

ส่วนที่ 1

ข้อมูลสรุป (Executive summary)

บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก่อตั้งโดยตระกูลอุ้นใจ ซึ่งมีประสบการณ์ในธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานมากกว่า 40 ปี บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านระบบแค็ตตาล็อกที่มีสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานกว่า 20,000 รายการ ภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิตชั้นนำและตราสินค้าของบริษัท (House Brands) แบ่งเป็น 11 หมวดสินค้า ครอบคลุมถึง ผลิตภัณฑ์สำหรับคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์การเขียนและลบคำผิด อุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด กระดาษ แฟ้ม อุปกรณ์จัดเก็บเอกสาร อุปกรณ์เพื่อการประชุมและนำเสนอ อุปกรณ์สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ในแคนทีน ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เป็นต้น โดยในปี 2552 บริษัทได้ขยายธุรกิจเพื่อจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับชีวิตประจำวันกว่า 4,000 รายการ แบ่งเป็น 12 หมวดสินค้า ได้แก่ ความงาม สุขภาพ พี.ซี.และเกมส์ แฟชั่น หนังสือ กีฬาและเครื่องเขียน หนังสือและดีวีดี อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ในบ้าน อุปกรณ์ไฮเทค ของเล่น และ สินค้าเด็ก เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าบุคคล (Personal Use)

ทั้งนี้ บริษัทรับคำสั่งซื้อผ่านทาง (1) ระบบ Call Center หรือ “OfficeMate Contact Center” (2) ระบบออนไลน์ที่ลูกค้าทั่วไปสามารถสมัครและสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ของบริษัท (E-Commerce) และ (3) ระบบสั่งซื้อที่พัฒนาเฉพาะแต่ละองค์กร (E-Procurement) โดยบริษัทบริการจัดส่งสินค้าฟรีภายในวันทำการถัดไปสำหรับลูกค้าในกรุงเทพและจังหวัดใกล้เคียง และบริการจัดส่งสินค้าฟรีภายใน 3 – 7 วันทำการสำหรับลูกค้าต่างจังหวัด ด้วยยอดสั่งซื้อตั้งแต่ 499 บาท พร้อมรับประกันความพึงพอใจของลูกค้าทุกราย

ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านระบบแค็ตตาล็อก และระบบ E-Commerce และมีฐานลูกค้ากว่า 80,000 องค์กรชั้นนำของประเทศ อาทิ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอร์ปอเรชั่น จำกัด (สาขาประเทศไทย) บริษัท เฟดเดอร์ล เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท อาอีโอะโมะไตะ (ประเทศไทย) จำกัด กลุ่มบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ กลุ่มบริษัทในเครือน้ำตาลมิตรผล บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และองค์กรในภาครัฐ อาทิ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สภากาชาดไทยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น ด้วยระบบการขายผ่านแค็ตตาล็อก ระบบ E-Commerce และระบบ E-Procurement บริษัทสามารถขยายธุรกิจได้อย่างคล่องตัวและรวดเร็วทันตามความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่ต้องอาศัยหน้าร้านซึ่งใช้เงินทุนสูงและระยะเวลาในการเปิดสาขา

ธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานมีผู้แข่งขันมากมายและเน้นแข่งขันในด้านราคาเนื่องจากสินค้ามีลักษณะไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานได้เป็น 4 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มโมเดิร์นเทรด (2) กลุ่มธุรกิจที่เสนอขายเฉพาะสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน (Category Killer) (3) กลุ่มร้านเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานทั่วไป และ (4) กลุ่มธุรกิจที่ขายสินค้าเฉพาะโดยตรงให้กับลูกค้า ทั้งนี้บริษัทวางตำแหน่งการตลาดของบริษัทในกลุ่มที่ 2 โดยบริษัทมุ่งเน้นในการเป็นผู้นำในธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านระบบแค็ตตาล็อก ด้วยกล

