

ส่วนที่ 1

ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

ภาพรวมของบริษัท

บริษัท ยูบิลลี่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “ยูบิลลี่”) ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับเพชรกะรัต และเพชรที่ยังไม่ขึ้นตัวเรือน (เพชรร่วง) โดยมีสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 721 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 175 ล้านบาท เป็นทุนที่เรียกชำระแล้วจำนวน 135 ล้านบาท โดยเป็นหุ้นสามัญ 135 ล้านหุ้น ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทประกอบด้วย กลุ่มนายวิโรจน์พรประภค¹ ร้อยละ 75 และ บริษัทร่วมทุน เค-เอสเอ็มอี จำกัด ร้อยละ 11 อื่นๆ ร้อยละ 14 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับ เพชรกะรัต และเพชรที่ยังไม่ขึ้นตัวเรือน (เพชรร่วง) ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เพชรยูบิลลี่” ซึ่งจะจัดจำหน่ายที่ทุกสาขาของบริษัท และ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ศูนย์เพชร” จะมีรูปแบบสินค้าในลักษณะที่เน้นตัวเรือนสีทองซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เพชรยูบิลลี่” จะจัดจำหน่ายเฉพาะที่สาขาสะพานเหล็กของบริษัทเท่านั้น ในการจัดหาสินค้าเพื่อจำหน่าย บริษัทดำเนินการนำเข้าวัตถุดิบเพชรคุณภาพสูงจากประเทศเบลเยียมประมาณร้อยละ 95 หรือซื้อจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัทที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยอีกประมาณร้อยละ 5 แล้วว่าจ้างโรงงานเครื่องประดับและช่างฝีมือในประเทศผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปสำหรับจำหน่าย ทั้งนี้ สินค้าทุกชิ้นจะถูกคั่นคว่ำและออกแบบโดยดีไซน์เนอร์ที่มีประสบการณ์สูงของยูบิลลี่ โดยในส่วนของยอดขายปี 2550 สัดส่วนของเครื่องประดับคิดเป็นร้อยละ 77.92 เพชรกะรัต คิดเป็นร้อยละ 20.02 และเพชรร่วง คิดเป็นร้อยละ 1.04 ของยอดขายและการให้บริการ ส่วนในปี 2551 ยอดขายเครื่องประดับคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 82.21 เพชรกะรัตคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.28 และเพชรร่วงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.94 ของยอดขายและการให้บริการ สำหรับในงวดหกเดือนแรกปี 2552 เครื่องประดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 91.31 เพชรกะรัตคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.42 และเพชรร่วงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.27 ของยอดขายและการให้บริการ ตามลำดับ

ในส่วนการจำหน่ายสินค้านั้น บริษัทมีการจำหน่ายผ่านสาขาที่เป็นของบริษัท และสาขาที่เป็นของผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งทำสัญญาในลักษณะคล้ายแฟรนไชส์ ตามเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์ต นอกเหนือจากนี้ บริษัทยังมีการร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้าอื่นในการกระจายสินค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น จำหน่ายผ่านบริษัทลิสซิ่ง และบัตรเครดิต ทั้งนี้ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 บริษัทมีจำนวนเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้า 68 สาขา โดยสาขาของบริษัทจำนวน 53 สาขาและสาขาลักษณะคล้ายแฟรนไชส์ 15 สาขา ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ (โปรดอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2 ข้อ 3.4.3 ช่องทางการจำหน่าย)

กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของบริษัทในปี 2552 ได้แก่ การเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ซื้อสินค้าโดยไปรับประกันคุณภาพจากสถาบันในต่างประเทศ เน้นการเพิ่มจำนวนสาขาใหม่เพื่อขยายตลาดของบริษัท การพัฒนาพนักงานขายของบริษัท เน้นการ

¹ กลุ่มนายวิโรจน์พรประภคประกอบด้วยบุคคลและนิติบุคคลตามที่แสดงอยู่ในส่วนที่ 2 ข้อ 8 เรื่อง โครงสร้างเงินทุน

ให้บริการหลังการขาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทต่อกลุ่มเป้าหมาย สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับแหล่งเจียรไน เป็นพันธมิตรทางการค้ากับช่องทางการจัดจำหน่ายพิเศษ และสร้างกิจกรรมกับฐานสมาชิกของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

ภาวะเศรษฐกิจ

จากการที่ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งมีขนาดเศรษฐกิจ และเป็นตลาดผู้บริโภคใหญ่ที่สุดในโลก ประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำเนื่องจากปัญหาซัพพ라이ม์ และวิกฤตการณ์สถาบันการเงิน ทำให้อัตราคนว่างงานเพิ่มสูงขึ้น ประชาชนไม่มีความมั่นใจที่จะใช้จ่าย ส่งผลให้อุปสงค์ของสินค้าทุกประเภทลดลง ทำให้ผู้ผลิตในประเทศลดจำนวนพนักงานและกำลังการผลิตลง รวมไปถึงบริษัทต่างชาติที่ส่งสินค้าไปจำหน่ายในสหรัฐอเมริกาก็ได้รับผลกระทบไปด้วย จึงทำให้ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำลุกลามไปทั่วโลก

ประเทศไทยที่มีสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุด เมื่อเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกามีปัญหาเกิดขึ้นก็ส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตและส่งออกของไทยตามไปด้วย โดยผู้ประกอบการในไทยก็มีการลดจำนวนพนักงานและลดกำลังการผลิตลง ทำให้รายได้เฉลี่ยของคนไทยลดลง ประกอบกับสภาวะการเมืองในประเทศไทย และการปิดสนามบิน ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเข้าสู่ภาวะถดถอยเช่นเดียวกัน โดยรายได้ประชาชาติ (GDP) มีการขยายตัวติดลบในไตรมาสที่ 1 ปี 2552 และคาดว่าจะขยายตัวติดลบในไตรมาสที่ 2 และ 3 เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจโดยรวมเริ่มมีสัญญาณว่าจะฟื้นตัวบ้างแล้ว และมีการคาดการณ์ว่าการขยายตัวของจีดีพีในไตรมาสที่ 4 ปี 2552 และในปี 2553 จะเป็นบวก

ภาวะตลาดและการแข่งขัน

ตลาดเพชรและเครื่องประดับเพชรในประเทศไทยได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมามีอันเป็นผลมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจของไทยที่สูงขึ้น ทำให้ประชาชนมีรายได้ และความต้องการที่จะบริโภคเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับจึงหันมาสนใจตลาดในประเทศมากขึ้น โดยพยายามออกแบบรูปแบบสินค้าประเภทใหม่ ๆ และขยายร้านเพชรและสาขาในรูปแบบเคาน์เตอร์ไปตามห้างสรรพสินค้าโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

การแข่งขันในอุตสาหกรรมค้าปลีกเพชรและเครื่องประดับเพชรในประเทศไทย มีการแข่งขันในระดับปานกลางในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีร้านค้าและสถานที่จำหน่ายในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นหลัก และมีการแข่งขันในระดับที่ไม่สูงในต่างจังหวัด เนื่องจากมีจำนวนร้านค้าเพชรและเคาน์เตอร์จำหน่ายเพชรอยู่น้อยกว่าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลมาก อย่างไรก็ตามเนื่องจากเพชรและเครื่องประดับเพชรมีราคาค่อนข้างสูง ทำให้ลูกค้าต้องพิจารณาปัจจัยหลายประการในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องประดับเพชรอันได้แก่คุณภาพของเพชร รูปแบบของเครื่องประดับ ราคา และบริการหลังการขาย ทำให้ผู้ประกอบการที่สามารถให้บริการได้อย่างมีมาตรฐานครบถ้วนมีอยู่จำนวนไม่มาก

โดยในส่วนของร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องประดับเพชรที่มีตราสินค้า ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 บริษัทมีสาขา 68 สาขา มากกว่า คู่แข่งอันดับ 2 และ 3 ที่มีสาขา 20 และ 19 สาขา ตามลำดับ ซึ่งบริษัทมีจำนวนสาขามากกว่าคู่แข่งที่ดำเนินธุรกิจคล้ายกันสำหรับผู้ประกอบการในรูปแบบเคาน์เตอร์เพชรที่ไม่มีตราสินค้า แม้ว่าจะไม่ใช่อันดับหนึ่งของบริษัท แต่ถือได้ว่าเป็นคู่แข่งทางอ้อมที่เน้นการทำการตลาดในกลุ่มลูกค้าที่ไม่เน้นคุณภาพของสินค้า และไม่มีใบรับประกันจากสถาบันในต่างประเทศ แต่ต้องการส่วนลดการจำหน่ายเป็นหลัก

ในการกำหนดราคาอัญมณีจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของอัญมณีนั้น ๆ โดยทั่วไปเพชรจะมีราคาแพงที่สุด

รองลงมาคือ ทับทิม และ ไพลิน ในส่วนราคาเครื่องประดับสำเร็จรูปนั้น ไม่สามารถกำหนดราคาได้แน่นอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบ ความประณีต อัญมณีที่นำมาประกอบตัวเรือน และราคาของโลหะที่นำมาทำเป็นตัวเรือนเป็นสำคัญ ประกอบกับกลยุทธ์ ด้านการออกแบบตัวสินค้า และการบริการหลังการขายในเงื่อนไขต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ

การบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารสินค้าคงเหลือ เนื่องจากสินทรัพย์ส่วนใหญ่ของบริษัทคือสินค้าคงเหลือซึ่งมีมูลค่าที่เป็นสาระสำคัญ หากการบริหารจัดการได้ดีไม่เพียงพอ หรือสินค้าคงเหลือหมุนเวียนได้ช้าอาจส่งผลให้เกิดการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ ดังนั้น บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการบริหารสินค้าคงเหลือที่เข้มงวด เพื่อให้บริษัทสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของสินค้าคงเหลือได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทแบ่งสินค้าเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มเครื่องประดับ
- 2) กลุ่มเพชรกะรัต
- 3) กลุ่มเพชรที่ยังไม่ขึ้นตัวเรือน (เพชรร่วง)

ซึ่งเพชรร่วงและเพชรกะรัต เป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่ำ แม้ว่าราคาตลาดจะมีความผันผวน โดยเฉพาะเพชรที่มีขนาดใหญ่กว่า 4 กะรัต ซึ่งราคาในช่วงปลายปี 2551 ถึงกลางปี 2552 มีการเปลี่ยนแปลงของราคามาก แต่อย่างไรก็ตามราคาของเพชรที่มีขนาดระหว่าง 0.005 – 0.30 กะรัตซึ่งเป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่ของบริษัทนั้น มีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก นอกจากนี้ยังไม่มีความเสี่ยงด้านรูปแบบ และสามารถเก็บไว้ได้โดยไม่มีการล้าสมัย ส่วนกลุ่มเครื่องประดับสำเร็จรูป ตัวแปรอยู่ที่รูปแบบของสินค้าว่าเป็นแบบที่อยู่ในความต้องการของผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด ทางบริษัทจึงได้วางนโยบายการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ ดังนี้

1. ระบุข้อมูล รหัสสินค้า รหัสคอลเล็กชัน เดือน ปี ที่ผลิต และปีของการออกแบบของแต่ละสินค้าลงบนฐานข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์และลงบนป้ายราคา และกำหนดให้พนักงานขายทุกสาขาประเมินความต้องการของผู้บริโภคและรายงานสินค้าคงเหลือแต่ละรูปแบบส่งกลับบริษัททุกเดือน เพื่อประเมินหรือตรวจสอบว่าสินค้าแบบใดอยู่ในความต้องการของผู้บริโภค หรือสินค้าแบบใดคงค้างในแต่ละสาขาเป็นอย่างไร หากสินค้าแบบใดอยู่ในความต้องการสูงจะทำการวางแผนการผลิต หากสินค้าแบบใดอยู่ในความต้องการต่ำหรือสินค้าขึ้นคงค้างในสาขาเกินเวลาอันควร จะดำเนินการโอนสินค้าจากสาขาหนึ่งไปอีกสาขาหนึ่ง หรือจากจังหวัดหนึ่งไปอีกจังหวัดหนึ่ง หรือจากภาคหนึ่งไปอีกภาคหนึ่ง อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายจัดการสินค้าคงเหลือที่คงค้างอยู่นาน โดยอาจนำกลับมาผลิตเป็นรูปแบบใหม่
2. ผู้บริหารให้ความสำคัญในการพัฒนารูปแบบของเครื่องประดับและความต้องการของผู้บริโภค โดยมีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลการขายที่ผ่านมาของบริษัท ทำการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า ในขณะที่เดียวกันบริษัทยังมีการเก็บรวบรวมข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจแฟชั่นต่าง ๆ รวมถึงมีการจัดตั้งฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการว่าจ้างผู้ออกแบบที่มีประสบการณ์สูง (Designer) มาเป็นพนักงานประจำของบริษัท เพื่อให้สามารถออกแบบสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด โดยรูปแบบสินค้าของบริษัทจะเป็นรูปแบบที่เน้นความเรียบง่ายคลาสสิก เน้นที่คุณภาพเพชรเป็นหลักจึงไม่ประสบปัญหาการล้าสมัยของรูปแบบสินค้าเครื่องประดับเพชร

