราคา CIF x อัตราอากรขาเข้า

³ ภาษีสรรพสามิต = (ราคา CIF + อากรขาเข้า) x อัตราภาษีสรรพสามิต / (1 - (1.1 x อัตราภาษีสรรพสามิต))

⁴ ภาษีเพื่อมหาดไทย = ภาษีสรรพสามิต x อัตราภาษีเพื่อมหาดไทย

ค่าภาษีอากรดังกล่าวรวมแล้วจะคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 50 - 75 ของต้นทุนสินค้ารวม ตามแต่ประเภทและขนาดของรถยนต์ และด้วยเหตุที่อัตราภาษีอากรมีความสำคัญอย่างมากกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงหากโครงสร้างอัตราภาษีอากรดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ทำให้ภาระค่าภาษีอากรที่บริษัทและลูกค้าของบริษัทจะต้องชำระนั้นสูงขึ้น นอกจากนี้ การปรับโครงสร้างอัตราภาษีอากรอาจส่งผลให้รถยนต์บางประเภทมีราคาเพิ่มขึ้นในขณะที่รถยนต์บางประเภทมีราคาลดลง ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทต้องปรับตัวในการเลือกประเภทรถยนต์มาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และสอดคล้องกับโครงสร้างอัตราภาษีอากรที่เปลี่ยนแปลงไปให้มากที่สุด

อย่างไรก็ดี การเรียกเก็บค่าอากรขาเข้าสำหรับสินค้าประเภทรถยนต์โดยกรมศุลกากรนั้น อัตราที่กรมศุลกากรสามารถเรียกเก็บได้จะต้องไม่สูงเกินกว่าอัตราที่กำหนดไว้ในพระราชกำหนดอัตราศุลกากร พ.ศ. 2530 ซึ่งเท่ากับร้อยละ 200 ของราคา CIF⁵ และจะต้องไม่สูงเกินกว่าอัตราตามที่กำหนดไว้ในข้อผูกพันตามความตกลงต่างๆ ที่ประเทศไทยได้ทำไว้ อันเป็นผลจากการเจรจาการค้าพหุภาคีรอบอุรุกวัยขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization) ("WTO") ซึ่งได้กำหนดไว้ว่าจะต้องไม่เกินร้อยละ 80 ของราคา CIF โดยอัตราค่าอากรขาเข้าสำหรับรถยนต์ที่ประเทศไทยใช้อยู่ในปัจจุบันนั้นคือร้อยละ 80 ซึ่งเท่ากับอัตราสูงสุดที่จะสามารถเรียกเก็บได้ตามข้อตกลง WTO แล้ว ดังนั้นความเสี่ยงที่อัตราค่าอากรขาเข้าจะเปลี่ยนแปลงจนสูงเกินกว่าร้อยละ 80 อันเป็นอัตราที่เรียกเก็บในปัจจุบันจึงมีโอกาสน้อยมาก เว้นเสียแต่ว่าจะได้มีการเปลี่ยนแปลงข้อตกลง WTO ให้สามารถเรียกเก็บอากรขาเข้าสำหรับสินค้าประเภทรถยนต์ที่สูงกว่าอัตราที่เรียกเก็บในปัจจุบันซึ่งก็มีความเป็นไปได้ค่อนข้างยากเช่นกัน

