

1. ปัจจัยความเสี่ยง

1.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1.1 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทต้องลงทุนในสินค้าคลัง

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) โดยการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ภาคปกติ (Free TV) โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เคเบิลทีวี ใดเร็คเมล์ เมลล์ออกเดอร์ ระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) และระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce) และจำหน่ายสินค้าแบบขายปลีกผ่านร้านค้า TV Direct Showcase รวมทั้งจำหน่ายสินค้าแบบขายส่งแก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าของบริษัทต้องใช้เวลาประมาณ 3 เดือน ดังนั้นบริษัทจึงต้องมีสินค้าคงคลังประมาณ 3 เดือน เพื่อรองรับการขาย การประกอบธุรกิจของบริษัทต้องมีการสั่งซื้อสินค้ามาจัดเก็บไว้ในจำนวนที่เหมาะสม และมีการทำการประชาสัมพันธ์และนำรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเสนอขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการตลาดต่างๆ ปัจจุบันบริษัทมีสินค้าจำหน่ายมากกว่า 1,200 รายการ และสินค้าคงเหลือเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัท โดยบริษัทมีมูลค่าสินค้าคงเหลือในสัดส่วนอันดับ 1 ของสินทรัพย์รวม ดังจะเห็นได้จากงบการเงินรวมของของบริษัทและบริษัทย่อย ณ สิ้นปี 2551 สิ้นปี 2552 และสิ้นปี 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 หากบริษัทไม่มีระบบการประมาณการจัดซื้อและการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือที่มีประสิทธิภาพ อาจส่งผลให้สินค้าคงเหลือบางรายการมีการเคลื่อนไหวช้า หรือมีการล้าสมัย หรือเสื่อมสภาพ ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทต้องตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเสื่อมสภาพเพิ่มขึ้น อันจะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และสภาพคล่องของบริษัท

บริษัทได้ตระหนักถึงลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทที่ต้องสั่งซื้อสินค้ามาจัดเก็บไว้เป็นระยะเวลาประมาณ 3 เดือน เพื่อรองรับการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ โดยบริษัทมีมาตรการในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ ดังนี้

(1) บริษัทได้จัดตั้งฝ่ายบริหารซัพพลายเชน (Supply Chain Management) เพื่อทำหน้าที่ติดตาม ดูแล การเคลื่อนไหวของสินค้าที่บริษัทจำหน่าย โดยฝ่ายบริหารซัพพลายเชนมีหน้าที่วางแผนการจัดซื้อสินค้า บริหารจัดการสินค้าคงคลัง และประสานงานกับฝ่ายงานต่างๆ เช่น ฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ฝ่ายบัญชี ฝ่ายการเงิน เป็นต้น เพื่อติดตามข้อมูลการเคลื่อนไหวของสินค้า ข้อมูลลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าประเภทต่างๆ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการประมวลผลความต้องการสินค้าของลูกค้าและใช้ในการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าประเภทต่างๆ ให้เหมาะสม ตลอดจนนำเสนอข้อมูลให้ฝ่ายขายได้รับทราบและดำเนินการต่อไป

(2) บริษัทได้เช่าอาคารคลังสินค้าเพื่อใช้ในการจัดเก็บสินค้าของบริษัท ตั้งอยู่ที่เลขที่ 222 หมู่ 17 ถนนสามวา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพื้นที่จัดเก็บสินค้ารวม 2,016 ตารางเมตร และพื้นที่สำหรับจัดเตรียมสินค้า 660 ตารางเมตร โดยบริษัททำสัญญากับบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด เพื่อเช่าอาคารคลังสินค้าจากบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด และให้บริษัทดังกล่าวบริหารจัดการสินค้าคงคลังมาตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2552 และต่ออายุสัญญาเป็นครั้งที่ 2 สัญญาฉบับปัจจุบันอายุสัญญา 2 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2554 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2556 นอกจากนี้ บริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด ยังจัดหาพื้นที่จัดเก็บสินค้า 1,675 ตารางเมตร ซึ่งตั้งอยู่ที่ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ให้บริษัทเช่าเพื่อใช้จัดเก็บสินค้าเป็นระยะเวลา 1 ปี (รายละเอียดตามส่วนที่ 2 ข้อ 5.4 สัญญาที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ) โดยบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด จะให้บริการตรวจรับสินค้าคงคลัง บริหารจัดการสินค้าคงคลัง นำสินค้าออกจากคลังสินค้าเพื่อจัดเตรียมส่งให้จุดกระจายสินค้าตามคำสั่งของบริษัท โดยการปฏิบัติหน้าที่ของบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด ได้มีการประสานงานกับบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายอย่างเคร่งครัด และบริษัทจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปปฏิบัติงานประจำที่อาคารคลังสินค้าดังกล่าวด้วย

(3) บริษัทได้นำโปรแกรมการจัดซื้อสินค้า Material Requirement Planning (MRP) ซึ่งเป็นระบบหนึ่งของ Oracle มาใช้ในการเก็บข้อมูลการจัดซื้อและบริหารสินค้าคงคลัง ซึ่งโปรแกรมดังกล่าวสามารถใช้ในการจัดเก็บข้อมูลในด้านการสั่งซื้อสินค้าของบริษัทจากผู้จัดจำหน่าย การสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ข้อมูลสินค้าคงเหลือ เป็นต้น ซึ่งช่วยในการเก็บรวบรวมการเคลื่อนไหวของสินค้าคงเหลือ ทำให้บริษัททราบสถานะของสินค้าคงเหลือในระยะเวลาต่างๆ และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ การประมาณการจัดซื้อ และการวางแผนการจัดซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ร่วมกับฝ่ายขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

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

(5) บริษัททำประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สินในทรัพย์สินของบริษัทประเภทสิ่งปลูกสร้าง เฟอร์นิเจอร์ สต็อกสินค้า ธุรกิจหยุดชะงัก ไว้กับบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง เป็นวงเงินเอาประกันจำนวนรวม 352.31 ล้านบาท โดยส่วนหนึ่งของวงเงินเอาประกันดังกล่าวจำนวน 199.60 ล้านบาท เป็นการประกันสต็อกสินค้า ซึ่งการประกันภัยดังกล่าวคุ้มครองการสูญเสียวหรือความเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันอันมีสาเหตุมาจากปัจจัยภายนอก เช่น ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยลมพายุ ภัยจากยวดยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยทางอากาศยาน ภัยเนืองน้ำท่วม ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยไฟฟ้า ภัยแผ่นดินไหว ภัยระเบิด ภัยการจลาจล การนัดหยุดงาน หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย และภัยลูกเห็บ (รายละเอียดตามส่วนที่ 2 ข้อ 5.4 สัญญาที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ)

(6) บริษัทได้นำข้อมูลสินค้าคงเหลือมาใช้ในการประมวลผลเพื่อใช้ในการวางแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเสนอขายสินค้าต่างๆ ตามความเหมาะสม และวางแผนในการเสนอขายสินค้าโดยฝ่ายขาย และฝ่ายซัพพลายเชน มีการประชุมร่วมกันทุกเดือน

ที่ผ่านมาบริษัทได้บริหารจัดการสินค้าคงเหลือตามมาตรการที่กำหนดไว้ข้างต้น ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2551 สิ้นปี 2552 และสิ้นปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเสื่อมสภาพไว้เป็นจำนวน 2.00 ล้านบาท 2.32 ล้านบาท และ 8.73 ล้านบาท ตามลำดับ และอัตราส่วนการบริหารจัดการสินค้า