การกำกับและตรวจสอบ

ด้านการกำกับและตรวจสอบ บริษัทได้กำหนดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่ในการกำกับดูแลให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมและรายงานให้คณะกรรมการบริษัททราบ คณะกรรมการตรวจสอบ ได้ประชุมร่วมกับฝ่ายตรวจสอบภายในของบริษัทเกี่ยวกับขอบเขตการตรวจสอบภายในของบริษัท รวมทั้งสอบทานประเด็นที่พบ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ และการติดตามการแก้ไขของผู้บริหาร เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด คือ การควบคุมภายในที่ดี ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน ความเชื่อถือได้ของรายงานทางการเงิน และการปฏิบัติตามกฎระเบียบและกฎหมาย

ผลการดำเนินงานและฐานะการเงิน

การประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องประดับ เพชรกะรัต และเพชรที่ยังไม่ขึ้นตัวเรือน (เพชรร่วง) ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการรายเล็กแข่งขันกันเป็นจำนวนมาก แต่สินค้ายังคงมีอัตรากำไรขั้นต้นต่อหน่วยสูง นอกจากนี้อัตรากำไรขั้นต้นของสินค้ารูปแบบเดียวกันอาจจะไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับมูลค่าของวัตถุดิบ ณ ช่วงเวลาที่ผลิตสินค้า และส่วนลดจากราคาป้ายที่บริษัทเป็นผู้กำหนด ในส่วนของการจัดหาผลิตภัณฑ์ของบริษัทแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนคือ 1) การจัดหาเพชรที่เป็นสินค้าสำเร็จรูป และเพชรที่ใช้เป็นวัตถุดิบ 2) การว่าจ้างให้ผู้ประกอบการโรงงานทำการผลิตสินค้าและผลิตเครื่องประดับ ซึ่งการดำเนินธุรกิจดังกล่าวคล้ายกับการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตมาเพื่อจัดจำหน่าย ทำให้บริษัทไม่จำเป็นต้องลงทุนในสินทรัพย์ถาวรมากนัก แต่การดำเนินธุรกิจดังกล่าวต้องอาศัยเงินทุนหมุนเวียนสูง เพื่อการสั่งซื้อและจัดเก็บสินค้าเพื่อขาย เนื่องจากต้องมีรูปแบบจำนวนมากสำหรับให้ผู้ที่สนใจเลือกซื้อ ปัจจัยความสำเร็จในธุรกิจนี้ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือและการบริหารสภาพคล่องที่มีประสิทธิภาพ

ธุรกิจค้าปลีกเพชรและเครื่องประดับเพชร นั้นมีการตั้งกำไรขั้นต้นต่อชิ้นอยู่ในเกณฑ์สูง แต่มูลค่าการจำหน่ายสินค้าแต่ละครั้งจะไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับธุรกิจผลิตและส่งออกเครื่องประดับ ดังนั้นบริษัทจึงเน้นจับกลุ่มลูกค้าจำนวนมากและขยายฐานลูกค้าเพื่อสร้างกำไรสุทธิ อนึ่งในปัจจุบันบริษัทมุ่งเน้นที่จะขยายสาขาเพิ่มเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กระจายอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังต้องมีการเตรียมสินค้าเครื่องประดับไว้ที่แต่ละสาขาในปริมาณที่เพียงพอ เพื่อให้สินค้าที่มีอยู่ในแต่ละสาขามีความหลากหลายพอที่จะให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ ทำให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทจะต้องเน้นระบบการบริหารสินค้าคงเหลือที่มีประสิทธิภาพ เพื่อลดค่าเสียโอกาสในการที่จะต้องเก็บสต็อกสินค้าในปริมาณมาก นอกจากนี้ยังต้องมีการจัดการด้านความปลอดภัยและการประกันภัย เพื่อลดความเสี่ยงจากการโจรกรรม หรือทุจริตด้วย

สำหรับสินค้าหลักของบริษัทมี 3 ประเภท คือ 1) เครื่องประดับ 2) เพชรกะรัต และ 3) เพชรที่ยังไม่ขึ้นตัวเรือน (เพชรร่วง) ตามปกติสินค้าเครื่องประดับของบริษัทจะมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่าสินค้าประเภทเพชรกะรัตและเพชรร่วง นอกจากนี้สินค้าเครื่องประดับบางรูปแบบจะมีอัตรากำไรขั้นต้นแตกต่างจากสินค้าเครื่องประดับรูปแบบอื่น ๆ โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน รายได้จาก เครื่องประดับ เพชรกะรัต และเพชรที่ยังไม่ขึ้นตัวเรือน (เพชรร่วง) มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทรายได้จากการจำหน่าย/ บริการ	2549		2550		2551		งวดหกเดือนแรกปี 2552	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. เครื่องประดับ								
1.1 เครื่องประดับเพชร	350.18	96.56	345.42	76.24	438.55	80.52	196.01	88.75
1.2 สร้อยคอทอง 18 เค	12.47	3.44	11.27	2.49	11.77	2.16	5.65	2.56
2. เพชรกะรัต		0.00	91.63	20.22	72.73	13.35	14.19	6.42
3. เพชรร่วง								
3.1 มีใบรับประกัน HRD หรือ GIA	0	0.00	0	0.00	14.85	2.73	0.48	0.22
3.2 ไม่มีใบรับประกัน	0	0.00	4.74	1.05	6.73	1.24	4.53	2.05
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	362.65	100.00	453.06	100.00	544.63	100.00	220.86	100.00

หมายเหตุ: ไม่รวมรายได้จากค่าบริการและรายได้อื่น ๆ

ที่มา: บมจ.ยูบิลลี่เอ็นเตอร์ไพรส์

ในช่วงปี 2549 รายได้จากการขายและการให้บริการของบริษัทลดลงจากปี 2548 ร้อยละ 2.19 เนื่องจากบริษัทได้ชะลอการจำหน่ายเพชรกะรัตทั้งหมดของบริษัท เพราะทางบริษัทต้องการจะเปลี่ยนใบรับประกันคุณภาพเพชรจากเดิมที่เป็นใบรับประกันที่ออกโดยบริษัทเอง เป็นใบรับประกันของสถาบันต่างประเทศ จากสถาบัน HRD หรือ จากสถาบัน GIA ซึ่งเป็นสถาบันต่างประเทศที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ทั้งหมดจึงทำให้ในปี 2549 บริษัทไม่มีรายได้จากการจำหน่ายเพชรกะรัต ในขณะที่ยอดขายเครื่องประดับเพิ่มขึ้นจาก 338.82 ล้านบาทเป็น 362.65 ล้านบาท

สำหรับปี 2550 รายได้จากการขายและการให้บริการของบริษัท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 26.07 เนื่องจาก บริษัทได้จำหน่ายเพชรกะรัตอีกครั้งหนึ่ง โดยนำเพชรกะรัตที่มีใบรับประกัน จากสถาบัน HRD หรือ จากสถาบัน GIA โดยมียอดขายเพชรกะรัต 91.63 ล้านบาท และในขณะที่ยอดขายเครื่องประดับลดลงเล็กน้อยจาก 362.65 ล้านบาท เหลือ 361.43 ล้านบาท

สำหรับในปี 2551 รายได้จากการขายและการให้บริการของบริษัทมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนเป็นร้อยละ 19.65 หรือประมาณ 89.97 ล้านบาท โดยรายได้จากการขายและการให้บริการที่เพิ่มขึ้น ประมาณร้อยละ 83 เกิดจากร้านค้าที่เปิดใหม่ที่สะพานเหล็ก และอีกร้อยละ 9 เกิดจากเคาน์เตอร์แบบเช่าที่เปิดเพิ่มในต่างจังหวัด 2 แห่ง และส่วนที่เหลือร้อยละ 8 เกิดจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการร่วมมือกับบริษัทกรุงไทยลิสซิ่ง จำกัด

สำหรับในงวดหกเดือนแรกปี 2552 รายได้จากการขายของ บริษัทลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยเท่ากับ 222.88 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 20.06 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน ยอดขายที่ลดลงนั้นเนื่องจากความไม่มั่นใจของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้มีการประหยัดค่าใช้จ่าย ส่งผลให้สินค้าของบริษัทซึ่งจัดอยู่ในประเภทสินค้าฟุ่มเฟือยได้รับผลกระทบ

สำหรับปี 2552 ถึงแม้ภาพรวมเศรษฐกิจมีแนวโน้มชะลอตัวเนื่องจากเกิดภาวะวิกฤตทางการเงิน ความไม่มั่นคงทางการเมืองภายในประเทศ เศรษฐกิจหดตัว ภาวะคนว่างงาน ซึ่งมีผลกระทบทางด้านจิตวิทยาสะท้อนถึงกำลังซื้อของผู้บริโภค แต่ผู้บริหารก็มีความเชื่อมั่นว่าอุตสาหกรรมอัญมณีในประเทศยังมีแนวโน้มที่ดี จากข้อมูลการสำรวจตลาดเครื่องประดับของบริษัท ผู้บริหารประมาณการว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 มีประมาณร้อยละ 10 ของมูลค่าตลาด

ในกลุ่มที่จัดจำหน่ายผ่านช่องทางเคาน์เตอร์ หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 2 ของมูลค่าตลาดค้าปลีกเครื่องประดับเพชรทั้งหมดในประเทศไทย ทำให้ยังมีโอกาสเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้อีก และการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าจากส่วนกลางไปสู่ต่างจังหวัด อาทิ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลได้ขยายไปยังจังหวัดขอนแก่น ชลบุรี และเมืองพัทยา หรือห้างเทสโก้ โลตัสที่ขยายไปทั่วทุกจังหวัดในประเทศไทย ซึ่งบริษัทได้เป็นพันธมิตรที่ค้ำกับทั้งสองห้างและเป็นตัวเลือกอันดับต้น ๆ ในการเสนอพื้นที่ขาย นอกจากนี้พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในต่างจังหวัดเริ่มมีรูปแบบการดำเนินชีวิตใกล้เคียงกรุงเทพฯ มากขึ้น และมีกำลังซื้อสูงขึ้น

โดยจากการที่อัตราส่วนรายได้จากการขายในเขตกรุงเทพมหานคร และ ต่างจังหวัดของบริษัทเปลี่ยนไปจากเดิมที่ในปี 2549 ยอดขายในกรุงเทพมหานครมีอัตราส่วนร้อยละ 65.06 และ ยอดขายในต่างจังหวัดมีอัตราส่วนร้อยละ 34.94 ของยอดขายได้จากการขาย ในขณะที่ ในงวดหกเดือนแรกปี 2552 รายได้จากการขายในเขตกรุงเทพมหานครมีอัตราส่วนร้อยละ 50.48 และ ต่างจังหวัดมีอัตราส่วนร้อยละ 49.52 ของยอดขายได้จากการขาย ซึ่งจะเห็นได้ว่าสัดส่วนระหว่างยอดขายในต่างจังหวัดและกรุงเทพมหานครเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากบริษัทได้เน้นการขยายธุรกิจไปในต่างจังหวัดในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งการขยายสาขาไปยังต่างจังหวัดทำให้บริษัทมีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นและเป็นการป้องกันความเสี่ยงจากการกระจุกตัวของลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอีกด้วย

ในปี 2549 บริษัทมีกำไรสุทธิเท่ากับ 16.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ร้อยละ 124.93 ซึ่งอัตราการเติบโตของกำไรสุทธิดังกล่าว เป็นผลจากการเริ่มปรับปรุงนโยบายการปรับโครงสร้างราคาขายปลีก และกำหนดส่วนลดการขายให้สัมพันธ์กับการจ่ายคอมมิชชั่นของพนักงานขาย ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น เป็นผลทำให้กำไรสุทธิเพิ่มสูงขึ้น

ในปี 2550 บริษัทมีกำไรสุทธิเท่ากับ 49.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 193.98 กำไรสุทธิของบริษัทที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นผลต่อเนื่องมาจากนโยบายในการปรับโครงสร้างราคาขายปลีกและกำหนดส่วนลดการขายให้สัมพันธ์กับการจ่ายคอมมิชชั่นของพนักงานขายในปี 2549 ประกอบกับยอดขายเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ทำให้กำไรสุทธิสูงขึ้น