ส่วนความเสี่ยงที่อัตราภาษีสรรพสามิตจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่เพิ่มขึ้นและทำให้ต้นทุนค่ารถยนต์ของบริษัทต้องสูงขึ้นจนอาจกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทนั้นก็ไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากในอดีตที่ผ่านมานับตั้งแต่ที่ได้มีการเปิดเสรีการนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศในปี พ.ศ. 2534 อัตราภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์มีการเปลี่ยนแปลงไม่บ่อยครั้งเท่าใดนัก กอปรกับแนวนโยบายของรัฐบาลในเกือบทุกสมัยก็มุ่งที่จะสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศ โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ การผลักดันให้ไทยกลายเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ในภูมิภาคเอเชีย (Detroit of Asia) ดังนั้นโอกาสที่รัฐบาลจะมีการประกาศเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีสรรพสามิตที่เรียกเก็บจากสินค้าประเภทรถยนต์ให้สูงขึ้นกว่าในปัจจุบันจึงมีไม่มากนัก ในทางตรงกันข้ามกลับมีแนวโน้มที่จะเรียกเก็บในอัตราที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง ลดอัตราและยกเว้นภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 72) ประกาศเมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2547 ซึ่งได้มีการกำหนดโครงสร้างอัตราภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ขึ้นใหม่ โดยที่ส่วนใหญ่จะเป็นการปรับลดอัตราภาษีสรรพสามิตลงจากเดิมรวมทั้งยกเว้นภาษีสรรพสามิตในบางรายการด้วย (รายละเอียดปรากฏในส่วนที่ 2 ข้อ 3.3.2 (2) เรื่อง แนวโน้มอุตสาหกรรม) นอกจากนี้ เนื่องจากภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์นั้นอัตราที่เรียกเก็บจะพิจารณาจากประเภทของรถยนต์และขนาดเครื่องยนต์เป็นสำคัญ โดยมีได้คำนึงว่าเป็นรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศหรือเป็นรถยนต์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้นการประกาศเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีสรรพสามิตในแต่ละครั้ง จึงมิได้ก่อให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างรถยนต์ที่ผลิตในประเทศและรถยนต์ที่นำเข้าจากต่างประเทศแต่อย่างใด

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าโอกาสที่โครงสร้างอัตราภาษีอากรที่เกี่ยวกับพิธีการศุลกากรสำหรับการนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศจะมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่จะทำให้ต้นทุนสินค้าของบริษัทสูงขึ้นนั้นมีไม่มากเท่าใดนัก และในกรณีที่โครงสร้างอัตราภาษีอากรเปลี่ยนแปลงจนทำให้ต้นทุนค่ารถยนต์ที่สั่งซื้อจากต่างประเทศสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทก็ยังสามารถปรับราคาจำหน่ายรถยนต์ที่สั่งซื้อนั้นตามต้นทุนที่แท้จริงที่เปลี่ยนแปลงได้

นอกจากนี้ การที่บริษัทเป็นผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระ ทำให้บริษัทมีความเป็นอิสระและสามารถปรับตัวในการเลือกสินค้ามาจำหน่ายให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นในกรณีที่มีการปรับโครงสร้างภาษีอากร ซึ่งส่งผลให้ความต้องการใช้รถยนต์ของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป บริษัทก็สามารถปรับเปลี่ยนประเภทรถยนต์ที่จำหน่ายแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอัตราภาษีสรรพสามิตในช่วงปลายปี 2547 ซึ่งส่งผลให้รถยนต์ประเภทรถตรวจการณ์มีราคาสูงขึ้นกว่าเดิมมาก บริษัทก็สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว โดยหันมาเน้นการทำตลาดรถยนต์ประเภท Hybrid และ

⁵ ราคา CIF = ราคาสินค้า + ค่าประกันภัย + ค่าขนส่งถึงด้านศุลกากรในราชอาณาจักร

รถยนต์ที่มีความจุของกระบอกลูกสูบที่ค่อนข้างน้อยแทน เนื่องจากเป็นรถยนต์ที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากโครงสร้างอัตราภาษีสรรพสามิตใหม่ดังกล่าว จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงอาจกล่าวได้ว่าบริษัทมีความเสี่ยงอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษีอากรในระดับที่ไม่สูงเท่าใดนัก

1.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ธุรกิจหลักของบริษัท คือ การจำหน่ายรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศ โดยรถยนต์ที่นำมาจำหน่ายบริษัทจะมีวิธีการจัดหาด้วยกันหลายวิธี ได้แก่ การสั่งซื้อโดยตรงจาก Supplier ที่อยู่ในต่างประเทศ การสั่งซื้อจาก Supplier ต่างประเทศที่นำรถยนต์เข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย และการสั่งซื้อจากผู้นำเข้าอิสระรายอื่นๆ โดยบริษัทมิได้กำหนดเป็นการตายตัวว่าการจัดหารถยนต์มาจำหน่ายจะต้องเป็นวิธีการใดหรือในสัดส่วนเท่าใด หากแต่จะมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลาตามความเหมาะสมของสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป อาทิเช่น ความต้องการรถยนต์ของลูกค้า การแข่งขัน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น