คงเหลือในปี 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 บริษัทและบริษัทย่อยตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวช้าไว้เป็นจำนวน 9.30 ล้านบาท และค่าเผื่อ สินค้าที่มีราคาทุนสูงกว่ามูลค่าสุทธิที่จะได้รับจำนวน 0.12 ล้านบาท อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือในงวด หกเดือนแรกของปี 2554 เท่ากับ 2.87 เท่า และระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ย เท่ากับ 125 วัน โดยที่ผ่านมา บริษัทสามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้ตามนโยบายที่ตั้งไว้โดยให้มีอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ ประมาณ 3 - 3.5 เท่า

1.1.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับลูกหนี้การค้า

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multi Channel Marketing) ลูกค้าของบริษัทประกอบด้วยลูกค้ารายย่อย และลูกค้าขายส่งทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ บริษัทมีความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระค่าสินค้าและบริการจากลูกค้าโดยเฉพาะจากลูกค้าขายส่ง ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการเป็นเงินสด โดยเฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง ตั้งแต่ปี 2551 – 2553 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 83.53 ของรายได้จากการขายและบริการ โดยในปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยมีสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าและบริการเป็นเงินสดเพิ่มขึ้น โดยคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 87.55 ของรายได้จากการขายและบริการ หรือเป็นมูลค่าจำนวน 1,250.95 ล้านบาท จากรายได้ จากการขายและบริการจำนวน 1,428.92 ล้านบาท จากการที่บริษัทให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์และประเมิน วงเงินการให้เครดิตแก่ลูกค้า และระยะเวลาการให้เครดิตแก่ลูกค้า ปัจจุบันบริษัทมีนโยบายขยายธุรกิจช่อง ทางการขายส่งในประเทศและขายต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ส่งสินค้าไปขายในลาว เวียดนาม กัมพูชา และ มาเลเซีย จึงได้ดำเนินการอย่างเข้มงวดในเรื่องการวิเคราะห์การให้เครดิตเทอมแก่ลูกค้าขายส่ง และจัดทำแฟ้ม ประวัติลูกค้าเพื่อบริหารความเสี่ยงในการเรียกเก็บเงินจากลูกค้า โดยบริษัทมีนโยบายการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะ สูญโดยประมาณจากลูกหนี้ที่คาดว่าจะเก็บเงินไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปพิจารณาจากประสบการณ์การเก็บเงินและการ วิเคราะห์อายุลูกหนี้ ซึ่งที่ผ่านมา ณ สิ้นปี 2551 สิ้นปี 2552 และสิ้นปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยตั้งค่าเผื่อนี้ สงสัยจะสูญของลูกหนี้การค้าไว้เป็นจำนวนเงิน 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 ของ รายได้จากการขายและบริการ และ ณ สิ้นงวดไตรมาส 2 ปี 2554 บริษัทและบริษัทย่อยตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ ของลูกหนี้การค้าไว้เป็นจำนวนเงิน 13.16 ล้านบาท และตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญลูกหนี้จากการแลกเปลี่ยน สินค้าหรือบริการไว้เป็นจำนวน 5.92 ล้านบาท

1.1.3 ความเสี่ยงด้านความมีเสถียรภาพของระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของบริษัทต้องอาศัยระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บข้อมูลและ ประมวลผลข้อมูล ที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลคำสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ข้อมูลสินค้า

คงเหลือ ฐานข้อมูลลูกค้าจำนวนประมาณ 1.3 ล้านราย การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสำนักงานใหญ่กับคลังสินค้า การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสำนักงานใหญ่กับศูนย์กระจายสินค้าและสาขาต่างๆ ระบบการขายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น หากระบบคอมพิวเตอร์มีความขัดข้องจากสาเหตุต่างๆ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ขัดข้อง ระบบไฟฟ้าขัดข้อง และหากบริษัทไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาที่ ย่อมส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท โดยที่ผ่านมาในช่วงกลางปี 2552 บริษัทเคยประสบปัญหาระบบคอมพิวเตอร์ขัดข้อง ซึ่งส่งผลให้บริษัทต้องใช้การทำงานด้วยบุคลากรเป็นระยะเวลาประมาณ 3 วัน อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีมาตรการเพื่อรองรับระบบคอมพิวเตอร์ขัดข้องดังนี้

(1) บริษัทได้ทำสัญญาว่าจ้างบริษัท ไอเส็ค อิงค์ จำกัด เพื่อพัฒนาและเข้าใช้เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาปรับปรุงศักยภาพและประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server) และระบบเครือข่าย (Networking) ของบริษัท พร้อมยกระดับมาตรฐานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบปฏิบัติการทางธุรกิจของบริษัทให้สามารถใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ระยะเวลาของสัญญา 3 ปี 6 เดือน (1 ธ.ค. 2552 – 31 พ.ค. 2556) โดยมีขอบเขตและวัตถุประสงค์ของงานที่จ้างเพื่อให้บริษัท ไอเส็ค อิงค์ จำกัด ให้บริการดังนี้

- ให้บริการเข้าใช้เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย
- ออกแบบ ปรับปรุง และลงทุนจัดหา ติดตั้ง และให้บริการเข้าใช้ อุปกรณ์ระบบเน็ตเวิร์คและโครงสร้างเครือข่าย (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)
- ให้บริการรับเรื่องและแก้ไขปัญหาของระบบเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายระบบเน็ตเวิร์คและโครงสร้างเครือข่าย ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง โดยผ่านช่องทาง Hotline และระบบ E – helpdesk
- 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 โครงการบิซทาวนลาดพร้าว ถนนลาดพร้าว แขวงคลองเจ้าคุณสิงห์ เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร (2) ศูนย์คอมพิวเตอร์สำรองของบริษัท ไอเส็ค อิงค์ จำกัด ตั้งอยู่ที่อาคารเนชั่น และ (3) ศูนย์คอมพิวเตอร์สำรองของบริษัทที่สำนักงานใหญ่ นอกจากนี้ บริษัทสามารถกู้คืนข้อมูลต่างๆ ที่สำคัญในการประกอบธุรกิจจากระบบคอมพิวเตอร์ของบริษัทขัดข้อง

- (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) เพื่อรองรับลูกค้าโทรศัพท์เข้ามาสั่งซื้อสินค้าและบริการจากบริษัท หรือสอบถามข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท

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

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

- (1) บริษัทจัดให้มีคู่สายโทรศัพท์ที่พอเพียงรองรับปริมาณการใช้งานสายเรียกเข้าสูงสุด 1,500 สายต่อชั่วโมง
- (2) บริษัทเข้าใช้บริการระบบ Call Center Solution สำหรับหน่วยงานโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound Call Center) กับบริษัท ทู มูฟ จำกัด โดยบริการที่บริษัทจะได้รับที่สำคัญประกอบด้วย การจัดการสายเรียกเข้าของลูกค้าและกระจายสายเรียกเข้าไปยังพนักงานรับโทรศัพท์ได้อย่างเหมาะสม ระบบกระจายเสียงเรียกเข้าอัตโนมัติโดยระบบจะเลือกเส้นทางจัดส่งสายเรียกเข้าที่เหมาะสม ระบบบริการข้อมูลอัตโนมัติด้วยเสียง การแสดงข้อมูลของลูกค้าที่กำหนดไว้บนคอมพิวเตอร์ การให้บริการบำรุงรักษาผ่านระบบบำรุงรักษาระยะไกล (Remote Maintenance) การให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหา เป็นต้น (รายละเอียดตาม [ส่วนที่ 2 ข้อ 5.4 สัญญาที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ](#)) นอกจากนี้ บริษัทยังใช้ระบบโทรศัพท์ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และระบบโทรศัพท์มือถือ ซึ่งหากโครงข่ายโทรศัพท์ของผู้ประกอบการรายใดขัดข้อง บริษัทสามารถใช้โครงข่ายโทรศัพท์ของผู้ประกอบการรายอื่นทดแทน
- (3) บริษัทมีระบบบริหารจัดการระบบโทรศัพท์เพื่อใช้ในการรองรับปริมาณสายโทรเข้าที่มีจำนวนมาก
- (4) บริษัทมีระบบสำรองพลังงาน (Battery Backup) ซึ่งสามารถใช้งานได้ 8 ชั่วโมงในกรณีไฟฟ้าดับ

