

1. ปัจจัยความเสี่ยง

การลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทที่มีความเสี่ยง ปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้อาจส่งผลกระทบต่อผลกระทบบนทางลบต่อบริษัท และมูลค่าหุ้นของบริษัท ทั้งนี้อาจมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทยังไม่อาจทราบได้ และอาจมีปัจจัยความเสี่ยงบางประการที่บริษัทเห็นว่าไม่มีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทในขณะนี้ แต่ในอนาคตอาจกลายเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทได้ ปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ เหล่านี้ อาจส่งผลกระทบต่อผลกระทบบนทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจ รายได้ ผลกำไร สินทรัพย์ สภาพคล่อง แหล่งเงินทุน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัท ดังนั้น ก่อนตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบในการพิจารณาข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ และปัจจัยความเสี่ยงทั้งหมดที่อาจจะส่งผลกระทบต่อบริษัท โดยไม่จำกัดเพียงปัจจัยความเสี่ยงที่ได้กล่าวไว้ในเอกสารฉบับนี้เท่านั้น

บรรดาความเห็น การคาดการณ์ การประมาณการ ความประสงค์ หรือเจตนารมณ์ของบริษัทที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ ซึ่งในบางกรณีอาจใช้คำว่า “มีแผนการ” “ประสงค์” “ต้องการ” “คาดว่า” “เห็นว่า” “เชื่อว่า” “ประมาณ” “อาจจะ” “ควรจะ” หรือ “จะ” หรือคำหรือข้อความอื่นใดในทำนองเดียวกัน เป็นคำหรือข้อความที่บ่งชี้ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งมีความไม่แน่นอน และในความเป็นจริงแล้ว สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะไม่เกิดขึ้นตามที่ได้กล่าวไว้ก็ได้

1.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1.1) ความเสี่ยงจากการขยายการลงทุน

บริษัทมีโครงการในอนาคตที่จะเปิดศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร และเขตจังหวัดปริมณฑลรอบนอก เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการจัดส่งผลิตภัณฑ์และระบบโลจิสติกส์ให้มากขึ้น บริษัทมีโครงการที่จะเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น โดยการสรรหาผลิตภัณฑ์ก่อสร้างตกแต่งภายในใหม่ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าชั้นนำจากต่างประเทศเพิ่มเติม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ออกแบบ ผู้รับเหมา และเจ้าของสำนักงานหรือบ้านพักอาศัย โดยจะทำการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ อาทิ ระบบประตูหน้าต่างภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้า FLETCHER และพรมปูพื้นคุณภาพสูงภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้า C&A เป็นต้น ซึ่งบริษัทจะต้องมีการลงทุนก่อสร้างอาคารคลังสินค้าสำหรับศูนย์จำหน่ายสินค้าสาขาใหม่ ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับบริหารสินค้าคงคลัง โดยบริษัทประมาณการงบลงทุนไว้ประมาณ 50 ล้านบาท รวมทั้งบริษัทมีโครงการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ (ศึกษารายละเอียดได้ในส่วนที่ 2.6 โครงการในอนาคต) อย่างไรก็ตาม บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการลงทุน หากการลงทุนที่กล่าวมาไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่บริษัทได้กำหนดไว้ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ อาทิ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ภาวะการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ เงื่อนไขการค้าและภาษีของการเปิดเขตการค้าเสรี (Free Trade Area) แบบทวิภาคีระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่บริษัทจะขยายตลาดไป เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทได้วางแผนการลงทุน โดยได้มีการประชุมหารือแลกเปลี่ยนและระดมความคิดเห็นของกรรมการและผู้บริหารในการพิจารณาความเป็นไปได้ในการลงทุน และศึกษาภาวะตลาดและความเหมาะสมในการลงทุนอย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจลงทุน รวมทั้งพยายามใช้รูปแบบการบริหารคลังสินค้า การขนส่งและโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุนดังกล่าว