การสั่งซื้อรถยนต์โดยตรงจาก Supplier ที่อยู่ในต่างประเทศ อาทิเช่น ญี่ปุ่น เยอรมัน และอังกฤษ ส่วนใหญ่จะเป็นการตกลงราคาและชำระราคารถยนต์เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ อันได้แก่ สกุลเงินเยน ยูโร และปอนด์สเตอร์ลิง เป็นต้น ส่วนกรณีการสั่งซื้อรถยนต์จาก Supplier ต่างประเทศที่นำรถยนต์เข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย หรือการสั่งซื้อรถยนต์จากผู้นำเข้าอิสระรายอื่นๆ นั้น การตกลงราคาและการชำระราคารถยนต์จะเป็นสกุลเงินบาท ดังนั้นในกรณีที่บริษัททำการสั่งซื้อรถยนต์โดยตรงจาก Supplier ที่อยู่ในต่างประเทศ บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินตราต่างประเทศดังกล่าว โดยหากอัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนในทิศทางที่ทำให้สกุลเงินตราต่างประเทศแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินบาท ก็จะทำให้รถยนต์ที่บริษัทนำเข้ามามีต้นทุนเมื่อคิดเป็นเงินบาทที่สูงขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

อย่างไรก็ดี การสั่งซื้อรถยนต์จาก Supplier ที่อยู่ในต่างประเทศ ในกรณีทั่วไปบริษัทจะสั่งซื้อโดยใช้เลตเตอร์ออฟเครดิต (Letter of Credit) ("L/C") เป็นเครื่องมือในการชำระเงิน โดยเมื่อบริษัทได้รับ Pro-forma Invoice (ใบแจ้งหนี้ที่ผู้จำหน่ายจะออกให้เมื่อรถยนต์ตามคำสั่งซื้อได้ผลิตแล้วเสร็จและพร้อมที่จะทำการส่งมอบ) จาก Supplier ที่อยู่ในต่างประเทศแล้ว บริษัทจึงจะนำ Pro-forma Invoice ดังกล่าวไปยื่นต่อธนาคารพาณิชย์ในประเทศเพื่อขอเปิด L/C โดยเป็น L/C แบบชนิดที่มีการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าทันที ณ วันที่ขอเปิด L/C ด้วยวิธีปฏิบัติดังกล่าวข้างต้นทำให้การสั่งซื้อรถยนต์จากต่างประเทศในแต่ละครั้ง ช่วงระยะเวลาที่บริษัทอาจจะได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจึงมีเฉพาะแต่ในช่วงระยะเวลานับแต่วันที่มีการสั่งซื้อรถยนต์ไปจนถึงวันที่ขอเปิด L/C อันเป็นวันที่มีการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนที่แน่นอนแล้วเท่านั้น ซึ่งช่วงระยะเวลาดังกล่าวจะมีระยะเวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 45 - 90 วัน ตามแต่รุ่นรถยนต์และประเทศที่บริษัททำการสั่งซื้อในครั้งนั้นๆ จากการดำเนินการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ขอเปิด L/C ทำให้บริษัทและบริษัทย่อยมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนอยู่ในระดับที่ไม่สูงนัก โดยจะเห็นได้จากที่ผ่านมาในปี 2547 และปี 2548 บริษัทและบริษัทในกลุ่มที่ทำหน้าที่จัดซื้อรถยนต์จากต่างประเทศมีผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเพียง 0.64 ล้านบาท และ 0.88 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.02 และร้อยละ 0.04 ของรายได้รวมของบริษัทและบริษัทย่อยเท่านั้น

และหากในช่วงระยะเวลาดังแต่ที่บริษัททำการสั่งซื้อรถยนต์จากต่างประเทศจนถึงวันที่ขอเปิด L/C อันเป็นวันที่มีการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนที่แน่นอนนั้น อัตราแลกเปลี่ยนเกิดความผันผวนในทิศทางที่ทำให้ต้นทุนค่ารถยนต์ที่บริษัทสั่งซื้อในครั้งนั้นสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทก็ยังสามารถปรับราคาจำหน่ายรถยนต์ที่สั่งซื้อในครั้งนั้นได้ตามต้นทุนจริงที่เปลี่ยนไป

