

ส่วนที่ 1

ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2542 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 1.2 ล้านบาท บริษัทได้มีการเติบโตและเพิ่มทุนอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียน 188 ล้านบาท และทุนเรียกชำระแล้ว 159.04 ล้านบาท

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) เพื่อให้สินค้าและบริการของบริษัทสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่ลูกค้าภายใต้แนวคิด “Entertaining People with Information” บริษัทจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

(1) จำหน่ายสินค้าและบริการโดยใช้การตลาดแบบตรง ด้วยการสื่อสารข้อมูลเสนอขายสินค้าและบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ภาคปกติ (Free TV) โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เคเบิลทีวี ไดเรคเมลล์มอลล์เดอเรีย ระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) และระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce)

(2) จำหน่ายสินค้าแบบขายปลีกผ่านร้านค้าปลีกของบริษัท คือ TV Direct Showcase

(3) จำหน่ายสินค้าแบบขายส่งแก่ลูกค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

(4) ให้บริการรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาและจัดหาเวลาโฆษณาให้แก่ลูกค้า

(5) ประกอบธุรกิจขายตรงแบบขั้นเดียว โดยเริ่มประกอบธุรกิจดังกล่าวในเดือนกรกฎาคม 2554

ในช่วงต้นปี 2554 บริษัทได้ขยายการประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงไปในอินโดนีเซีย และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยบริษัทเข้าถือหุ้นในบริษัท ทีวีไดเรค อินโดนีเซีย จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.98 ซึ่งบริษัท ทีวีไดเรค อินโดนีเซีย จำกัด ประกอบธุรกิจลงทุน (Holding Company) ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2554 บริษัท ทีวีไดเรค อินโดนีเซีย จำกัด ถือหุ้นในบริษัทย่อย 2 บริษัท ได้แก่ (1) Direct Response Television Co., Ltd. ซึ่งตั้งอยู่ในกัมพูชา ในสัดส่วนร้อยละ 100 (2) TV Direct Lao Co., Ltd. ซึ่งตั้งอยู่ในลาว ในสัดส่วนร้อยละ 95 และถือหุ้นในบริษัทร่วม 1 บริษัท คือ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. ซึ่งตั้งอยู่ในมาเลเซีย ในสัดส่วนร้อยละ 38 บริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าวประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรง นอกจากนี้ ในเดือนกรกฎาคม 2554 บริษัทเริ่มประกอบธุรกิจเสนอขายสินค้าในลักษณะขายตรง (Direct Sale) แบบขั้นเดียว

บริษัทได้นำเทคโนโลยีและระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารจัดการฐานข้อมูลลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์ให้สามารถเสนอขายสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทมีคลังสินค้าจำนวน 2 แห่ง ประกอบด้วย (1) คลังสินค้าตั้งอยู่ที่ เลขที่ 222 หมู่ 17 ถนนสามวา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร (2) คลังสินค้าย่อย ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 110/3 ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร พร้อมด้วยระบบการจัดการคลังสินค้าเพื่อรองรับสินค้าที่จำหน่ายจำนวนรวมกว่า 1,200 รายการ บริษัทมีศูนย์กระจายสินค้าหลัก 2 แห่ง ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้าดินแดง และศูนย์กระจายสินค้าท่าพระ และบริษัทมีร้านค้าปลีก TV Direct Showcase จำนวน 64 แห่ง และร้านค้าปลีก Wellness จำนวน 1 แห่ง โดยร้านค้าปลีกบางแห่งทำหน้าที่เป็นศูนย์กระจายสินค้าด้วย นอกจากนี้ บริษัทมีระบบจัดส่งสินค้าโดยตรงต่อลูกค้าภายใน 3 – 7 วันสำหรับลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภายใน 4 – 14 วัน สำหรับลูกค้าในต่างจังหวัด บริษัทรับประกันความพึงพอใจในการใช้สินค้าโดยรับประกันการคืนสินค้าพร้อมคืนเงินให้แก่ลูกค้าภายในระยะเวลา 30 วัน

**เป้าหมายในการประกอบธุรกิจ**

1. บริษัทมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการตลาดที่หลากหลาย (Multichannel Marketing)
2. บริษัทมีเป้าหมายขยายธุรกิจการตลาดแบบตรงไปในประเทศต่างๆ ได้แก่ เวียดนาม สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และพม่า
3. ขยายการประกอบธุรกิจขายปลีกผ่านร้านค้าปลีก TV Direct Showcase โดยเพิ่มร้านค้าปลีกดังกล่าวจำนวนประมาณ 15 แห่ง ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และอย่างน้อยจำนวน 4 แห่ง ในลาว เวียดนาม กัมพูชา และมาเลเซีย

สรุปผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทและบริษัทย่อย

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	2551	2552	2553	ม.ค.-มิ.ย. 2554
รายได้จากการขายและให้บริการ	901.34	956.42	1,428.92	862.26
ต้นทุนขายและบริการ	420.15	410.86	593.16	351.10
กำไรขั้นต้น	481.18	545.56	835.76	511.16
รายได้อื่น	5.09	2.88	1.75	1.49
กำไรก่อนค่าใช้จ่าย	486.27	548.44	837.50	512.64
ค่าใช้จ่ายในการขาย	388.90	438.59	606.39	415.59
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	105.59	95.66	167.99	65.36
ค่าใช้จ่ายอื่น	-	-	-	0.66
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	(8.22)	14.19	63.13	31.03
ต้นทุนทางการเงิน	6.22	8.17	5.76	5.01
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	0.00	0.02	0.03	1.25
กำไรก่อนภาษีเงินได้	(14.45)	6.00	57.34	24.76
ภาษีเงินได้	-	5.70	22.46	7.94
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(14.45)	0.30	34.88	16.83
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	11.16	18.26	29.83	18.76
ลูกหนี้การค้า - สุทธิ	116.51	49.70	28.89	45.90
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	145.58	160.14	247.77	277.43
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ	138.95	121.43	139.89	151.48
รวมสินทรัพย์	477.34	438.43	513.93	610.98
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	78.24	95.04	98.36	178.88
เจ้าหนี้การค้า	116.75	85.85	130.22	130.37
หนี้สินระยะยาวส่วนที่กำหนดชำระภายในหนึ่งปี	32.46	17.10	12.30	4.42
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	14.80	7.80	-	0.37
รวมหนี้สิน	288.99	259.43	310.96	395.64
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว				
หุ้นสามัญ	119.04	159.04	159.04	159.04



รายการ	2551	2552	2553	ม.ค.-มิ.ย. 2554
หุ้นบุริมสิทธิชนิดสะสมเงินปันผล	48.46	-	-	-
ส่วนเกินทุนจากการตีราคาที่ดิน	29.11	29.11	31.65	31.65
กำไรสะสม				
จัดสรรแล้ว - สำรองตามกฎหมาย	5.12	5.20	7.23	7.37
ยังไม่ได้จัดสรร	(13.39)	(14.44)	5.06	17.29
รวมส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	188.35	179.01	202.97	215.34
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	188.35	179.01	202.97	215.34

หมายเหตุ: ในปี 2551 และปี 2552 บริษัทบันทึกรับรู้รายได้จากการขายสินค้าเมื่อมีการออกไปส่งสินค้า และพิจารณาตั้งสำรองรับคืนในอัตราส่วนที่เกิดขึ้นจริงในอดีต แต่ทั้งนี้ ณ วันสิ้นงวด ยังมีสินค้าอยู่ระหว่างการส่งมอบให้ลูกค้า ดังนั้นในปี 2553 บริษัทจึงได้ปรับปรุงนโยบายการรับรู้รายได้ดังกล่าว เป็นการรับรู้รายได้เมื่อมีการโอนความเสี่ยงและผลตอบแทนที่เป็นสาระสำคัญของความเป็นเจ้าของสินค้าแก่ผู้ซื้อ โดยได้มีการปรับปรุงย้อนหลังงบการเงินเพื่อประโยชน์ในการเปรียบเทียบ

- (1) บริษัทได้มีการปรับปรุงงบการเงินปี 2552 (ซึ่งการปรับปรุงดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีแล้ว) ดังนี้
- (1.1) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 บริษัทได้มีการปรับปรุงลูกหนี้การค้าสิ้นงวดลดลงจำนวนเงิน 39,242,039.01 บาท สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นจำนวนเงิน 13,606,084.16 บาท ภาษีขายลดลงจำนวนเงิน 2,567,236.20 บาท กำไรสุทธิสำหรับปี 2552 ลดลงจำนวนเงิน 23,068,718.65 บาท และกำไรสะสมต้นปี 2553 ลดลงด้วยจำนวนเดียวกัน
- (1.2) บริษัทได้มีการปรับปรุงรายได้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2552 เพิ่มขึ้นจำนวนเงิน 24,619,249.76 บาท ต้นทุนขายเพิ่มขึ้นจำนวนเงิน 9,352,178.00 บาท มีผลทำให้กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวนเงิน 15,267,071.76 บาท และกำไรสะสมต้นปี 2552 ลดลงด้วยจำนวนเดียวกัน
- (2) เพื่อประโยชน์ในการเปรียบเทียบ บริษัทได้มีการปรับปรุงงบการเงินปี 2551 ซึ่งจัดทำโดยผู้บริหาร (Management Account) ดังนี้
- (2.1) สืบเนื่องจากข้อ 1.2 บริษัทได้ปรับปรุงรายได้สำหรับปี 2551 ลดลงจำนวนเงิน 24,619,249.76 บาท และต้นทุนขายสำหรับปี 2551 ลดลงจำนวนเงิน 9,352,178.00 บาท กำไรสุทธิสำหรับปี 2551 ลดลงจำนวนเงิน 15,267,071.76 บาท และกำไรสะสมสิ้นปี 2551 ลดลงด้วยจำนวนเดียวกัน
- (2.2) สืบเนื่องจากข้อ 2.1 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 บริษัทได้มีการปรับปรุงลูกหนี้การค้าสิ้นงวดลดลงจำนวนเงิน 24,619,249.76 บาท และสินค้าคงเหลือสิ้นงวดเพิ่มขึ้นจำนวนเงิน 9,352,178.00 บาท

ผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมาในปี 2551 - 2553 รายได้ของบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยรายได้จากการขายและให้บริการ จากจำนวน 901.34 ล้านบาท ในปี 2551 เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 956.42 ล้านบาท และ 1,428.92 ล้านบาท ในปี 2552 และปี 2553 ตามลำดับ และมีขาดทุนสุทธิจำนวน (14.45) ล้านบาทในปี 2551 กำไรสุทธิจำนวน 0.30 ล้านบาท และ 34.88 ล้านบาท ในปี 2552 และปี 2553 ตามลำดับ โดยในปี 2551 บริษัทมีผลการดำเนินงานขาดทุน สาเหตุสำคัญเนื่องจากในปี 2551 มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 53.39 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำกว่าปี 2552 และปี 2553 นอกจากนี้ ในปี 2551 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 105.59 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่าปี 2552 ที่มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 95.66 ล้านบาท สาเหตุสำคัญที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารในปี 2551 มีจำนวนสูงเนื่องจากค่าเช่าอาคารคลังสินค้าและบริหารจัดการสินค้าคงคลัง และค่าขนส่งสินค้ามีจำนวนสูง นอกจากนี้ ในปี 2551 มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 6.22 ล้านบาท ส่งผลให้ปี 2551 มีผลการดำเนินงานขาดทุนสุทธิจำนวน (14.45) ล้านบาท

ปี 2552 และปี 2553 อัตรากำไรขั้นต้นปรับเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 57.04 และร้อยละ 58.49 ตามลำดับ จากการที่บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญกับการจัดหาสินค้าและการควบคุมต้นทุนขายให้อยู่ในระดับที่

เหมาะสม บริษัทได้จัดตั้งฝ่ายบริหารซัพพลายเชน (Supply Chain Management) เพื่อทำหน้าที่ติดตาม ดูแล การเคลื่อนไหวของสินค้าที่บริษัทจำหน่าย โดยฝ่ายบริหารซัพพลายเชนมีหน้าที่วางแผนการจัดซื้อสินค้า บริหาร จัดการสินค้าคงคลัง และประสานงานกับฝ่ายงานต่างๆ เช่น ฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ฝ่ายบัญชี ฝ่ายการเงิน เป็นต้น เพื่อติดตามข้อมูลการเคลื่อนไหวของสินค้า ข้อมูลลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้า ประเภทต่างๆ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการประมวลผลความต้องการสินค้าของลูกค้าและใช้ในการวางแผน การสั่งซื้อสินค้าประเภทต่างๆ ให้เหมาะสม และบริษัทได้วางแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเสนอขาย สินค้า รวมทั้งวางแผนในการเสนอขายสินค้าโดยวิธีการต่างๆ เช่น การเสนอขายในราคาที่มีส่วนลด เป็นต้น จาก การดำเนินการดังกล่าว ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นในปี 2552 และปี 2553 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 57.04 และ ร้อยละ 58.49 ตามลำดับ และมีกำไรสุทธิในปี 2552 และปี 2553 จำนวน 0.30 ล้านบาท และ 34.88 ล้านบาท ตามลำดับ

สำหรับในงวดมกราคม - มิถุนายน 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการขายและบริการ จำนวน 862.26 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2553 ที่มีรายได้จากการขายและบริการ จำนวน 673.22 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิจำนวน 16.83 ล้านบาท ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2553 ที่มี กำไรสุทธิ จำนวน 32.03 ล้านบาท สาเหตุสำคัญที่กำไรสุทธิลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการขายในงวดมกราคม - มิถุนายน 2554 เท่ากับ 415.59 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อ เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2553 ที่เท่ากับ 259.89 ล้านบาท จากค่าใช้จ่ายโฆษณาที่เพิ่มขึ้น

รายได้

(ก) รายได้จากการขายและบริการ

รายได้จากการขายและบริการของบริษัทและบริษัทย่อยในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 เท่ากับ 901.34 ล้านบาท 956.42 ล้านบาท และ 1,428.92 ล้านบาท ตามลำดับ ในปี 2552 รายได้ที่เพิ่มขึ้น สาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากช่องทางการตลาดต่างๆ ดังนี้