1.1.2) ความเสี่ยงจากการถูกยกเลิกสัญญาเช่าที่ดินและอาคาร

บริษัทมีทรัพย์สินที่ใช้เป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่และคลังสินค้า รวมถึงสำนักงานสาขาในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็น การทำสัญญาเช่าที่ดินและอาคารจากบุคคลอื่น (ศึกษารายละเอียดได้ในส่วนที่ 2.5 สรุปสัญญาเกี่ยวกับทรัพย์สิน) โดย ทรัพย์สินที่ใช้เป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ บริษัทได้ทำสัญญาเช่าจากเครือข่ายของผู้บริหารหลักของบริษัท และทรัพย์สินที่ใช้ เป็นที่ตั้งสำนักงานสาขาในจังหวัดภูเก็ต บริษัทได้ทำสัญญาเช่าจากบุคคลอื่น ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงที่อาจจะถูก ยกเลิกสัญญาเช่าที่ดินและอาคาร หรือการไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าที่ดินและคลังสินค้าแห่งใดแห่งหนึ่ง อันจะทำให้ บริษัทอาจจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการย้ายสำนักงานและคลังสินค้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทได้ ทั้งนี้ทาง บริษัทมีมาตรการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว โดยมีการทำข้อตกลงสัญญา ระยะเวลาสัญญา วันเริ่มสัญญา วันครบกำหนด สัญญาที่แน่นอนในสัญญาเช่า และหากผู้ให้เช่าต้องการยกเลิกสัญญาเช่าต้องแจ้งให้บริษัททราบก่อนล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน นอกจากนี้หากมีการรอนสิทธิการเช่าของบริษัท ผู้ให้เช่าจะจัดหาพื้นที่แปลงอื่นมาให้ใช้ทดแทนหรือชดใช้ ค่าเสียหายให้แก่บริษัท จึงน่าจะทำให้ความเสี่ยงที่บริษัทอาจจะถูกยกเลิกสัญญาเช่าที่ดินและอาคารก่อนกำหนดมีความ เป็นไปได้ไม่มากนัก และในอดีตที่ผ่านมาบริษัทยังไม่เคยถูกยกเลิกสัญญาเช่า หรือไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่า

1.1.3) ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก่อสร้างตกแต่งภายในสำนักงานและที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มการแข่งขันมาก ขึ้น จากการที่ผู้ประกอบการค้าส่งและค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจาก การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ในการค้าส่งและค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในไม่จำเป็นต้อง อาศัยเงินลงทุนที่สูงมากนัก ทำให้การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งในธุรกิจนี้เป็นไปได้ไม่ยาก อีกทั้งผู้ประกอบการค้าส่งและค้า ปรีกรายใหญ่ อาทิ Cement Thai Home Mart Home Pro ก็มีกรขยายสาขาและแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายไปยังบริเวณ พื้นที่ใกล้เคียงชุมชน ย่านธุรกิจและศูนย์การค้าในเขตกรุงเทพมหานคร และภูมิภาคต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น บริษัทจึง อาจได้รับผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของคู่แข่งในอนาคต ซึ่งอาจจะกระทบต่อส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ทำให้ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และอาจจะต้องมีการแข่งขันด้านราคาซึ่งจะกระทบต่ออัตราการทำกำไรของบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทคาดว่า การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทมีความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นทั้งด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย ด้านกลุ่มลูกค้า และด้าน การบริการ กล่าวคือ บริษัทเป็นทั้งผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก่อสร้างตกแต่งภายในคุณภาพสูง มีรูปแบบที่ทันสมัย มี ลักษณะการใช้งานที่ตอบสนองความต้องการของผู้ออกแบบได้เป็นอย่างดี ซึ่งบริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวภายใต้ตรา สินค้าของตัวเอง และเป็นผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ลิขสิทธิ์ตราสินค้าทั้งในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ในด้าน กลุ่มลูกค้าของบริษัทเน้นการตลาดตรงสู่กลุ่มผู้ออกแบบ (Interior Designer) และผู้รับเหมางานตกแต่งภายใน (Interior Constructor) เป็นหลัก ในขณะที่คู่แข่งส่วนใหญ่เน้นกลุ่มลูกค้าประเภทผู้รับเหมา และเจ้าของบ้านพักอาศัย ซึ่งเป็น กลุ่มลูกค้าที่ผู้ประกอบการค้าวัสดุก่อสร้างและผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในจะต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงมาก ในด้านการ บริการทางบริษัทมีทีมให้บริการแก่ผู้ออกแบบในการให้คำปรึกษาในการออกแบบ ให้คำแนะนำในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ก่อสร้างตกแต่งภายใน และช่วยอำนวยความสะดวกในการออกแบบงานตกแต่งภายในแบบครบวงจรอีกด้วย อีกทั้งบริษัท เน้นกลยุทธ์การแข่งขันด้านการจัดส่งที่รวดเร็ว ตรงเวลา และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้ บริษัทมีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่มีความแตกต่างจากผู้ประกอบการค้าวัสดุก่อสร้างและตกแต่งภายในอื่นๆ ดังนั้น หาก พิจารณาถึงลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะเห็นว่าบริษัทมีความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมค่อนข้างน้อย และถือได้ว่าปัจจุบันนี้บริษัทยังไม่มีคู่แข่งโดยตรง (Direct Competitor) ในประเทศไทย