ยุทธ์ศาสตร์การตลาดในเชิงรุกเพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า อาทิ การเป็นศูนย์รวมของเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน (One Stop Service) ที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพ การกำหนดราคาสินค้าแบบเดียว (One Price Policy) ที่สร้างความเชื่อมั่นว่าเป็นราคามาตรฐานและเปรียบเทียบได้ การรับประกันสินค้า การจัดส่งสินค้าฟรี เป็นต้น ตลอดจนการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย อาทิ โครงการ Officemate Member Reward และ Officemate Rebate เป็นต้น รวมถึงการให้ความสำคัญต่อบริการหลังการขายและการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ตารางสรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

หน่วย: ล้านบาท

รายการ	2550	2551	2552	ม.ค. - มี.ค. 2553
รายได้จากการจำหน่ายสินค้า	811.13	925.74	871.16	253.36
รายได้จากค่าโฆษณา	26.09	36.32	36.71	27.77
รายได้รวม	846.88	965.43	914.16	282.48
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษี	42.97	31.57	43.15	21.07
ดอกเบี้ยจ่าย	1.87	6.67	4.91	0.89
กำไรสุทธิ	28.50	17.12	26.64	13.96
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	78.13	24.23	9.61	19.55
ลูกหนี้การค้า-สุทธิ	63.50	67.07	74.93	91.29
สินค้าคงเหลือ-สุทธิ	69.85	79.76	80.95	78.05
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์-สุทธิ	160.42	162.96	151.15	147.99
รวมสินทรัพย์	384.02	351.29	356.46	382.43
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	45.00	25.00	-	0.29
เจ้าหนี้การค้า	129.58	141.45	160.18	159.92
ส่วนของหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	20.39	19.39	16.43	16.67
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน-สุทธิ	79.63	60.44	44.53	40.24
รวมหนี้สิน	313.72	268.70	254.52	269.77
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	13.00	56.00	56.00	60.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น	70.30	82.59	101.94	112.66
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	45.17	19.76	65.38	23.51
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน	-119.18	-28.24	-27.04	-6.42
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน	120.67	-45.42	52.97	-7.15
อัตรากำไรขั้นต้นเปรียบเทียบจากรายได้รวม	24.6%	27.1%	26.8%	30.6%
อัตรากำไรสุทธิ	3.4%	1.8%	2.9%	4.9%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	49.9%	22.4%	28.9%	30.8%*
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร	38.4%	23.4%	30.4%	36.3%*

* Annualize ย้อนหลัง 12 เดือน

สำหรับผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเติบโตอย่างต่อเนื่อง จาก 811.13 ล้านบาท ในปี 2550 เป็น 925.74 ล้านบาท ในปี 2551 ทั้งนี้การเติบโตดังกล่าวเป็นผลมาจาก

นโยบายของบริษัทในการขยายส่วนแบ่งการตลาดในเชิงรุก ทำให้ลูกค้ารู้จักและมั่นใจในระบบการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบแค็ตตาล็อกมากขึ้น ประกอบกับบริษัทยึดมั่นในการให้บริการและการดำรงความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้รายได้จากการขายเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามในปี 2552 รายได้จากการจำหน่ายสินค้าลดลงเท่ากับ 871.16 ล้านบาท อันเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจและปัญหาการเมือง ส่งผลให้ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทซึ่งเป็นองค์กร บริษัท และห้างร้านควบคุมการสั่งซื้อสินค้า โดยในไตรมาส 1 ปี 2553 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเท่ากับ 253.36 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อน อันเป็นผลมาจากการฟื้นตัวของสภาพเศรษฐกิจโดยรวม ทำให้ลูกค้าองค์กร บริษัท และห้างร้านสั่งซื้อสินค้า

ทั้งนี้รายได้ประมาณร้อยละ 40 ของรายได้จากการขาย เป็นรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระดาษและผลิตภัณฑ์สำหรับคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้าองค์กรอยู่อย่างสม่ำเสมอ และเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูงเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทอื่น