- รายได้จากการตลาดทางทีวี มีจำนวน 434.18 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2551 ที่ เท่ากับ 368.46 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรเพิ่มร้อยละ 17.84 สาเหตุสำคัญเนื่องจากในเดือนกรกฎาคม 2552 บริษัทได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก True Visions ช่อง 10 รายการ Shopping Network ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน
- รายได้จากการจากการตลาดแบบตรง มีจำนวน 263.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2551 ที่เท่ากับ 217.72 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรเพิ่มร้อยละ 20.87 สาเหตุสำคัญเนื่องจากรายได้จากการ ขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) มีจำนวน 217.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2551 ที่เท่ากับ 216.03 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรเพิ่มร้อยละ 0.88 การเสนอขายสินค้าผ่าน สื่อสิ่งพิมพ์มีรายได้จำนวน 34.25 ล้านบาท และรายได้จากการให้บริการศูนย์บริการทางโทรศัพท์และลูกค้า สัมพันธ์ทางโทรศัพท์ (Call Center) มีจำนวน 10.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2551 ที่เท่ากับ 1.69 ล้านบาท หรือ คิดเป็นอัตรากำไรเพิ่มร้อยละ 548.52 เนื่องจากบริษัทเพิ่มจำนวนพนักงาน Call Center ที่ให้บริการด้าน ศูนย์บริการทางโทรศัพท์ และบริษัทได้รับมอบหมายงานจากลูกค้าเพื่อให้บริการด้านศูนย์บริการทางโทรศัพท์ เพิ่มขึ้น ทั้งจากลูกค้าประเภทบริษัทประกัน และลูกค้าทั่วไป

ในปี 2553 รายได้ที่เพิ่มขึ้นสาเหตุหลักจากการขยายตัวของรายได้จากเกือบทุกช่องทาง การตลาด และช่องทางการตลาดเดิมได้รับการพัฒนาและขยายอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- รายได้จากการตลาดทางทีวี มีจำนวน 627.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่เท่ากับ 434.18 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 44.41 เนื่องจากบริษัทให้ความสำคัญกับการเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อโทรทัศน์ภาคปกติ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิกเคเบิลทีวี ซึ่งครอบคลุมการออกอากาศทั่วประเทศ โดยในเดือนมกราคม 2553 บริษัทได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม NSS6 ช่อง Shopping Channel ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน และในเดือนธันวาคม 2553 บริษัทเริ่มเสนอสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โดยใช้ชื่อรายการ “ช้อป ไทยแลนด์ (Shop Thailand)” ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน

- รายได้จากการตลาดแบบตรง มีจำนวน 465.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่เท่ากับ 263.15 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 76.71 สาเหตุสำคัญเนื่องจาก

- การขยายตัวของรายได้จากการขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์ แบบโทรออก (Outbound Call Center) มีจำนวน 363.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่เท่ากับ 217.94 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 66.84 เนื่องจากบริษัทเพิ่มจำนวนพนักงาน Call Center ที่ให้บริการด้านศูนย์บริการทางโทรศัพท์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 450 คน ณ สิ้นปี 2553

- การขยายตัวของรายได้จากการขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ มีจำนวน 54.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่เท่ากับ 34.25 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 58.31 เนื่องจากบริษัทขยายการขายสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง ได้แก่ การจัดทำแค็ตตาล็อก (Catalogue) เสนอขายสินค้าเป็นประจำทุกๆ 3-4 เดือน การเสนอขายสินค้าผ่านแผ่นพับ โบรชัวร์ ไทเร็กซ์ และร่วมกับผู้ประกอบการอื่นๆ เช่น ผู้ประกอบการบัตรเครดิตในการเสนอขายสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

- การเสนอขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce) ในช่วงต้นปี 2553 บริษัทได้เสนอขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce) ทั้งเว็บไซต์ของบริษัท และเว็บไซต์อื่นๆ ส่งผลให้มีรายได้จากการเสนอขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ในปี 2553 จำนวน 24.11 ล้านบาท

- รายได้จากการให้บริการศูนย์บริการทางโทรศัพท์และลูกค้าสัมพันธ์ทางโทรศัพท์ (Call Center) มีจำนวน 23.07 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่เท่ากับ 10.96 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 110.49 เนื่องจากบริษัทมีการเพิ่มจำนวนพนักงาน Call Center ที่ให้บริการด้านศูนย์บริการทางโทรศัพท์เพิ่มขึ้น และบริษัทได้รับมอบหมายให้บริการศูนย์บริการทางโทรศัพท์จากลูกค้าทั้งที่เป็นลูกค้าบริษัท ประกันชีวิต ลูกค้าที่เป็นบริษัทนายหน้าประกันชีวิตหรือนายหน้าประกันภัย และลูกค้าทั่วไปเพิ่มขึ้น

- รายได้จากการตลาดทั่วไป มีจำนวน 223.40 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่เท่ากับ 175.17 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 27.53 สาเหตุสำคัญเนื่องจากการขยายตัวของรายได้จากการขายสินค้าผ่านร้านค้าปลีก มีจำนวน 182.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่เท่ากับ 118.54 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 53.54 เนื่องจากบริษัทได้เพิ่มร้านค้าปลีกจากเป็นจำนวน 59 ร้าน ณ สิ้นปี 2553 จาก ณ สิ้นปี 2552 ที่มีจำนวน 37 ร้าน

นอกจากนี้ รายได้จากการขายและบริการที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากบริษัทให้ความสำคัญกับการจัดหาสินค้าที่หลากหลาย แปลงใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม และการผลิตรายการนำเสนอและแนะนำสินค้าด้วยความบันเทิง ทันสมัย และสื่อคุณลักษณะและประโยชน์ใช้สอยของสินค้าครบถ้วน

รายได้จากการขายและบริการของบริษัทและบริษัทย่อยในงวดมกราคม - มิถุนายน 2554 เท่ากับ 862.26 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเท่ากับร้อยละ 28.08 เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2553 ที่มีรายได้จากการขายและบริการจำนวน 673.22 ล้านบาท สาเหตุสำคัญเนื่องจาก

- รายได้จากการตลาดทางทีวี มีจำนวน 372.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2553 ที่เท่ากับ 316.07 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 18.00 จากการที่การขายสินค้าผ่านช่องทางทีวีเติบโตต่อเนื่อง

- รายได้จากการตลาดแบบตรง มีจำนวน 282.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2553 ที่เท่ากับ 196.29 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 44.01 สาเหตุสำคัญเนื่องจาก

- การขยายตัวของรายได้จากการขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) มีจำนวน 193.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2553 ที่เท่ากับ 154.57 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 24.90 เนื่องจากบริษัทเพิ่มจำนวนพนักงาน Call Center ที่ให้บริการด้านศูนย์บริการทางโทรศัพท์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 495 คน ณ สิ้นงวดหกเดือนแรกของปี 2554 จาก ณ สิ้นงวดหกเดือนแรกของปี 2553 ที่มีจำนวนพนักงาน Call Center จำนวน 375 คน

- การขยายตัวของรายได้จากการขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ มีจำนวน 64.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2553 ที่เท่ากับ 23.07 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 177.42 เนื่องจากบริษัทขยายการขายสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง ส่งผลให้รายได้จากการขายสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ขยายตัวเพิ่มขึ้น

- การขยายตัวของการเสนอขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce) มีจำนวน 15.79 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2553 ที่เท่ากับ 10.69 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 47.71

- รายได้จากการให้บริการศูนย์บริการทางโทรศัพท์และลูกค้าสัมพันธ์ทางโทรศัพท์ (Call Center) มีจำนวน 9.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2553 ที่เท่ากับ 8.02 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 22.57 เนื่องจากบริษัทมีการเพิ่มจำนวนพนักงาน Call Center ที่ให้บริการด้านศูนย์บริการทางโทรศัพท์เพิ่มขึ้น และบริษัทได้รับมอบหมายให้บริการศูนย์บริการทางโทรศัพท์จากลูกค้าทั้งที่เป็นลูกค้าบริษัทประกันชีวิต ลูกค้าที่เป็นบริษัทนายหน้าประกันชีวิตหรือนายหน้าประกันภัย และลูกค้าทั่วไปเพิ่มขึ้น

- รายได้จากการตลาดทั่วไป มีจำนวน 146.80 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2553 ที่เท่ากับ 102.04 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 43.87 สาเหตุสำคัญเนื่องจากการขยายตัวของรายได้จากการขายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกมีจำนวน 120.37 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2553 ที่เท่ากับ 86.20 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 39.64 และจากการขยายตัวของรายได้จากการขายสินค้าแบบขายส่งมีจำนวน 26.43 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2553 ที่เท่ากับ 12.06 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 119.15

(ข) รายได้อื่น รายได้อื่นของบริษัทและบริษัทย่อยในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 เท่ากับ 5.09 ล้านบาท 2.88 ล้านบาท และ 1.75 ล้านบาท ตามลำดับ โดยรายได้อื่นเกิดจากค่าเช่า ดอกเบี้ยรับ และกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น

ในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้อื่นจำนวน 1.49 ล้านบาท ประกอบด้วยดอกเบี้ยรับจำนวน 0.33 ล้านบาท กำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 0.19 ล้านบาท กำไรสุทธิจากการจำหน่ายสินทรัพย์จำนวน 0.02 ล้านบาท และรายได้อื่นๆ จำนวน 0.95 ล้านบาท รายได้อื่นในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2553 ที่มีรายได้อื่นจำนวน 0.95 ล้านบาท สาเหตุสำคัญเนื่องจากดอกเบี้ยรับเพิ่มขึ้นจากจำนวน 0.05 ล้านบาท ในงวดมกราคม – มิถุนายน 2553 เป็นจำนวน 0.33 ล้านบาท ในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 และรายได้อื่นๆ เพิ่มขึ้นจากจำนวน 0.23 ล้านบาท ในงวดมกราคม – มิถุนายน 2553 เป็นจำนวน 0.95 ล้านบาท ในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554

(ค) รายได้รวม ในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้รวม เท่ากับ 906.43 ล้านบาท 959.30 ล้านบาท และ 1,430.67 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งรายได้รวมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการเติบโตของรายได้จากการขายและบริการ ซึ่งที่สำคัญเกิดจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายและบริการจากการขยายตัวของรายได้จากทุกช่องทางการตลาด

ในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้รวม เท่ากับ 863.75 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2553 ที่มีรายได้รวมจำนวน 674.18 ล้านบาท

ต้นทุนขายและบริการในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 จำนวน 420.15 ล้านบาท 410.86 ล้านบาท และ 593.16 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนต้นทุนขายและบริการต่อรายได้จากการขายและบริการ ร้อยละ 46.61 ร้อยละ 42.96 และร้อยละ 41.51 ตามลำดับ โดยสัดส่วนต้นทุนขายและบริการต่อรายได้จากการขายและบริการ มีสัดส่วนลดลงในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการควบคุมต้นทุนขายผ่านการดำเนินการต่างๆ ดังนี้

(1) บริษัทได้จัดตั้งฝ่ายบริหารซัพพลายเชน (Supply Chain Management) เพื่อทำหน้าที่ติดตาม ดูแล การเคลื่อนไหวของสินค้าที่บริษัทจำหน่าย

(2) บริษัทมีนโยบายสั่งซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้จัดจำหน่ายโดยตรงให้มากที่สุด เพื่อให้ได้ราคาที่สามารถสร้างความได้เปรียบด้านต้นทุนให้กับบริษัท และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง

(3) บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดซื้อสินค้า และการจัดหาแหล่งสินค้าที่มีต้นทุนในการผลิตที่สามารถสร้างความได้เปรียบในด้านการแข่งขันให้กับบริษัท

(4) บริษัทให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในระบบการจัดการสินค้าคงคลังเพื่อควบคุมปริมาณสินค้าให้มีระดับที่เหมาะสมที่จะไม่ทำให้เกิดต้นทุนด้านการบริหารจัดการ และต้นทุนด้านการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่สูง

(5) บริษัทนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Oracle มาใช้ในการเก็บข้อมูลทางบัญชี ซึ่งโปรแกรมดังกล่าวสามารถใช้ในการจัดเก็บข้อมูลในด้านการสั่งซื้อสินค้าของบริษัทจากผู้จัดจำหน่าย การสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ข้อมูลสินค้าคงเหลือ เป็นต้น ซึ่งช่วยในการเก็บรวบรวมการเคลื่อนไหวของสินค้าคงเหลือ ทำให้บริษัท



ทราบสถานะของสินค้าคงเหลือในระยะเวลาต่างๆ และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 ต้นทุนขายและบริการ จำนวน 351.10 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนต้นทุนขายและบริการต่อรายได้จากการขายและบริการ คิดเป็นร้อยละ 40.72 หรือมีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 59.28 เปรียบเทียบกับในงวดมกราคม – มิถุนายน 2553 ที่มีต้นทุนขายและบริการ จำนวน 280.22 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนต้นทุนขายและบริการต่อรายได้จากการขายและบริการ คิดเป็นร้อยละ 41.62 หรือมีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 58.38

ค่าใช้จ่ายในการขายในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 จำนวน 388.90 ล้านบาท 438.59 ล้านบาท และ 606.39 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม คิดเป็นร้อยละ 42.90 ร้อยละ 45.72 และร้อยละ 42.39 ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายในการขายส่วนใหญ่จะเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการโฆษณาสินค้า และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสื่อโฆษณาสินค้า เช่น การเช่าเวลาโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น สื่อทีวี โดยค่าใช้จ่ายในขายที่สำคัญ ได้แก่ ค่าเช่าเวลาสื่อโฆษณา ค่าผลิตภาพยนตร์โฆษณา ค่าสื่อสิ่งพิมพ์ ค่าสื่อโฆษณาโดยตรงอื่น ค่าตัวนักแสดง เป็นต้น ในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 ค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 415.59 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม คิดเป็นร้อยละ 48.12 เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2553 ที่มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 259.89 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม คิดเป็นร้อยละ 38.55