1.1.4) ความเสี่ยงจากข้อจำกัดในการจัดหางบการเงินสินเชื่อ

เนื่องจากบริษัทได้ใช้วงเงินสินเชื่อระยะสั้นจากธนาคารพาณิชย์เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการโดยส่วนใหญ่ อาทิ วงเงินหนังสือค้ำประกันซึ่งใช้ในการค้ำประกันการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และวงเงินกู้ระยะสั้นอื่นๆ โดยบริษัทใช้บัญชีเงินฝากประจำของบริษัทเป็นหลักทรัพย์สินค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ เนื่องจากข้อจำกัดที่บริษัทไม่มีทรัพย์สินถาวร อาทิ โฉนดที่ดิน ในการใช้เป็นหลักทรัพย์สินค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์ ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากข้อจำกัดในการจัดหางบการเงินสินเชื่อระยะสั้น ที่จำเป็นจะต้องใช้รองรับยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของยอดขายจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท หรือมีความเสี่ยงจากการที่ธนาคารพาณิชย์อาจขอเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขเกี่ยวกับหลักทรัพย์สินค้ำประกัน อันจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมอีกจำนวน 37,000,000 บาท (สามสิบล้านบาท) ในราคา 100 บาท (หนึ่งร้อยบาท) ต่อหุ้นเท่ากับมูลค่าที่ตราไว้ และมีการเพิ่มทุนจดทะเบียนขายให้กองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 10,000,000 บาท (สิบล้านบาท) ในราคา 125 บาท (หนึ่งร้อยยี่สิบห้าบาท) ต่อหุ้น จากมูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท (หนึ่งร้อยบาท) ต่อหุ้น เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2550 ส่งผลให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 3,000,000 บาท (สามล้านบาท) เพิ่มขึ้นเป็น 50,000,000 บาท (ห้าสิบล้านบาท) ทำให้บริษัทมีโครงสร้างเงินทุนที่เข้มแข็ง และมีกระแสเงินสดเข้ามาในกิจการเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถลดความต้องการวงเงินสินเชื่อระยะสั้นจากธนาคารพาณิชย์ได้บางส่วน อีกทั้งในปัจจุบันบริษัทได้มีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ โดยไม่ต้องใช้หนังสือค้ำประกันกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์บางราย นอกจากนี้บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 25,000,000 บาท (ยี่สิบล้านบาท) เพื่อเสนอขายต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก (IPO) ซึ่งภายหลังจากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าวต่อประชาชนทั่วไป จะทำให้บริษัทมีฐานะทางการเงินที่ดียิ่งขึ้นและมีความน่าเชื่อถือกับคู่ค้ามากขึ้น ทำให้บริษัทสามารถลดความเสี่ยงจากข้อจำกัดในการจัดหางบการเงินสินเชื่อระยะสั้นจากธนาคารพาณิชย์ได้