สำหรับปี 2551 บริษัทมีกำไรสุทธิเท่ากับ 52.30 ล้านบาท เพิ่มจากในปี 2550 ร้อยละ 6.02 ในขณะที่ยอดขายและการให้บริการของบริษัทที่เพิ่มขึ้นจาก 457.79 ล้านบาทเป็น 547.76 ล้านบาทหรือร้อยละ 29.63 และอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 37.84 เป็นร้อยละ 38.12 จากการที่สัดส่วนจำหน่ายเครื่องประดับที่เพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 78.73 เป็นร้อยละ 82.78 ของยอดขายสินค้านำเข้าของบริษัท แต่อย่างไรก็ตามมูลค่าของกำไรสุทธิของบริษัท ที่เพิ่มขึ้นไม่มาก เมื่อเทียบกับยอดขายและอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทมีค่าใช้จ่ายการขายและบริหารเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมถึงมีผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน

สำหรับงวดหกเดือนแรก ปี 2552 บริษัทมีกำไรสุทธิเท่ากับ 19.63 ล้านบาท ในขณะที่ช่วงเดียวกันของปีก่อน บริษัทมีกำไรสุทธิเท่ากับ 27.16 ล้านบาท หรือคิดเป็นการลดลงร้อยละ 27.71 แม้ว่าอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 37.16 เป็นร้อยละ 40.91 จากการที่สัดส่วนจำหน่ายเครื่องประดับที่เพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 82.26 เป็นร้อยละ 91.31 แต่เนื่องจากยอดขายของบริษัทลดลงร้อยละ 20.06 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน การที่กำไรสุทธิลดลงในอัตราส่วนที่สูงกว่ายอดขายและให้บริการที่ลดลงเนื่องจากค่าใช้จ่ายการขายและบริหารของบริษัทส่วนหนึ่ง เช่น เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน จะไม่แปรผันตามยอดขาย ดังนั้นเมื่อยอดขายของบริษัทลดลง กำไรสุทธิของบริษัทจะลดลงในสัดส่วนที่สูงกว่ายอดขายและให้บริการ แต่ในทางกลับกันหากยอดขายและให้บริการของบริษัทเพิ่มขึ้น อัตราการเพิ่มของกำไรสุทธิก็จะสูงกว่าอัตราการเพิ่มของยอดขายและให้บริการ

ในส่วนของสินทรัพย์ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 จำนวน 320.26 ล้านบาท ส่วนสำคัญประกอบด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 55.03 ล้านบาท ลูกหนี้การค้าจำนวน 49.54 ล้านบาท และสินค้าคงเหลือจำนวน 196.82 ล้านบาท ในขณะที่หนี้สินรวมของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 มีมูลค่าเท่ากับ 206.53 ล้านบาท ส่วนใหญ่ประกอบด้วย เจ้าหนี้การค้า

และตัวเงินจ่ายจำนวน 94.20 ล้านบาท และเงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกันจำนวน 45.56 ล้านบาท และภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย 26.94 ล้านบาท และส่วนของผู้ถือหุ้นมีมูลค่าเท่ากับ 113.73 ล้านบาทประกอบด้วยทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 40.00 ล้านบาท และกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรร 73.73 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 บริษัทมีสินทรัพย์รวมจำนวน 391.95 ล้านบาท ประกอบด้วยรายการที่มีนัยสำคัญได้แก่ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 25.29 ล้านบาท ลูกหนี้การค้าจำนวน 44.99 ล้านบาท และสินค้าคงเหลือสุทธิจำนวน 290.99 ล้านบาท โดยที่สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้นมานั้น เนื่องจากบริษัทมีสาขาเพิ่มขึ้นจึง มีการเก็บสินค้าคงเหลือไว้มากขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการเตรียมการสำหรับการขยายสาขาในปี 2552 ของบริษัท

ในส่วนของหนี้สิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 มีหนี้สินรวมจำนวน 166.33 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยรายการที่มีนัยสำคัญคือเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 48.60 ล้านบาท เจ้าหนี้การค้าจำนวน 56.29 ล้านบาท เงินกู้ยืมจากระยะสั้นอื่น 15 ล้านบาท และภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย 7.52 ล้านบาท และตามมติที่ประชุมวิสามัญ ผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2551 เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2551 ได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 40.00 ล้านบาทเป็น 175.00 ล้านบาท และได้ไปจดทะเบียนเพิ่มทุนที่กระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2551 โดยได้เสนอขายหุ้นให้กับกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม 80 ล้านหุ้นเป็นมูลค่า 80.00 ล้านบาท และเสนอขายให้กับนักลงทุนแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 15 ล้านหุ้น มูลค่ารวม 51.00 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายในการเสนอขาย 1.40 ล้านบาท ซึ่งนำไปหักออกจากส่วนเกินมูลค่าหุ้น (โปรดอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมในปัจจัยความเสี่ยง ข้อ 15. ความเสี่ยงจากการขายหุ้นให้กับนักลงทุนแบบเฉพาะเจาะจง) ทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 ส่วนของผู้ถือหุ้นประกอบด้วยทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 135.00 ล้านบาท และส่วนเกินมูลค่าหุ้น 34.60 ล้านบาท และตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2551 เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2551 ได้มีมติให้จ่ายเงินปันผลจำนวน 70.00 ล้านบาท และจัดสรรเป็นกำไรสะสมสำรองตามกฎหมาย 3.73 ล้านบาท และได้จัดสรรกำไรสะสมสำรองตามกฎหมายเพิ่มอีกร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิปี 2551 รวมเป็นกำไรสะสมสำรองตามกฎหมายทั้งสิ้น 6.34 ล้านบาท ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 ส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 225.62 ล้านบาท

ในส่วนของสินทรัพย์ของบริษัท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 บริษัทมีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 366.98 ล้านบาท ส่วนสำคัญประกอบด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 56.33 ล้านบาท และลูกหนี้การค้าสุทธิจำนวน 24.09 ล้านบาท และสินค้าคงเหลือสุทธิจำนวน 245.49 ล้านบาท ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงที่มีสาระสำคัญคือ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 25.29 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 เป็น 55.63 ล้านบาทเนื่องจากบริษัทมีนโยบายที่จะลดปริมาณสินค้าคงเหลือที่เก็บไว้เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กับบริษัทโดยสินค้าคงเหลือลดลงจาก 290.99 ล้านบาท ณ วันสิ้นงวดก่อน เหลือ 245.49 ล้านบาท และในส่วนของผู้ถือหุ้นการค้าลดลงจากวันสิ้นงวดก่อนซึ่งเท่ากับ 44.99 ล้านบาท เหลือ 24.09 ล้านบาท เนื่องจากยอดขายของบริษัทลดลง

ในส่วนของหนี้สินรวมของบริษัท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 มีมูลค่าเท่ากับ 121.72 ล้านบาท ส่วนสำคัญประกอบด้วยเงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคาร 44.24 ล้าน เจ้าหนี้การค้าและตัวเงินจ่ายจำนวน 36.30 ล้านบาท และส่วนของผู้ถือหุ้นมีมูลค่าเท่ากับ 245.26 ล้านบาทประกอบด้วยทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 135.00 ล้านบาท ส่วนเกินมูลค่าหุ้น 34.60 ล้านบาท และกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรร 69.32 ล้านบาท ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงที่มีสาระสำคัญคือ เจ้าหนี้การค้าที่ลดลงจาก 56.29 ล้านบาท ณ วันสิ้นงวดก่อนเหลือ 36.30 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทลดการซื้อวัตถุดิบลง เพื่อให้เหมาะสมกับยอดขายที่ลดลงตามภาวะเศรษฐกิจ และเงินกู้ยืมระยะสั้นอื่น ลดลง 15.00 ล้านบาท จากการชำระหนี้ของบริษัท

โครงการในอนาคต

โครงการในอนาคตของบริษัท สามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า โดยบริษัทคาดว่าสามารถดำเนินการเพิ่มจำนวนสาขา จากเดิมที่มีอยู่ 68 สาขา เป็น 70 สาขาภายในสิ้นปี 2552 และ 75 สาขาภายในสิ้นปี 2553 ซึ่งคาดว่าจะต้องใช้เงินลงทุนในการตกแต่งสาขาและซื้อสินค้ามาเพื่อจำหน่ายรวมประมาณ 50 ล้านบาท
- 2) การเพิ่มความแข็งแกร่งให้ตราสินค้า โดยการเพิ่มสายของผลิตภัณฑ์เน้นลักษณะที่มีความแตกต่างและมีคุณภาพสูง อาทิ เน้นสินค้าที่มีมูลค่าสูงเกินกว่าสินค้าที่จำหน่ายในปัจจุบัน เช่น ใช้เพชรที่มีรูปทรงพิเศษ (Fancy Cut) หรือสีพิเศษ (Fancy Color) เป็นการสะท้อนความหรูหราและเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงเพื่อเป็นการขยายกลุ่มลูกค้าเดิมของบริษัท
- 3) การยกระดับตราสินค้าด้วยการสร้างตราสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองกับความต้องการหรือพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบันที่เปลี่ยนไป และเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าที่มีมาตรฐานในการซื้อสูง โดยตราสินค้าใหม่นี้จะอยู่ในช่องทางการจัดจำหน่ายที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 4) ปรับปรุงระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อให้สามารถจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และจัดเก็บข้อมูลให้เป็นระบบเรียลไทม์ (Real-time) โดยคาดว่าจะที่สำนักงานใหญ่แล้วเสร็จในไตรมาสที่ 4 ปี 2552 และทุกสาขาทั่วประเทศภายในปี 2553 ซึ่งคาดว่าจะต้องใช้เงินลงทุนประมาณ 15 ล้านบาท
- 5) ศึกษาหาโอกาสทางการตลาดและการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าใหม่ ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

ปัจจัยความเสี่ยง

การลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทที่เสนอขายในครั้งนี้มีความเสี่ยงที่สำคัญสรุปได้ดังต่อไปนี้ ขอให้นักลงทุน โปรดอ่านรายละเอียดและปัจจัยความเสี่ยงอื่น ๆ เพิ่มเติมในส่วนที่ 2 .1 ปัจจัยความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงจากสถานะทางเศรษฐกิจ

จากงบการเงินงวดหกเดือนแรกปี 2552 ยอดขายและให้บริการของบริษัท ลดลงร้อยละ 20.06 จากงวดเดียวกันของปีก่อน กำไรสุทธิลดลงร้อยละ 27.71 จากงวดเดียวกันของปีก่อน และระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 259 วันเป็น 367 วัน เนื่องจากในปี 2551 และ 2552 ประเทศต่าง ๆ ประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ วิกฤตการเงินในสหรัฐอเมริกาซึ่งส่งผลกระทบต่อเป็นวงกว้างและต่อเนื่องไปทั่วโลก เป็นต้น สำหรับประเทศไทยที่พึ่งพาการส่งออกในระดับสูง ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกต่อจีดีพีของไทยมีมูลค่าประมาณร้อยละ 60 โดยเฉพาะการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกามีสัดส่วนประมาณร้อยละ 25 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดในช่วงปี 2549 – 2551 ดังนั้นการชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐมีผลทำให้ผู้ผลิตและส่งออกหลายรายต้องปิดกิจการลง จำนวนคนว่างงานเพิ่มขึ้นทำให้รายได้ต่อครัวเรือนลดลง ทำให้กำลังซื้อในประเทศลดลงตามไปด้วย นอกจากนี้ ในประเทศไทยได้มีปัญหาค่าความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศ ส่งผลให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นในความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยทำให้ประชาชนลดการใช้จ่าย ส่งผลต่อการลดลงของอุปสงค์ในประเทศ ทำให้ความต้องการเครื่องประดับซึ่งเป็นสินค้าหลักของบริษัทลดลงเช่นกัน

อย่างไรก็ดี ทางผู้บริหารของบริษัทได้มีนโยบายที่จะลดผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นการบริหาร

สินค้าคงเหลือ บริษัทนำเสนอสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดมาช่วย พร้อมทั้งทำการวิจัยทางการตลาดเพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า และจัดงานเสนอขายเพื่อกระตุ้นความสนใจของลูกค้า ในด้านของต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง บริษัทได้เจรจาต่อรองราคากับผู้ขายวัตถุดิบของบริษัท รวมถึงควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารให้เหมาะสมด้วย

2. ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจที่สินค้ามีราคาแพงและเคลื่อนย้ายได้ง่าย

เนื่องจากสินค้าของบริษัทเป็นเพชรและเครื่องประดับ ที่มีราคาสูงเคลื่อนย้ายได้ง่าย ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงเกี่ยวกับการที่สินค้าของบริษัทอาจสูญหายจากบุคคลภายนอก และภายในบริษัท นอกจากนี้บริษัทยังมีการย้ายสินค้าจากสาขาหนึ่ง ไปยังอีกสาขาหนึ่ง ทำให้อาจเกิดการสูญหายระหว่างทางได้