นอกจากนี้ ในช่วงปี 2547 และปี 2548 บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการจัดหารถยนต์มาจำหน่าย โดยเปลี่ยนจากการสั่งซื้อจาก Supplier ในต่างประเทศมาเป็นการสั่งซื้อในประเทศมากขึ้น โดยมีการซื้อรถยนต์ในประเทศในช่วงดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 81.54 และร้อยละ 95.94 ของมูลค่าการซื้อรถยนต์รวมของบริษัท ตามลำดับ และด้วยการซื้อรถยนต์ในประเทศดังกล่าว ซึ่งมีการชำระค่ารถยนต์เป็นเงินบาท จึงทำให้ในปัจจุบันบริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนอยู่ในระดับที่ต่ำมาก

1.4 ความเสี่ยงจากการแข่งขัน

1.4.1 การแข่งขันจากผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระรายอื่นๆ ในประเทศ

ในปี 2534 ประเทศไทยมีการเปิดเสรีอุตสาหกรรมรถยนต์ ทำให้ผู้มีความสนใจดำเนินธุรกิจจำหน่ายรถยนต์สามารถนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศเพื่อมาจำหน่ายในประเทศไทยได้อย่างเสรี ทำให้ในปัจจุบันมีผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระนับสิบราย ผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระดังกล่าวจัดเป็นคู่แข่งโดยตรงของบริษัท นอกจากนี้ อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barrier to Entry) ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์นำเข้าจัดว่าอยู่ในระดับต่ำ หากผู้สนใจดำเนินธุรกิจมีเงินทุนในการดำเนินงานที่เพียงพอก็สามารถดำเนินธุรกิจจำหน่ายรถยนต์นำเข้าได้ ทำให้ในอนาคตอาจมีจำนวนผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระมากขึ้นได้ หากมีผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระจำนวนมาก ก็อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัท ได้

ถึงแม้ว่าการดำเนินธุรกิจจำหน่ายรถยนต์นำเข้าสามารถทำได้อย่างเสรี หากแต่รถยนต์นำเข้าเป็นสินค้าที่มีราคาสูงและผู้บริหารมักเป็นผู้ที่มีกำลังซื้อสูง ดังนั้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจึงขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในตัวสินค้า ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่าย และความเชื่อมั่นในบริการหลังการขายที่จะได้รับเป็นสำคัญ ดังนั้น บริษัทซึ่งมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจจำหน่ายรถยนต์นำเข้ามานานกว่า 14 ปี เป็นที่รู้จักและยอมรับในวงกว้าง ตลอดจนมีเครือข่ายของการให้บริการหลังการขายที่ครบวงจรและได้มาตรฐาน จึงทำให้บริษัทสามารถแข่งขันกับผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระรายอื่นๆ ได้

1.4.2 การแข่งขันจากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศ โดยรถยนต์ที่จำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลระดับหรูในตราผลิตภัณฑ์หรือรุ่นที่ไม่มีการผลิตและจำหน่ายในประเทศไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการรถยนต์ที่แตกต่างไปจากที่มีการผลิตและจำหน่ายอยู่แล้วในท้องตลาด ดังนั้น บริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงหากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์หันมาทำตลาดในรถยนต์รุ่นเดียวกันกับที่บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะโดยการผลิตรถยนต์รุ่นดังกล่าวขึ้นในประเทศหรือโดยการนำเข้ารถยนต์รุ่นดังกล่าวเข้ามาจำหน่ายเอง ซึ่งหากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เข้ามาทำตลาดในรถยนต์รุ่นเดียวกันกับที่บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศก็อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทได้ เนื่องจากการระดับของการแข่งขันที่จะมีมากขึ้น โดยเฉพาะจากคู่แข่งที่เป็นบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ซึ่งมีความได้เปรียบในเรื่องของเงินทุนค่อนข้างมาก