บริษัทมีรายได้จากค่าโฆษณาจากการขายพื้นที่โฆษณาในแค็ตตาล็อกรายปี และรายเดือนให้แก่ลูกค้าของบริษัท ซึ่งถือเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่งในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน เนื่องจากแค็ตตาล็อกของบริษัทเป็นที่นิยมใช้ในกลุ่มลูกค้าองค์กรต่าง ๆ ส่งผลให้รายได้จากค่าโฆษณาได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2550 - 2552 รายได้ค่าโฆษณาเท่ากับ 26.09 ล้านบาท 36.32 ล้านบาท และ 36.71 ล้านบาท ตามลำดับ และในไตรมาส 1 ปี 2553 รายได้ค่าโฆษณาเท่ากับ 27.77 ล้านบาท

ด้วยศักยภาพของบริษัทในการรักษาอำนาจการต่อรองกับคู่ค้าได้อย่างต่อเนื่อง และนโยบายในการเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นด้วยการเพิ่มสัดส่วนสินค้าที่เป็นตราสินค้าของบริษัทซึ่งให้อัตรากำไรที่สูงกว่า ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24.6 ในปี 2550 เป็นร้อยละ 27.1 และร้อยละ 26.8 ในปี 2551 - 2552 ตามลำดับ ทั้งนี้ในไตรมาส 1 ปี 2553 อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทเท่ากับร้อยละ 30.6

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในช่วงปี 2550 - 2552 มีมูลค่าเท่ากับ 165.50 ล้านบาท 230.33 ล้านบาท และ 202.12 ล้านบาท ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายที่สำคัญได้แก่ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายในการผลิตแค็ตตาล็อก โดยค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 52 - 55 ของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ซึ่งการเติบโตของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเป็นไปตามการขยายตัวของธุรกิจบริษัท สำหรับปัจจัยสำคัญที่ทำให้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในปี 2551 เพิ่มขึ้นนั้นเนื่องจากบริษัทมีค่าใช้จ่ายจากการย้ายคลังสินค้าในช่วงต้นปี 2551 ค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนโครงการนักศึกษาฝึกงาน และค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่เพิ่มขึ้นตามราคาน้ำมันที่สูงขึ้นในช่วงดังกล่าว อย่างไรก็ตามในปี 2552 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลง เนื่องจากบริษัทสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในส่วนของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานซึ่งรักษาจำนวนพนักงานไว้ และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขนส่งซึ่งราคาน้ำมันลดลง ทั้งนี้ในไตรมาส 1 ปี 2553 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเท่ากับ 65.37 ล้านบาท

บริษัทมีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินแห่งหนึ่งเพื่อลงทุนสร้างคลังสินค้าแห่งใหม่ในปี 2550 ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีภาระจ่ายดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นจาก 1.87 ล้านบาทในปี 2550 เป็น 6.67 ล้านบาทในปี 2551 ทั้งนี้ ด้วยความสามารถในการชำระคืนเงินกู้ บริษัทจึงมีดอกเบี้ยจ่ายลดลงเท่ากับ 4.91 ล้านบาทในปี 2552 และ 0.89 ล้านบาทในไตรมาส 1 ปี 2553

จากปัจจัยดังกล่าว บริษัทมีกำไรสุทธิเท่ากับ 28.50 ล้านบาท และ 17.12 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 3.4 และ ร้อยละ 1.8 ในปี 2550 และ- 2551 ตามลำดับ ทั้งนี้ในปี 2552 ถึงแม้รายได้รวมจะลดลงตามภาวะเศรษฐกิจและปัญหาทางการเมือง แต่ด้วยความสามารถในการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ส่งผลให้บริษัทมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเท่ากับ 26.64 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเท่ากับร้อยละ 2.9 และในไตรมาส 1 ปี 2553 บริษัทมีกำไรสุทธิเท่ากับ 13.96 ล้านบาท หรือ คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 4.9