ค่าใช้จ่ายในการบริหารในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 จำนวน 105.59 ล้านบาท 95.66 ล้านบาท และ 167.99 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม คิดเป็นร้อยละ 11.65 ร้อยละ 9.97 และร้อยละ 11.74 ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สำคัญ ได้แก่ เงินเดือน ค่าโทรศัพท์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ค่าเช่าสถานที่ ค่าเช่าคลังสินค้า ค่าบริหารจัดการคลังสินค้า ค่าจัดส่ง-สายส่ง ค่านายหน้า ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น ในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (รวมค่าตอบแทนผู้บริหารและค่าตอบแทนกรรมการ) จำนวน 65.36 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม คิดเป็นร้อยละ 7.57 เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2553 ที่มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร (รวมค่าตอบแทนผู้บริหารและค่าตอบแทนกรรมการ) จำนวน 85.30 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม คิดเป็นร้อยละ 12.65 สาเหตุสำคัญที่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 ปรับตัวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2553 เนื่องจากในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 บริษัทได้ตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญลดลง (กลับรายการ) จำนวน 2.49 ล้านบาท เปรียบเทียบกับในงวดมกราคม – มิถุนายน 2553 ที่ได้ตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญจำนวน 24.29 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายอื่นในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 จากงบการเงินรวม จำนวน 0.66 ล้านบาท ดังนี้

(หน่วย : บาท)	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	30 มิ.ย. 2554	30 มิ.ย. 2553	30 มิ.ย. 2554	30 มิ.ย. 2553
กลับรายการ (ขาดทุน) จากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อย				



(หน่วย : บาท)	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	30 มิ.ย. 2554	30 มิ.ย. 2553	30 มิ.ย. 2554	30 มิ.ย. 2553
- บริษัท ทีวีดี อินเทอร์เน็ต จำกัด	(233,735)	237,053	(5,233,035)	237,053
(ขาดทุน) จากการลงทุนในบริษัทย่อย				
- บริษัท ทีวีดี อินเทอร์เน็ต จำกัด	(225,363)	-	-	-
- บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด	(202,536)	-	-	-
	(661,634)	237,053	(5,233,035)	237,053

บริษัทและบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงินในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 จำนวน 6.22 ล้านบาท 8.17 ล้านบาท และ 5.76 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมร้อยละ 0.69 ร้อยละ 0.85 และร้อยละ 0.40 ตามลำดับ โดยต้นทุนทางการเงินดังกล่าวเป็นดอกเบี้ยจ่ายที่เกิดจากการกู้ยืมเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ในช่วงมกราคม - มิถุนายน 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงิน จำนวน 5.01 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมร้อยละ 0.58 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2553 ที่มีจำนวน 3.02 ล้านบาท สาเหตุสำคัญจากจำนวนเงินกู้ยืมระยะสั้นที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น

ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 จำนวน 2,080.00 บาท 19,165.77 บาท และ 25,549.16 บาท ตามลำดับ สืบเนื่องจากในปี 2549 บริษัทเข้าลงทุนในบริษัท ไทยแวนเซอร์วิส จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 15 คิดเป็นเงินลงทุนตามราคาทุนจำนวน 150,000 บาท โดยบริษัท ไทยแวนเซอร์วิส จำกัด ประกอบธุรกิจ ให้บริการระบบโครงข่ายการส่งข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจบัตรเครดิต บัตรเดบิต บัตรเงินสด และบัตรสมาชิกการ์ด และบริษัทได้ตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุนดังกล่าวในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 จำนวน 2,080.00 บาท 19,165.77 บาท และ 25,549.16 บาท ตามลำดับ ต่อมาในเดือนกันยายน 2553 บริษัทได้จำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทร่วมดังกล่าวทั้งจำนวน และในช่วงมกราคม - มิถุนายน 2554 ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมจำนวน 1.25 ล้านบาท จากการที่บริษัทย่อย คือ บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ได้เข้าลงทุนใน TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd, ในสัดส่วนร้อยละ 38 ซึ่งเป็นเงินลงทุนตามราคาทุนจำนวน 1.90 ล้านบาท และเป็นเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 จำนวน 0.65 ล้านบาท

บริษัทและบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้นในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 เท่ากับ 481.18 ล้านบาท 545.56 ล้านบาท และ 835.76 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 53.39 ร้อยละ 57.04 และร้อยละ 58.49 ตามลำดับ กำไรขั้นต้นปรับตัวสูงขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย และการบริหารจัดการต้นทุนขายให้อยู่ในระดับที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการขาย โดยสัดส่วนต้นทุนขายต่อรายได้จากการขายในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 เท่ากับร้อยละ 46.61 ร้อยละ 42.96 และร้อยละ 41.51 ตามลำดับ สาเหตุสำคัญจากการที่บริษัทให้ความสำคัญกับการวางแผนการจัดซื้อสินค้า จัดหาแหล่งสินค้าที่มีต้นทุนในการผลิตที่สามารถสร้างความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดการจำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง บริษัทและบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้นในช่วงมกราคม - มิถุนายน 2554 เท่ากับ 511.16 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 59.28 เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2553 ที่มีกำไรขั้นต้น เท่ากับ 393.00 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 58.38

บริษัทและบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานขาดทุนสุทธิในปี 2551 จำนวน (14.45) ล้านบาท กำไรสุทธิจำนวน 0.30 ล้านบาท และ 34.88 ล้านบาท ในปี 2552 และปี 2553 ตามลำดับ

ในปี 2551 อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ติดลบร้อยละ (8.41) เนื่องจากในปี 2551 บริษัทและบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานขาดทุนสุทธิจำนวน (14.45) ล้านบาท ในปี 2552 และปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยมีอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เท่ากับ ร้อยละ 0.16 และร้อยละ 18.26 ตามลำดับ เนื่องจากความสามารถในการทำกำไรที่ดีขึ้น โดยในปี 2552 และปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิจำนวน 0.30 ล้านบาท และ 34.88 ล้านบาท ตามลำดับ บริษัทจ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานปี 2553 ในอัตราหุ้นละ 0.36 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 11.45 ล้านบาท

ในงวดมกราคม - มิถุนายน 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานกำไรสุทธิจำนวน 16.83 ล้านบาท เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2553 ที่มีกำไรสุทธิจำนวน 32.03 ล้านบาท สาเหตุสำคัญที่กำไรสุทธิปรับตัวลดลงเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการขายในงวดมกราคม - มิถุนายน 2554 เท่ากับ 415.59 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2553 ที่เท่ากับ 259.89 ล้านบาท จากค่าใช้จ่ายโฆษณาที่เพิ่มขึ้น

สินทรัพย์

บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551, 2552 และ 2553 จำนวน 477.34 ล้านบาท 438.43 ล้านบาท และ 513.93 ล้านบาท ตามลำดับ และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวม จำนวน 610.98 ล้านบาท รายละเอียดของสินทรัพย์ที่สำคัญ ดังนี้

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551, 2552 และ 2553 เท่ากับ 11.16 ล้านบาท 18.26 ล้านบาท และ 29.83 ล้านบาท ตามลำดับ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้นเนื่องจากบริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น และมีเงินสดได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานเพิ่มขึ้นในระยะเวลาที่ผ่านมา และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เท่ากับ 18.76 ล้านบาท

ลูกหนี้การค้า - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551, 2552 และ 2553 เท่ากับ 116.51 ล้านบาท 49.70 ล้านบาท และ 28.89 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้การขายสินค้าของบริษัทลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ชำระเงินเมื่อส่งมอบสินค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทมีลูกหนี้การค้าจำนวนหนึ่งเนื่องจากการขายส่งให้ลูกค้าประเภทห้างสรรพสินค้า Modern Trade ร้านขายยา และลูกค้าบริษัทต่างประเทศ ซึ่งบริษัทมีนโยบายให้เครดิตต่อมในการชำระค่าสินค้าประมาณ 30 - 90 วัน โดยบริษัทมีนโยบายที่ให้ลูกค้าชำระค่าสินค้าในระยะเวลาที่เร็วขึ้นส่งผลให้ลูกหนี้การค้าลดลงในช่วงระยะที่ผ่านมา เนื่องจากบริษัทให้ความสำคัญกับการจัดเก็บหนี้ และกำหนดระยะเวลาชำระหนี้ให้ลดลง โดยอัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้าปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 เท่ากับ 8.28 เท่า 9.48 เท่า และ 24.84 เท่า ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ย เท่ากับ 43 วัน 38 วัน และ 14 วัน ตามลำดับ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 ลูกหนี้การค้า - สุทธิ มีจำนวน 45.90 ล้านบาท ประกอบด้วยลูกหนี้การค้าบริษัทอื่น - สุทธิ จำนวน 42.50 ล้านบาท และลูกหนี้การค้าบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน - สุทธิ จำนวน 3.40 ล้านบาท

สินค้าคงเหลือ - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551, 2552 และ 2553 เท่ากับ 145.58 ล้านบาท 160.14 ล้านบาท และ 247.77 ล้านบาท ตามลำดับ สินค้าคงเหลือของบริษัทที่สำคัญคือสินค้าสำเร็จรูปที่เก็บสต็อกไว้

เพื่อรองรับการจำหน่ายในช่วง 3 เดือน เนื่องจากการสั่งซื้อสินค้าของบริษัทที่ใช้ระยะเวลาประมาณ 3 เดือน และสินค้าคงเหลือมีจำนวนเพิ่มขึ้นตามปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้นและช่องทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น จึงต้องวางแผนการจัดเก็บสต็อกสินค้าคงเหลือให้เพียงพอต่อปริมาณความต้องการสินค้าที่หลากหลายรวมทั้งครอบคลุมสินค้าทุกรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 บริษัทมีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย เท่ากับ 101 วัน 128 วัน และ 117 วัน ตามลำดับ โดยในปี 2553 ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยลดลงจากปี 2552 สาเหตุสำคัญเนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการบริหารสต็อกสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งด้วยวิธีการคัดเลือกรายการสินค้าที่มียอดเคลื่อนไหวสูงเข้ามาจำหน่ายเพิ่มขึ้น และนำสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวเข้ามาทำการตลาดเพิ่มขึ้น รวมทั้งลดจำนวนรายการสินค้าที่จำหน่ายช้าลง สินค้าคงเหลือ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 เท่ากับ 277.43 ล้านบาท โดยในงวดมกราคม - มิถุนายน 2554 ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย เท่ากับ 125 วัน

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551, 2552 และ 2553 เท่ากับ 138.95 ล้านบาท 121.43 ล้านบาท และ 139.89 ล้านบาท ตามลำดับ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ ณ สิ้นปี 2553 เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2552 จำนวน 18.46 ล้านบาท สาเหตุสำคัญเนื่องจากในปี 2553 บริษัทซื้อที่ดินเพิ่มขึ้นจำนวน 4 แปลง พื้นที่รวม 3 งาน 68.8 ตารางวา เป็นจำนวนเงินรวม 11.18 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ก่อสร้างอาคารสำนักงาน และอาคารสตูดิโอ ลงทุนเพิ่มในเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงานจำนวน 26.43 ล้านบาท ปรับปรุงอาคารจำนวน 1.64 ล้านบาท ลงทุนในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์จำนวน 1.95 ล้านบาท และมีงานระหว่างก่อสร้างเพิ่มขึ้นจำนวน 14.20 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2550 บริษัทได้จัดให้มีการประเมินที่ดิน โดยประเมินที่ดินโฉนดเลขที่ 1829, 209763, 24156 และ 55643 ซึ่งมีราคาประเมินรวม 48,930,000 บาท ผู้ประเมินคือ บริษัท เอ็น แอนด์ เอ แอพไพเรซัล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินและผู้ประเมินหลักที่ได้รับความเห็นชอบจากสมาคมนักประเมินราคาอิสระไทย และสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ราคาประเมินที่ดินดังกล่าวมีส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินจำนวน 29,114,690 บาท ต่อมาเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2553 บริษัทได้จัดให้มีการประเมินที่ดินโฉนดเลขที่ 1829, 209763, 24156, 55643, 1391 และ 135253 ซึ่งมีราคาประเมินรวม 57,190,000 บาท ผู้ประเมินคือ บริษัท เอ็น แอนด์ เอ แอพไพเรซัล จำกัด ราคาประเมินที่ดินดังกล่าวมีส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินจำนวน 31,645,490 บาท และส่วนลด 500,000 บาท

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 เท่ากับ 151.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2553 จำนวน 11.59 ล้านบาท สาเหตุสำคัญเนื่องจากในงวดมกราคม - มิถุนายน 2554 บริษัทซื้อที่ดินเพิ่มขึ้นจำนวน 2 แปลง พื้นที่รวม 88 ตารางวา เป็นจำนวนเงินรวม 6.60 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ก่อสร้างอาคารสำนักงาน

หนี้สิน

บริษัทและบริษัทย่อยมีหนี้สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551, 2552 และ 2553 จำนวน 288.99 ล้านบาท 259.43 ล้านบาท และ 310.96 ล้านบาท ตามลำดับ และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีหนี้สินรวม จำนวน 395.64 ล้านบาท โดยหนี้สินส่วนใหญ่ของบริษัท คือ เจ้าหนี้การค้า และเงินเบิกเกินบัญชี และเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน รายละเอียดที่สำคัญของหนี้สินดังนี้

เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551, 2552 และ 2553 จำนวน 78.24 ล้านบาท 95.04 ล้านบาท และ 98.36 ล้านบาท ตามลำดับ และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน จำนวน 178.88 ล้านบาท

เจ้าหนี้การค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551, 2552 และ 2553 เท่ากับ 116.75 ล้านบาท 85.85 ล้านบาท และ 130.22 ล้านบาท ตามลำดับ โดยบริษัทมีระยะเวลาการชำระหนี้เฉลี่ยในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 จำนวน 98 วัน 89 วัน และ 66 วัน ตามลำดับ โดยเจ้าหนี้การค้า ณ สิ้นปี 2553 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากการที่บริษัท จัดหาสำเร็จรูปมาจัดเก็บไว้เพื่อรองรับปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น และรองรับเทศกาลวันหยุดเนื่องจากโรงงานจะ ปิดทำการ รวมทั้งรองรับการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางตลาดที่หลากหลายขึ้น และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 เจ้าหนี้การค้า เท่ากับ 130.37 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 บริษัทมีวงเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง วงเงินกู้ 40 ล้านบาท อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมสำหรับลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (MLR) การชำระหนี้โดย ผ่อนชำระเงินต้นรายเดือน งวดละไม่เกิน 1.20 ล้านบาท จำนวน 36 งวด ผ่อนชำระงวดแรกเดือนสิงหาคม 2551 และสิ้นสุดสัญญาเดือนกรกฎาคม 2554 หลักประกันคือที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งกรรมการบริษัทร่วมค้ำประกัน ยอดเงินกู้คงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 เท่ากับ 7.60 ล้านบาท ซึ่งเป็นเงินกู้ยืมในส่วนที่ถึงกำหนด ชำระภายในหนึ่งปี