อย่างไรก็ดี โอกาสที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์จะหันมาทำตลาดในรถยนต์รุ่นเดียวกันกับที่บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศนั้นดูจะไม่มากนัก เนื่องจากที่ผ่านมาการนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศโดยบริษัทผู้ผลิตรถยนต์นั้นมีให้เห็นค่อนข้างน้อย และส่วนใหญ่ก็จะเจาะจงเฉพาะแต่เพียงรถยนต์รุ่นใดรุ่นหนึ่งเท่านั้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับรถยนต์รุ่นที่มีการผลิตและจำหน่ายอยู่แล้วในประเทศมากกว่าการที่จะมุ่งเน้นการทำตลาดอย่างจริงจังในรถยนต์รุ่นที่นำเข้ามาจำหน่าย นอกจากนี้ ยอดจำหน่ายรวมทั้งตลาดของรถยนต์แต่ละรุ่นที่บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับยอดจำหน่ายรถยนต์รุ่นที่มีการผลิตและจำหน่ายอยู่แล้วในประเทศก็ถือว่าเป็นจำนวนที่ค่อนข้างน้อย ดังนั้นการที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์จะหันมาลงทุนผลิตรถยนต์รุ่นดังกล่าวเองในประเทศจึงเป็นไปได้ค่อนข้างยากเนื่องจากอาจไม่คุ้มค่าการลงทุน หรือแม้แต่การที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์จะนำเข้ารถยนต์รุ่นดังกล่าวเข้ามาจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ก็มีโอกาสค่อนข้างน้อยด้วยเช่นกัน เนื่องจากตลาดรถยนต์นำเข้าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ซึ่งลูกค้าในกลุ่มนี้เป็นลูกค้าระดับบนที่ต้องการรถยนต์ที่แปลกใหม่ แตกต่างไปจากรถยนต์ที่มีจำหน่ายในท้องตลาด รวมทั้งยังต้องการความสะดวกและรวดเร็วของการให้บริการด้วย ดังนั้นการที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีขั้นตอนการดำเนินงานภายในที่ค่อนข้างมากและมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ค่อนข้างสูง จะเข้ามาแข่งขันในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์นำเข้าก็อาจสู้กับคู่แข่งที่เป็นผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระซึ่งทำตลาดอยู่แล้วไม่ได้ เนื่องจากไม่มีความคล่องตัวและความชำนาญเท่ากับผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระ รวมทั้งยังมีต้นทุนในการดำเนินงานที่สูงกว่าด้วย

นอกจากนี้ การที่บริษัทเป็นผู้นำอันดับหนึ่งในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศมาเป็นระยะเวลากว่า 14 ปี โดยบริษัทนับเป็นบริษัทแรกๆ ที่เป็นผู้บุกเบิกธุรกิจจำหน่ายรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศ มาตั้งแต่ที่ประเทศไทยเริ่มมีการเปิดเสรีให้นำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศได้ในปี พ.ศ. 2534 และเป็นหนึ่งในบริษัทเพียงไม่กี่แห่งที่สามารถดำเนินธุรกิจต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งยังมีการเจริญเติบโตและคงความเป็นผู้นำในธุรกิจมาโดยตลอด ทั้งนี้ สาเหตุสำคัญมาจากการที่บริษัทสามารถ

คัดเลือกรถยนต์มาจำหน่ายได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวดเร็วทันต่อสภาพตลาดและความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป การมีบริการหลังการขายที่ดี รวมทั้งการสร้างความเชื่อมั่นและความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีในเครื่องหมายการค้า “SEC” อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นแม้จะมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ รวมถึงบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ที่จะเข้ามาทำธุรกิจแข่งขันกับบริษัท บริษัทก็เชื่อมั่นว่าด้วยชื่อเสียง ประสิทธิภาพ บุคลากร และความพร้อมที่มี บริษัทจะยังสามารถแข่งขันในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศต่อไปได้