1.1.5 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) โดยในปี 2551 ปี 2552 ปี 2553 และงวดหกเดือนแรกของปี 2554 โคร่งสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยในสัดส่วนร้อยละ 64.67 ร้อยละ 72.69 ร้อยละ 76.33 และร้อยละ 75.91 ของรายได้รวม ตามลำดับ มาจากส่วนงานการตลาดทางทีวี และส่วนงานการตลาดแบบตรง ซึ่งเป็นธุรกิจตลาดแบบตรง¹ โดยเป็นการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านสื่อโทรทัศน์ และจากการใช้การตลาดแบบตรงช่องทางอื่น ภาวะการแข่งขันในธุรกิจตลาดแบบตรงมีแนวโน้มที่จะมีการแข่งขันสูงขึ้นทั้งจากผู้ประกอบการในประเทศและจากผู้ประกอบการต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีประสบการณ์ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมาเป็นระยะเวลาประมาณ 12 ปี ส่งผลให้บริษัทมีความเข้าใจความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค จึงสามารถจัดหาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ที่มีความต้องการแตกต่างกัน โดยปัจจุบันบริษัทมีสินค้าที่จำหน่ายมากกว่า 1,200 รายการ รวมทั้งบริษัทได้ใช้ช่องทางการจำหน่ายหลากหลายช่องทางเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการ ได้แก่ เสนอขายสินค้าและบริการผ่านโทรทัศน์ภาคปกติ ผ่านโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ผ่านเคเบิลทีวี ผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบแคตตาล็อก ใดเร็คเมล์ แผ่นพับ ผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce) การขายปลีกผ่านร้านค้าของบริษัท ได้แก่ ร้าน TV Direct Showcase และการขายส่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ (รายละเอียดตามส่วนที่ 2 ข้อ 3.2.5 การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย)

นอกจากนี้ บริษัทได้ลงทุนในระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจของบริษัท เช่น ระบบโทรศัพท์ ระบบไฟฟ้า ระบบคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยบริษัทจัดหาโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลของลูกค้าซึ่งบริษัทมีฐานลูกค้าจำนวนประมาณ 1.3 ล้านราย เพื่อใช้ติดต่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและนำเสนอขายสินค้าและบริการต่างๆ ให้เหมาะสม รวมทั้งบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อโฆษณาเพื่อแนะนำสินค้าและบริการโดยบริษัทมีสตูดิโอเป็นของตนเองเพื่อใช้ผลิตรายการ บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ และบริษัทได้พัฒนาการส่งมอบสินค้าต่อผู้บริโภคภายในระยะเวลา 3 – 7 วันสำหรับลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภายใน 4 – 14 วัน สำหรับลูกค้าในต่างจังหวัด บริษัทจึงเชื่อมั่นว่ามีความพร้อม ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ และความสามารถเพียงพอที่จะรองรับการแข่งขันในการประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

¹ ตลาดแบบตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการตลาดแบบตรง (การตลาดแบบตรง" แตกต่างจาก "ขายตรง" โดย "ขายตรง" หมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้น) (แหล่งที่มา: พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545)

1.1.6 ความเสี่ยงจากการถูกละเมิดลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้า/เครื่องหมายบริการ



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

(1) บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายบริการ “TV Direct” สำหรับบริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อโดยบริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายบริการดังกล่าวไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา การจดทะเบียนเครื่องหมายบริการนี้มีอายุ 10 ปี นับแต่วันที่ 28 ตุลาคม 2551 ถึง วันที่ 27 ตุลาคม 2561 และสามารถต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี

(2) บริษัทได้จดเครื่องหมายบริการในการประกอบธุรกิจร้านค้าปลีก ไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา คือ เครื่องหมายบริการ “TV Direct Showcase” สำหรับบริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อหรือบริการ โดยบริษัทได้ยื่นจดเครื่องหมายบริการดังกล่าวเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2553

(3) บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “TV Direct” ในลาว เป็นระยะเวลา 10 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2552 และจดทะเบียนจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “TV Direct” ในกัมพูชา เป็นระยะเวลา 10 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 12 พฤษภาคม 2553 รวมทั้งจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “TV Direct” ในพม่า เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2554

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายที่จะติดตามดูแลไม่ให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์การใช้เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการของบริษัท หากมีกรณีดังกล่าวเกิดขึ้น บริษัทจะดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

1.1.7 ความเสี่ยงจากการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่อยู่ในช่วงเริ่มก่อตั้งและมีผลการดำเนินงานขาดทุน

เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2554 บริษัทได้เข้าถือหุ้นบริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.98 โดยการเข้าซื้อหุ้นบริษัทดังกล่าวจากผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด จำนวน 9,998 หุ้น คิดเป็นเงินลงทุนตามราคาหุ้นจำนวน 100,654.86 บาท ส่งผลให้บริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 26 เมษายน 2553 ทุนจดทะเบียนเมื่อเริ่มก่อตั้งจำนวน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่น ต่อมาเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2554 บริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด ได้เพิ่มทุนจากเดิม 1 ล้านบาท เป็น 40 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 390,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ซึ่งบริษัท ทีวี ไคเร็ค จำกัด (มหาชน) ได้ซื้อหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าวทั้งจำนวน ส่งผลให้บริษัท ทีวี ไคเร็ค จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในบริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ผลการดำเนินงานช่วง 26 เมษายน ถึง 31 ธันวาคม 2553 ของบริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด 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



ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2554 บริษัท ทีวีไดเร็ก อินโดไชน่า จำกัด เข้าลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมจำนวน 3 บริษัท ซึ่งบริษัทดังกล่าวมีนโยบายประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในต่างประเทศผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) โดยในระยะแรกจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านโทรทัศน์ภาคปกติ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เคเบิลทีวี สินค้าที่บริษัทย่อยและบริษัทร่วม 3 บริษัทดังกล่าวจำหน่าย จะสั่งซื้อจากบริษัท ทีวี ไดเร็ก จำกัด (มหาชน) (รายละเอียดตามส่วนที่ 2 ข้อ 2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย)

บริษัท ทีวีไดเร็ก อินโดไชน่า จำกัด ถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม 3 บริษัท ประกอบด้วย

(1) ถือหุ้นในบริษัทย่อย คือ Direct Response Television Co., Ltd. ในสัดส่วนร้อยละ 100 โดย Direct Response Television Co., Ltd. จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในกัมพูชา 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. จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในลาวเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2551 ทุนจดทะเบียน 500,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 15 ล้านบาท)