สำหรับความเสี่ยงจากการสูญหายจากบุคคลภายนอก เช่นการ โจรกรรม หรือ สำหรับความเสี่ยงจากการสูญหายจากการทุจริตบุคคลภายในของบริษัท เช่น การนำสินค้าไปขายแล้วไม่บันทึกบัญชี แล้วจึงนำสินค้าแบบเดิมมาเก็บไว้ หรือการโจรกรรมจากบุคคลภายในของบริษัทเอง หรือ บุคคลภายในสับเปลี่ยนเพชรเพื่อนำสินค้าเทียมมาจำหน่าย เป็นต้น บริษัทมีนโยบาย และระเบียบวิธีการปฏิบัติงานที่เน้นวัตถุประสงค์ในการ “ป้องกัน” ที่รัดกุมในทุกขั้นตอน และทุกพื้นที่ เช่น บริษัทมีนโยบายให้ทำการเก็บสินค้าไว้ในตู้นิรภัยทุกครั้งหลังเวลาเลิกงานทุกครั้ง โดยสินค้าคงเหลือทุกประเภทจะมีการบันทึกรายการเข้า-ออกทุกครั้ง และจะต้องการคำนวณความครบถ้วนและถูกต้องของรายการดังกล่าวทั้งหมด ณ สิ้นวันเช่นกัน นอกจากนี้บริษัทมีการเก็บวัตถุดิบไว้ในห้องมั่นคงภายในสำนักงานใหญ่ที่มีการบันทึกภาพโดยกล้องโทรทัศน์วงจรปิดตลอด 24 ชั่วโมง ควบคู่กับมีระบบตรวจจับความร้อน

สำหรับควบคุมภายในเพื่อตรวจสอบ บริษัทมีการสุ่มตรวจสอบสินค้าที่สาขาโดยฝ่ายบัญชีและผู้จัดการเขตตรวจสอบสต็อกสินค้าอย่างน้อยเดือนละ 2 ครั้ง และมีการสุ่มตรวจสอบสินค้าที่ห้องมั่นคงสำนักงานใหญ่ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง นอกจากนี้บริษัทมีนโยบายการโอนสินค้าระหว่างสาขาอยู่ตลอดเวลา ผ่านสำนักงานใหญ่โดยไม่มีมีการบอกกล่าวล่วงหน้าว่าจะโอนสินค้าขึ้นใด เมื่อไหร่ ไปสาขาใด ดังนั้นความเสี่ยงจากการนำสินค้าไปขายแล้วไม่บันทึกบัญชี แล้วจึงนำสินค้าแบบเดิมมาเก็บไว้ หรือการโจรกรรมจากบุคคลภายในของบริษัทเอง หรือ บุคคลภายในสับเปลี่ยนเพชรเพื่อนำสินค้าเทียมมาจำหน่าย โดยไม่สามารถตรวจพบได้มีโอกาสน้อย

นอกจากนี้ยังมีการชดเชยความเสียหาย โดยการรับประกันภัยสำหรับความเสียหายจากอัคคีภัยและการโจรกรรม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 อัตราส่วนระหว่างทุนประกันต่อสินค้าคงเหลือสุทธิคิดเป็นร้อยละ 89 ซึ่งทางบริษัทเห็นว่าเป็นระดับที่มีความเหมาะสมต่อมูลค่าสินค้าคงเหลือแล้ว

สำหรับความเสี่ยงจากการเคลื่อนย้ายนั้น ทุกการเคลื่อนย้ายสินค้าของบริษัท ไม่ว่าจะเป็นการย้ายสินค้าจากสาขาหนึ่ง ไปยังอีกสาขาหนึ่ง หรือการจัดส่งสินค้าจากสำนักงานใหญ่ไปยังแต่ละสาขาของบริษัทนั้น จะต้องได้รับการอนุมัติจากผู้จัดการแผนกธุรการขายขึ้นไปทุกรายการเท่านั้น โดยการย้ายสินค้านั้นจะกระทำโดยตรงไม่ได้ ทุกสินค้าจะต้องถูกจัดส่งมาที่สำนักงานใหญ่ก่อนเท่านั้น และฝ่ายธุรการขายจะเป็นผู้บริหารจัดการ และควบคุมการจัดส่งทั้งหมดออกไปยังสาขาปลายทาง และสำหรับทุกการเคลื่อนย้ายสินค้าออกจากส่วนกลางนั้น รายการทั้งหมดจะต้องทำการบันทึกรายการดังกล่าวทั้งหมด พร้อมทั้งการเซ็นรับรองการออกของจากบริษัทที่แผนกคลังสินค้าเท่านั้น นอกจากนี้ สำหรับทุก ๆ การจัดส่ง บริษัทได้ทำประกันการจัดส่งไว้ โดยในการส่งแต่ละครั้ง บริษัทได้จำกัดความเสี่ยงโดยด้วยการกำหนดให้มูลค่าสินค้าจัดส่งในแต่ละครั้งไม่เกิน 100,000 บาทต่อ

ครั้ง และมูลค่าดังกล่าวก็เป็นมูลค่าที่อยู่ภายใต้การทำประกันทั้งหมด 100% ดังนั้นหากมีการการสูญหายเกิดขึ้น บริษัทจะไม่ได้ผลกระทบอย่างเป็นทางการเป็นสิ่งสำคัญต่อผลประกอบการของบริษัท

บริษัทมีนโยบาย และระเบียบวิธีการปฏิบัติงานในการควบคุมการเข้า-ออกห้องมั่นคงในสาระสำคัญดังต่อไปนี้

- การเข้าสู่พื้นที่ของห้องคลังสินค้า – ต้องใช้กุญแจ และบัตรแถบแม่เหล็กเข้าสู่พื้นที่เท่านั้น ซึ่งกุญแจ และบัตรดังกล่าวจะถูกถือโดยผู้จัดการแผนกคลังเท่านั้น ซึ่งพนักงานอื่น และกรรมการบริษัทไม่สามารถที่จะเข้าสู่พื้นที่ดังกล่าวได้อย่างอิสระ
- การเข้าสู่พื้นที่ของห้องมั่นคง (อยู่ในพื้นที่ห้องคลังสินค้า) – ต้องใช้กุญแจ 2 ดอกไขพร้อมกัน ร่วมกับรหัสปลดเปิดห้องมั่นคง โดยกุญแจทั้งหมด และรหัสดังกล่าวนั้นถูกถือโดยผู้บริหารต่างแผนก และไม่มีมีความเกี่ยวข้องกันอย่างละ 1 ท่าน รวมทั้งหมด 3 ท่าน ซึ่งไม่ใช่ทั้งกรรมการ และผู้ถือหุ้นใหญ่แต่อย่างใด และวิธีการดังกล่าวเป็นวิธีการควบคุมภายใน Check and Balance ของบริษัทในการควบคุมการเข้าสู่ห้องมั่นคง

ดังนั้น การเข้าห้องมั่นคงดังกล่าวจะเข้าโดยบุคคลคนๆเดียวไม่ได้ ต้องใช้บุคคลอย่างน้อย 3 คนที่เป็นผู้บริหารที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกันทั้งหมดพร้อมกัน ซึ่งพนักงานอื่น และกรรมการบริษัทไม่สามารถที่จะเข้าสู่พื้นที่ดังกล่าวได้อย่างอิสระ ทั้งนี้รหัสผ่านดังกล่าวจะถูกเปลี่ยนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง นอกจากนี้ ภายในห้องมั่นคง บริษัทได้ติดตั้งกล้องวงจรปิดซึ่งเปิดตลอด 24 ชั่วโมง

นอกจากที่กล่าวมาแล้วนั้นทางบริษัทยังมีระบบการควบคุมภายในอื่น ๆ ที่ช่วยในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวได้ (ตามที่จะอธิบายไว้ในข้อ 3.) และนอกจากนี้ ทางคณะกรรมการตรวจสอบได้กำหนดให้ฝ่ายตรวจสอบภายในทำการตรวจสอบโดยการติดตามรายการ (Walk-through) ว่าพนักงานและผู้บริหารของบริษัทมีการปฏิบัติตามระเบียบที่บริษัทวางไว้หรือไม่ โดยให้ตรวจสอบเป็นประจำทุกไตรมาสและเสนอรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ

3. ความเสี่ยงจากการที่ปริมาณและคุณภาพของสินค้าตรวจสอบได้ยาก

มูลค่าของเพรชนั้นจะขึ้นอยู่กับ คุณลักษณะของเพรช 4 ประการ (4C) คือ สี ความบริสุทธิ์ คุณภาพการเจียรใน และขนาด ซึ่งคุณลักษณะของเพรชแต่ละเม็ดอาจแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย แต่มีมูลค่าแตกต่างกัน อันเป็นการยากในการที่จะตรวจสอบมูลค่าที่แท้จริงของสินค้าคงเหลือของบริษัท ซึ่งอาจจะทำให้มีความเสี่ยงที่จะเกิดการสับเปลี่ยนระหว่างเพรชที่ระบุไว้ในจลาคสินค้ากับเพรชที่มีคุณภาพต่ำกว่า ซึ่งหากขาดการมีระบบการควบคุมภายในที่ดี อาจส่งผลต่อมูลค่าสินค้าคงเหลือและต้นทุนขายรวมถึงผลประกอบการของบริษัทที่แสดงไว้ในงบการเงินก็อาจจะคลาดเคลื่อนด้วย

อย่างไรก็ดี สำหรับความเสี่ยงจากการสับเปลี่ยนเพรช และมูลค่าที่แท้จริงดังกล่าว บริษัทได้มีการกำหนดนโยบาย และระเบียบวิธีการปฏิบัติงาน เพื่อทำการควบคุมรายละเอียดของสินค้า และคุณภาพรายชิ้น โดยมีรายละเอียดที่เป็นสาระสำคัญดังนี้

1. สินค้าที่มีการจัดซื้อทั้งหมดนั้น บริษัทได้ทำการกำหนดรหัสวัตถุับไว้ล่วงหน้า โดยแต่ละรหัสจะแบ่งคุณลักษณะของวัตถุับโดยละเอียด โดยใช้สำหรับเพรชทุกประเภท ทั้งที่มีใบรับประกัน และไม่มีใบรับประกัน
2. สำหรับขั้นตอนการบันทึกวัตถุับ จะมีตรวจสอบเพรชทุกเม็ดที่สั่งซื้อโดยผู้เชี่ยวชาญของบริษัทก่อนที่จะรับสินค้าจากผู้ขาย และหลังจากที่มีการรับวัตถุับจากผู้ขายตามใบคำสั่งซื้อและผ่านระบบการตรวจสอบคุณภาพเพรชแล้ว จะมีแยก

ประเภทวัตถุดิบตามคุณลักษณะโดยละเอียดตามรหัสวัตถุดิบที่กำหนดไว้แล้ว และจัดเก็บใบสรุปผลการตรวจสอบวัตถุดิบไว้ที่แผนกตรวจสอบคุณภาพ

3. หลังจากมีการแยกประเภทตามรหัสวัตถุดิบแล้ว วัตถุดิบแต่ละประเภทจะถูกจัดเก็บในห้องมั่นคงทั้งหมด ซึ่งจะมีการจัดเก็บไว้แยกตามประเภทสินค้า และรหัสวัตถุดิบที่กำหนดไว้
4. สำหรับกระบวนการผลิตสินค้าสำเร็จรูปจะมีการกำหนด รหัสการผลิตของสินค้าแต่ละชิ้นไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ของบริษัท ซึ่งมีข้อมูลระบุถึงวัตถุดิบที่ต้องใช้แยกตามรหัสวัตถุดิบโดยละเอียด
5. ขั้นตอนการเบิกจ่ายวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต ฝ่ายผลิตมีการจัดทำเอกสารการเบิกวัตถุดิบตามรหัส และรายละเอียดการผลิตที่กำหนดไว้ ซึ่งสรุปจากจำนวนเครื่องประดับที่จะผลิต โดยระบุรหัสวัตถุดิบและปริมาณที่ต้องการในการผลิตในแต่ละครั้ง
6. การรับสินค้าสำเร็จรูปจากผู้รับจ้างผลิต หลังจากที่โรงงานที่รับจ้างการผลิตจัดส่งสินค้าสำเร็จรูปและผ่านการตรวจสอบคุณภาพซึ่งจะรวมถึงคุณลักษณะของเพชรที่เป็นวัตถุดิบว่าตรงกับแบบที่กำหนดไว้หรือไม่ เรียบร้อยแล้ว แผนกผลิตจะทำการกำหนดรหัสสินค้าสำเร็จรูป และมีการพิมพ์ใบรับประกันจากระบบซึ่งจะระบุรายละเอียดของสินค้าว่าประกอบด้วยคุณภาพของเพชรอย่างไร จำนวน และน้ำหนักของเพชรเท่าใด รวมถึงมีรูปภาพของสินค้านั้นๆ ivo อย่างชัดเจนพร้อมกับสินค้าแต่ละชิ้น และนำทั้งสินค้า และใบรับประกันดังกล่าวทั้งหมด ไปเก็บไว้ในห้องมั่นคง เพื่อรอการเบิกจ่ายไปยังสาขาที่ต้องการต่อไป
7. เครื่องประดับที่พร้อมจัดจำหน่ายนั้นจะมีการติดสลากระบุรหัสสินค้าและมีใบรับประกันที่มีรูปสินค้าดังกล่าวประกอบอยู่ ดังนั้นเมื่อมีการตรวจสอบจะสามารถทราบได้ทันทีว่าสินค้าดังกล่าวมีรายละเอียด และลักษณะอย่างไร
8. สำหรับการตรวจสอบนั้น บริษัทได้กำหนดให้ฝ่ายบัญชีการเงิน เป็นผู้ตรวจนับสินค้าคงเหลือ ทั้งในส่วนของวัตถุดิบ และเครื่องประดับของแผนกคลังสินค้า และแผนกผลิต เป็นประจำอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง
9. สำหรับขั้นตอนการรับเปลี่ยนสินค้าจากลูกค้า นั้น หลังจากพนักงานขายรับสินค้าจากลูกค้าจัดส่งสินค้าขึ้นดังกล่าวมายังสำนักงานใหญ่ เพื่อให้แผนกผลิตตรวจสอบคุณสมบัติของเพชร ก่อนที่จะนำไปใช้ในการผลิตใหม่