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 บริษัทมีเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน 2 แห่ง ดังนี้

(1) วงเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง วงเงินกู้ 40 ล้านบาท อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมสำหรับลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (MLR) การชำระหนี้โดยผ่อนชำระเงินต้นรายเดือน งวดละไม่เกิน 1.20 ล้านบาท จำนวน 36 งวด ผ่อนชำระงวดแรกเดือนสิงหาคม 2551 และสิ้นสุดสัญญาเดือนกรกฎาคม 2554 หลักประกันคือที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งกรรมการบริษัทร่วมค้ำประกัน

(2) เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2554 บริษัทได้ทำสัญญากู้ยืมระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง จำนวน 15 ล้านบาท เพื่อลงทุนก่อสร้างสตูดิโอใหม่ และเพื่อซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในกิจการ โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 จำนวนเงินกู้ผูกพันตามสัญญามีมูลค่าคงค้างจำนวน 1.37 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวมี ดอกเบี้ยในอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมสำหรับลูกค้ารายใหญ่ชั้นดีประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (MLR) และมีกำหนด ผ่อนชำระเงินต้นเป็นงวดรายเดือนทั้งสิ้น 60 งวด งวดละ 250,000 บาท เริ่มผ่อนชำระงวดแรกเดือนมีนาคม 2555 บริษัทได้จดทะเบียนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งกรรมการบริษัทได้ร่วมค้ำประกันหนี้สินเต็มวงเงิน อีกทั้ง บริษัทต้องรักษาอัตราส่วนทางการเงิน Debt Service Coverage Ratio (DSCR) ให้อยู่ในอัตราไม่ต่ำกว่า 2 ต่อ 1 เท่า และสัดส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio) ให้อยู่ในอัตราไม่เกิน 1.7 ต่อ 1 เท่า โดยอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 จากงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท และจากงบการเงินรวมของบริษัทและ บริษัทย่อย เท่ากับ 1.80 เท่า และ 1.84 เท่า ตามลำดับ ซึ่งเกินกว่าที่กำหนดไว้ในสัญญากู้ยืมเงิน (รายละเอียดตามส่วนที่ 2 ข้อ 1.4.3 ความเสี่ยงจากการปฏิบัติผิดเงื่อนไขที่สำคัญของสัญญากู้ยืมเงิน) อย่างไรก็ตาม สถาบันการเงินจะพิจารณาอัตราส่วนทางการเงินจากงบการเงินสิ้นปี และหากบริษัทมีสถานะเป็นบริษัทจดทะเบียน สถาบันการเงินจะพิจารณาการดำรงอัตราส่วนทางการเงินจากงบการเงินทุกไตรมาส ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทมีการชำระดอกเบี้ยและการชำระคืนเงินต้นตามกำหนด



ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน: ในการจัดทำงบการเงินระหว่างกลางงวดสามเดือนและหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2554 การปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 19 ที่มีผลบังคับใช้สำหรับระยะเวลาบัญชีที่เริ่มต้นในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2554 เกี่ยวข้องกับการบัญชีสำหรับผลประโยชน์พนักงานซึ่งสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท ได้แก่ (ก) ผลประโยชน์ระยะสั้น (ข) ผลประโยชน์หลังออกจากงาน รวมถึงโครงการสมทบเงินและโครงการผลประโยชน์พนักงาน (ค) ผลประโยชน์ระยะยาวอื่น และ (ง) ผลประโยชน์เมื่อเลิกจ้าง มาตรฐานการบัญชีฉบับนี้กำหนดให้วัดมูลค่าโครงการผลประโยชน์พนักงาน และผลประโยชน์ระยะยาวอื่น โดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ กลุ่มบริษัทเลือกรับรู้ผลกำไรและขาดทุนจากการประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 จำนวน 8.90 ล้านบาท สำหรับงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะของบริษัท โดยกลุ่มบริษัทได้ทยอยรับรู้ประมาณการหนี้สินดังกล่าว ตามวิธีเส้นตรงภายในระยะเวลา 5 ปี ตามที่ได้รับอนุญาตในประกาศสภาวิชาชีพฉบับที่ 17/2554 และรับรู้ประมาณการหนี้สินที่เพิ่มขึ้นสำหรับงวดปัจจุบันเป็นค่าใช้จ่ายเต็มจำนวนในงบการเงินสำหรับงวด ผลกระทบจากการใช้นโยบายบัญชีดังกล่าวมีรายละเอียดดังนี้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 บริษัทมีภาระหนี้สินที่เกี่ยวข้องกับเงินผลประโยชน์พนักงานเป็นจำนวนทั้งสิ้น 8.90 ล้านบาท ซึ่งบริษัทจะทยอยรับรู้เป็นหนี้สินตามวิธีเส้นตรงภายในระยะเวลา 5 ปี เป็นจำนวนเงิน 0.44 ล้านบาทต่อไตรมาส

ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2554 มีการเปลี่ยนแปลงดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)	30 มิ.ย. 2554
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานส่วนที่ยังไม่ได้รับรู้	
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานเมื่อเริ่มต้นที่ยังไม่รับรู้ยกมา	8.90
รับรู้เป็นหนี้สินในระหว่างงวด	(0.89)
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานเมื่อเริ่มต้นที่ยังไม่รับรู้ยกไป	8.01
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานส่วนที่รับรู้แล้ว	
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานส่วนที่รับรู้แล้วยกมา	-
รับรู้ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานเมื่อเริ่มต้นเป็นหนี้สินในระหว่างงวด	0.89
เพิ่มขึ้นระหว่างงวด	1.62
จ่ายเงินบำเหน็จระหว่างงวด	(0.44)
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานส่วนที่รับรู้แล้วยกไป	2.07
รวมหนี้สินผลประโยชน์พนักงานทั้งที่รับรู้และยังไม่รับรู้ ณ วันที่ 30 มิ.ย. 2554	10.07

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551, 2552 และ 2553 เท่ากับ 188.35 ล้านบาท 179.01 ล้านบาท และ 202.97 ล้านบาท ตามลำดับ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 บริษัทมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วจำนวน 159.04 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 31,808,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 เท่ากับ 215.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2553 ที่เท่ากับ 202.97 ล้านบาท สาเหตุสำคัญจากผลการดำเนินงานงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 มีกำไรสุทธิจำนวน 16.83 ล้านบาท

อัตราส่วนสภาพคล่อง

บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่อง (อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน) เท่ากับ 1.12 เท่า 1.11 เท่า และ 1.07 เท่า ในปี 2551 – 2553 ตามลำดับ และมีอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว เท่ากับ 0.47 เท่า 0.27 เท่า และ 0.19 เท่า ในปี 2551 – 2553 ตามลำดับ โดยอัตราส่วนสภาพคล่อง และอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว ลดลง สาเหตุสำคัญเนื่องจากเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น และเจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น อันเป็นผลจากที่บริษัทต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนในการจัดหาสินค้ามาจัดเก็บไว้เพื่อรองรับปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น และช่องทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่ประสบปัญหาด้านสภาพคล่องและการชำระหนี้สินหมุนเวียนแต่อย่างใด โดยในปี 2553 บริษัทมีระยะเวลาจัดเก็บหนี้เฉลี่ย 14 วัน ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย 117 วัน ระยะเวลาชำระหนี้ 66 วัน ทำให้บริษัทมีวงจรกิจจ 65 วัน เปรียบเทียบกับปี 2551 และปี 2552 ที่มีวงจรกิจจ 46 วัน และ 77 วัน ตามลำดับ

ในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 อัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.99 เท่า และมีอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็วเท่ากับ 0.17 เท่า โดยอัตราส่วนสภาพคล่อง และอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็วลดลงจากปี 2553 สาเหตุสำคัญเนื่องจากเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น อันเป็นผลจากที่บริษัทต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนในการจัดหาสินค้ามาจัดเก็บไว้เพื่อรองรับปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น และช่องทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่ประสบปัญหาด้านสภาพคล่องและการชำระหนี้สินหมุนเวียนแต่อย่างใด ในงวดมกราคม – มิถุนายน 2554 บริษัทมีระยะเวลาจัดเก็บหนี้เฉลี่ย 11 วัน ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย 125 วัน ระยะเวลาชำระหนี้ 67 วัน ทำให้บริษัทมีวงจรกิจจ 69 วัน เปรียบเทียบกับปี 2553 ที่มีวงจรกิจจ 65 วัน

ปัจจัยความเสี่ยง

1.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1.1 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทต้องลงทุนในสินค้าคลัง

ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าของบริษัทต้องใช้เวลาประมาณ 3 เดือน ดังนั้นบริษัทจึงต้องมีสินค้าคงคลังประมาณ 3 เดือน เพื่อรองรับการขาย การประกอบธุรกิจของบริษัทต้องมีการสั่งซื้อสินค้ามาจัดเก็บไว้ในจำนวนที่เหมาะสม และมีการทำการประชาสัมพันธ์แนะนำรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเสนอขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง ปัจจุบันบริษัทมีสินค้าจำหน่ายมากกว่า 1,200 รายการ และสินค้าคงเหลือเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัท โดยบริษัทมีมูลค่าสินค้าคงเหลือในสัดส่วนอันดับ 1 ของสินทรัพย์รวม ดังจะเห็นได้จากงบการเงินรวมของของบริษัทและบริษัทย่อย ณ สิ้นปี 2551 สิ้นปี 2552 และ สิ้นปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินค้าคงเหลือจำนวน 145.58 ล้านบาท 160.14 ล้านบาท และ 247.77 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.50 ร้อยละ 36.52 และร้อยละ 48.21 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ และ ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินค้าคงเหลือจำนวน 277.43 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.41 ของสินทรัพย์รวม หากบริษัทไม่มีระบบการประมาณการสั่งซื้อและการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือที่มีประสิทธิภาพ อาจส่งผลให้สินค้าคงเหลือบางรายการมีการเคลื่อนไหวช้า หรือมีการล้าสมัย หรือเสื่อมสภาพ ซึ่ง



จะส่งผลให้บริษัทต้องตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเสื่อมสภาพเพิ่มขึ้น อันจะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และสภาพคล่องของบริษัท

บริษัทมีมาตรการในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ ดังนี้

(1) บริษัทได้จัดตั้งฝ่ายบริหารซัพพลายเชน (Supply Chain Management) เพื่อทำหน้าที่ติดตาม ดูแล การเคลื่อนไหวของสินค้าที่บริษัทจำหน่าย

(2) บริษัทได้เช่าอาคารคลังสินค้าเพื่อใช้ในการจัดเก็บสินค้าของบริษัท ตั้งอยู่ที่เลขที่ 222 หมู่ 17 ถนนสามวา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพื้นที่จัดเก็บสินค้ารวม 2,016 ตารางเมตร และพื้นที่สำหรับจัดเตรียมสินค้า 660 ตารางเมตร โดยบริษัททำสัญญากับบริษัท เจดับเบิ้ลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด เพื่อเช่าอาคารคลังสินค้าจากบริษัท เจดับเบิ้ลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด และให้บริษัทดังกล่าวบริหารจัดการสินค้าคงคลังมาตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2552 สัญญาฉบับปัจจุบันอายุสัญญา 2 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2554 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2556 นอกจากนี้ บริษัท เจดับเบิ้ลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด ยังจัดหาพื้นที่จัดเก็บสินค้า 1,675 ตารางเมตร ซึ่งตั้งอยู่ที่ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ให้บริษัทเช่าเพื่อใช้จัดเก็บสินค้าเป็นระยะเวลา 1 ปี

(3) บริษัทได้นำโปรแกรมการจัดซื้อสินค้า Material Requirement Planning (MRP) ซึ่งเป็นระบบหนึ่งของ Oracle มาใช้ในการเก็บข้อมูลการจัดซื้อและบริหารสินค้าคงคลัง ทำให้บริษัททราบสถานะของสินค้าคงเหลือในระยะเวลาต่างๆ และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ การประมาณการจัดซื้อ และการวางแผนการจัดซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) บริษัทมีนโยบายการพิจารณาตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเสื่อมสภาพโดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ประกอบ เช่น ประเภท/กลุ่มสินค้า อายุของสินค้า คุณภาพของสินค้า เป็นต้น เพื่อให้สินค้าคงเหลือแสดงมูลค่าตามบัญชีที่เชื่อถือได้ตามหลักการบัญชี

(5) บริษัททำประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สินในทรัพย์สินของบริษัทประเภทสิ่งปลูกสร้าง เฟอร์นิเจอร์ สต็อกสินค้า ทรัพย์สินบุคคล ใไว้กับบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง เป็นวงเงินเอาประกันจำนวนรวม 352.31 ล้านบาท โดยส่วนหนึ่งของวงเงินเอาประกันดังกล่าวจำนวน 199.60 ล้านบาท เป็นการประกันสต็อกสินค้า ซึ่งการประกันภัยดังกล่าวคุ้มครองการสูญเสียวหรือความเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันอันมีสาเหตุมาจากปัจจัยภายนอก เช่น ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยลมพายุ ภัยจากยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยทางอากาศยาน ภัยเนื่องน้ำท่วม ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยไฟฟ้า ภัยแผ่นดินไหว ภัยระเบิด ภัยการจลาจล การนัดหยุดงาน หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย และภัยลูกเห็บ

(6) บริษัทได้นำข้อมูลสินค้าคงเหลือมาใช้ในการประมวลผลเพื่อใช้ในการวางแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเสนอขายสินค้าต่างๆ ตามความเหมาะสม และวางแผนในการเสนอขายสินค้าโดยฝ่ายขาย และฝ่ายซัพพลายเชนมีการประชุมร่วมกันทุกเดือน