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

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

ปี 2553	บริษัท ทีวีไดเร็ก 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 ทีวีไดเร็ก อินโดไชน่า จำกัด และบริษัทที่บริษัท ทีวีไดเร็ก อินโดไชน่า จำกัด เข้าลงทุน คือ Direct Responses Television Co., Ltd. และ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. อยู่ในช่วงเริ่มก่อตั้งและมีผลการ



ดำเนินขาดทุน และ TV Direct Lao Co., Ltd. ยังคงมีผลการดำเนินงานขาดทุน บริษัทจึงมีความเสี่ยงในด้านการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ซึ่งหากบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมมีผลขาดทุน จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินและฐานะทางการเงินของบริษัท และภาวะการช่วยเหลือทางการเงินแก่บริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม เช่น การให้กู้ยืมเงิน การเพิ่มทุน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัท ทีวี ใดเร็ค อินโดไชน่า จำกัด ประกอบธุรกิจลงทุนซึ่งจะมีรายได้จากการลงทุนและค่าบริหารจัดการ นอกจากนี้ Direct Response Television Co., Ltd., TV Direct Lao Co., Ltd. และ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในกัมพูชา ลาว และมาเลเซีย ตามลำดับ ผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) และคาดว่าจะใช้ระยะเวลาประมาณ 2 ปี ในการประกอบธุรกิจให้มีผลกำไร นอกจากนี้ การที่บริษัท ทีวี ใดเร็ค จำกัด (มหาชน) ลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าวเป็นการขยายการประกอบธุรกิจไปในต่างประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ลาว และมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรจำนวนมาก มีสื่อโทรทัศน์ทั้งโทรทัศน์ภาคปกติ และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ที่จะทำให้การตลาดขายสินค้าและบริการผ่านสื่อดังกล่าว บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อยในระยะ 2 ปี เป็นต้นไป จะก่อให้เกิดผลกำไร และเสริมสร้างรายได้และผลการดำเนินงานที่มีกำไรให้แก่บริษัท

1.1.8 ความเสี่ยงจากการเริ่มประกอบธุรกิจขายตรง (Direct Sale)

บริษัทเริ่มประกอบธุรกิจขายตรง (Direct Sale) แบบขั้นเดียวในเดือนกรกฎาคม 2554 ซึ่งโครงการดังกล่าวใช้เงินลงทุนและเงินทุนหมุนเวียนในช่วงเริ่มต้นจำนวนประมาณ 20 ล้านบาท และต้องใช้บุคลากรและทีมบริหารจำนวนมาก ซึ่งหากโครงการดังกล่าวไม่ก่อให้เกิดรายได้และผลตอบแทนตามที่คาดหวังไว้จะส่งผลในแง่ลบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการศึกษาและเตรียมความพร้อมในการดำเนินโครงการดังกล่าวจนเป็นที่เชื่อมั่นว่าโครงการดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างรายได้และผลกำไรในการประกอบธุรกิจของบริษัท ดังนี้

(1) บริษัทได้จัดเตรียมบุคลากรที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจขายตรงที่มีประสบการณ์ในด้านขายตรงไว้ครบครัน ได้แก่ บุคลากรในระดับบริหาร ผู้จัดการเขต และวางแผนจัดหาตัวแทนจำหน่ายทั้งในกรุงเทพมหานคร และในจังหวัดต่างๆ ไว้พร้อมสำหรับการประกอบธุรกิจ

(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 นางสาววัชรารัตน์ สุนทรพนาเวศ (หรือเดิมชื่อนางสาวศศิรัถา สุนทรพนาเวศ หรือนางสาวสุรางคนา สุนทรพนาเวศ) ซึ่งเป็นโจทก์ ได้ยื่นฟ้องบริษัท ทีวี ไดรเร็ค จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วยบุคคลอื่นอีก 4 คน ดังนี้

- (1) บริษัท ทีวี ไดรเร็ค จำกัด (มหาชน) จำเลยที่ 1
- (2) นางสาวละออศรี มัทธูรนนท์ จำเลยที่ 2 ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายสินค้า และการตลาด
- (3) นายทรงพล ชัยภูมาตริก จ่าเลยที่ 3 ซึ่งดำรงตำแหน่งกรรมการ ประธาน กรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
- (4) บริษัท วี ฟอรัม จำกัด² โดยนายธนະบุล มัทธูรนนท์ ในฐานะผู้ชำระบัญชี จำเลยที่ 4
- (5) นายธนະบุล มัทธูรนนท์ จำเลยที่ 5 ซึ่งดำรงตำแหน่งกรรมการ กรรมการบริหาร และ ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ – การตลาดแบบตรง

โจทก์ได้ฟ้องร้องค่าเสียหายในคดีแพ่ง ในข้อกล่าวหาว่าทำการละเมิดต่อโจทก์ ผิดสัญญาว่าจ้างทำของ ผิดสัญญาการเป็นตัวแทน ผิดหน้าที่ในฐานะกรรมการ ตามบันทึกข้อตกลงในการที่บริษัทแต่งตั้งให้นางสาววัชรารัตน์ สุนทรพนาเวศ เป็นตัวแทนบริหารและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (Brand Ambassador) สำหรับสินค้าเวลฟอรัม (Velform) (รายละเอียดตามส่วนที่ 2 ข้อ 7 ข้อพิพาททางกฎหมาย) โดยเรียกค่าเสียหายเป็นจำนวนเงินรวม 129.60 ล้านบาท โดยค่าเสียหายที่โจทก์ฟ้องดังนี้

- (1) ขอให้ศาลมีคำพิพากษาว่าผลิตภัณฑ์ Velform เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัท วี ฟอรัม จำกัด จำเลยที่ 4 เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว ห้ามบริษัท ทีวี ไดรเร็ค 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 เป็น

² บริษัท วี ฟอรัม จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2547 ประกอบกิจการค้า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท (ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 20,000 มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) กรรมการของบริษัทจำนวน 1 คน คือ นายธนະบุล มัทธูรนนท์ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ประกอบด้วย (1) นาย ธนະบุล 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

เงินจำนวน 22,000,000 บาท (ยี่สิบสองล้านบาท) พร้อมชำระดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปีนับแต่วันฟ้อง เป็นต้นไปจนกว่าจะชำระให้แก่โจทก์แล้วเสร็จ

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

(4) ให้จำเลยที่ 1 และจำเลยที่ 2 ร่วมกันหรือแทนกันชำระเงินค่าผลประโยชน์หรือค่าคอมมิชชั่นที่โจทก์จะพึงได้รับในอัตราส่วนร้อยละ 0.75 ต่อยอดขายในแต่ละเดือน เป็นเวลา 6 เดือน เป็นเงินจำนวน 600,000 บาท (หกแสนบาท) นับแต่วันฟ้อง เป็นต้นไปจนกว่าจะชำระให้แก่โจทก์แล้วเสร็จ

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

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

(7) ให้จำเลยทั้ง 5 ร่วมกันหรือแทนกันใช้เงินค่าฤชาธรรมเนียมและค่าทนายความแทนโจทก์

คดีดังกล่าวเป็นคดีที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญหากศาลตัดสินให้บริษัทเป็นฝ่ายผิดและต้องชดใช้ค่าเสียหาย 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 เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัท วี ฟอรัม จำกัด จำเลยที่ 4 เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว ห้ามบริษัท ทีวี ไคเร็ค 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

ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ตามที่กล่าวข้างต้น

ทั้งนี้ สำนักกฎหมายเปรม แอนด์ แอสโซซิเอท อยู่ในเครือบริษัท แกรนด์ ลอร์เยอร์ จำกัด ซึ่งเป็นที่ปรึกษากฎหมายของบริษัทในคดีดังกล่าว มีความเห็นว่า คดีนี้จากข้อมูลที่ได้ทราบจากบริษัท ทีวี ใดเร็ค จำกัด (มหาชน) พบว่าบริษัทได้ปฏิบัติตามสัญญาโดยตลอด และไม่ได้ผิดสัญญาแต่อย่างใด ซึ่งหากเป็นไปตามข้อเท็จจริงดังกล่าว และไม่มีข้อเท็จจริงอื่นๆ เพิ่มเติม ผลของการดำเนินคดีศาลก็น่าจะพิจารณา และพิพากษาให้บริษัทชนะคดีได้ โดยไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินค่าเสียหายใดๆ แต่อย่างไรก็ดีจากคดีที่มีการดำเนินคดีโดยตรงของโจทก์ต่อกรรมการบางท่านของบริษัท ซึ่งอาจจะเป็นเหตุให้มีความเสียหายในส่วนนี้ได้ และหากจะให้ประมาณการณ์ในส่วนนี้ก็ไม่แน่ว่าจะคำนวณได้ เนื่องจากขึ้นอยู่กับการต่อรองของคู่ความ และดุลพินิจในการกำหนดค่าเสียหายของศาล

ฝ่ายบริหารของบริษัทมีความเห็นว่าคดีดังกล่าวบริษัทน่าจะชนะคดีและจะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายร้ายแรงต่อบริษัท เนื่องจากที่ผ่านมาบริษัทได้ปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงที่แต่งตั้งนางสาววัชรารัตน์ สุทรพนาเวศ บริหารผลิตภัณฑ์แบรนด์สินค้าเวลฟอรัมจำนวน 3 ฉบับ ในประเด็นที่สำคัญครบถ้วนแล้ว

สรุปบันทึกข้อตกลงในการที่บริษัทแต่งตั้งให้นางสาววัชรารัตน์ สุทรพนาเวศ เป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์ (Brand Ambassador) สำหรับสินค้าเวลฟอรัม จำนวน 3 ฉบับ และการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่สำคัญของบริษัท ดังนี้

บันทึกข้อตกลงฉบับวันที่	ระยะเวลา	ผลิตภัณฑ์แบรนด์สินค้าเวลฟอรัม (Velform)	ผลตอบแทนที่บริษัทจ่ายตามบันทึกข้อตกลงบริหารแบรนด์สินค้าเวลฟอรัม (Velform)	การปฏิบัติตามเงื่อนไขที่สำคัญของบริษัท
ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 1 ก.ค. 2550	24 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ส.ค. 2550 เป็นต้นไป (ต่อมาได้มีการลงนามในบันทึกข้อตกลงฉบับลงวันที่ 1 ก.ย. 2552)	(1) Velform Hair Grow (2) Velform Chin Wrap (3) Velform Bust Wrap (4) Velform Arm Wrap (5) Velform Contour Wrap (6) Velform Night Wrap (7) Velform Cold Wrap	(1) ส่วนแบ่งผลกำไรร้อยละ 10 ของยอดขายสุทธิของผลิตภัณฑ์เวลฟอรัม (โดยกำไรสุทธิหมายถึง ยอดขายสินค้า หักด้วยต้นทุนซื้อขายสินค้าจากโรงงานผู้รับจ้างผลิตโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ค่าโฆษณา ค่าประชาสัมพันธ์ ค่าสื่อต่างๆ ค่าเช่า ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา หนี้เสีย ภาษี เป็นต้น) โดยจะมีการแบ่งผลกำไรอย่างน้อย 1 ครั้งต่อรอบบัญชี ภายใน 60 วันหลังจากวันสุดท้ายของรอบบัญชีก่อนหน้า (2) ค่าที่ปรึกษารายเดือนๆ ละ	จ่ายผลตอบแทนตามที่กำหนดในสัญญา โดยผลตอบแทนตามข้อ (1) ส่วนแบ่งผลกำไรร้อยละ 10 จ่ายด้วยการให้บริษัทจัดเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ



บันทึกข้อตกลงฉบับวันที่	ระยะเวลา	ผลิตภัณฑ์แบรนด์สินค้าเวลฟอร์ม (Velform)	ผลตอบแทนที่บริษัทจ่ายตามบันทึกข้อตกลงบริหารแบรนด์สินค้าเวลฟอร์ม (Velform)	การปฏิบัติตามเงื่อนไขที่สำคัญของบริษัท
			30,000 บาท กำหนดจ่ายทุกสิ้นเดือน (3) ค่าคอมมิชชั่นในอัตรา ร้อยละ 0.20 ของยอดขายสุทธิในแต่ละเดือน (โดยยอดขายสุทธิ หมายถึง ยอดขายหักยอดรับคืนสินค้า) (4) ค่าใช้จ่ายในการออกงาน เช่น การออกเยี่ยมร้านค้า เปิดตัว ออกรายการโทรทัศน์ ถ่ายทำโฆษณา สัมมนา จ่ายเป็นค่าใช้จ่ายรายวันๆ ละ 5,000 บาท	
ฉบับที่ 2 ลงวันที่ 1 ก.ย. 2552	24 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ส.ค. 2551 ถึง 1 ส.ค. 2553	Velform Hair Grow	(1) ส่วนแบ่งผลกำไรร้อยละ 10 ของยอดกำไรสุทธิของผลิตภัณฑ์เวลฟอร์ม (โดยกำไรสุทธิ หมายถึง ยอดขายสินค้า หักด้วยต้นทุนซื้อสินค้าจากโรงงานผู้รับจ้างผลิตโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ค่าโฆษณา ค่าประชาสัมพันธ์ ค่าสื่อต่างๆ ค่าเช่า ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา หนี้เสีย ภาษี เป็นต้น) โดยจะมีการแบ่งผลกำไรอย่างน้อย 1 ครั้งต่อรอบบัญชี ภายใน 60 วันหลังจากวันสุดท้ายของรอบบัญชีนั้น (2) ค่าที่ปรึกษารายเดือนๆ ละ 30,000 บาท กำหนดจ่ายทุกสิ้นเดือน (3) ค่าคอมมิชชั่นในอัตรา ร้อยละ 0.20 ของยอดขายสุทธิในแต่ละเดือน (โดยยอดขายสุทธิ หมายถึง ยอดขายหักยอดรับคืนสินค้า) (4) ค่าใช้จ่ายในการออกงาน เช่น การออกเยี่ยมร้านค้า เปิดตัว ออกรายการโทรทัศน์ ถ่ายทำ	จ่ายผลตอบแทนตามที่กำหนดในสัญญา โดยผลตอบแทนตามข้อ (1) ส่วนแบ่งผลกำไร ร้อยละ 10 จ่ายด้วยการให้บริษัทจัดเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ



บันทึกข้อตกลงฉบับวันที่	ระยะเวลา	ผลิตภัณฑ์แบรนด์สินค้าเวลฟอรัม (Velform)	ผลตอบแทนที่บริษัทจ่ายตามบันทึกข้อตกลงบริหารแบรนด์สินค้าเวลฟอรัม (Velform)	การปฏิบัติตามเงื่อนไขที่สำคัญของบริษัท
			โฆษณา สัมมนา จ่ายเป็นค่าใช้จ่ายรายวันๆ ละ 5,000 บาท	
ฉบับที่ 3 ลงวันที่ 1 ม.ค. 2553	12 เดือน ตั้งแต่ วันที่ 1 ม.ค. 2553 เป็นต้นไป	(1) Velform Hair Grow (2) Velform Hair Grow Plus	(1) ค่าที่ปรึกษารายเดือนๆ ละ 30,000 บาท กำหนดจ่ายทุกสิ้นเดือน (2) ค่าคอมมิชชั่นจากเป้าหมายยอดขาย 170 ล้านบาท ในอัตราร้อยละ 0.35 ของยอดขายสุทธิในแต่ละเดือน (โดยยอดขายสุทธิหมายถึง ยอดขายหักยอดรับคืนสินค้า) ทั้งนี้ หากยอดขายเกินกว่าเป้าหมาย 170 ล้านบาทที่ตั้งไว้ จะได้ค่าคอมมิชชั่นในอัตรา 0.75% (3) ค่าใช้จ่ายในการออกงาน เช่น การออกเยี่ยมร้านค้า เปิดตัวออกรายการโทรทัศน์ ถ่ายทำโฆษณา สัมมนา จ่ายเป็นค่าใช้จ่ายรายวันๆ ละ 5,263.15 บาท	จ่ายผลตอบแทนตามที่กำหนดในสัญญา

หมายเหตุ: บันทึกข้อตกลงทั้ง 3 ฉบับ กำหนดเงื่อนไขว่าทั้งสองฝ่ายมีสิทธิบอกเลิกเงื่อนไขในบันทึกข้อตกลงได้ โดยแจ้งล่วงหน้าเป็นเวลาอย่างน้อย 30 วัน และมีผลภายใน 90 วันหลังวันบอกเลิกข้อตกลง หลังจากนั้นบริษัทต้องเก็บสินค้าที่มีรูป สัญญาลักษณ์ หรือชื่อของนางสาววัชรารัตน์ สุทธพนาเวศ ที่วางอยู่ออกจากผลิตภัณฑ์ ออกจากร้านค้า และตัวแทนจำหน่ายในท้องตลาด ไม่ว่าจะได้ขายไปแล้วหรือไม่ก็ตาม เว้นแต่จะมีการตกลงเป็นอย่างอื่น

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์สินค้าเวลฟอรัม (Velform) เจ้าของผลิตภัณฑ์ คือ บริษัท อินดัสเท็กซ์ จำกัด (Industex, S.L.) ประเทศสเปน ซึ่งบริษัท ทีบีเอ็ม ไซลูชั่น จำกัด (เดิมชื่อบริษัท เรสพอนซ์ ทีวี จำกัด) ได้รับลิขสิทธิ์ให้จัดจำหน่าย ต่อมาเมื่อต้นปี 2550 บริษัท ทีบีเอ็ม ไซลูชั่น จำกัด ได้มอบหมายให้บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์เวลฟอรัม และเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2554 บริษัท อินดัสเท็กซ์ จำกัด ได้ทำสัญญามอบหมายให้บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ Velform Hair Grow และ Velform Hair Grow Plus แต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) ในไทย ลาว และกัมพูชา มีกำหนดระยะเวลา 12 เดือนนับจากลงนามในสัญญา และสัญญาดังกล่าวสามารถต่ออายุโดยอัตโนมัติโดยความเห็นชอบร่วมกันระหว่างคู่สัญญา โดยมอบหมายให้บริษัทสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวผ่านช่องทางการตลาดทางทีวี โฮม ช้อปปิ้ง เมลลอคเตอร์และสื่อสิ่งพิมพ์ และระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce)

นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2554 บริษัทได้เป็นโจทก์ฟ้องร้องค่าเสียหายทางแพ่งต่อ นางสาววัชรารัตน์ สุทธพนาเวศ ในข้อหากระทำการละเมิดด้วยการกล่าวหาบริษัทด้วยความอันฝ่าฝืนต่อ

ความจริงทำให้บริษัทได้รับความเสียหายต่อชื่อเสียง และได้รับความเสียหายอย่างมากในทางธุรกิจ โดยบริษัทฟ้องเรียกค่าเสียหายจากนางสาววัชรารัตน์ สุนทรพนาเวศ จำนวนเงิน 25 ล้านบาท ซึ่งคดีดังกล่าวอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาล ซึ่งศาลนัดคู่ความครั้งแรกในวันที่ 30 พฤษภาคม 2554 และนัดคู่ความเพื่อไต่สวนในวันที่ 25 มกราคม 2555

ต่อมา เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2554 บริษัทได้เป็นโจทก์ ฟ้องคดีอาญาต่อนางสาววัชรารัตน์ สุนทรพนาเวศ ในข้อหาให้ข่าวสัปดาห์ต่อสื่อมวลชน และการออกรายการโทรทัศน์ ในข้อหาหมิ่นประมาทต่อบริษัทจนเป็นเหตุให้ได้รับความเสียหาย ซึ่งคดีดังกล่าวอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาล ซึ่งศาลนัดคู่ความครั้งแรกในวันที่ 30 กรกฎาคม 2554 และนัดคู่ความครั้งต่อไปในวันที่ 19 ธันวาคม 2554 (รายละเอียดตามส่วนที่ 2 ข้อ 7 ข้อพิพาททางกฎหมาย)

1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและความล้มสมัยของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่าย

สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายมีมากกว่า 1,200 รายการ (รายละเอียดตามส่วนที่ 2 ข้อ 3.1.1 สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่าย) ซึ่งสินค้าบางประเภท เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ภายในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์ด้านแฟชั่นและของสะสม อาจเป็นที่นิยมในระยะหนึ่ง และเมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง อาจส่งผลให้สินค้านี้กลายเป็นที่ต้องการ บริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงในด้านไม่สามารถขายสินค้าที่ล้มสมัยได้

อย่างไรก็ตาม สินค้าที่เป็นรายได้หลักของบริษัท คือ สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ เครื่องสำอาง อาหารเสริม เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องออกกำลังกาย เป็นต้น เป็นสินค้าที่สามารถจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทมีการตรวจสอบสินค้าคงเหลือ และวางแผนการตลาดและแผนโฆษณานำเสนอสินค้าของบริษัทแต่ละรายการในแต่ละช่วงเวลาให้สอดคล้องกับปริมาณสินค้าคงเหลือและปริมาณการวางแผนสั่งซื้อสินค้าดังกล่าว รวมทั้งบริษัทมีการประเมินความต้องการสินค้าของลูกค้าก่อนวางแผนการสั่งซื้อสินค้าแต่ละประเภท สำหรับสินค้าคงเหลือบางรายการที่มีอายุยาว บริษัทจะนำมาทำการประชาสัมพันธ์โดยเสนอขายในราคาที่มีส่วนลดหรือบริษัทจะนำมาทำการตลาดและประชาสัมพันธ์อีกครั้งหนึ่ง และที่ผ่านมามีประสบความสำเร็จในการขาย การดำเนินการดังกล่าวช่วยลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและความล้มสมัยของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่าย

1.3 ความเสี่ยงจากการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่สำคัญของหน่วยงานที่กำกับดูแล