1.5 ความเสี่ยงจากการที่สินค้าคงคลังไม่ได้รับความนิยม

เนื่องจากสินค้าที่บริษัทจำหน่ายเป็นรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศซึ่งเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง ดังนั้นการบริหารสินค้าคงคลังจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่รถยนต์ที่จำหน่ายเป็นรถยนต์ที่บริษัทสั่งซื้อโดยตรงจากผู้จำหน่ายที่อยู่ในต่างประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากการสั่งซื้อรถยนต์โดยตรงจากต่างประเทศในแต่ละครั้งจะต้องใช้เวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 2 - 6 เดือน กว่ารถยนต์ที่สั่งซื้อจะทำการผลิตและถูกจัดส่งมาถึงท่าเรือในประเทศไทย และด้วยเหตุที่บริษัทยังมีความจำเป็นต้องสั่งซื้อรถยนต์จากต่างประเทศเป็นการล่วงหน้า เพื่อนำรถยนต์ดังกล่าวมาแสดงในโชว์รูมของแต่ละสาขาของบริษัทให้ลูกค้าได้เลือกชมและเลือกซื้อ รวมทั้งยังจำเป็นต้องมีรถยนต์อีกจำนวนหนึ่งเก็บรักษาไว้ในคลังสินค้า เพื่อพร้อมทำการส่งมอบให้กับลูกค้าได้ทันตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงหากรถยนต์ที่บริษัทสั่งซื้อมาจากต่างประเทศนั้นไม่ได้รับความนิยมจากลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรถยนต์รุ่นใหม่ ที่บริษัทยังไม่เคยนำเข้าจำหน่าย อันอาจทำให้บริษัทต้องจำหน่ายรถยนต์รุ่นดังกล่าวในราคาที่ถูกต่ำกว่าปกติ จนอาจกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

อย่างไรก็ดี โดยปกติแล้วในการสั่งซื้อรถยนต์จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่าย บริษัทจะมีทีมงานที่คอยติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดรถยนต์ทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างใกล้ชิด โดยมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ รวมทั้งมีการเดินทางไปดูงานแสดงรถยนต์และการพบปะกับผู้จำหน่ายและผู้ผลิตรถยนต์ในต่างประเทศเป็นประจำด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าเป็นประจำ กอปรกับประสบการณ์อันยาวนานในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศ บริษัทจึงมีความสามารถในการคัดเลือกรถยนต์เข้ามาจำหน่ายได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และในกรณีที่รถยนต์รุ่นใหม่ของบริษัทไม่เคยจำหน่ายมาก่อน ในการสั่งซื้อครั้งแรกบริษัทจะทำการสั่งซื้อในจำนวนจำกัดเพื่อเป็นการทดลองตลาดก่อน โดยหากรถยนต์รุ่นดังกล่าวเป็นที่นิยม บริษัทก็จะทำการสั่งซื้อสินค้าในงวดถัดไปในจำนวนที่เหมาะสมกับปริมาณความต้องการของลูกค้าต่อไป ซึ่งผู้บริหารและฝ่ายขายของบริษัทจะมีการประชุมร่วมกันเป็นประจำเพื่อทบทวนจำนวนการสั่งซื้อรถยนต์ในแต่ละรุ่นให้มีความเหมาะสมตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้หากเกิดกรณีที่รถยนต์ที่สั่งซื้อเข้ามาไม่เป็นที่นิยมในประเทศ บริษัทก็ยังสามารถจำหน่ายรถยนต์ดังกล่าวออกไปให้กับผู้จำหน่ายรถยนต์ที่อยู่ในประเทศอื่นที่ตลาดมีความต้องการรถยนต์รุ่นดังกล่าวได้ ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการที่สินค้าคงคลังไม่ได้รับความนิยมอยู่ในระดับต่ำ