ที่ผ่านมาบริษัทได้บริหารจัดการสินค้าคงเหลือตามมาตรการที่กำหนดไว้ข้างต้น ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2551 สิ้นปี 2552 และสิ้นปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเสื่อมสภาพไว้เป็นจำนวน 2.00 ล้านบาท 2.32 ล้านบาท และ 8.73 ล้านบาท ตามลำดับ และอัตราส่วนการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือในปี 2553 ปรับตัวดีขึ้นจากปี 2552 ดังจะเห็นได้จากอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือสำหรับปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 เท่ากับ 3.57 เท่า 2.80 เท่า และ 3.07 เท่า ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ย

สำหรับปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 เท่ากับ 101 วัน 128 วัน และ 117 วัน ตามลำดับ และ ณ สิ้นงวดไตรมาส 2 ปี 2554 บริษัทและบริษัทย่อยตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเคลือบไหวซ้ำไว้เป็นจำนวน 9.30 ล้านบาท และค่าเผื่อสินค้าที่มีราคาทุนสูงกว่ามูลค่าสุทธิที่จะได้รับจำนวน 0.12 ล้านบาท อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือในงวดไตรมาส 2 ปี 2554 เท่ากับ 2.87 เท่า และระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ย เท่ากับ 125 วัน โดยที่ผ่านมามีบริษัทสามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้ตามนโยบายที่ตั้งไว้โดยให้มีอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือประมาณ 3 - 3.5 เท่า

1.1.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับลูกหนี้การค้า

ลูกหนี้ของบริษัทประกอบด้วยลูกหนี้รายย่อย และลูกหนี้ขายส่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทมีความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระค่าสินค้าและบริการจากลูกหนี้โดยเฉพาะจากลูกหนี้ขายส่งตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการเป็นเงินสดโดยเฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง ตั้งแต่ปี 2551 – 2553 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 83.53 ของรายได้จากการขายและบริการ โดยในปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยมีสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าและบริการเป็นเงินสดเพิ่มขึ้น โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 87.55 ของรายได้จากการขายและบริการ หรือเป็นมูลค่าจำนวน 1,250.95 ล้านบาท จากรายได้จากการขายและบริการจำนวน 1,428.92 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากการที่บริษัทให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์และประเมินวงเงินการให้เครดิตแก่ลูกหนี้ และระยะเวลาการให้เครดิตแก่ลูกหนี้ ปัจจุบันบริษัทมีนโยบายขยายธุรกิจช่องทางขายส่งในประเทศและขายต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ส่งสินค้าไปขายในลาว เวียดนาม กัมพูชา และมาเลเซีย จึงได้ดำเนินการอย่างเข้มงวดในเรื่องการวิเคราะห์การให้เครดิตต่อมลูกหนี้ขายส่ง และจัดทำแฟ้มประวัติลูกหนี้เพื่อบริหารความเสี่ยงในการเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ โดยบริษัทมีนโยบายการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญโดยประมาณจากลูกหนี้ที่คาดว่าจะเก็บเงินไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปพิจารณาจากประสบการณ์การเก็บเงินและการวิเคราะห์อายุลูกหนี้ ซึ่งที่ผ่านมา ณ สิ้นปี 2551 สิ้นปี 2552 และสิ้นปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญของลูกหนี้การค้าไว้เป็นจำนวนเงิน 10.32 ล้านบาท 20.95 ล้านบาท และ 15.26 ล้านบาท ตามลำดับ โดยในระยะ 3 ปีที่ผ่านมาในปี 2551 ปี 2552 และปี 2553 บริษัทมีหนี้สูญจำนวน 0.00 ล้านบาท 0.00 ล้านบาท และ 15.71 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.00 ร้อยละ 0.00 และร้อยละ 1.10 ของรายได้จากการขายและบริการ และ ณ สิ้นงวดไตรมาส 2 ปี 2554 บริษัทและบริษัทย่อยตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญของลูกหนี้การค้าไว้เป็นจำนวนเงิน 13.16 ล้านบาท และตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญลูกหนี้จากการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการไว้เป็นจำนวน 5.92 ล้านบาท

1.1.3 ความเสี่ยงด้านความมีเสถียรภาพของระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของบริษัทต้องอาศัยระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูล ที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลคำสั่งซื้อสินค้าของลูกหนี้ ข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกหนี้ ข้อมูลสินค้าคงเหลือ ฐานข้อมูลลูกหนี้จำนวนประมาณ 1.3 ล้านราย การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสำนักงานใหญ่กับคลังสินค้า การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสำนักงานใหญ่กับศูนย์กระจายสินค้าและสาขาต่างๆ ระบบการขายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น หากระบบคอมพิวเตอร์มีความขัดข้องจากสาเหตุต่างๆ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ขัดข้อง ระบบไฟฟ้าขัดข้อง และหากบริษัทไม่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ทันท่วงที ย่อมส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท โดยที่ผ่านมามีในช่วงกลางปี 2552 บริษัทเคยประสบปัญหาการระบบคอมพิวเตอร์ขัดข้อง ซึ่งส่งผลให้



บริษัทต้องให้การทำงานด้วยบุคลากรเป็นระยะเวลาประมาณ 3 วัน อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีมาตรการเพื่อรองรับระบบคอมพิวเตอร์ขัดข้องดังนี้

(1) บริษัทได้ทำสัญญาว่าจ้างบริษัท ไอเส็ค อิงค์ จำกัด เพื่อพัฒนาและเข้าใช้เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีขอบเขตและวัตถุประสงค์ของงานที่จ้างเพื่อให้บริษัท ไอเส็ค อิงค์ จำกัด ให้บริการดังนี้

- ให้บริการเข้าใช้เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย
- ออกแบบ ปรับปรุง และลงทุนจัดหา ติดตั้ง และให้บริการเข้าใช้ อุปกรณ์ระบบเน็ตเวิร์กและโครงสร้างเครือข่าย (Network and Infrastructure)
- ออกแบบ พัฒนา และลงทุนจัดหาอุปกรณ์ ติดตั้ง และให้บริการระบบคอมพิวเตอร์แม่ข่ายสำรอง (Redundant System) โดยครอบคลุมทั้งระบบโปรแกรม Oracle และระบบ TV Direct Information System (KMIS) ซึ่ง KMIS เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่บริษัทพัฒนาขึ้นสำหรับใช้จัดเก็บคำสั่งซื้อ ประวัติลูกค้า ประวัติการติดต่อลูกค้า
- ให้บริการเข้าใช้ระบบเครื่องแม่ข่ายและระบบเครือข่ายสำรอง (Disaster Recovery Site) เพื่อใช้เป็นระบบสำรองในกรณีที่เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายหลักไม่สามารถทำงานได้
- ให้บริการในการสำรองข้อมูล (Backup) และการกู้คืนข้อมูล (Recovery)
- ให้บริการรับเรื่องและแก้ไขปัญหาของระบบเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายระบบเน็ตเวิร์กและโครงสร้างเครือข่าย ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง
- ย้าย (Migrate) ระบบ Oracle ของบริษัทจากแพลตฟอร์ม IBM RISC6000 (AIX) เป็นแพลตฟอร์ม Intel-Base (Linux) บนเครื่องแม่ข่ายของไอเส็ค อิงค์ ซึ่งได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว

การดำเนินการดังกล่าว ส่งผลให้บริษัทมีระบบคอมพิวเตอร์สำรอง 3 แห่ง ได้แก่ (1) ระบบแม่ข่ายหลักซึ่งอยู่ที่บริษัท ไอเส็ค อิงค์ จำกัด เลขที่ 2521/2 โครงการบิซทาวนริลาดพร้าว ถนนลาดพร้าว แขวงคลองเจ้าคุณสิงห์ เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร (2) ศูนย์คอมพิวเตอร์สำรองของบริษัท ไอเส็ค อิงค์ จำกัด ตั้งอยู่ที่อาคารเนชั่น และ (3) ศูนย์คอมพิวเตอร์สำรองของบริษัทที่สำนักงานใหญ่ นอกจากนี้ บริษัทสามารถกู้คืนข้อมูลต่างๆ ที่สำคัญในการประกอบธุรกิจระบบคอมพิวเตอร์ของบริษัทขัดข้อง

(2) บริษัทได้จัดให้มีระบบไฟฟ้าสำรอง (UPS) ซึ่งหากกระแสไฟฟ้าขัดข้อง ระบบไฟฟ้าสำรองจะสามารถให้บริการต่อเนื่องได้ประมาณ 1 ชั่วโมง

(3) บริษัทจัดให้มีการบริการและบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า

(4) บริษัทจัดให้มีการบำรุงรักษาตู้สวิตช์บอร์ดซึ่งเป็นแผงจ่ายไฟฟ้าขนาดใหญ่ หรือตู้

Main Distribution Board (MDB) ตู้ DB และตู้ LC

1.1.4 ความเสี่ยงด้านความมีเสถียรภาพของระบบโทรศัพท์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของบริษัทต้องอาศัยระบบโทรศัพท์ที่ใช้ในการติดต่อระหว่างลูกค้ากับบริษัท ได้แก่

(ก) ระบบโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound Call Center) เพื่อรองรับลูกค้าโทรศัพท์ที่เข้ามาสั่งซื้อสินค้าและบริการจากบริษัท หรือสอบถามข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท

(ข) ระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) เพื่อรองรับการที่เจ้าหน้าที่บริษัทโทรศัพท์ติดต่อไปยังลูกค้าเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ หรือการติดต่อสอบถามข้อมูลต่างๆ จากลูกค้า

หากระบบโทรศัพท์มีความขัดข้องจากสาเหตุต่างๆ เช่น ระบบควบคุมโทรศัพท์ขัดข้อง คู่สายโทรศัพท์ไม่สามารถรองรับปริมาณการโทรศัพท์ได้เพียงพอ ย่อมส่งผลในแง่ลบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท ทั้งนี้ ในปี 2550 บริษัทเคยประสบปัญหาระบบโทรศัพท์ขัดข้อง ซึ่งบริษัทสามารถรองรับระบบโทรศัพท์ขัดข้องดังกล่าวด้วยการใช้ระบบโทรศัพท์มือถือ ระบบอินเทอร์เน็ต และระบบ IP Phone (โทรศัพท์ที่ใช้รองรับเทคโนโลยี VoIP เวลาใช้งานจะต้องต่อ IP Phone เข้ากับโครงข่ายอินเทอร์เน็ตโดยตรง) บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของระบบโทรศัพท์ และได้มีมาตรการป้องกันระบบโทรศัพท์ขัดข้องดังนี้

(1) บริษัทจัดให้มีคู่สายโทรศัพท์ที่พอเพียงรองรับปริมาณการใช้งานสายเรียกเข้าสูงสุด 1,500 สายต่อชั่วโมง

(2) บริษัทเช่าใช้บริการระบบ Call Center Solution สำหรับหน่วยงานโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound Call Center) กับบริษัท ทู มูฟ จำกัด โดยบริการที่บริษัทจะได้รับที่สำคัญประกอบด้วย การจัดการสายเรียกเข้าของลูกค้าและกระจายสายเรียกเข้าไปยังพนักงานรับโทรศัพท์ได้อย่างเหมาะสม ระบบกระจายเสียงเรียกเข้าอัตโนมัติโดยระบบจะเลือกเส้นทางจัดส่งสายเรียกเข้าที่เหมาะสม ระบบบริการข้อมูลอัตโนมัติด้วยเสียง การแสดงข้อมูลของลูกค้าที่กำหนดไว้บนคอมพิวเตอร์ การให้บริการบำรุงรักษาผ่านระบบบำรุงรักษาระยะไกล (Remote Maintenance) การให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหา เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังใช้ระบบโทรศัพท์ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และระบบโทรศัพท์มือถือ ซึ่งหากโครงข่ายโทรศัพท์ของผู้ประกอบการรายใดขัดข้อง บริษัทสามารถใช้โครงข่ายโทรศัพท์ของผู้ประกอบการรายอื่นทดแทน

(3) บริษัทมีระบบบริหารจัดการระบบโทรศัพท์เพื่อใช้ในการรองรับปริมาณสายโทรเข้าที่มีจำนวนมาก


(4) บริษัทมีระบบสำรองพลังงาน (Battery Backup) ซึ่งสามารถใช้งานได้ 8 ชั่วโมงในกรณีที่ไฟฟ้าดับ

1.1.5 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ในปี 2551 ปี 2552 ปี 2553 และงวดหกเดือนแรกของปี 2554 โครงสร้างรายได้ของบริษัท และบริษัทย่อยในสัดส่วนร้อยละ 64.67 ร้อยละ 72.69 ร้อยละ 76.33 และร้อยละ 75.91 ของรายได้รวมตามลำดับ มาจากส่วนงานการตลาดทางทีวี และส่วนงานการตลาดแบบตรง โดยเป็นการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านสื่อโทรทัศน์ และจากการใช้การตลาดแบบตรงช่องทางอื่น ภาวะการแข่งขันในธุรกิจตลาดแบบตรงมีแนวโน้มที่จะมีการแข่งขันสูงขึ้นทั้งจากผู้ประกอบการในประเทศและจากผู้ประกอบการต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีประสบการณ์ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมาเป็นระยะเวลาประมาณ 12 ปี ส่งผลให้บริษัทมีความเข้าใจความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค จึงสามารถจัดหาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ที่มีความต้องการแตกต่างกัน รวมทั้งบริษัทได้ใช้ช่องทางการจำหน่ายหลากหลายช่องทาง นอกจากนี้ บริษัทได้ลงทุนในระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจของบริษัท เช่น ระบบโทรศัพท์ ระบบไฟฟ้า ระบบคอมพิวเตอร์ เป็นต้น รวมทั้งบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อโฆษณา

เพื่อแนะนำสินค้าและบริการ บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ และบริษัทได้พัฒนาการส่งมอบสินค้าต่อผู้บริโภคภายในระยะเวลา 3 – 7 วันสำหรับลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภายใน 4 – 14 วัน สำหรับลูกค้าในต่างจังหวัด บริษัทจึงเชื่อมั่นว่ามีความพร้อม ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ และความสามารถเพียงพอที่จะรองรับการแข่งขันในการประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