ทั้งนี้การปฏิบัติงานที่สำคัญตามที่กล่าวไว้ 9 ข้อ ข้างต้น ใช้ควบคุมดูแลทั้งเพชรที่ไม่มีใบรับประกันจากสถาบันในต่างประเทศ และเพชรที่มีใบรับประกันจากสถาบันในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเพชรรวंग หรือเพชรกระรัต หรือเพชรที่ประกอบอยู่ในเครื่องประดับแล้ว (โปรดดูประเภทของผลิตภัณฑ์โดยละเอียดใน ส่วนที่ 2 ข้อ 3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์) แต่เฉพาะในส่วนของเพชรที่มีใบรับประกันคุณภาพจากสถาบันในต่างประเทศนั้น มีลักษณะที่ช่วยให้ง่ายต่อการตรวจสอบ กล่าวคือ เพชรที่มีใบรับประกันจากสถาบัน HRD นั้น เพชรทุกเม็ดจะได้รับการบรรจุอยู่ในกล่องปิดผนึกทั้งหมดมาจากต่างประเทศโดยตรง และในส่วนของเพชรที่มีใบรับประกันจากสถาบัน GIA นั้น เพชรทุกเม็ดจะได้รับการทำสัญลักษณ์รหัสใบรับประกันไว้ที่ขอบเพชรด้วยแสงเลเซอร์ทั้งหมด เพื่อป้องกันการสับเปลี่ยน และสามารถระบุถึงเพชรเม็ดนั้น ๆ ได้อย่างแม่นยำและชัดเจน ทำให้ตรวจสอบคุณลักษณะของเพชรได้ง่าย

นอกจากนี้ระบบการควบคุมภายในและระบบการติดตามดูแลให้พนักงานและผู้บริหารปฏิบัติตามระบบที่วางไว้ ที่อธิบายไว้ในข้อ 2. ก็มีส่วนช่วยในการเพิ่มประสิทธิผลของระบบควบคุมภายใน ดังนั้นจากนโยบาย และระเบียบวิธีการปฏิบัติงานของบริษัททั้งหมดที่กล่าวมา บริษัทมีความเชื่อมั่นว่ามูลค่าและคุณภาพของสินค้าที่แสดงไว้ในงบการเงินมีความถูกต้องเหมาะสมตามที่ควร

4. ความเสี่ยงจากการกำหนดราคาสินค้าและการให้ส่วนลด

การขายสินค้าของบริษัทส่วนใหญ่ เป็นลักษณะค้าปลีกให้กับผู้ซื้อรายย่อยทั่วไป ทั้งนี้ราคาของเพชรและเครื่องประดับเพชรจะขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของเพชรที่ต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์ในการระบุคุณลักษณะ และที่สำคัญคือราคานั้นขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ซื้อ ดังนั้นราคาขายและส่วนลดที่ให้ลูกค้าแต่ละรายจะไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และราคาจำหน่ายของเครื่องประดับรูปแบบคล้ายคลึงกันจะแตกต่างกันและไม่สามารถเปรียบเทียบกันได้ และยากที่จะตรวจสอบได้ว่าจะมีการบันทึกรายได้ได้ถูกต้องครบถ้วน ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายสินค้าแต่ละชิ้นมีความผันผวนมาก อันส่งผลต่อความสม่ำเสมอในการรับรู้รายได้และกำไร

อย่างไรก็ดีบริษัทให้ความสำคัญต่อนโยบายในการกำหนดราคาขายสินค้าและการให้ส่วนลดโดยบริษัทมีนโยบายในการกำหนดราคาขายสินค้าและส่วนลดที่ชัดเจนตามประเภทของสินค้า ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขาของบริษัท ทั้งนี้พนักงานขายของบริษัทไม่มีอำนาจในการกำหนดราคาขายและให้ส่วนลดโดยอิสระ

โดยในส่วนของกำหนดราคาขายได้มีนโยบายการกำหนดราคาโดยแบ่งประเภทของสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามต้นทุนแต่ละแบบของสินค้า รูปแบบของสินค้า ตลอดจนประเภทและราคาวัตถุดิบ และจึงกำหนดราคาจำหน่ายของสินค้าแต่ละประเภทให้เป็นมาตรฐานเดียวกันตามความเหมาะสม นโยบายการกำหนดราคานี้อนุมัติโดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านปฏิบัติการ (Chief Operating Officer หรือ “COO”) ของบริษัท เป็นบุคคลสุดท้าย ซึ่งหากการกำหนดราคาไม่เหมาะสมจะส่งผลกระทบต่อยอดขายเมื่อกำหนดราคาขายสูงเกินไป หรือส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรขั้นต้นหากกำหนดราคาขายต่ำเกินไป ซึ่งจะใช้ประกอบการประเมินผลงานของ COO โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และคณะกรรมการบริษัท สำหรับนโยบายส่วนลดของบริษัทนั้น กำหนดให้ส่วนลดแปรผกผันกับค่าคอมมิชชั่นที่พนักงานขายได้รับกล่าวคือหากส่วนลดมากผลตอบแทนที่พนักงานขายได้รับจะลดลง นอกจากนี้ส่วนลดมีลักษณะเป็นขั้นบันได มีการกำหนดอัตรากำไรสูงสุดที่พนักงานและผู้บริหารแต่ละชั้นจะให้ได้ สำหรับอัตรากำไรสูงสุดขั้นสูงสุดนั้นจะได้รับจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ซึ่งนโยบายดังกล่าวนี้ได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริหาร ซึ่งส่วนลดสูงสุดนั้นจะไม่ทำให้ราคาขายของสินค้าต่ำกว่าราคาทุน (โปรดอ่านความเสี่ยงในประเด็นการให้ส่วนลดเพิ่มเติมในข้อ 6.) ทั้งนี้บริษัทไม่มีกรให้ค่าตอบแทนในรูปแบบค่าคอมมิชชั่นให้กับผู้บริหารหรือพนักงานฝ่ายอื่น ๆ นอกจากพนักงานขาย

สำหรับความเสี่ยงในเรื่องความถูกต้อง และครบถ้วนในการรับรู้รายได้ของบริษัท จากการให้ส่วนลด เช่น พนักงานขายอาจทำการขายโดยไม่ให้ส่วนลด แต่ได้แจ้งจำนวนเงินต่อบริษัทว่าเป็นจำนวนเงินสุทธิจากการให้ส่วนลดตามนโยบาย โดยพนักงานทำการเก็บเงินส่วนต่างดังกล่าวไว้ ทำให้บริษัทอาจเกิดความเสี่ยงจากการรับรู้รายได้ที่ไม่ครบจากส่วนลดตามนโยบายดังกล่าวได้

อย่างไรก็ดี ทางบริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวเป็นอย่างดี และได้ทำการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว ด้วยการกำหนดให้มีการออกใบกำกับภาษี และใบเสร็จรับเงินพร้อมใบรับประกันสินค้าที่ระบุถึงราคาในการซื้อของลูกค้าทุกครั้ง นอกจากนี้ ในระบบฐานสมาชิกลูกค้าของบริษัท จะมีการบันทึกมูลค่าในการซื้อของลูกค้าในแต่ละครั้ง เพื่อสะสมเป็นคะแนนรางวัลจากการซื้อของลูกค้าในแต่ละครั้ง และมีการแจ้งข้อมูลดังกล่าวต่อลูกค้าทุกครั้งเช่นกัน ดังนั้น ด้วยระบบการควบคุมภายในดังกล่าว โดยเป็นการควบคุมความถูกต้องของมูลค่าจากลูกค้าโดยตรง ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์การตรวจสอบจากบุคคลภายนอก จึงทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในกรณีดังกล่าวในระดับต่ำ

5. ความเสี่ยงจากความล้าสมัยสินค้าคงเหลือในกลุ่มเครื่องประดับเพชร

สินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดของบริษัทคือสินค้าคงเหลือ ซึ่ง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 245.49 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 66.90 ของมูลค่าสินทรัพย์รวม และร้อยละ 100.09 ของส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท เนื่องจากสินค้าเครื่องประดับเพชร ผู้บริโภคยังยึดติดกับคุณค่าของเพชรและรูปแบบของสินค้าควบคู่กันไป รูปแบบของสินค้าที่ค่อนข้างแฟชั่นหรือทันสมัยมากเกินไปอาจเป็นปัญหาเมื่อเสื่อมความนิยม ทำให้ต้องลดราคาการจำหน่ายมากกว่าปกติซึ่งทำให้ความสามารถในการทำกำไรลดลง

อย่างไรก็ดีจากการที่ผู้บริหารของบริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องประดับเพชรมาเป็นระยะเวลานานกว่า 30 ปี ทำให้เข้าใจถึงภาวะอุตสาหกรรมเครื่องประดับเพชรเป็นอย่างดี ผู้บริหารจึงให้ความสำคัญในการพัฒนารูปแบบของเครื่องประดับและความต้องการของผู้บริโภค โดยมีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลการขายที่ผ่านมาของบริษัท ทำการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า ในขณะเดียวกันบริษัทยังมีการเก็บรวบรวมข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจแฟชั่นต่าง ๆ รวมถึงมีการจัดตั้งฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และการว่าจ้างผู้ออกแบบประสบการณ์สูง (Designer) มาเป็นพนักงานประจำของบริษัท เพื่อให้สามารถออกแบบสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด โดยรูปแบบสินค้าของบริษัทจะเป็นรูปแบบที่เน้นความเรียบง่ายคลาสสิก เน้นที่คุณภาพเพชรเป็นหลัก จึงไม่ประสบปัญหาการล้าสมัยของรูปแบบสินค้าเครื่องประดับเพชร นอกจากนี้บริษัทยังสามารถนำสินค้าเครื่องประดับที่มีอยู่แปรสภาพกลับไปเป็นวัตถุดิบของบริษัทในการผลิตสินค้าใหม่ได้ ซึ่งจะเสียค่าใช้จ่ายประมาณร้อยละ 3 – 5 ของต้นทุนสินค้า ซึ่งมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

ในขณะเดียวกันบริษัทได้มีการบริหารสินค้าคงเหลือเครื่องประดับอย่างมีประสิทธิภาพโดยบริษัทได้วางนโยบายป้องกันความเสี่ยง โดยระบุข้อมูลรหัสสินค้า รหัสคอลเล็กชั่น เดือน ปี ที่ผลิต และปีของการออกแบบในแต่ละสินค้าลงบนฐานข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์และลงบนป้ายราคาเพื่อประเมินหรือตรวจสอบว่าสินค้าแบบใดอยู่ในความต้องการของผู้บริโภคหรือสินค้าแบบใดคงค้างในแต่ละสาขาเป็นอย่างไร หากสินค้าแบบใดอยู่ในความต้องการสูงจะทำการวางแผนการผลิต หากสินค้าแบบใดอยู่ในความต้องการต่ำหรือสินค้าชิ้นใดคงค้างในสาขาเกินเวลาอันควรจะดำเนินการโอนสินค้าจากสาขาหนึ่งไปอีกสาขาหนึ่ง หรือจากจังหวัดหนึ่งไปอีกจังหวัดหนึ่ง หรือจากภาคหนึ่งไปอีกภาคหนึ่ง อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายจัดการสินค้าคงเหลือโดยนำกลับมาผลิตใหม่ และกำหนดให้พนักงานขายทุกสาขาประเมินความต้องการของผู้บริโภคและรายงานสินค้าคงเหลือแต่ละรูปแบบส่งกลับบริษัททุกเดือน เพื่อให้ผู้บริหารมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการที่จะผลิตสินค้าแต่ละรูปแบบให้ตรงความต้องการของตลาดมากที่สุด เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว

