

1. ปัจจัยความเสี่ยง

1.1 ความเสี่ยงของความไม่แน่นอนในสภาพเศรษฐกิจ

จากสภาพเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนในปัจจุบัน ทำให้ลูกค้าของบริษัทซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัท ห้างร้าน มีการควบคุมงบประมาณการใช้จ่ายที่รัดกุมขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ยอดขายการสั่งซื้อสินค้าเกี่ยวกับเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานลดลงหรือมีการชะลอการสั่งซื้อออกไป อันจะส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าวบริษัทมีแผนที่จะเพิ่มหมวดสินค้าให้หลากหลาย ครอบคลุม และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น อาทิ สินค้าประเภทเวชภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคทั่วไป เป็นต้น ภายใต้ตราสินค้าของคู่ค้าซึ่งเป็นที่รู้จัก และตราสินค้าของบริษัท (House Brand) ซึ่งเป็นช่องทางในการเพิ่มยอดขายการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทได้ นอกจากนี้บริษัทยังมีแผนที่จะเพิ่มฐานลูกค้าองค์กรให้มีความหลากหลาย และขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มพนักงานบริษัท โดยการทำการตลาดผ่านพนักงานขาย (Sales Representatives) และการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยในปี 2552 บริษัทเพิ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน อาทิ สินค้าความงามและสุขภาพ เกมสื่อกอมพิวเตอร์ หนังสือ เครื่องใช้ในบ้าน ของเล่น เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าบุคคล (Personal Use)

1.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ตลอดจนธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ถือเป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งมากมาย และใช้เงินลงทุนไม่สูงจึงเป็นโอกาสที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาแข่งขันได้ง่าย ซึ่งลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจที่มีความแตกต่างกัน อาทิ ร้านค้าปลีก โมเดิร์นเทรด การขายตรง การขายสินค้าผ่านแค็ตตาล็อก เป็นต้น ส่งผลต่อรูปแบบการแข่งขันที่แตกต่างกัน ทั้งนี้บริษัทมุ่งมั่นที่จะรักษาตำแหน่งผู้นำธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์ผ่านระบบแค็ตตาล็อก และมุ่งมั่นที่จะขยายธุรกิจเพื่อตอบสนองลูกค้าบุคคลได้อย่างทั่วถึงโดยการให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าในระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้ การนำระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัยเพื่อปรับปรุงและพัฒนาระบบการขายผ่าน Call Center และการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ การจัดส่งสินค้าฟรีภายในวันทำการถัดไปและบริการหลังการขาย เพื่อสร้างความแตกต่างในบริการของบริษัท และนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งการตลาดที่ยั่งยืนได้

1.3 ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายและการบริหารจัดการบริษัท

ภายหลังการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไปในครั้งนี กลุ่มนายวรวุฒิ ชุ่มใจ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่และเป็นผู้บริหารของบริษัท จะถือหุ้นในสัดส่วนรวมกันร้อยละ 71.49 ของทุนชำระแล้ว ซึ่งทำให้สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นในเรื่องต่างๆ ได้ ยกเว้นในเรื่องที่เกี่ยวกับกฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทที่กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ซึ่งทำให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ อาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลกับกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้ ยกเว้นเรื่องที่กลุ่มนายวรวุฒิ ชุ่มใจ มีส่วนได้เสียตามนิยามของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ มีเจตนารมณ์ที่จะทำ

ให้บริษัทมีการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน เป็นอิสระ มีความโปร่งใส และมีความยั่งยืน ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้ ดังจะเห็นได้จากโครงสร้างการจัดการของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการ 3 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริหาร ซึ่งประกอบด้วยบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและมีการกำหนดขอบเขตหน้าที่อย่างชัดเจน

1.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร

ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ บริษัทมีการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารที่มีบทบาทในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และการบริหารจัดการเพื่อผลักดันให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างมีศักยภาพ ด้วยกระบวนการทำงานที่เป็นระบบ อาทิ ระบบ Call center ระบบการบริหารจัดการคลังสินค้า ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ทำให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจ ณ ปัจจุบัน ภายใต้ความเสี่ยงในการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารดังกล่าวในระดับต่ำ อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารหลักในการกำหนดกลยุทธ์ทิศทางการดำเนินธุรกิจ การวางแผนธุรกิจ รวมถึงการตัดสินใจในโครงการในอนาคต

1.5 ความเสี่ยงจากการเสนอขายหุ้นราคาต่ำให้แก่ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท

ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 3/2551 เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2551 และตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2553 เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2553 ได้มีมติให้ออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 4,000,000 หุ้น แก่ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.0 ของจำนวนหุ้นภายหลังการเสนอขายครั้งนี้ ทั้งนี้บริษัทออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าวระหว่างวันที่ 29 – 31 มีนาคม 2553 ที่ราคาหุ้นละ 1.85 บาท ซึ่งเป็นราคาต่ำกว่าราคาที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไป ทั้งนี้หุ้นที่เสนอขายต่อผู้บริหาร และพนักงานดังกล่าวจะถูกห้ามขายทั้งจำนวนเป็นระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน นับตั้งแต่วันที่หุ้นของบริษัทเริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยภายหลังจากวันที่หุ้นของบริษัทเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยครบกำหนดระยะเวลาทุกๆ 6 เดือน จะสามารถทยอยขายได้จำนวนร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดที่ถูกห้ามขาย ตามเงื่อนไขข้อจำกัดการโอนหุ้นที่กำหนดโดยบริษัท