1.1.6 ความเสี่ยงจากการถูกละเมิดลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้า/เครื่องหมายบริการ

บริษัทจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายบริการ “TV Direct”  และจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกภายใต้เครื่องหมายบริการ “TV Direct Showcase” ทั้งนี้ บริษัทจึงมีความเสี่ยงในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ดำเนินการต่างๆ ดังนี้

- (1) บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายบริการ “TV Direct”
- (2) บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายบริการในการประกอบธุรกิจร้านค้าปลีก “TV Direct Showcase”
- (3) บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “TV Direct” ในลาว กัมพูชา และพม่า

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายที่จะติดตามดูแลไม่ให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์การใช้เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการของบริษัท หากมีกรณีดังกล่าวเกิดขึ้น บริษัทจะดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

1.1.7 ความเสี่ยงจากการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่อยู่ในช่วงเริ่มก่อตั้งและมีผลการดำเนินงานขาดทุน

เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2554 บริษัทได้เข้าถือหุ้นบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.98 ส่งผลให้บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 26 เมษายน 2553 ทุนจดทะเบียนเมื่อเริ่มก่อตั้งจำนวน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่น ต่อมาเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2554 บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ได้เพิ่มทุนจากเดิม 1 ล้านบาท เป็น 40 ล้านบาท ซึ่งบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) ได้ซื้อหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าวทั้งจำนวน ส่งผลให้บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ผลการดำเนินงานช่วง 26 เมษายน ถึง 31 ธันวาคม 2553 มีรายได้รวมจำนวน 0.75 ล้านบาท และมีขาดทุนสุทธิจำนวน (1.07) ล้านบาท ฐานะทางการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 มีสินทรัพย์รวม 10.94 ล้านบาท หนี้สินรวม 11.01 ล้านบาท ส่วนของผู้ถือหุ้นติดลบ (0.07) ล้านบาท และ ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2554 บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด เข้าลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมจำนวน 3 บริษัท ซึ่งบริษัทดังกล่าวมีนโยบายประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในต่างประเทศผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) สินค้าที่บริษัทดังกล่าว 3 บริษัทดังกล่าวจำหน่าย จะสั่งซื้อจากบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) (รายละเอียดตามส่วนที่ 2 ข้อ 2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย)

บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม 3 บริษัท ประกอบด้วย



(1) ถือหุ้นในบริษัทย่อย คือ Direct Response Television Co., Ltd. ในสัดส่วนร้อยละ 100 โดย Direct Response Television Co., Ltd. จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในกัมพูชา เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2554 ทุนจดทะเบียน 520 ล้านดอลลาร์กัมพูชา (ประมาณ 3.96 ล้านบาท)

(2) ถือหุ้นในบริษัทย่อย คือ TV Direct Lao Co., Ltd. ในสัดส่วนร้อยละ 95 โดย TV Direct Lao Co., Ltd. จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในลาวเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2551 ทุนจดทะเบียน 500,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 15 ล้านบาท)

(3) ถือหุ้นในบริษัทร่วม คือ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. ในสัดส่วนร้อยละ 38 โดย TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในมาเลเซีย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2553 ทุนจดทะเบียน 500,000 ริงกิตมาเลเซีย (ประมาณ 5 ล้านบาท)

ผลประกอบการและฐานะทางการเงินของบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด, TV Direct Lao Co., Ltd. และ TV Direct (Malaysia) Sdn Bhd. ในปี 2553 ดังนี้

ปี 2553	บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด	TV Direct Lao Co., Ltd.	TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd.
รายได้รวม	750,994 บาท	2,253.93 ล้านบาท (ประมาณ 8.09 ล้านบาท)	ยังไม่มีผลประกอบการเชิงพาณิชย์
ค่าใช้จ่ายรวม	1,820,540 บาท	3,023.21 ล้านบาท (ประมาณ 10.86 ล้านบาท)	63,747 ริงกิตมาเลเซีย (ประมาณ 637,470 บาท)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(1,069,546) บาท	(769.28) ล้านบาท (ประมาณ (2.76) ล้านบาท)	(63,747) ริงกิตมาเลเซีย (ประมาณ (637,470) บาท)
สินทรัพย์รวม	10,940,652 บาท	1,373.45 ล้านบาท (ประมาณ 4.93 ล้านบาท)	348,863 ริงกิตมาเลเซีย (ประมาณ 3,488,630 บาท)
หนี้สินรวม	11,010,198 บาท	1,430.87 ล้านบาท (ประมาณ 5.14 ล้านบาท)	412,510 ริงกิตมาเลเซีย (ประมาณ 4,125,100 บาท)
ทุนชำระแล้ว	1,000,000 บาท	835.38 ล้านบาท (ประมาณ 3 ล้านบาท)	100 ริงกิตมาเลเซีย (ประมาณ 1,000 บาท)
ส่วนของผู้ถือหุ้น	(69,546) บาท	(57.42) ล้านบาท (ประมาณ (0.21) ล้านบาท)	(63,647) ริงกิตมาเลเซีย (ประมาณ (636,470) บาท)

ด้วยบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด และบริษัทที่บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด เข้าลงทุน คือ Direct Responses Television Co., Ltd. และ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. อยู่ในช่วงเริ่มก่อตั้งและมีผลการดำเนินงานขาดทุน และ TV Direct Lao Co., Ltd. ยังคงมีผลการดำเนินงานขาดทุน บริษัทจึงมีความเสี่ยงในด้านการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ซึ่งหากบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมมีผลขาดทุน จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัท และภาวะการช่วยเหลือทางการเงินแก่บริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม เช่น การให้กู้ยืมเงิน การเพิ่มทุน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ประกอบธุรกิจลงทุนซึ่งจะมีรายได้จากการลงทุนและค่าบริหารจัดการ นอกจากนี้ Direct Response Television Co., Ltd., TV Direct Lao Co., Ltd. และ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในกัมพูชา ลาว และมาเลเซีย ตามลำดับ และคาดว่าจะใช้ระยะเวลาประมาณ 2 ปี ในการประกอบธุรกิจให้มีผล

กำไร นอกจากนี้ การที่บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) ลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าวเป็นการขยายการประกอบธุรกิจไปในต่างประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ลาว และมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรจำนวนมาก มีสื่อโทรทัศน์ทั้งโทรทัศน์ภาคปกติ และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ที่จะทำการตลาดขายสินค้าและบริการผ่านสื่อดังกล่าว บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อยในระยะ 2 ปี เป็นต้นไป จะก่อให้เกิดผลกำไร และเสริมสร้างรายได้และผลการดำเนินงานที่มีกำไรให้แก่บริษัท

1.1.8 ความเสี่ยงจากการเริ่มดำเนินธุรกิจขายตรง (Direct Sale)

บริษัทเริ่มประกอบธุรกิจขายตรง (Direct Sale) แบบขั้นเดียวในเดือนกรกฎาคม 2554 ซึ่งโครงการดังกล่าวใช้เงินลงทุนและเงินทุนหมุนเวียนในช่วงเริ่มต้นจำนวนประมาณ 20 ล้านบาท และต้องใช้นุคลากรและทีมบริหารจำนวนมาก ซึ่งหากโครงการดังกล่าวไม่ก่อให้เกิดรายได้และผลตอบแทนตามที่คาดหวังไว้ จะส่งผลในแง่ลบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการศึกษาและเตรียมความพร้อมในการดำเนินโครงการดังกล่าวจนเป็นที่เชื่อมั่นว่าโครงการดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างรายได้และผลกำไรในการประกอบธุรกิจของบริษัท ดังนี้

- (1) บริษัทได้จัดเตรียมบุคลากรที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจขายตรงที่มีประสบการณ์ในด้านขายตรงไว้ครบครัน
 - (2) บริษัทได้มีการเตรียมความพร้อมในด้านสินค้าที่จะจัดจำหน่ายแบบขายตรง รูปแบบแค็ตตาล็อก วิธีการจัดส่งสินค้า วิธีการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ระบบการควบคุม การให้วงเงินเครดิต และเครดิตเทอมแก่ตัวแทนจำหน่าย และระบบรับชำระสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายไว้พร้อมที่จะเริ่มการประกอบธุรกิจ โดยใช้ระบบ Oracle เพื่อช่วยในการบริหารจัดการ
 - (3) บริษัทมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากฐานลูกค้าของบริษัทจำนวนประมาณ 1.3 ล้านราย และกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้วย
- บริษัทจึงมีความเชื่อมั่นว่าการประกอบธุรกิจขายตรงน่าจะเป็นส่วนที่เสริมสร้างรายได้และผลกำไรให้แก่บริษัทในระยะยาว

1.1.9 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทถูกฟ้องร้องทางแพ่งเรียกค่าเสียหายในจำนวนเงินที่สูง และหากศาลตัดสินให้บริษัทเป็นฝ่ายผิดต้องชดใช้ค่าเสียหาย จะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท

เมื่อวันที่ 11 มกราคม 2554 นางสาววัชรวิศมี สุนทรพนาเวศ (หรือเดิมชื่อนางสาวศศิรัถา สุนทรพนาเวศ หรือนางสาวสุรางคนา สุนทรพนาเวศ) ซึ่งเป็นโจทก์ ได้ยื่นฟ้องบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วยบุคคลอื่นอีก 4 คน ดังนี้

- (1) บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) จำเลยที่ 1
- (2) นางสาวละออศรี มัทธุนนท์ จำเลยที่ 2 ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายสินค้าและการตลาด
- (3) นายทรงพล ชัยภูมาตริก จำเลยที่ 3 ซึ่งดำรงตำแหน่งกรรมการ ประธานกรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

(4) บริษัท วี ฟอรัม จำกัด¹ โดยนายธนະบุล มัทธูรนนท์ ในฐานะผู้ชำระบัญชี จำเลยที่ 4

(5) นายธนະบุล มัทธูรนนท์ จำเลยที่ 5 ซึ่งดำรงตำแหน่งกรรมการ กรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ – การตลาดแบบตรง

โจทก์ได้ฟ้องร้องค่าเสียหายในคดีแพ่ง ในข้อกล่าวหาว่าทำการละเมิดต่อโจทก์ ผิดสัญญาว่าจ้างทำของ ผิดสัญญาการเป็นตัวแทน ผิดหน้าที่ในฐานะกรรมการ ตามบันทึกข้อตกลงในการที่บริษัทแต่งตั้งให้นางสาววัชรารัตน์ สุนทรพนาเวศ เป็นตัวแทนบริหารและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (Brand Ambassador) สำหรับสินค้าเวลฟอรัม (Velform) โดยเรียกร้องค่าเสียหายเป็นจำนวนเงินรวม 129.60 ล้านบาท โดยค่าเสียหายที่โจทก์ฟ้องดังนี้

(1) ขอให้ศาลมีคำพิพากษาว่าผลิตภัณฑ์ Velform เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัท วี ฟอรัม จำกัด จำเลยที่ 4 เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว ห้ามบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) จำเลยที่ 1 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ Velform ทุกชนิด ทุกประเภท ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ Velform Hair Grow และ Velform Hair Grow Plus

(2) ให้จำเลยทั้ง 5 ร่วมกันหรือแทนกันชดใช้เงินผลกำไรจากการประกอบกิจการที่จำเลยที่ 4 จะต้องได้รับจากจำเลยที่ 1 ในฐานะตัวการ ตัวแทน อันโจทก์จะพึงได้รับจากบริษัท วี ฟอรัม จำกัด จำเลยที่ 4 ในฐานะหุ้นส่วนที่โจทก์ถือหุ้นในจำเลยที่ 4 ในสัดส่วนร้อยละ 20 ตั้งแต่ปี 2549 จนถึงปัจจุบัน เป็นเวลา 4 ปี เป็นเงินจำนวน 22,000,000 บาท (ยี่สิบสองล้านบาท) พร้อมชำระดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปีนับแต่วันฟ้องเป็นต้นไปจนกว่าจะชำระให้แก่โจทก์แล้วเสร็จ

(3) ให้จำเลยที่ 1 และจำเลยที่ 3 ร่วมกันหรือแทนกันชำระเงินให้กับโจทก์ ที่โจทก์จะต้องได้รับผลกำไรจากยอดขายร้อยละ 10 ของยอดกำไรสุทธิที่โจทก์ยังไม่ได้รับเป็นเวลา 3 ปี เป็นเงินจำนวน 11,000,000 บาท (สิบเอ็ดล้านบาท) พร้อมชำระดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี ของเงินต้นดังกล่าว นับแต่วันฟ้องเป็นต้นไปจนกว่าจะชำระให้แก่โจทก์แล้วเสร็จ

(4) ให้จำเลยที่ 1 และจำเลยที่ 2 ร่วมกันหรือแทนกันชำระเงินค่าผลประโยชน์หรือค่าคอมมิชชั่นที่โจทก์จะพึงได้รับในอัตราร้อยละ 0.75 ต่อยอดขายในแต่ละเดือน เป็นเวลา 6 เดือน เป็นเงินจำนวน 600,000 บาท (หกแสนบาท) นับแต่วันฟ้องเป็นต้นไปจนกว่าจะชำระให้แก่โจทก์แล้วเสร็จ

(5) ให้จำเลยที่ 1 จำเลยที่ 2 จำเลยที่ 3 และจำเลยที่ 5 ร่วมกันหรือแทนกันชดใช้ในผลของการละเมิด เป็นค่าเสียหายต่อชื่อเสียงและเกียรติยศของโจทก์ที่โจทก์สร้างสมมากกว่า 20 ปี เป็นจำนวนเงิน 36,000,000 บาท (สามสิบล้านบาท) พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี ของเงินต้นดังกล่าว นับแต่วันฟ้องเป็นต้นไปจนกว่าจะชำระให้แก่โจทก์แล้วเสร็จ