ด้วยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการระบบสต็อกสินค้าให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ประกอบกับลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นลูกค้าองค์กรที่มีความมั่นคง ซึ่งสามารถเรียกเก็บหนี้ได้ตามกำหนด ขณะที่ลูกค้าบุคคลชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิต ส่งผลให้บริษัทสามารถบริหารสภาพคล่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเงินทุนหมุนเวียนเป็นบวกในช่วงที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามบริษัทได้กู้ยืมเงินระยะยาวจากสถาบันการเงินประมาณ 90 ล้านบาท เพื่อลงทุนในคลังสินค้าแห่งใหม่ และเงินกู้ยืมระยะสั้นจำนวน 30 ล้านบาท เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการรองรับการขยายธุรกิจ ส่งผลให้ในปี 2550 บริษัทมีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้นเป็น 145.02 ล้านบาท โดยหนี้สินดังกล่าวลดลงเป็น 104.83 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2551 60.97 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2552 และ 57.20 ล้านบาท ณ 31 มีนาคม 2553 ตามความสามารถในการชำระคืนเงินกู้ตามกำหนดของบริษัท

หากพิจารณาโครงสร้างเงินทุนของบริษัทเฉพาะเงินกู้ยืมที่บริษัทมีภาระต้องจ่ายดอกเบี้ย (Interest-bearing debt) เมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท อัตราส่วนดังกล่าวเท่ากับ 2.08 เท่าในปี 2550 จากการลงทุนในคลังสินค้าแห่งใหม่ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น อย่างไรก็ตามอัตราส่วนดังกล่าวได้ลดลงมาเท่ากับ 1.29 เท่า ณ สิ้นปี 2551 0.63 เท่า ณ สิ้นปี 2552 และ 0.54 เท่า ณ 31 มีนาคม 2553 เนื่องจากบริษัทสามารถชำระคืนเงินกู้ได้ตามกำหนดและไม่มีการลงทุนที่มีนัยสำคัญ

ลักษณะธุรกิจของบริษัทที่จำหน่ายสินค้าผ่านระบบแค็ตตาล็อก และระบบ E-Commerce ซึ่งไม่มีหน้าร้านหรือสาขาแต่เน้นการลงทุนในระบบคลังสินค้าและการขาย ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ทั้งนี้จากการที่บริษัทมีการลงทุนในคลังสินค้าแห่งใหม่ในช่วงต้นปี 2551 ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวรลดลงจากร้อยละ 38.4 ในปี 2550 เป็นร้อยละ 23.4 ในปี 2551 อย่างไรก็ตามอัตราดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30.4 ในปี 2552 และ ร้อยละ 36.3 ในไตรมาส 1 ปี 2553 ตามความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในช่วงดังกล่าว และตามลักษณะการประกอบธุรกิจภายใต้โครงสร้างเงินทุนที่พึ่งพิงเงินทุนหมุนเวียน

บริษัทมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจที่มีกำไรอย่างต่อเนื่องส่งผลให้อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นอยู่ในระดับสูงคือ ร้อยละ 49.9 ในปี 2550 ถึงแม้ในช่วงปี 2551 ผลการดำเนินงานของบริษัทได้รับผลกระทบจากค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้นจากการย้ายคลังสินค้า การทำโครงการสนับสนุนนักศึกษาฝึกงาน และราคาน้ำมันที่ผันผวนก็ตาม แต่อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นยังอยู่ในระดับสูงกว่าร้อยละ 20 โดยในปี 2551 อัตราดังกล่าวเท่ากับร้อยละ 22.4 ทั้งนี้บริษัทสามารถบริหารจัดการและควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 28.9 ในปี 2552 และร้อยละ 30.8 ในไตรมาส 1 ปี 2553

ทั้งนี้หากพิจารณาความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัท สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