นอกจากนี้ในกรณีที่มีเครื่องประดับที่ไม่สามารถจำหน่ายได้ บริษัทมีนโยบายที่จะนำเครื่องประดับเหล่านั้นไปเปลี่ยนแปลงรูปแบบใหม่ ซึ่งจะเสียค่าใช้จ่ายประมาณร้อยละ 3 ถึงร้อยละ 5 ของต้นทุนสินค้า โดยจะไม่มีค่าต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้น

6. ความเสี่ยงจากการที่บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่เกินร้อยละ 50

ณ วันที่ 15 สิงหาคม 2551 กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทคือกลุ่มพรประภคต ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และถือหุ้นในบริษัทรวมกันคิดเป็นร้อยละ 75.55 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของบริษัท โดยภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 35,000,000 หุ้น และการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญตามใบสำคัญแสดงสิทธิของกรรมการและพนักงานจำนวน 5,000,000 แล้ว จะทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ลดลงเหลือร้อยละ 58.28 ซึ่งก็ยังสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ทั้งหมด สำหรับมติที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นในเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัท กำหนดให้ต้องได้รับ

คะแนนเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจจะไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

นอกจากนี้คณะกรรมการบริหารซึ่งมีอำนาจกำหนดนโยบายในเรื่องที่มีสาระสำคัญ เช่น การบรรจุ การแต่งตั้งประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการปฏิบัติการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการเงิน การจัดซื้อ การจัดจ้าง ในวงเงินไม่เกิน 100 ล้านบาท เป็นต้น โดยในคณะกรรมการบริหาร มีกรรมการบริหาร 3 คน จากทั้งหมด 4 คนเป็นบุคคลในกลุ่มนายวิโรจน์ พรประภคต นอกจากนี้การที่กำหนดให้นายวิโรจน์ พรประภคต ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็นผู้ที่มีอำนาจอนุมัติส่วนลดสูงสุดในการกำหนดราคาจำหน่ายของสินค้า และนางสาวอัญรินทร์ พรประภคตดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการเงิน และรักษาการตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และรักษาการตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและกลุ่มผลิตภัณฑ์ ซึ่งหากธุรกิจของบริษัทมีการเติบโตมากขึ้น อาจทำให้การดูแลและบริหารงานฝ่ายต่าง ๆ ไม่ทั่วถึง อาจจะทำให้เห็นได้ว่าการถ่วงดุลอำนาจในการบริหารงานของบริษัทได้

แต่ทั้งนี้ จากหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท บริษัทได้ตระหนักและให้ความสำคัญถึงสิทธิของผู้ถือหุ้น ซึ่งจากผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัททั้งหมด 12 ราย เป็นบุคคลภายนอก 8 ราย และนอกจากนี้ จากคณะกรรมการบริษัท 9 ราย เป็นกรรมการอิสระถึง 5 ราย ซึ่งเกินกว่าหนึ่งในสามของกรรมการทั้งหมด และแสดงให้เห็นถึงการถ่วงดุลอำนาจระหว่างกรรมการสำหรับคณะกรรมการบริหารนั้น ได้มีการคัดเลือกโดยคณะกรรมการของบริษัทและกำหนดวาระการดำรงตำแหน่งเพียง 1 ปี และจะคัดเลือกจากบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจ ทั้งนี้คณะกรรมการบริษัทสามารถควบคุมให้คณะกรรมการบริหารดำเนินธุรกิจตามนโยบายของคณะกรรมการบริษัทได้

7. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารและบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถ

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทในนาม “ยูบิลลี่ เอ็นเตอร์ไพรส์” กว่า 16 ปี เป็นการบริหารงานของผู้ถือหุ้นและผู้บริหารหลัก คือ นายวิโรจน์ พรประภคต ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ด้วยความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์เกี่ยวกับเพชรและเครื่องประดับเพชร ทั้งในด้านการจัดหาวัตถุดิบ การขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการขยายตลาด เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทมีผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงถือได้ว่าบริษัทมีความเสี่ยงการพึ่งพิงผู้บริหารหลักในการบริหารงานและการจัดการ

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ใช้แนวทางการบริหารงานอย่างมืออาชีพ มีการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงานให้แก่ผู้บริหารท่านอื่น และพนักงานแต่ละฝ่ายงานอย่างชัดเจน มีระบบการจัดเก็บข้อมูลและฐานข้อมูลที่ดี ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องระหว่างผู้บริหารและพนักงานบริษัทอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการอบรม ให้ความรู้ และมีการลงทุนด้านการพัฒนาบุคลากรของบริษัท ให้มีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานของบริษัทเป็นอย่างดี และสามารถลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักของบริษัทได้

8. ความเสี่ยงจากการขยายการลงทุน

บริษัทมีโครงการในอนาคตที่จะเพิ่มจำนวนสาขาสำหรับจำหน่ายสินค้าแก่ลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และในต่างจังหวัด เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครบทุกกลุ่ม ซึ่งบริษัทจะต้องมีการลงทุนสำหรับการตกแต่งร้านค้า พร้อมทั้งมีเงินทุนหมุนเวียนสำหรับสินค้าในสาขาที่จะเปิดใหม่ อย่างไรก็ตาม บริษัท

อาจมีความเสี่ยงจากการลงทุน หากการลงทุนที่กล่าวมาไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่บริษัทได้กำหนดไว้ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย หรืออัตราดอกเบี้ยและภาวะเงินเฟ้อ หรือพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละจังหวัด แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทได้วางแผนการลงทุน โดยได้มีหน่วยงานพัฒนาธุรกิจทำการศึกษวิเคราะห์ภาวะตลาดและความเหมาะสมในการลงทุนอย่างรอบคอบในการขยายสาขาเพื่อนำเสนอต่อกรรมการบริหารพิจารณาความเป็นไปได้ในการลงทุน รวมทั้งพยายามเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวนมาก เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล โรบินสัน เดอะมอลล์ เทสโก้โลตัส และบิ๊กซี เพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุนดังกล่าว

9. ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ซึ่งการเสนอราคาและชำระเงินจะใช้เงินตราสกุลเหรียญสหรัฐเป็นหลัก ในขณะที่สินค้าทั้งหมดจะจำหน่ายภายในประเทศ โดยบริษัทมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นประมาณร้อยละ 95 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบรวมทั้งหมดของบริษัท รวมถึงราคาวัตถุดิบเพชรที่ซื้อจากผู้ขายที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย จะมีการตกลงราคาเป็นเงินเหรียญสหรัฐฯ ตามธรรมเนียมซื้อขายเพชรปกติ ซึ่งหากราคาเงินเหรียญสหรัฐอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับเงินบาทก็จะทำให้ต้นทุนของบริษัทต่ำลง แต่ในขณะเดียวกัน หากราคาเงินเหรียญสหรัฐแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับเงินบาทก็จะทำให้ต้นทุนของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งในปี 2551 และ ในงวดหกเดือนแรกปี 2552 บริษัทมีผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเท่ากับ 5.68 ล้านบาท และ 0.25 ล้านบาท ตามลำดับ

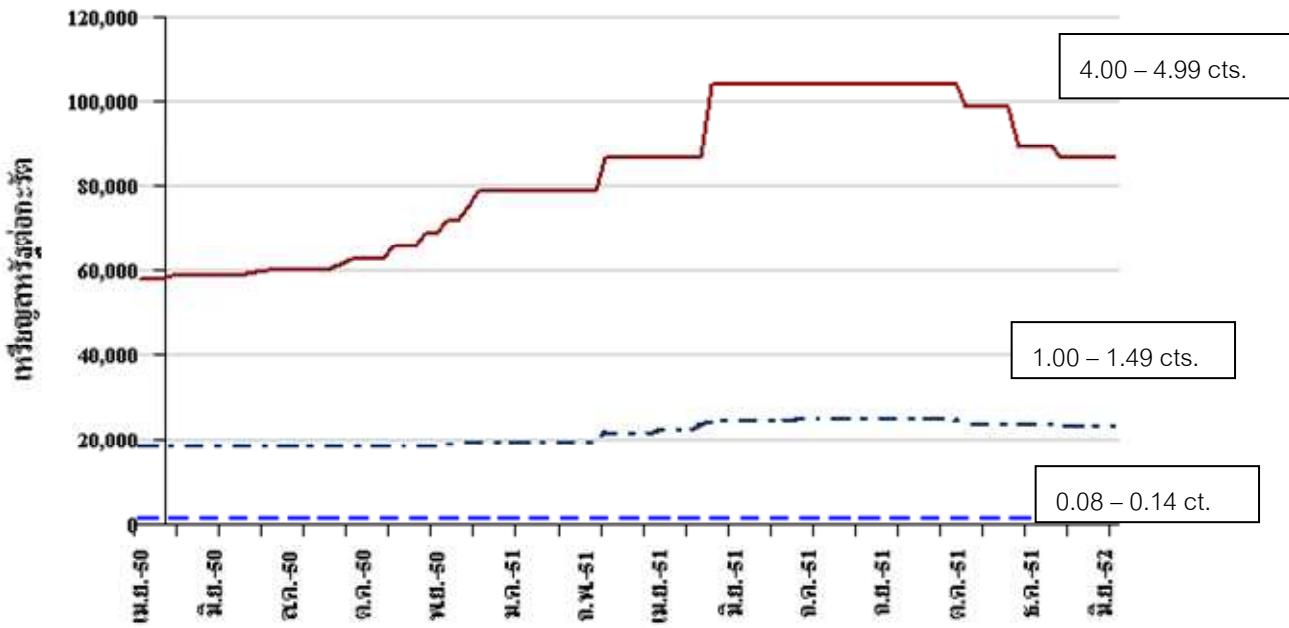
อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายป้องกันความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ซึ่งบริษัทมีนโยบายและเป้าหมายจะทำการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนประมาณร้อยละ 75 ถึงร้อยละ 100 ของมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามบริษัทไม่มีนโยบายเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งนี้ การทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าดังกล่าวอยู่ในดุลยพินิจที่รอบคอบของผู้บริหารของบริษัท โดยผู้บริหารของบริษัทจะมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศตลอดเวลา และจะพิจารณาการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าดังกล่าวจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน และผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนต่อบริษัท ทั้งนี้ การทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าดังกล่าว จะทำทันทีเมื่อได้รับสินค้าจากโรงงานเจียรไนในต่างประเทศ (Sightholder) และบันทึกยอดเจ้าหนี้การค้าลงในบัญชีของบริษัทแล้ว

10. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบ

โครงสร้างต้นทุนถั่วเฉลี่ยของบริษัทประกอบด้วย 3 ส่วนคือ 1) เพชร คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 65 ถึง 75 ของต้นทุนขาย 2) ทองคำ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 15 ถึง 25 ของต้นทุนขาย และ 3) ค่าจ้างผลิต คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 3 ถึง 5 ของต้นทุนขาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของสินค้าแต่ละชนิด จะเห็นได้ว่าเพชรและทองคำ จะเป็นรายการสำคัญที่มีผลต่อต้นทุนของบริษัท โดยที่เมื่อวัตถุดิบมีราคาเพิ่มสูงขึ้น ก็จะทำให้ต้นทุนของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น

สำหรับวัตถุดิบเพชร ราคาจะผันแปรตามราคาในตลาดโลก ทำให้บริษัทอาจไม่สามารถควบคุมมูลค่าที่แน่นอนของต้นทุนได้โดยราคาเพชรในช่วงที่ผ่านมาตั้งแต่ เมษายน 2550 ถึง มิถุนายน 2552 เป็นดังนี้