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

1.3.1 ความเสี่ยงจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแล

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

ทั้งนี้ ในระหว่างปี 2551 – 2553 บริษัทได้ถูกเปรียบเทียบปรับดังนี้

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

(1.1) กรณีที่ 1 จากการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมขัดกระชับสัดส่วน Slimming Angles, เครื่องนวดหน้า Wellness Ultrasonic, แก้อัสนวดไฟฟ้ารุ่น Classic Wellness Massage Chair, เครื่องบริหารร่างกายระบบสั่นสะเทือน Wellness I – Slimm, แก้อัสนวดไฟฟ้ารุ่น Econocic Wellness Massage Chair, เครื่องนวดฝ่าเท้าและขา Wellness Leg Massage ทางสื่อ TV Direct Innovations Catalog เล่ม 1 ประจำเดือน มกราคม 2551

(1.2) กรณีที่ 2 จากการโฆษณาเครื่องดูดตุ๋นชาวด์ เวลเนส รุ่น เอสเอส 3050 ทางสถานีโทรทัศน์ช่องหนึ่ง เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2550

(1.3) กรณีที่ 3 จากการโฆษณาเครื่องนวดไฟฟ้าแบบพกพาเนเจอร์รอลแฮนด์ และเสริมขัดเวลเนส แองเจลคอร์ด ทางสถานีโทรทัศน์ช่องหนึ่ง เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2550

(1.4) กรณีที่ 4 จากการโฆษณาเครื่องสั่นสะเทือนแบบรัดเอว สลิมมิงแอนด์ เจน สเลนเดอร์ริงเบล รุ่น เอสพี-2018 และเครื่องสั่นสะเทือนเวลเนส รุ่น แอลเอฟ 05 เอ - 26 ในแผ่นแทรกที่แนบไปกับใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต ประจำเดือนธันวาคม 2550

(2) เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้เปรียบเทียบปรับบริษัทในการกระทำการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ ความผิดฐานโฆษณาเครื่องมือแพทย์เพื่อประโยชน์ในทางการค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยเปรียบเทียบปรับจำนวน 6,000 บาท ทั้งนี้ สืบเนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ตรวจพบการโฆษณาเครื่องนวดหน้าของบริษัท ออกอากาศทาง

สถานีโทรทัศน์ช่องหนึ่งเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2550 ซึ่งยังไม่ได้ขออนุญาตโฆษณาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

นอกจากนี้ ในระหว่างปี 2551 – 2553 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณาที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ ได้แก่

(1) เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2553 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณาเครื่องสำอางในเอกสารแผ่นพับรายเดือนรวบรวมสินค้า เนื่องจากอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ ซึ่งบริษัทได้ระงับการโฆษณาดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2553

(2) เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณาเข็มขัดสั่นสะเทือนเวลเนส แองเจิลคอร์ ทางสื่อโทรทัศน์ช่องหนึ่ง เนื่องจากข้อความภาพและเสียงยังไม่ได้รับอนุญาตให้โฆษณาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งบริษัทได้ระงับการโฆษณาดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 8 สิงหาคม 2551

(3) เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณา (ก) เข็มขัดกระชับสัดส่วน Slimming Angle (ข) เครื่องนวดหน้า Wellness Ultrasonic (ค) เก้าอี้นวดไฟฟ้ารุ่น Classic Wellness Massage Chair (ง) เครื่องบริหารร่างกายระบบสั่นสะเทือน Wellness I-Slimm (จ) เก้าอี้นวดไฟฟ้ารุ่น Econocic Wellness Massage Chair (ฉ) เครื่องนวดฝ่าเท้าและขา Wellness Leg Massager ทางสื่อ TV Direct Innovations Catalog เล่ม 1 ประจำเดือนมกราคม 2551 เนื่องจากมีข้อความและภาพยังไม่ได้รับอนุญาตให้โฆษณาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งบริษัทได้ระงับการโฆษณาดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 8 สิงหาคม 2551

(4) เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณา (ก) เครื่องนวดไฟฟ้าแบบพกพาเนเจอร์รอลแฮนด์ (ข) เข็มขัดเวลเนส แองเจิลคอร์ ทางสื่อโทรทัศน์ช่องหนึ่ง เนื่องจากข้อความภาพและเสียงยังไม่ได้รับอนุญาตให้โฆษณาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งบริษัทได้ระงับการโฆษณาดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 8 สิงหาคม 2551

(5) เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณาเครื่องดูดรีไรซาวด์ เวลเนส รุ่น เอสเอส - 3050 ทางสื่อโทรทัศน์ช่องหนึ่ง เนื่องจากข้อความภาพและเสียงไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาตให้โฆษณาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งบริษัทได้ระงับการโฆษณาดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 8 สิงหาคม 2551

(6) เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณาเข็มขัดเวลเนส แองเจิลคอร์ ทางสื่อโทรทัศน์ช่องหนึ่ง เนื่องจากข้อความภาพและเสียงยังไม่ได้ขออนุญาตโฆษณาเครื่องมือแพทย์จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งบริษัทได้ระงับการโฆษณาดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 21 พฤษภาคม 2551

(7) เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณาเครื่องสั่นสะเทือนแบบแถบรัดเอว เจนเนอร์เรชั่น 4 สลิมมิ่ง แอนด์ เจน สเตนเดอร์ริงเบิร์ด รุ่น เอสพี - 2018 ทางสื่อโทรทัศน์ช่องหนึ่ง เนื่องจากข้อความภาพและเสียงไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาตให้

โฆษณาเครื่องมือแพทย์จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งบริษัทได้ระงับการโฆษณาดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 21 พฤษภาคม 2551

(8) เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณา (ก) เครื่องนวดไฟฟ้าแบบพกพาเนเจอร์รอลแฮนด์ (ข) เข็มขัดเวลดเนส แองเจิล ทางสื่อโทรทัศน์ช่องหนึ่ง เนื่องจากข้อความภาพและเสียงยังไม่ได้ขออนุญาตโฆษณาเครื่องมือแพทย์จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งบริษัทได้ระงับการโฆษณาดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 13 มีนาคม 2551

(9) เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณาเครื่องอุลตราซาวด์เวลดเนส รุ่น เอสเอสเอ - 3050 ทางสื่อโทรทัศน์ช่องหนึ่ง เนื่องจากข้อความภาพและเสียงยังไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาตโฆษณาเครื่องมือแพทย์จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งบริษัทได้ระงับการโฆษณาดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 7 มีนาคม 2551

(10) เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณาเครื่อง Wellness Ultrasonic Massager ทางสื่อโทรทัศน์ช่องหนึ่ง เนื่องจากข้อความและภาพโฆษณาที่ยังไม่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งบริษัทได้ระงับการโฆษณาดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 29 มกราคม 2551

(11) เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณา (ก) เครื่องนวดหน้า Wellness Ultrasonic (ข) เก้าอี้นวดไฟฟ้ารุ่น Classic Wellness Massage Chair (ค) เครื่องบริหารร่างกายแบบสั่นสะเทือน Wellness I-Slimm (ง) เก้าอี้นวดไฟฟ้า Economic Wellness Massage Chair (จ) เครื่องนวดฝ่าเท้าและขา Wellness Leg Massager ทางสื่อโฆษณา TV Direct Innovations Catalog เล่มที่ 1 ประจำเดือนมกราคม 2551 เนื่องจากข้อความและภาพโฆษณาไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาตและบางโฆษณายังไม่ได้ขออนุญาตโฆษณาเครื่องมือแพทย์จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

(12) เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณาเข็มขัดกระชับสัดส่วน Slimming Angel ทางสื่อโฆษณา TV Direct Innovations Catalog เล่มที่ 1 ประจำเดือนมกราคม 2551 เนื่องจากข้อความและภาพโฆษณายังไม่ได้ขออนุญาตโฆษณาเครื่องมือแพทย์จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