ในการจำหน่ายรถยนต์ของบริษัทนั้น โดยปกติสำหรับรถยนต์รุ่นที่บริษัทมุ่งทำตลาดและมียอดจำหน่ายค่อนข้างสูง จะใช้เวลาในการขายประมาณ 3-6 เดือน ตามแต่ประเภทรถยนต์ รุ่น ราคา และความนิยมของลูกค้าในช่วงเวลานั้นๆ เป็นสำคัญ และในบางครั้งยังขึ้นอยู่กับ Supply ของรถยนต์รุ่นดังกล่าวทั้งในและต่างประเทศด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังมีการสั่งรถยนต์รุ่นที่มีลักษณะพิเศษ เช่น Super Car เข้ามาจำหน่ายเพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัท ตลอดจนสร้างสีสันและดึงดูดลูกค้าให้เข้ามายังโชว์รูม โดยสั่งเข้ามาจำหน่ายเพียงรุ่นละ 1-2 คัน เท่านั้น และเนื่องจากรถยนต์ในกลุ่มนี้มักมีการจำหน่ายที่ช้ากว่าปกติ โดยอาจใช้เวลาในการขายประมาณ 6-12 เดือน รวมทั้งมีราคาต่อคันที่ค่อนข้างสูง จึงทำให้ ณ 31 ธันวาคม 2548 สัดส่วนของรถยนต์ที่มีอายุเกิน 180 วัน เมื่อคิดตามมูลค่ารถยนต์จึงอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 16.84 ของมูลค่ารถยนต์รวม อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาเฉพาะรถยนต์ที่มีอายุเกิน 360 วัน ซึ่งนานกว่าระยะเวลาในการจำหน่ายรถยนต์โดยทั่วไปของบริษัท ทั้งรถยนต์รุ่นที่บริษัทมุ่งทำตลาด และรถยนต์รุ่นที่มีลักษณะพิเศษตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะพบว่า ณ 31 ธันวาคม 2548 บริษัทและบริษัทย่อยมีรถยนต์ที่มีอายุเกิน 360 วัน เพียง 15.75 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 2.05 ของมูลค่ารถยนต์รวมของบริษัทและบริษัทย่อยเท่านั้น ซึ่งเป็นระดับที่ใกล้เคียงกับปี 2547 ซึ่งเท่ากับร้อยละ 2.25 จึงจะเห็นได้ว่าบริษัทไม่มีปัญหาในการบริหารสินค้าคงคลังแต่อย่างใด

1.6 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าพื้นที่โชว์รูมและศูนย์บริการ

ปัจจุบันบริษัทมีการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการผ่านช่องทางหลักที่สำคัญ คือ สำนักงานใหญ่และสาขาของบริษัทและบริษัทย่อย ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 บริษัทและบริษัทย่อยมีสาขารวมกันทั้งสิ้น 5 แห่ง ตั้งอยู่ในบริเวณย่านธุรกิจการค้าที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร โดยแต่ละแห่งจะมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน คือ ประกอบด้วยพื้นที่หลัก 2 ส่วน คือ พื้นที่ส่วนที่เป็นโชว์รูมและพื้นที่ส่วนที่เป็นศูนย์บริการ ซึ่งพื้นที่อื่นเป็นที่ตั้งของแต่ละสาขานั้นบริษัทและบริษัทย่อยจัดหาเช่าจากการเช่าจากผู้ให้เช่าต่างรายกัน โดยสัญญาเช่าดังกล่าวมีทั้งที่เป็นสัญญาเช่าระยะสั้นที่มีอายุสัญญาประมาณ 3 ปี และสัญญาเช่าระยะยาวที่มีอายุสัญญาตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไปจนถึง 12 ปี แล้วแต่สภาพและความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ รวมทั้งผลการเจรจากับผู้ให้เช่าพื้นที่ดังกล่าว และด้วยเหตุที่พื้นที่สาขาต่างๆ ของบริษัทและบริษัทย่อยทั้งหมดเป็นลักษณะของสัญญาเช่า ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการที่อาจจะไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าจากผู้ให้เช่าภายหลังจากที่สัญญาเช่าได้หมดอายุลงแล้ว และอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทได้