● **ความเสี่ยงของความไม่แน่นอนในสภาพเศรษฐกิจ**

โดยที่สภาพเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนอาจทำให้ลูกค้าของบริษัทซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัท ห้างร้าน มีการควบคุมงบประมาณการใช้จ่ายที่รัดกุมขึ้น และส่งผลให้ยอดขายการสั่งซื้อสินค้าเกี่ยวกับเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานลดลงหรือมีการชะลอการสั่งซื้อออกไป อันจะส่งผลต่อยอดขายของบริษัท เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทมีแผนที่จะเพิ่มหมวดสินค้าให้หลากหลายครอบคลุม และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ภายใต้ตราสินค้าของคู่ค้าและตราสินค้าของบริษัท (House Brand) ซึ่งเป็นช่องทางในการเพิ่มยอดขายการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทได้ นอกจากนี้บริษัทมีแผนที่จะเพิ่มฐานลูกค้าองค์กรให้มีความหลากหลายและขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มบุคคลทั่วไปมากขึ้น โดยในปี 2552 บริษัทเพิ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน อาทิ สินค้าความงามและสุขภาพ เกมส์ หนังสือ เครื่องใช้ในบ้าน ของเล่น เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าบุคคล (Personal Use)

● **ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม**

ธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ตลอดจนธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ถือเป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งมากมาย และใช้เงินลงทุนไม่สูงจึงเป็นโอกาสที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาแข่งขันได้ง่าย ซึ่งลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจที่มีความแตกต่างกัน อาทิ ร้านค้าปลีก โมเดิร์นเทรด การขายตรง การขายสินค้าผ่านแค็ตตาล็อก เป็นต้น ส่งผลต่อรูปแบบการแข่งขันที่แตกต่างกัน ทั้งนี้บริษัทมุ่งมั่นที่จะรักษาตำแหน่งผู้นำธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์ผ่านระบบแค็ตตาล็อกและระบบ E-Commerce ตลอดจนมุ่งมั่นที่จะขยายธุรกิจเพื่อตอบสนองลูกค้าบุคคลได้อย่างทั่วถึง โดยการให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าในระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้ การนำระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัยเพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการขายผ่าน Call Center และการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ พร้อมทั้งให้บริการจัดส่งสินค้าฟรีและบริการหลังการขาย เพื่อสร้างความแตกต่างในบริการของบริษัท และนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งการตลาดที่ยั่งยืนได้

บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนในปี 2551 โดยที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 56 ล้านบาท เป็น 80 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 24 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อจัดสรรให้แก่

(1) กรรมการและพนักงานของบริษัทจำนวน 4 ล้านหุ้น ซึ่งเสนอขายหุ้นดังกล่าวระหว่างวันที่ 29 – 31 มีนาคม 2553 ที่ราคาหุ้นละ 1.85 บาท ส่งผลให้บริษัทมีทุนชำระแล้วเท่ากับ 60 ล้านบาท ณ 31 มีนาคม 2553

ทั้งนี้หุ้นที่เสนอขายต่อกรรมการและพนักงานดังกล่าวจะถูกห้ามขายทั้งจำนวนเป็นระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน นับตั้งแต่วันที่หุ้นของบริษัทเริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยภายหลังจากวันที่หุ้นของบริษัทเริ่มขายในตลาดหลักทรัพย์ครบกำหนดระยะเวลาทุก ๆ 6 เดือน จะสามารถทยอยขายได้จำนวนร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดที่ถูกห้ามขาย ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนด

(2) ประชาชนจำนวน 20 ล้านหุ้น ที่ราคา [●] บาทต่อหุ้น

ทั้งนี้บริษัทมีวัตถุประสงค์ที่จะนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนในครั้งนี้เพื่อ (1) การลงทุนขยายธุรกิจบริษัท (2) ชำระหนี้ที่บริษัทมีกับสถาบันการเงิน (2) และ (3) เป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในกิจการของบริษัท

(ผู้ลงทุนควรอ่านรายละเอียดข้อมูลในส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 ก่อนตัดสินใจจองซื้อหลักทรัพย์)