1.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับสินค้าและการจัดหาสินค้า

1.2.1) ความเสี่ยงในการจัดหาผลิตภัณฑ์

บริษัทมีการจัดหาผลิตภัณฑ์ในลักษณะของการว่าจ้างผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าของบริษัทเอง และบริษัททำการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ตราสินค้าชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงในการจัดหาผลิตภัณฑ์ในกรณีที่มีผู้ผลิตและเจ้าของลิขสิทธิ์ตราสินค้าอาจจะไม่สามารถผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัทได้ตามคุณภาพ ปริมาณ เวลา และเงื่อนไขที่บริษัทกำหนดไว้ได้ รวมทั้งอาจมีการยกเลิกหรือไม่ต่อสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัท ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานและการเติบโตของบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการติดต่อกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ มาเป็นระยะเวลานาน รวมทั้งบริษัทมีนโยบายกระจายการจัดหาผลิตภัณฑ์ โดยปัจจุบันมีการติดต่อกับโรงงานผู้ผลิตในประเทศที่ได้คุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐานของบริษัทมากกว่า 1 แห่ง นอกจากนี้ยังมีการทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับบริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ยิบซั่ม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายได้ให้กับบริษัทถึงประมาณร้อยละ 50 ของยอดขายโดยรวม ส่วนผลิตภัณฑ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าจากต่างประเทศที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย บริษัทก็มีการทำสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนหลักในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ระบบประตูหน้าต่างอลูมิเนียมภายใต้ตราสินค้า Fletcher (ศึกษารายละเอียดได้ในส่วนที่ 2.3 สรุปสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ) ดังนั้น บริษัทคาดว่าความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดหาผลิตภัณฑ์ของบริษัทจึงมีโอกาสน้อย และที่ผ่านมาก็ยังไม่เคยประสบปัญหาดังกล่าวแต่อย่างใด

1.2.2) ความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนผลิตภัณฑ์และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทอาจได้รับความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนผลิตภัณฑ์ ทั้งผลิตภัณฑ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าของบริษัทที่สั่งผลิตจากโรงงานผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อภายในประเทศ อันเนื่องมาจากปรับตัวเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศที่อาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนผลิตภัณฑ์เช่นกัน โดยผลกระทบดังกล่าวจะส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรโดยเฉพาะอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทให้ความสำคัญกับการวางแผนและการบริหารการจัดซื้อผลิตภัณฑ์และการบริหารสินค้าคงคลัง รวมทั้งการบริหารระบบขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อควบคุมและบริหารต้นทุนรวมทั้งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท อีกทั้งบริษัทมีการพิจารณาปรับราคาขายผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดให้สอดคล้องกับต้นทุนโดยสม่ำเสมอ ดังนั้นบริษัทจึงคาดว่าจะมีความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนผลิตภัณฑ์และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไม่มากนัก ทั้งนี้ที่ผ่านมามีบริษัทมียอดขายสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศในมูลค่าไม่สูงมากนัก แต่ทว่าในอนาคตหากบริษัทมียอดขายสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศในมูลค่าที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทมีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศโดยการกำหนดราคาซื้อขายเป็นสกุลเงินที่มีความเสี่ยงต่อการผันผวนค่อนข้างต่ำ อาทิ ดอลลาร์ยูโร เป็นต้น รวมทั้งมีนโยบายทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า (Forward Contract) เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