ความเคลื่อนไหวของราคาเพชรในตลาดโลก



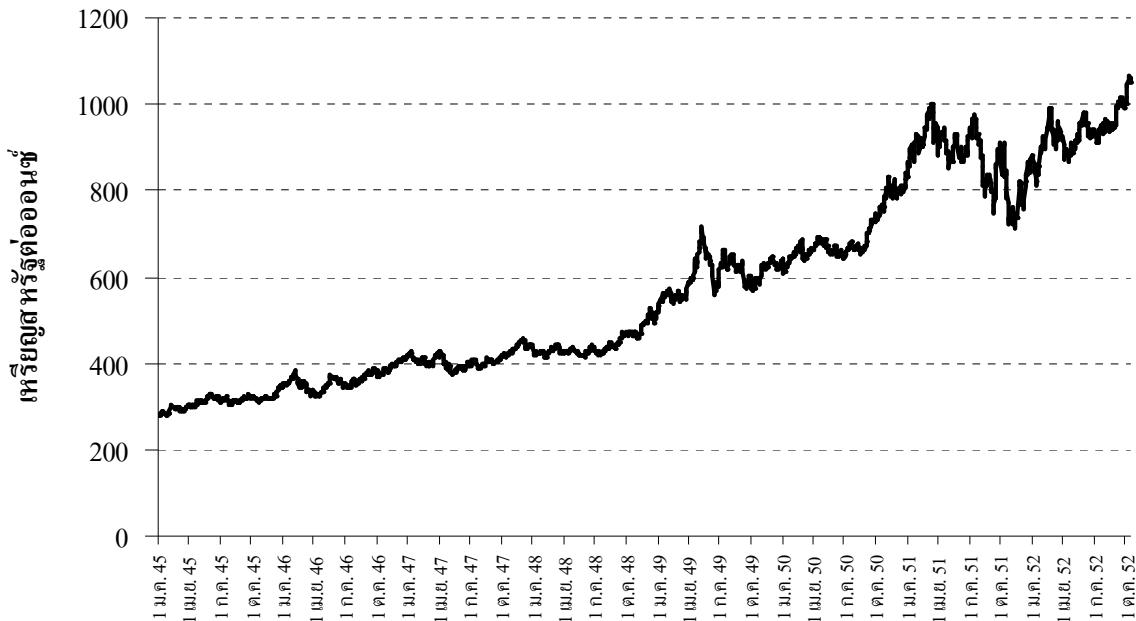
ที่มา: บมจ. ยูบิลลี่ เอ็นเตอร์ไพรส์

หมายเหตุ: ข้อมูลเรื่องราคาอ้างอิงที่ใช้ในการซื้อขายเพชรทั่วไป นักลงทุนสามารถ ศึกษาได้จาก Rapaport Diamond Report

สำหรับวัตถุดิบเพชร ราคาจะผันแปรตามราคาในตลาดโลก ทำให้บริษัทฯ อาจไม่สามารถควบคุมมูลค่าที่แน่นอนของต้นทุนได้โดยราคาเพชรในช่วงที่ผ่านมาตั้งแต่ เมษายน 2550 ถึง มิถุนายน 2552 เพชรที่มีขนาดใหญ่ตั้งแต่ 1 กะรัตขึ้นไป จะมีการผันผวนของราคามากกว่าเพชรขนาดเล็ก และในปัจจุบัน บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวโดยมีนโยบายในการกำหนดให้วัตถุดิบที่เก็บไว้ส่วนใหญ่จะเป็นเพชรที่มีขนาด 0.005 กะรัตถึง 0.30 กะรัต ซึ่งเป็นกลุ่มของเพชรที่ไม่ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคาในสาระสำคัญ และสำหรับเพชรที่มีขนาดตั้งแต่ 1 กะรัตขึ้นไปนั้น บริษัทมีนโยบายในการรักษาระดับของกลุ่มเพชรดังกล่าวเป็นสินค้าของบริษัทมูลค่าไม่เกินกว่าร้อยละ 10 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือรวมของบริษัท โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 บริษัทมีกลุ่มเพชรที่มีขนาดตั้งแต่ 1 กะรัตขึ้นไปคิดเป็นมูลค่าร้อยละ 5.85 ของสินค้าคงเหลือสุทธิของบริษัท อย่างไรก็ตามหากมีความผันผวนของราคาเพชรในตลาดโลก ผู้บริหารเชื่อว่า บริษัทสามารถบริหารจัดการผลกระทบจากความผันผวนของราคาเพชรที่มีผลต่อโครงสร้างราคาและความสามารถในการทำกำไรของบริษัท เช่น หากในภาวะที่วัตถุดิบมีราคาต่ำลง บริษัทสามารถทำกำไรได้สูงขึ้น และในทางกลับกัน หากวัตถุดิบมีราคาที่สูงขึ้น บริษัทมีนโยบายที่จะพิจารณาการปรับโครงสร้างราคาผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมต่อราคาต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นต่อไป

ทองคำสำหรับทำเครื่องประดับนั้นบริษัทใช้ทองคำ 18 เค ซึ่งจะแปรผันตามราคาทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 99.99 เนื่องจากมีส่วนผสมของทองคำร้อยละ 75 กับโลหะอื่น ๆ อีกร้อยละ 25 เพื่อให้สามารถขึ้นรูปตัวเรือนเป็นเครื่องประดับได้ โดยที่ผ่านมาราคาทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 99.99 ในตลาดโลกมีการเปลี่ยนแปลงดังนี้

ราคาทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 99.99 ตั้งแต่ปี 2544 - ปี 2552



หมายเหตุ: ราคาทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 99.99 แสดงไว้ถึงวันที่ 15 ตุลาคม 2552

ที่มา: LMEIX

ทั้งนี้ราคาทองคำในตลาดโลกมีการเปลี่ยนแปลงมากตั้งแต่ปี 2549 เนื่องจากเงินเหรียญสหรัฐมีการอ่อนตัวลง ทำให้อุปสงค์ของทองคำเพิ่มขึ้นเนื่องจากหลายประเทศมีการถือทองคำเพิ่มขึ้นเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าเงินสกุลเหรียญสหรัฐ ทำให้ราคาทองคำปรับตัวสูงขึ้นมาก และในปี 2551 มีการเก็งกำไรสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity) เช่น น้ำมัน ถ่านหิน รวมถึงทองคำด้วย ทำให้ราคาทองคำมีความผันผวนมากนับตั้งแต่ต้นปี 2551 โดยราคาทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 99.99 อยู่ที่ระดับประมาณ 800 เหรียญสหรัฐต่อออนซ์ ในเดือนมกราคม 2551 ก่อนที่จะปรับเพิ่มขึ้นไปสูงกว่า 1,000 เหรียญสหรัฐต่อออนซ์ ในเดือนเมษายน 2551 และลดต่ำลงเหลือประมาณ 700 เหรียญสหรัฐต่อออนซ์ ในเดือนพฤศจิกายน 2551 และปรับตัวเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี 2552 โดยเพิ่มขึ้นสูงกว่า 1,100 เหรียญสหรัฐต่อออนซ์ ในเดือนตุลาคม 2552 อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวโดย ในขั้นตอนการจ้างผลิตสินค้าของบริษัท มีการตกลงราคาทองคำ 18 เค ที่ใช้ในการผลิต วันที่ตกลงคำสั่งผลิตแก่ผู้ผลิตช่วง และใช้เป็นเกณฑ์ในการคำนวณราคาต้นทุน ทำให้ความผันผวนของราคาวัตถุดิบทองคำไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนที่บริษัทได้ทำการตกลงในการผลิตไว้แต่อย่างใด และในการกำหนดราคาจำหน่ายสินค้า ทางบริษัทก็จะมีการตั้งราคาเพิ่มจากต้นทุนสินค้าของบริษัท จึงไม่ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบมากนัก

11. ความเสี่ยงจากจัดหาวัตถุดิบเพชรขนาดใหญ่

เนื่องมาจากลักษณะตามธรรมชาติของเพชรดิบและเทคนิคการเจียรไน ทำให้เพชรที่มีขนาดใหญ่ จะมีอุปทานน้อยกว่าเพชรที่มีขนาดเล็ก และการสั่งซื้อเพชรขนาดใหญ่จำเป็นต้องมีการสั่งจองจากผู้เจียรไนล่วงหน้าเป็นเวลานานกว่าเพชรขนาดเล็ก และบางครั้งก็ไม่มีเพชรขนาดใหญ่ตามต้องการในตลาด

ทั้งนี้การสั่งซื้อเพชรขนาดใหญ่มากกว่า 1.00 กะรัต ของบริษัท จำเป็นต้องมีการสั่งซื้อล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 3 - 4 เดือน แต่อย่างไรก็ตามสินค้าของบริษัทส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 จากยอดจำหน่ายสินค้าและให้บริการ จะมีการจำหน่ายในเพชรขนาดเล็กกว่า 0.70 กะรัต ซึ่งเพชรขนาดเล็กสามารถซื้อได้เป็นการทั่วไป และมีอุปทานที่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด จึงทำให้บริษัทยังไม่เคยได้รับผลกระทบจากการขาดแคลนเพชรขนาดใหญ่

12. ความเสี่ยงจากความไม่เพียงพอของทุนประกันภัยต่อมูลค่าของสินค้าคงเหลือ

บริษัทมีการทำประกันภัยสินค้าคงเหลือของบริษัท โดยครอบคลุมความเสี่ยงจากอัคคีภัย รวมถึงภัยธรรมชาติอื่น ๆ และการโจรกรรม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 อัตราส่วนระหว่างทุนประกันต่อสินค้าคงเหลือสุทธิคิดเป็นร้อยละ 89 ซึ่งอาจทำให้มีความเสี่ยงว่าเงินชดเชยที่ได้รับ อาจจะไม่เพียงพอต่อความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท แต่อย่างไรก็ตามผู้บริหารเชื่อว่าระบบการควบคุมดูแลความปลอดภัยของบริษัทมีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะป้องกันความเสียหายจากการโจรกรรมที่อาจเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทในปี 2536 จนถึงปัจจุบันยังไม่เคยมีการโจรกรรมสินค้าของบริษัทเกิดขึ้น ประกอบกับสินค้าของบริษัทนั้นมิได้รวมกันในที่แห่งเดียว แต่กระจายกันอยู่ทั่วประเทศ ดังนั้นโอกาสที่จะเกิดความเสียหายขึ้นพร้อมกันจนมีผลกระทบต่อบริษัทอย่างมากจึงมีความเป็นไปได้น้อย ผู้บริหารเชื่อว่าทุนประกันและเงื่อนไขความคุ้มครองที่บริษัทได้ทำไว้ ณ ปัจจุบันมีความเพียงพอที่จะคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นแล้ว

13. ความเสี่ยงจากตราสินค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน

จากการที่บริษัทได้ซื้อสินทรัพย์จากห้างหุ้นส่วนจำกัดเพชรยูบีลี ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกัน โดยที่ห้างหุ้นส่วนจำกัดเพชรยูบีลี มีหุ้นส่วน เป็นบิดา มารดาและพี่น้องของนายวิโรจน์ พรประภคต รองกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท และได้ใช้พื้นที่เดิมของห้างหุ้นส่วนจำกัดเพชรยูบีลีเป็นสาขาสะพานเหล็กของบริษัท และรวมถึงบริษัทได้มีการใช้ตราสินค้า “ศูนย์เพชร” ซึ่งเคยเป็นตราสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดเพชรยูบีลี เป็นตราสินค้าสำหรับสินค้าที่จำหน่ายในสาขาสะพานเหล็กของบริษัท ซึ่งตราสินค้านี้ไม่สามารถจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าได้ เนื่องจากเป็นคำสามัญที่ใช้กันทั่วไป และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 บริษัทพบว่าไม่มีผู้ประกอบการรายอื่นใช้ ตราสินค้า “ศูนย์เพชร” ทั้งนี้ บริษัทอาจมีความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการอื่นอาจนำตราสินค้า “ศูนย์เพชร” ไปใช้ได้ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความสับสนว่าเป็นสินค้าของบริษัทได้ และถ้าสินค้าที่ถูกกล่าวอ้างดังกล่าวมีคุณภาพที่ไม่ได้มาตรฐาน อาจทำให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท

อย่างไรก็ดี ณ ปัจจุบัน บริษัทมีแนวโน้มในการให้ความสำคัญต่อตราสินค้า “เพชรยูบีลี” มากกว่าตราสินค้า “ศูนย์เพชร” เนื่องจากบริษัทได้จัดจำหน่ายสินค้าที่มีตราสินค้า “ศูนย์เพชร” ณ สาขาสะพานเหล็กเพียงแห่งเดียวเท่านั้น ไม่ได้จำหน่ายไปทั่วประเทศ และลูกค้าที่ซื้อสินค้าที่สาขาสะพานเหล็กนั้น เป็นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และมีจำนวนจำกัดซึ่งมีพฤติกรรมซื้อในรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของ “เพชรยูบีลี” ซึ่งทางบริษัทเห็นว่าอาจไม่คุ้มต่อการลงทุนในการสร้างความเชื่อมั่นในตราสินค้า “ศูนย์เพชร” นอกจากนั้น สำหรับการป้องกันความสับสนอันเนื่องมาจากการถูกอ้างอิงตราสินค้า “ศูนย์เพชร” จาก

บุคคลอื่นในอนาคต บริษัทได้กำหนดให้ในการจำหน่ายสินค้าจาก “ศูนย์เพชร” ในแต่ละครั้งนั้น ต้องมีการออกใบรับประกันสินค้าทุกครั้งโดยในใบรับประกันต้องระบุคำว่า “ศูนย์เพชร โดยบริษัท จูบิลลี่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)”