¹ บริษัท วี ฟอรัม จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2547 ประกอบกิจการค้า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท (ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 20,000 มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) กรรมการของบริษัทจำนวน 1 คน คือ นายธนະบุล มัทธูรนนท์ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ประกอบด้วย (1) นายธนະบุล มัทธูรนนท์ ถือหุ้นจำนวน 15,995 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79.98 และ (2) นางสาววัชรารัตน์ สุนทรพนาเวศ ถือหุ้นจำนวน 4,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 โดยบริษัท วี ฟอรัม จำกัด ไม่มีรายได้จากการขายและบริการมาตั้งแต่ปี 2549 และมีผลการดำเนินงานขาดทุนมาโดยตลอดนับจากก่อตั้ง ยกเว้นปี 2550 ที่มีผลกำไรสุทธิจำนวน 14,909.52 บาท ทั้งนี้ บริษัท วี ฟอรัม จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกบริษัทเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2553 และได้จดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชีเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2553 โดยผู้ชำระบัญชีคือ นายธนະบุล มัทธูรนนท์

(6) ให้จำเลยทั้ง 5 ร่วมกันหรือแทนกันชดใช้ค่าเสียหายที่นำเข้าสู่ Velform Hair Grow ไปเป็นประโยชน์ของจำเลยที่ 1 แต่เพียงผู้เดียว ทำให้โจทก์ต้องเสียผลประโยชน์และรายได้อันพึงมีและพึงจะได้รับไม่ต่ำกว่า 10 ปี จากการดำเนินกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ Velform Hair Grow ที่จะมีมากขึ้นในอนาคต ซึ่งโจทก์จะได้รับปีละประมาณ 6,000,000 บาท (หกล้านบาท) เป็นเวลา 10 ปี เป็นจำนวนเงิน 60,000,000 บาท (หกสิบล้านบาท)

(7) ให้จำเลยทั้ง 5 ร่วมกันหรือแทนกันใช้เงินค่าฤชาธรรมเนียมและค่าทนายความแทนโจทก์

คดีดังกล่าวเป็นคดีที่อาจมีผลกระทบต่อกรดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญหากศาลตัดสินให้บริษัทเป็นฝ่ายผิดและต้องชดใช้ค่าเสียหาย เนื่องจากการถูกฟ้องร้องค่าเสียหายจำนวนเงินรวม 129.60 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.85 ของส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 ซึ่งมีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 202.97 ล้านบาท และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.18 ของส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 ซึ่งมีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 215.34 ล้านบาท และหากบริษัทถูกศาลตัดสินให้ชดใช้ค่าเสียหายตามจำนวนดังกล่าว จะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท นอกจากนี้ หากศาลมีคำพิพากษาว่าผลิตภัณฑ์ Velform เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัท วี ฟอรัม จำกัด จำเลยที่ 4 เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว ห้ามบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) จำเลยที่ 1 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ Velform ทุกชนิด ทุกประเภท ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ Velform Hair Grow และ Velform Hair Grow Plus จะส่งผลกระทบต่อรายได้และการทำกำไรของบริษัท

อย่างไรก็ตาม คดีดังกล่าวอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาล โดยศาลนัดคู่ความครั้งแรกในวันที่ 11 เมษายน 2554 และยังไม่มีความคืบหน้าของคดี ซึ่งศาลได้นัดคู่ความครั้งต่อไปเพื่อไกล่เกลี่ยในวันที่ 18 พฤษภาคม 2554 และนัดสืบพยานโจทก์ในวันที่ 22 - 24 กุมภาพันธ์ 2555 และนัดสืบพยานจำเลยในวันที่ 1 - 2 มีนาคม 2555 โดยผลของคดีมีโอกาสที่จะเป็นไปได้ 3 กรณี ดังนี้

- (1) คู่ความทั้งสองฝ่ายประสบผลสำเร็จในการไกล่เกลี่ย และถอนคดีฟ้องร้องจากศาล
- (2) บริษัทเป็นฝ่ายชนะคดี
- (3) บริษัทเป็นฝ่ายแพ้คดี ซึ่งอาจมีความเสียหายที่ต้องชดใช้สูงสุดจำนวน 129.60 ล้านบาท ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกรดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ตามที่กล่าวข้างต้น

ทั้งนี้ สำนักกฎหมายเปรม แอนด์ แอสโซซิเอท อยู่ในเครือบริษัท แกรนด์ ลอร์เยอร์ จำกัด ซึ่งเป็นที่ปรึกษากฎหมายของบริษัทในคดีดังกล่าว มีความเห็นว่า คดีนี้จากข้อมูลที่ได้ทราบจากบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) พบว่าบริษัทได้ปฏิบัติตามสัญญาโดยตลอด และไม่ได้ผิดสัญญาแต่อย่างใด ซึ่งหากเป็นไปตามข้อเท็จจริงดังกล่าว และไม่มีข้อเท็จจริงอื่นๆ เพิ่มเติม ผลของการดำเนินคดีศาลก็น่าจะพิจารณา และพิพากษาให้บริษัทชนะคดีได้ โดยไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินค่าเสียหายใดๆ แต่อย่างไรก็ดีจากคดีที่มีการดำเนินคดีโดยตรงของโจทก์ต่อกรรมการบางท่านของบริษัท ซึ่งอาจจะเป็นเหตุให้มีค่าเสียหายในส่วนนี้ได้ และหากจะให้ประมาณการณ์ในส่วนนี้ก็ไม่น่าจะคำนวณได้ เนื่องจากขึ้นอยู่กับการต่อรองของคุณความ และดุลพินิจในการกำหนดค่าเสียหายของศาล

ฝ่ายบริหารของบริษัทมีความเห็นว่าคดีดังกล่าวบริษัทน่าจะชนะคดีและจะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายร้ายแรงต่อบริษัท เนื่องจากที่ผ่านมาบริษัทได้ปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงที่แต่งตั้งนางสาววชิราภรณ์ สุทรพนาเวศ บริหารผลิตภัณฑ์แบรนด์สินค้าเวลฟอรัมจำนวน 3 ฉบับ ในประเด็นที่สำคัญครบถ้วนแล้ว

นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2554 บริษัทได้เป็นโจทก์ฟ้องร้องค่าเสียหายทางแพ่งต่อนางสาววชิราภรณ์ สุทรพนาเวศ ในข้อหากระทำการละเมิดด้วยการกล่าวหาบริษัทด้วยข้อความอันฝ่าฝืนต่อความจริงทำให้บริษัทได้รับความเสียหายต่อชื่อเสียง และได้รับความเสียหายอย่างมากในทางธุรกิจ โดยบริษัทฟ้องเรียกค่าเสียหายจากนางสาววชิราภรณ์ สุทรพนาเวศ จำนวนเงิน 25 ล้านบาท ซึ่งคดีดังกล่าวอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาล ซึ่งศาลนัดคู่ความครั้งแรกในวันที่ 30 พฤษภาคม 2554 และนัดคู่ความเพื่อไกล่เกลี่ยในวันที่ 25 มกราคม 2555

ต่อมา เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2554 บริษัทได้เป็นโจทก์ฟ้องคดีอาญาต่อนางสาววชิราภรณ์ สุทรพนาเวศ ในข้อหาให้ข่าวสัมภาษณ์ต่อสื่อมวลชน และการออกรายการโทรทัศน์ ในข้อหาหมิ่นประมาทต่อบริษัทจนเป็นเหตุให้ได้รับความเสียหาย ซึ่งคดีดังกล่าวอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาล ซึ่งศาลนัดคู่ความครั้งแรกในวันที่ 30 กรกฎาคม 2554 และนัดคู่ความครั้งต่อไปในวันที่ 19 ธันวาคม 2554

1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและความล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่าย

สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายมีมากกว่า 1,200 รายการ ซึ่งสินค้าบางประเภท เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ภายในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์ด้านแฟชั่นและของสะสม อาจเป็นที่นิยมในระยะหนึ่ง และเมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง อาจส่งผลให้สินค้าดังกล่าวไม่เป็นที่ต้องการ บริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงในด้านไม่สามารถขายสินค้าที่ล้มเหลวได้

อย่างไรก็ตาม สินค้าที่เป็นรายได้หลักของบริษัท คือ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เครื่องสำอาง อาหารเสริม เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องออกกำลังกาย เป็นต้น เป็นสินค้าที่สามารถจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทมีการตรวจสอบสินค้าคงเหลือ และวางแผนการตลาดและแผนโฆษณานำเสนอสินค้าของบริษัทแต่ละรายการในแต่ละช่วงเวลาให้สอดคล้องกับปริมาณสินค้าคงเหลือและปริมาณการวางแผนสั่งซื้อสินค้าดังกล่าว รวมทั้งบริษัทมีการประเมินความต้องการสินค้าของลูกค้าก่อนวางแผนการสั่งซื้อสินค้าแต่ละประเภท สำหรับสินค้าคงเหลือบางรายการที่มีอายุนาน บริษัทจะนำมาทำการประชาสัมพันธ์โดยเสนอขายในราคาที่มีส่วนลดหรือบริษัทจะนำมาทำการตลาดและประชาสัมพันธ์อีกครั้งหนึ่ง และที่ผ่านมาจะประสบผลสำเร็จในการขาย การดำเนินการดังกล่าวช่วยลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและความล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่าย

1.3 ความเสี่ยงจากการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่สำคัญของหน่วยงานที่กำกับดูแล

การประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทต้องปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่สำคัญของหน่วยงานที่กำกับดูแล เช่น พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น โดยหน่วยงานที่กำกับดูแลการประกอบธุรกิจที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น โดยบริษัทมีความเสี่ยงที่สำคัญจากการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่สำคัญของหน่วยงานที่กำกับดูแล ดังนี้

1.3.1 ความเสี่ยงจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแล

ในการประกอบธุรกิจของบริษัทนั้น บริษัทได้นำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มาใช้เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการของบริษัท บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่จะถูกฟ้องร้องจากผู้บริโภค จากหน่วยงานที่กำกับดูแล หากข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของบริษัทไม่เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา เช่น มีการโฆษณาสินค้าและบริการโดยใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง การใช้ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ การใช้ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ การใช้ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน เป็นต้น ซึ่งหากบริษัทมีการโฆษณาที่ฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามที่กำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแล อาจส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท โดยบริษัทอาจถูกเปรียบเทียบปรับ หรือกรรมการของบริษัทอาจต้องระวางโทษจำคุก หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามแต่กรณี ซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท

ทั้งนี้ ในระหว่างปี 2551 – 2553 บริษัทได้ถูกเปรียบเทียบปรับดังนี้

(1) เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้เปรียบเทียบปรับบริษัทในการกระทำการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ ความผิดฐานโฆษณาเครื่องมือแพทย์เพื่อประโยชน์ในทางการค้าโดยไม่ได้รับความเห็นชอบในข้อความ เสียง หรือภาพจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จำนวน 4 กรณี โดยเปรียบเทียบปรับกรณีละ 6,000 บาท ดังนี้

(2) เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้เปรียบเทียบปรับบริษัทในการกระทำการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ ความผิดฐานโฆษณาเครื่องมือแพทย์เพื่อประโยชน์ในทางการค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยเปรียบเทียบปรับจำนวน 6,000 บาท ทั้งนี้ สืบเนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ตรวจพบการโฆษณาเครื่องนวดหน้าของบริษัท ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องหนึ่งเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2550 ซึ่งยังไม่ได้ขออนุญาตโฆษณากับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

นอกจากนี้ ในระหว่างปี 2551 – 2553 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณาที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ (รายละเอียดตามส่วนที่ 2 ข้อ 1 ปัจจัยความเสี่ยง) บริษัทได้ตระหนักถึงข้อผิดพลาดดังกล่าว และบริษัทมีนโยบายที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาอย่างเคร่งครัด โดยมีการนำส่งตัวอย่างโฆษณาให้หน่วยงานที่กำกับดูแลตรวจสอบก่อนที่จะเผยแพร่โฆษณานั้นๆ อีกทั้งบริษัทได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านนี้โดยเฉพาะซึ่งอยู่ในฝ่ายสินค้าและการตลาด เพื่อประสานงานกับกองโฆษณาของหน่วยงานต่างๆ

1.3.2 ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทมีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าและมีการนำเสนอขายสินค้าและบริการผ่านฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท และจากการที่ปัจจุบันมีการส่งเสริมข้อมูลส่วนบุคคล โดยเฉพาะการนำข้อมูลส่วนบุคคลไป

แสวงหาประโยชน์หรือเปิดเผยโดยไม่ได้รับความยินยอมจากบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของข้อมูลจนสร้างความเดือดร้อน รำคาญหรือความเสียหายให้แก่บุคคลดังกล่าว ภาครัฐจึงได้มีนโยบายที่จะให้มีกฎหมายกำกับดูแลคุ้มครอง ข้อมูลส่วนบุคคล ดังจะเห็นได้จากร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอยู่ในขั้นตอนนิติบัญญัติ โดยร่าง พระราชบัญญัติดังกล่าวจะควบคุมการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเชิงธุรกิจหรือเชิงพาณิชย์จะต้องได้รับความยินยอม จากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลก่อน ดังนั้น หากพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวมีผลใช้บังคับอาจส่งผลกระทบต่อ การประกอบธุรกิจของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ติดตามความคืบหน้าของร่างพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวอย่าง ต่อเนื่อง และบริษัทมีนโยบายที่จะประกอบธุรกิจให้เป็นตามกฎหมาย ข้อกำหนด และกฎระเบียบต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท รวมทั้งบริษัทได้มีนโยบายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Protection) ดังนี้

- (1) บริษัทได้แจ้งให้ลูกค้าทราบเพื่อขออนุญาตนำข้อมูลของลูกค้าเพื่อที่จะทำการ ติดต่อลูกค้าในอนาคต
- (2) บริษัทกำหนดนโยบายจำนวนครั้งในการติดต่อลูกค้าแต่ละรายในแต่ละเดือน
- (3) หากลูกค้ารายใดแจ้งความประสงค์ไม่ให้บริษัทติดต่อกลับ บริษัทจะปฏิบัติตาม ความประสงค์ของลูกค้าอย่างเคร่งครัด