1.2.3) ความเสี่ยงจากการที่ผลิตภัณฑ์ถูกลอกเลียนแบบ

ผลิตภัณฑ์ก่อสร้างตกแต่งภายในเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะและรูปแบบที่ง่ายต่อการลอกเลียนแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลอกเลียนแบบรูปลักษณะภายนอก ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์บางประเภทของบริษัทเคยถูกลอกเลียนแบบไปผลิตและจำหน่าย โดยบริษัทได้ดำเนินคดีฟ้องร้องและศาลพิพากษาให้บริษัทเป็นฝ่ายชนะและได้รับค่าชดเชยความเสียหาย ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ของบริษัทจึงมีความเสี่ยงที่จะถูกลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ได้ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับคุณภาพ ลักษณะการใช้งาน และการพัฒนารูปแบบให้มีลักษณะเฉพาะตัวที่ยากต่อการลอกเลียนแบบแต่ง่ายต่อการติดตั้งใช้งาน และมีการจดอนุสิทธิบัตรผลิตภัณฑ์ (Patent) เพื่อป้องกันการผลิตสินค้าลอกเลียนแบบในทุกผลิตภัณฑ์ โดยปัจจุบันบริษัทได้รับการรับรองอนุสิทธิบัตรสำหรับผลิตภัณฑ์วงกบประตูและผลิตภัณฑ์วงกบช่องแสง เป็นที่เรียบร้อยแล้ว รวมทั้งบริษัทยังได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากบริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ฮิปซัม จำกัด (มหาชน) ในการออกหนังสือรับรองคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แก่ลูกค้าของบริษัท ซึ่งเป็นผู้รับเหมาก่อสร้างตกแต่งภายในเพื่อนำไปยืนยันแก่เจ้าของโครงการ นอกจากนี้บริษัทมุ่งเน้นการให้บริการคำแนะนำและคำปรึกษาการใช้ผลิตภัณฑ์ควบคู่กับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างการยอมรับและความภักดีในการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมากยิ่งขึ้น

1.2.4) ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของผู้บริโภคและความล้าสมัยของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากการออกแบบตกแต่งสำนักงานและที่อยู่อาศัยโดยทั่วไปจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและค่านิยมตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงค่านิยมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อสร้างตกแต่งภายในของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท และอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเกิดความล้าสมัย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัท เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในคลังสินค้าหากเกิดความล้าสมัยก็อาจจะมีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถจำหน่ายได้และต้องตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยหรือ

จำเป็นต้องจำหน่ายต่ำกว่าต้นทุน ทั้งนี้ในอดีตที่ผ่านมาบริษัทยังไม่เคยประสบปัญหาดังกล่าว อย่างไรก็ตามบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาค่านิยม และการพัฒนารูปแบบ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งการจัดหาผลิตภัณฑ์ก่อสร้างตกแต่งภายในคุณภาพสูงในรูปแบบที่มีความสวยงาม ทันสมัย จากผู้ผลิตชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้การที่บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการให้บริการคำแนะนําและคำปรึกษาแก่ผู้ออกแบบและผู้รับเหมาทำให้บริษัทสามารถทราบถึงความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมในแต่ละช่วงเวลา อีกทั้งบริษัทมีการจัดการด้านคลังสินค้า (Warehouse) การขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อบริหารสต็อกสินค้าให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความสอดคล้องกับแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งสามารถลดผลกระทบจากความล่าช้าของผลิตภัณฑ์ที่อาจจะเกิดขึ้นได้