14. ความเสี่ยงเกี่ยวกับสัญญาพื้นที่เช่า

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 บริษัทมีสาขาทั้งหมด 68 สาขา โดยเป็นการจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้ารายย่อยทั่วไป (Retail) โดยผ่านสาขาที่เป็นพื้นที่เช่าของบริษัทเองจำนวน 28 สาขา ผ่านสาขาที่เป็นของผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งทำสัญญาในลักษณะคล้ายแฟรนไชส์จำนวน 15 สาขา ซึ่งตั้งอยู่ในศูนย์การค้าชั้นนำและไฮเปอร์มาร์ททั้งในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และในเขตต่างจังหวัด บริษัทจึงต้องทำการเช่าพื้นที่จากผู้ให้เช่าพื้นที่ในรูปแบบของสัญญาเช่า ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในกรณีที่ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ได้ หรืออาจมีความเสี่ยงจากการที่ผู้ให้เช่าขอเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขและอัตราค่าเช่าในการต่อสัญญาและทำให้บริษัทต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าเดิม สำหรับสาขาที่เหลืออีก 25 สาขา เป็นเคาเตอร์ระบบแบ่งรายได้ (GP) ซึ่งไม่มีความเสี่ยงในด้านอายุสัญญาของพื้นที่

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552 บริษัทมีสาขาที่เป็นพื้นที่เช่าจำนวน 28 สาขา (โปรดดูรายละเอียดในข้อ 5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ) ซึ่งมีอายุการเช่าเป็นรายเดือน ถึง 3 ปี จึงอาจทำให้มีความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ได้ และมีสาขาจำนวน 15 สาขาที่ดำเนินการโดยสาขาที่เป็นของผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งทำสัญญาในลักษณะคล้ายแฟรนไชส์ซึ่งการทำสัญญาเช่าไม่เกี่ยวข้องกับบริษัทโดยตรง ทำให้มีความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ได้เช่นกัน อย่างไรก็ตามการที่บริษัทเป็นผู้เช่าที่ดีของผู้ให้เช่าพื้นที่มาโดยตลอด และดำเนินธุรกิจกับผู้ให้เช่าพื้นที่มานาน ถือได้ว่าบริษัทเป็นผู้เช่าพื้นที่ในอันดับต้น ๆ ของผู้ให้เช่าในธุรกิจเครื่องประดับ กอปรกับบริษัทมีสาขามากพอในการต่อรองกับผู้ให้เช่า จึงทำให้มีความเสี่ยงเกี่ยวกับการต่อสัญญาเช่าพื้นที่ของบริษัทค่อนข้างน้อย

15. ความเสี่ยงจากการขายหุ้นให้กับกับนักลงทุนแบบเฉพาะเจาะจง

เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2551 บริษัท ได้ทำสัญญาขายหุ้นให้กับบริษัทร่วมทุน เค-เอสเอ็มอี จำกัด (“เค-เอสเอ็มอี”) ภายใต้การดูแลของบริษัทหลักทรัพย์จัดการเงินร่วมลงทุน ข้าวกล้า จำกัด ในราคาหุ้นละ 3.40 บาท จำนวนรวม 15,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 8.57 ของหุ้นสามัญทั้งหมดที่ออกและชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนครั้งนี้ ทั้งนี้ สัญญาได้ระบุว่า เค-เอสเอ็มอี สามารถขายหุ้นสามัญที่ถืออยู่ จำนวนไม่เกิน 7,500,000 หุ้น ได้ภายหลังจากวันที่หุ้นสามัญของบริษัทเข้าซื้อขายวันแรกในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เป็นระยะเวลามากกว่า 90 วัน แต่ไม่เกิน 180 วัน และสามารถขายหุ้นสามัญที่ถืออยู่ทั้งหมดได้ภายหลังจากวันที่หุ้นสามัญของบริษัทเข้าซื้อขายวันแรกในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เป็นระยะเวลามากกว่า 180 วัน ดังนั้น ผู้ลงทุนจึงอาจได้รับผลกระทบหากราคาหุ้นลดลงจากการที่ เค-เอสเอ็มอี นำหุ้นสามัญที่ถืออยู่ออกขายภายหลังระยะเวลาดังกล่าว

นอกจากนี้หากบริษัทหรือผู้ถือหุ้นกลุ่มนายวิโรจน์ พรประภคฤกษ์ ไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญา เช่น การรักษ้อัตราส่วนอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของบริษัทให้อยู่ในระดับไม่เกิน 3:1 หรือ ดำเนินการให้หุ้นสามัญที่ถือโดยเค-เอสเอ็มอี ทั้งหมด ไม่อยู่ในกลุ่มของหุ้นสามัญที่มีช่วงระยะเวลาการห้ามขายหุ้น (Silent Period) (ทั้งนี้ในการนำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในครั้งนี้ ผู้ถือหุ้นกลุ่มนายวิโรจน์ พรประภคฤกษ์ ยอมที่จะให้หุ้นสามัญที่ถืออยู่ จัดอยู่ในกลุ่มของหุ้นสามัญที่มีช่วงระยะเวลาการห้ามขายหุ้น ซึ่งถือได้ว่าครบตามเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง การห้ามผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นและผู้ที่เกี่ยวข้อง ขายหุ้นและหลักทรัพย์ภายในระยะเวลาที่กำหนด แล้ว) ผู้ถือหุ้นกลุ่มนายวิโรจน์ พรประภคฤกษ์ จะต้องซื้อหุ้นจาก เค-เอส

เอ็มอีทั้งหมด ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มนายวิโรจน์ พรประภคุด หลังการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในครั้งนี้อยู่ที่ร้อยละ 66.86 ซึ่งจะทำให้ความเสี่ยงจากการที่บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่เกินร้อยละ 50 ตามที่อธิบายไว้ในข้อ 6. เพิ่มขึ้น (โปรดอ่านรายละเอียดของสัญญาเพิ่มเติมในส่วนที่ 2 ข้อ 5.4 สัญญาร่วมลงทุนและสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้น)

16. ความเสี่ยงจากการออกใบสำคัญแสดงสิทธิให้แก่กรรมการและพนักงาน

จากการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ครั้งที่ 1/2551 ณ วันที่ 27 สิงหาคม 2551 มีมติให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท (“ใบสำคัญแสดงสิทธิ”) ประเภทระบุชื่อผู้ถือและไม่สามารถโอนเปลี่ยนมือได้ ให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท จำนวน 5,000,000 หน่วย โดยมีราคาเสนอขายต่อหน่วย 0 บาท และใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุ 5 ปี นับแต่วันที่ออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย มีสิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ได้ 1 หุ้น ในราคาใช้สิทธิเท่ากับ มูลค่าที่ตราไว้ของหุ้น ผู้ลงทุนจึงมีความเสี่ยงในการที่มีต้นทุนสูงกว่าผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าว และมีความเสี่ยงที่ราคาหุ้นอาจจะลดต่ำลง หากผู้ถือหุ้นกลุ่มดังกล่าวขายหุ้นหลังการใช้สิทธิ รวมถึงการที่ผู้ลงทุนจะมีผลกระทบต่อส่วนแบ่งกำไร (EPS Dilution) และมีผลกระทบต่อสัดส่วนการถือหุ้น (Control Dilution) โดยที่ผู้ลงทุนจะมีส่วนแบ่งกำไรลดลง และมีสภาพความเป็นเจ้าของบริษัทน้อยลง เท่ากับร้อยละ 2.86 โดยคำนวณจากจำนวนหุ้นทั้งหมดภายหลังจากเสนอขายต่อประชาชนครั้งแรกนี้ ทั้งหมด 170,000,000 หุ้น สำหรับผลกระทบต่อราคาหุ้น (Price Dilution) เนื่องจากหุ้นสามัญของบริษัทยังไม่ได้จดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จึงยังไม่มีราคาตลาดของหุ้น แต่หากจะคำนวณจากราคาของซื้อหุ้นของบริษัทตามการเสนอขายในครั้งนี้ จะมีผลกระทบต่อราคาสูงสุดจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิเท่ากับร้อยละ 1.04

อย่างไรก็ตาม ใบสำคัญแสดงสิทธิที่ขายให้แก่กรรมการและพนักงานดังกล่าว มีการกำหนดเงื่อนไขในการใช้สิทธิ โดยนับจากวันที่ออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 ปี ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิสามารถใช้สิทธิครั้งแรกได้ไม่เกินร้อยละ 25 ของใบสำคัญแสดงสิทธิทั้งหมดที่ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิแต่ละคนได้รับการจัดสรรจากบริษัท และในทุก ๆ 12 เดือน หลังจากปีแรก ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิสามารถใช้สิทธิได้ไม่เกินร้อยละ 50 ร้อยละ 75 และ ร้อยละ 100 ของใบสำคัญแสดงสิทธิทั้งหมดที่ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิแต่ละคนได้รับจัดสรรจากบริษัท ตามลำดับ ซึ่งการกำหนดระยะเวลาในการใช้สิทธิดังกล่าวจะช่วยป้องกันการมีหุ้นเพิ่มขึ้นในช่วงแรกที่หุ้นของบริษัท ได้รับการอนุญาตให้ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และหากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิใช้สิทธิในการแปลงสภาพทั้งหมด จะแปลงสภาพเป็นหุ้นสามัญจำนวน 5,000,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.86 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่ประชาชนในครั้งนี้และการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่ออกให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท ทั้งหมด

17. ความเสี่ยงจากการปรับสิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ

ทั้งนี้ในอนาคตอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงราคาใช้สิทธิและอัตราการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่ออกเสนอขายให้กับกรรมการและพนักงาน ที่มีสาเหตุ จากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้น การจ่ายหุ้นเงินปันผลเป็นหุ้นสามัญ เป็นต้น (โปรดอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 3 เรื่องใบสำคัญแสดงสิทธิ ข้อ 2.2.11 เงื่อนไขการปรับสิทธิ) ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะมีการปรับอัตราการใช้สิทธิ โดยที่จำนวนของหุ้นตามอัตราการใช้สิทธิหลังการปรับสิทธิที่คำนวณได้มีเศษของหุ้น ให้ปัดเศษที่จำนวนต่ำกว่าหน่วย 1 หุ้นนั้นทิ้ง รวมถึงกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงราคาใช้สิทธิ อาจมีผลทำให้ราคาใช้สิทธิใหม่มีราคาซึ่งต่ำกว่ามูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัท ก็ให้ใช้มูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัทเป็นราคาใช้สิทธิใหม่ ซึ่งความเสี่ยง

ดังกล่าวจะทำให้ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ สามารถใช้สิทธิในการซื้อหุ้นสามัญของบริษัทได้ลดลง

สรุปข้อมูลหลักทรัพย์ที่เสนอขาย

1. หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน นี้จำนวน 35,000,000 หุ้นเพื่อเสนอขายต่อประชาชนดังต่อไปนี้

- (1) บุคคลทั่วไป จำนวนไม่เกิน 20,000,000 หุ้น และ
- (2) ผู้มีอุปการะคุณของบริษัท จำนวนไม่เกิน 15,000,000 หุ้น

ทั้งนี้ผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจัดจำหน่ายขอสงวนสิทธิในการใช้ดุลยพินิจในการเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นสามัญที่จัดสรรให้แก่ผู้ลงทุนแต่ละประเภท เพื่อให้การจองซื้อหุ้นสามัญครั้งนี้ประสบความสำเร็จในการขายสูงสุด

2. ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่พนักงานของบริษัท จำนวน 5 ล้านหน่วย ราคาหน่วยละ 0.00 บาท ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย มีสิทธิซื้อหุ้นสามัญ 1 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1 บาท

การเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ประชาชนในครั้งนี้มีราคาเสนอขายหุ้นละ 2.80 บาท คิดเป็น Price/Earning Ratio เท่ากับ 10.94 เท่า โดยในส่วนของกำไรต่อหุ้นปรับลด (Fully Diluted) คำนวณจากผลการดำเนินงานในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ วันที่ 1 กรกฎาคม 2551 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2552) หาดด้วยจำนวนหุ้นหลังการเสนอขายครั้งนี้และหลังจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่ออกให้กับกรรมการและพนักงาน รวมทั้งหมดเท่ากับ 175,000,000 หุ้น กำหนดการจองซื้อสำหรับบุคคลทั่วไปและผู้มีอุปการะคุณ ในวันที่ 26 ตุลาคม 2552 ถึงวันที่ 28 ตุลาคม 2552 โดยการเสนอขายหุ้นในครั้งนี้ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“ก.ล.ต.”) เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2552 และบริษัทจะดำเนินการนำหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัทเข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

(ผู้ลงทุนควรอ่านรายละเอียดข้อมูลในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ก่อนตัดสินใจจองซื้อหลักทรัพย์)