อย่างไรก็ดี นับตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจมาจนปัจจุบันเป็นระยะเวลากว่า 14 ปี บริษัทได้มีการต่อสัญญาเช่าพื้นที่สาขาต่างๆ มาแล้วหลายครั้งอย่างต่อเนื่อง และยังไม่ปรากฏว่ามีครั้งใดที่บริษัทจะถูกปฏิเสธการต่อสัญญาเช่าจากผู้ให้เช่า ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่บริษัทมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ให้เช่ามาโดยตลอด รวมทั้งยังมีประวัติการชำระค่าเช่าที่ดีตรงตามกำหนดเวลา และไม่เคยผิดสัญญาเช่ากับผู้ให้เช่ารายใด อีกทั้งอัตราค่าเช่าที่ผู้ให้เช่าได้รับนั้นก็ยังเป็นอัตราที่ต่ำกว่าอัตราที่ผู้ให้เช่าจะได้รับจากผู้เช่าซึ่งประกอบกิจการประเภทอื่น ดังนั้นโอกาสที่บริษัทจะไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าพื้นที่โชว์รูมและศูนย์บริการจากผู้ให้เช่ารายเดิมนั้นจึงมีไม่มากนัก

นอกจากนี้ หากเกิดกรณีที่บริษัทไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าพื้นที่ในสาขาใดสาขาหนึ่งขึ้น การหาพื้นที่แห่งใหม่เพื่อทำเป็นโชว์รูมและศูนย์บริการทดแทนสาขาดังกล่าวก็สามารถทำได้ไม่ยากนัก กล่าวคือ ด้วยขนาดพื้นที่ที่ต้องใช้ต่อสาขาประมาณ 5,000 - 10,000 ตารางเมตร ซึ่งเป็นขนาดที่หาได้ไม่ยากนักในท้องตลาด อีกทั้งในเรื่องทำเลที่ตั้งของสาขาก็ยังมีความยืดหยุ่นอยู่มากเนื่องจากลูกค้าของบริษัทโดยส่วนใหญ่เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวอยู่แล้ว การย้ายที่ตั้งของสาขาจากสถานที่เดิมไปยังสถานที่แห่งใหม่ที่อาจจะอยู่ห่างออกไปจากเดิมบ้างจึงมิได้เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของลูกค้าบริษัทแต่อย่างใด โดยในการย้ายที่ตั้งของสาขาในแต่ละครั้งจะใช้เวลาเพียงประมาณ 3-6 เดือน และมีค่าใช้จ่ายในการย้ายรวมถึงค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสาขาใหม่ประมาณ 30-50 ล้านบาท

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงอาจกล่าวได้ว่าบริษัทมีความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าพื้นที่โชว์รูมและศูนย์บริการที่อยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ

1.7 ความเสี่ยงในเรื่องของตลาดรองสำหรับการซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัท

บริษัทมีความประสงค์จะเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนในครั้งนี้น่าก่อนที่จะได้รับทราบผลการพิจารณาของตลาดหลักทรัพย์ในการรับหุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน ทั้งนี้ บริษัทได้ยื่นแบบคำขอให้รับหุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนต่อตลาดหลักทรัพย์แล้วเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2548 โดยบริษัทหลักทรัพย์ ฟินันซ่า จำกัด ในฐานะที่ปรึกษาทางการเงินได้พิจารณาคุณสมบัติของบริษัทแล้วเห็นว่า บริษัทมีคุณสมบัติครบถ้วนที่จะสามารถเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ได้ตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่องการรับหุ้นสามัญหรือหุ้นบุริมสิทธิเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน พ.ศ. 2544 ฉบับลงวันที่ 22 มกราคม 2544 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) ยกเว้นคุณสมบัติเรื่องการกระจายการถือหุ้นรายย่อยซึ่งบริษัทจะต้องมีผู้ถือหุ้นสามัญรายย่อยไม่น้อยกว่า 1,000 ราย และถือหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้นในครั้งนี้นี้ ดังนั้น บริษัทยังคงมีความไม่แน่นอนที่จะได้รับอนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์ให้หุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้ลงทุนจึงอาจมีความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องในการซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัทในตลาดรอง หรืออาจไม่ได้รับผลตอบแทนจากการขายหุ้นได้ในราคาที่ดีเท่าที่ควรได้ หากหลักทรัพย์ของบริษัทไม่สามารถเข้าจดทะเบียนได้ หรือหากบริษัทไม่สามารถกระจายหุ้นต่อประชาชนเพื่อให้มีคุณสมบัติครบตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ได้