1.3 ความเสี่ยงด้านการบริหาร การจัดการ

1.3.1) ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่ผ่านมากว่า 5 ปี เป็นการบริหารงานร่วมกันของผู้ถือหุ้นและผู้บริหารหลัก 2 ท่าน คือ นายสุเรช ชูปรามาเนียม ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และนายสัตย์ชัย เนืองสิทธิ์ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ซึ่งมีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในการจำหน่ายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อสร้างตกแต่งภายในคุณภาพสูง ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ออกแบบและผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี รวมถึงการมีแนวคิดการบริหารงานที่เป็นมืออาชีพ ส่งผลให้บริษัทมีผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ถือได้ว่าบริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้บริหารหลักทั้ง 2 ท่าน ในการบริหารงานและการจัดการ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ใช้แนวทางการบริหารงานอย่างมืออาชีพ มีการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงานให้แก่ผู้บริหารท่านอื่น และพนักงานแต่ละฝ่ายงานอย่างชัดเจน มีระบบการจัดเก็บข้อมูลและฐานข้อมูลที่ดี (Management Information System; MIS) รวมถึงมีการอบรม ให้ความรู้ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องระหว่างผู้บริหารและพนักงานบริษัทอย่างสม่ำเสมอ ทำให้บุคลากรของบริษัทมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานของบริษัทเป็นอย่างดี และสามารถลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้บริหารหลักของบริษัท

1.3.2) ความเสี่ยงจากการลดลงของราคาหุ้นสามัญ

เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2550 กองทุนรวมฯ ได้เข้าลงทุนซื้อหุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 100,000 หุ้น (หนึ่งแสนหุ้น) ในราคา 125 บาท (หนึ่งร้อยยี่สิบบาท) ต่อหุ้น จากมูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท (หนึ่งร้อยบาท) ต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนรวม 12,500,000 บาท (สิบสองล้านห้าแสนบาท) โดยสัดส่วนการถือหุ้นของกองทุนรวมฯ จะเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละ 13.33 ของทุนจดทะเบียนภายหลังจากที่บริษัทเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไป โดยหุ้นสามัญจำนวนหนึ่ง ที่ถือครองโดยกองทุนรวมฯ อยู่ภายใต้เงื่อนไขการห้ามขายหุ้นภายในเวลาที่กำหนด (Silent Period) (ศึกษารายละเอียดได้ในส่วนที่ 2.3 สรุปสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ) ดังนั้นผู้ลงทุนจึงมีความเสี่ยงจากการลดลงของราคาหุ้นสามัญ เมื่อเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ

1.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการเสนอขายหลักทรัพย์

1.4.1) ความเสี่ยงจากการที่บริษัทอยู่ระหว่างการยื่นคำขออนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

บริษัทมีความประสงค์จะเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้นีก่อนที่จะได้รับทราบผลการพิจารณาของตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ในการรับหุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ยื่นคำขอให้รับหุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แล้ว เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2550 โดยบริษัท แอสเซท โปร แมเนจเม้นท์ จำกัด (Asset Pro Management Co.,Ltd. : APM) ในฐานะที่ปรึกษาทางการเงิน ได้พิจารณาคุณสมบัติของบริษัทแล้ว เห็นว่า บริษัทมีคุณสมบัติครบถ้วนที่จะสามารถเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เรื่อง การรับหลักทรัพย์จดทะเบียนใน “ตลาดหลักทรัพย์ใหม่” พ.ศ. 2546 ฉบับลงวันที่ 24 มีนาคม 2546 ยกเว้นคุณสมบัติเรื่องการกระจายการถือหุ้นรายย่อย ซึ่งบริษัทจะต้องมีผู้ถือหุ้นสามัญรายย่อยไม่น้อยกว่า 300 ราย ดังนั้นบริษัทยังคงมีความไม่แน่นอนในการที่จะได้รับอนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์ให้หุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ทั้งนี้ผู้ลงทุนจึงยังคงมีความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องของหุ้นสามัญของบริษัทในตลาดรอง หรืออาจไม่ได้รับผลตอบแทนจากการขายหุ้นตามราคาตลาดที่คาดการณ์ไว้ หากหุ้นสามัญของบริษัทไม่ได้รับอนุญาตให้เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ หรือหากบริษัทไม่สามารถกระจายหุ้นต่อประชาชนตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งจะทำให้บริษัทมีคุณสมบัติไม่ครบถ้วนตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์ฯ