1.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน

1.4.1 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศโดยชำระเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ จึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยบริษัทมีสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศในปี 2551 ปี 2552 ปี 2553 และงวดหกเดือนแรกของปี 2554 จำนวน 173.85 ล้านบาท 156.71 ล้านบาท 225.68 ล้านบาท และ 171.91 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.83 ร้อยละ 41.45 ร้อยละ 38.10 และร้อยละ 50.50 ของมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทั้งหมด ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนโดยบริษัทมีนโยบายติดตามความเคลื่อนไหวของอัตรา แลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด และบริษัทได้มีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยง จากอัตราแลกเปลี่ยนของเจ้าหนี้การค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศบางส่วน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 บริษัทมีวงเงินสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าคงเหลือสำหรับเจ้าหนี้ การค้า จำนวนเงิน 64.12 ล้านบาท และ 101.72 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีบริษัทไม่ได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่มีนัยสำคัญแต่อย่างใด

1.4.2 ความเสี่ยงจากการที่บริษัท ทีวีไดเร็ค อินโดไชน่า จำกัด ซึ่งปัจจุบันเป็นบริษัทย่อยให้ กู้ยืมแก่บริษัทร่วม และให้กู้ยืมแก่บุคคลอื่น

เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บริษัทร่วม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 บริษัท ทีวีไดเร็ค อินโดไชน่า จำกัด มีเงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. ซึ่งเป็นบริษัทร่วมในสัดส่วนร้อยละ 38 จำนวน รวม 2,565,697 บาท ประกอบด้วย



(1) เงินให้กู้ยืมจำนวน 1,900,000 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจของ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. ซึ่งบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด คาดว่าจะได้รับคืนเงินให้กู้ยืมดังกล่าวในเดือนธันวาคม 2554

(2) เงินให้กู้ยืมจำนวน 665,697 บาท เพื่อให้ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. ซึ่งโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในกิจการของบริษัท โดยบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ได้เรียกเก็บเงินให้กู้ยืมดังกล่าวจาก TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. จำนวน 12 งวด เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม 2554 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2555

เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บุคคลและบริษัทอื่น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด มีเงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บุคคลและบริษัทอื่น โดยไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ดังนี้

ลำดับ	ผู้กู้	ยอดคงเหลือ ณ 30 มิ.ย. 2554 (บาท)	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)	วันครบกำหนด	วัตถุประสงค์ของการให้กู้ยืม	วันที่คาดว่าจะได้รับคืนเงินให้กู้ยืม
1	TI Vi Truc Tiep Co., Ltd.	5,043,390	7.00	เมื่อทวงถาม	ให้กู้เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของผู้กู้	เดือนธันวาคม 2554
2	Ms. Suraiya Binti Mohd Yasin	1,350,000	8.00	เมื่อทวงถาม	ให้กู้เพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนส่วนตัวของผู้กู้	เดือนธันวาคม 2554
3	Ms. Suraiya Binti Mohd Yasin	250,000	-	เมื่อทวงถาม	ให้กู้เพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนส่วนตัวของผู้กู้	เดือนธันวาคม 2554
4.	นายคมศร จารุศร	1,784,200	-		ให้กู้เพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนส่วนตัวของผู้กู้	เดือนธันวาคม 2554
5	TV Direct Lao Co., Ltd.	3,100,000	8.00	เมื่อทวงถาม	ให้กู้เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของผู้กู้	ได้รับคืนเงินกู้ยืมแล้วเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2554
	รวม	11,527,590				

ดังนั้น บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด จึงมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับคืนเงินกู้ยืมดังกล่าว ซึ่งหากเกิดกรณีดังกล่าว จะส่งผลในแง่ลบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด และย่อมส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด

(มหาชน) ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด มีนโยบายดูแลและติดตามการรับชำระหนี้ของเงินให้กู้ยืมดังกล่าวโดยใกล้ชิด

1.4.3 ความเสี่ยงจากการปฏิบัติผิดเงื่อนไขที่สำคัญของสัญญากู้ยืมเงิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 บริษัทมีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 3 แห่ง จำนวนรวม 178.88 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวมีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และเงินฝากประจำ จดจำนองเป็นหลักประกัน และมีกรรมการบริษัทค้ำประกันเต็มวงเงิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 บริษัทมีเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน 2 แห่ง จำนวนรวม 1.77 ล้านบาท (รวมเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีจำนวน 1.40 ล้านบาท) เงินกู้ยืมดังกล่าวมีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง จดจำนองเป็นหลักประกัน และมีกรรมการบริษัทค้ำประกันเต็มวงเงิน

สัญญาเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง กำหนดให้บริษัทต้องรักษาอัตราส่วนทางการเงิน Debt Service Coverage Ratio (DSCR) ให้อยู่ในอัตราไม่ต่ำกว่า 2 ต่อ 1 เท่า และสัดส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio) ให้อยู่ในอัตราไม่เกิน 1.70 เท่า บริษัทจึงมีความเสี่ยงหากไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขสำคัญที่ระบุไว้ในสัญญากู้ยืมเงิน ซึ่งอาจส่งผลให้สถาบันการเงินฟ้องร้องบังคับหลักประกัน โดยอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 จากงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท และจากงบการเงินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย เท่ากับ 1.80 เท่า และ 1.84 เท่า ตามลำดับ ซึ่งเกินกว่าที่กำหนดไว้ในสัญญากู้ยืมเงิน อย่างไรก็ตาม สถาบันการเงินจะพิจารณาอัตราส่วนทางการเงินจากงบการเงินสิ้นปี และหากบริษัทมีสถานะเป็นบริษัทจดทะเบียน สถาบันการเงินจะพิจารณาการดำรงอัตราส่วนทางการเงินจากงบการเงินทุกไตรมาส ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทมีการชำระดอกเบี้ยและการชำระคืนเงินต้นตามกำหนด นอกจากนี้ การที่บริษัทมีแผนจะเพิ่มทุนชำระแล้วจากเดิม 159.04 ล้านบาท เป็น 188 ล้านบาท โดยการเสนอขายหุ้นที่ออกใหม่จำนวน 28.96 ล้านหุ้น ภายหลังจากได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งการเพิ่มทุนชำระแล้วดังกล่าวจะส่งผลดีต่อการดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน

1.5 ความเสี่ยงด้านการบริการ การจัดการ

1.5.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในการค้ำประกันเงินกู้ยืมของบริษัท

ผู้บริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทประกอบด้วย

(1) นายทรงพล ชัยภูมาตกรกิจ ถือหุ้นบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 8.19 (รวมการถือหุ้นโดยภรรยา) และดำรงตำแหน่งกรรมการ ประธานกรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท

(2) นายไพบูลย์ มัทธูรนนท์ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 21.72

บุคคลทั้งสองได้ค้ำประกันเงินกู้ยืมของบริษัท ดังนี้

(ก) นายทรงพล ชัยภูมาตกรกิจ ได้ค้ำประกันเงินกู้ยืมเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน วงเงินรวม 235 ล้านบาท

(ข) นายทรงพล ชัยภูมาตกรกิจ และนายไพบูลย์ มัทธูรนนท์ ได้ร่วมกันค้ำประกันเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน วงเงินรวม 40 ล้านบาท

(ค) นายทรงพล ชัญญาตริกิจ ได้ค้ำประกันเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน วงเงิน 40 ล้านบาท

(ง) นายทรงพล ชัญญาตริกิจ ได้ค้ำประกันเงินกู้ยืมระยะสั้น และเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน วงเงิน 140 ล้านบาท

บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการที่ผู้บริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทดังกล่าวถอนการค้ำประกันเงินกู้ยืม ซึ่งอาจส่งผลให้บริษัทไม่ได้รับเงินกู้ยืมและอาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงินของบริษัท อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทดังกล่าวมีความประสงค์ที่จะค้ำประกันเงินกู้ยืมดังกล่าวต่อไปโดยไม่มีการคิดค่าธรรมเนียม และเมื่อบริษัทเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ บริษัทมีนโยบายที่จะเสนอต่อสถาบันการเงินให้พิจารณาให้ผู้บริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทดังกล่าวถอนการค้ำประกันเงินกู้ยืม

1.6 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการเสนอขายหลักทรัพย์

1.6.1 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทอยู่ระหว่างการยื่นคำขออนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์

บริษัทได้ยื่นคำขออนุญาตและเอกสารประกอบการยื่นคำขออนุญาตต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้พิจารณารับหุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ เมื่อวันที่ [•] 2554 โดยบริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) ในฐานะที่ปรึกษาทางการเงินได้พิจารณาคุณสมบัติของบริษัทในเบื้องต้นแล้วพบว่าบริษัทมีคุณสมบัติครบถ้วนที่จะสามารถเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอได้ ตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง การรับหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ พ.ศ. 2546 ลงวันที่ 24 มีนาคม 2546 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) ยกเว้นคุณสมบัติเรื่องการกระจายการถือหุ้นรายย่อย ซึ่งบริษัทจะต้องมีผู้ถือหุ้นรายย่อยไม่น้อยกว่า 300 ราย ถือหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของทุนชำระแล้ว อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมีความไม่แน่นอนที่จะได้รับอนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน ดังนั้น ผู้ลงทุนจึงอาจมีความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องในการซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัทในตลาดรอง และอาจไม่ได้รับผลตอบแทนจากการขายหุ้นสามัญตามราคาตลาดไว้ หากหุ้นสามัญของบริษัทไม่สามารถเข้าจดทะเบียนได้

1.6.2 ความเสี่ยงจากการเสนอขายหุ้นสามัญให้แกกรรมการและพนักงานบริษัทและบริษัทย่อยในราคาต่ำกว่าราคาเสนอขายต่อประชาชน

จากการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ครั้งที่ 1/2554 เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2554 ที่ประชุมได้มีมติอนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนเงิน 5,792,000 หุ้น ให้แกกรรมการและ/หรือพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ในราคาเสนอขายไม่ต่ำกว่าหุ้นละ 1 บาท โดยการเสนอขายหุ้นให้แกกรรมการและ/หรือพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยในครั้งนี้ จะเสนอขายพร้อมกับการเสนอขายหุ้นต่อประชาชน และได้มีการมอบหมายให้คณะกรรมการบริหารเป็นผู้มีอำนาจกำหนดรายชื่อของกรรมการและ/หรือพนักงานที่จะได้รับการเสนอขายหุ้นสามัญ และจำนวนหุ้นที่จะจัดสรรให้แกกรรมการและ/หรือพนักงานแต่ละราย ดังนั้นผู้ลงทุนจึงมีความเสี่ยงจากการที่ผู้ลงทุนกลุ่มกรรมการและพนักงานบริษัทและบริษัทย่อยดังกล่าวจะมีต้นทุนที่ต่ำกว่า

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากจำนวนหุ้นที่เสนอขายให้แกกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ในครั้งนี้มีจำนวน 5,792,000 หุ้น คิดเป็นไม่เกินร้อยละ 3.08 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด

หลังการเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชน ซึ่งเป็นจำนวนน้อยจึงไม่น่าส่งผลกระทบต่อราคาหุ้นของบริษัท นอกจากนี้ กำหนดให้หุ้นที่กรรมการและ/หรือพนักงานแต่ละรายได้รับจัดสรรจะถูกห้ามขายเป็นระยะเวลา 1 ปีนับจากวันที่ได้รับกรรมสิทธิ์ในหุ้นสามัญเพิ่มทุน โดยกรรมการและ/หรือพนักงานจะสามารถขายหุ้นได้จำนวนร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดที่ถูกห้ามขายภายหลังจากวันที่หุ้นของบริษัททำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยครบกำหนดระยะเวลา 6 เดือน และสามารถขายหุ้นส่วนที่เหลือทั้งหมดได้เมื่อหุ้นของบริษัททำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยครบกำหนดระยะเวลา 1 ปี ส่งผลให้กรรมการและพนักงานดังกล่าวไม่สามารถขายหุ้นได้ทันทีที่หุ้นของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การเสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ต่อประชาชน

ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2554 เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2554 มีมติอนุมัติที่สำคัญดังนี้

(1) แปรสภาพบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัดและนำหลักทรัพย์ของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ โดยบริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2554

(2) เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัท จากเดิมหุ้นละ 5 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท โดยบริษัทได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2554

(3) เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 28,960,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 159,040,000 บาท (ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 159,040,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท) เป็นทุนจดทะเบียนใหม่ จำนวน 188,000,000 บาท (ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 188,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท) โดยบริษัทได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2554

(4) จัดสรรหุ้นเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายต่อประชาชนจำนวน 28,960,000 หุ้น โดยส่วนหนึ่งของหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าวจำนวนไม่เกิน 5,792,000 หุ้น ให้เสนอขายต่อกรรมการและ/หรือพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัทมีวัตถุประสงค์ในการนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหลักทรัพย์ครั้งนี้ (ภายหลังหักค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องแล้ว) ประมาณ [●] ล้านบาท ไปใช้ดังนี้ (1) ใช้ลงทุนในระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จำนวนเงินประมาณ [●] ล้านบาท (2) ใช้ในการขยายร้านค้าปลีก TV Direct Showcase จำนวนประมาณ 15 แห่ง จำนวนเงินประมาณ [●] ล้านบาท (3) ใช้ในการพัฒนาระบบร้านค้าปลีก และการลงทุนในระบบจัดส่งสินค้า จำนวนเงินประมาณ [●] ล้านบาท (4) ใช้ลงทุนในบริษัทย่อย จำนวนเงินประมาณ [●] ล้านบาท (5) ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน จำนวนเงินประมาณ [●] ล้านบาท

บริษัทมีนโยบายในการจ่ายเงินปันผลแต่ละปีในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 55 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลของงบการเงินเฉพาะ และหลังหักสำรองต่างๆ

บริษัทย่อยมีนโยบายจ่ายเงินปันผลโดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สถานะการเงิน ผลการดำเนินงาน สภาพคล่อง แผนการลงทุน และความจำเป็นต่างๆ ในอนาคต ตามที่คณะกรรมการบริษัทย่อย และ/หรือผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อยเห็นสมควร

(ผู้ลงทุนควรอ่านรายละเอียดข้อมูลในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ก่อนตัดสินใจของซื้อหลักทรัพย์)