(13) เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2551 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้แจ้งให้บริษัทระงับการโฆษณาเครื่องนวดหน้า ทางสื่อโทรทัศน์ช่องหนึ่ง และระงับการโฆษณาเก้าอี้นวด ที่สำนักงานบริษัท ชั้น 1 เนื่องจากข้อความและภาพโฆษณายังไม่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

บริษัทได้ตระหนักถึงข้อผิดพลาดดังกล่าว และบริษัทมีนโยบายที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาอย่างเคร่งครัด โดยมีการนำส่งตัวอย่างโฆษณาให้หน่วยงานที่กำกับดูแลตรวจสอบก่อนที่จะเผยแพร่โฆษณานั้นๆ อีกทั้งบริษัทได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านนี้โดยเฉพาะซึ่งอยู่ในฝ่ายสินค้าและการตลาด เพื่อประสานงานกับกองโฆษณาของหน่วยงานต่างๆ

1.3.2 ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บุคคล

บริษัทได้มีนโยบายการเก็บข้อมูลส่วนบุคคล โดยมีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าและมีการนำเสนอขายสินค้าและบริการผ่านฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท และจากการที่ปัจจุบันมีการล่วงละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล โดยเฉพาะการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปแสวงหาประโยชน์หรือเปิดเผยโดยไม่ได้รับความยินยอมจากบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของข้อมูลจนสร้างความเดือดร้อนรำคาญหรือความเสียหายให้แก่บุคคลดังกล่าว ภาครัฐจึงได้มีนโยบายที่จะให้มีกฎหมายกำกับดูแลคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ดังจะเห็นได้จากร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอยู่ในขั้นตอนนิติบัญญัติ โดยร่างพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวจะควบคุมการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเชิงธุรกิจหรือเชิงพาณิชย์จะต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลก่อน ดังนั้น หากพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวมีผลใช้บังคับอาจส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ติดตามความคืบหน้าของร่างพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง และบริษัทมีนโยบายที่จะประกอบธุรกิจให้เป็นตามกฎหมาย ข้อกำหนดและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท รวมทั้งบริษัทได้มีนโยบายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Protection) ดังนี้

- (1) บริษัทได้แจ้งให้ลูกค้าทราบเพื่อขออนุญาตนำข้อมูลของลูกค้าเพื่อที่จะทำการติดต่อลูกค้าในอนาคต
- (2) บริษัทกำหนดนโยบายจำนวนครั้งในการติดต่อลูกค้าแต่ละรายในแต่ละเดือน
- (3) หากลูกค้ารายใดแจ้งความประสงค์ไม่ให้บริษัทติดต่อกลับ บริษัทจะปฏิบัติตามความประสงค์ของลูกค้าอย่างเคร่งครัด

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 บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนโดยบริษัทมีนโยบายติดตามความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด และบริษัทได้มีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนของเจ้าหนี้การค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศบางส่วน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 บริษัทมีวงเงินสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าคงเหลือสำหรับเจ้าหนี้การค้า จำนวนเงิน 64.12 ล้านบาท และ 101.72 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ในช่วงเวลาที่ผ่านมา บริษัทไม่ได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่มีนัยสำคัญแต่อย่างใด



1.4.2 ความเสี่ยงจากการที่บริษัท ทีวีไอดีเร็ก อินโดไชน่า จำกัด ซึ่งปัจจุบันเป็นบริษัทย่อยให้กู้ยืมแก่บริษัทร่วม และให้กู้ยืมแก่บุคคลอื่น

เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บริษัทร่วม

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

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

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

เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บุคคลและบริษัทอื่น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 บริษัท ทีวีไอดีเร็ก 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	3,100,000	8.00	เมื่อทวงถาม	ให้กู้เพื่อใช้เป็น	ได้รับคืนเงินกู้ยืม



ลำดับ	ผู้กู้	ยอดคงเหลือ ณ 30 มิ.ย. 2554 (บาท)	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)	วันครบกำหนด	วัตถุประสงค์ของการให้กู้ยืม	วันที่คาดว่าจะได้รับคืนเงินให้กู้ยืม
	Co., Ltd.				เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของผู้กู้	แล้วเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2554
	รวม	11,527,590				

เงินให้กู้ยืมลำดับ 1 เป็นเงินให้กู้ยืมแก่ TI VI Truc Tiep Co., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทจัดตั้งในเวียดนาม ทุนชำระแล้ว 100 ล้านดอลลาร์เวียดนามต้องเวียดนามต้อง (ประมาณ 166,667 บาท) ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงโดยจำหน่ายสินค้าทางสื่อโทรทัศน์ในเวียดนาม โดยบริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด มีนโยบายที่จะเข้าถือหุ้นใน TI VI Truc Tiep Co., Ltd. ในสัดส่วนร้อยละ 95 ภายในเดือนธันวาคม 2554

เงินให้กู้ยืมลำดับ 2 และ 3 เป็นเงินให้กู้ยืมแก่ Ms. Suraiya Binti Mohd Yasin ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 40 ของ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. โดย TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. เป็นบริษัทร่วมในสัดส่วนร้อยละ 38 ของบริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด

เงินให้กู้ยืมลำดับ 4 เป็นเงินให้กู้ยืมแก่นายคมศร จารุศร

เงินให้กู้ยืมลำดับ 5 เป็นเงินให้กู้ยืมแก่ TV Direct Lao Co., Ltd. โดยเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2554 บริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด ได้รับชำระคืนเงินให้กู้ยืมทั้งหมดจาก TV Direct Lao Co., Ltd. แล้วตั้งนั้น บริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด จึงมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับคืนเงินกู้ยืมดังกล่าว ซึ่งหากเกิดกรณีดังกล่าว จะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด และย่อมส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท ทีวี ไคเร็ค จำกัด (มหาชน) ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ บริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด มีนโยบายดูแลและติดตามการรับชำระหนี้ของเงินให้กู้ยืมดังกล่าวโดยใกล้ชิด

1.4.3 ความเสี่ยงจากการปฏิบัติผิดเงื่อนไขที่สำคัญของสัญญากู้ยืมเงิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 บริษัท ทีวี ไคเร็ค จำกัด (มหาชน) มีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 3 แห่ง จำนวนรวม 178.88 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวมีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และเงินฝากประจำ จดจำนองเป็นหลักประกัน และมีกรรมกรบริษัทค้ำประกันเต็มวงเงิน

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

สัญญาเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง กำหนดให้บริษัทต้องรักษาสัดส่วนทางการเงิน Debt Service Coverage Ratio (DSCR) ให้อยู่ในอัตราไม่ต่ำกว่า 2 ต่อ 1 เท่า และสัดส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio) ให้อยู่ในอัตราไม่เกิน 1.70 เท่า



บริษัทจึงมีความเสี่ยงหากไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขสำคัญที่ระบุไว้ในสัญญากู้ยืมเงิน ซึ่งอาจส่งผลให้สถาบันการเงินฟ้องร้องบังคับหลักประกัน โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 มีสัดส่วน DSCR และอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ดังนี้

ณ วันที่ 30 มิ.ย. 2554	DSCR*	อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน**
งบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท	3.55 ต่อ 1 เท่า	1.80
งบการเงินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย	3.29 ต่อ 1 เท่า	1.84

หมายเหตุ:

* DSCR คำนวณจาก กำไรก่อนหักค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ / (เงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีของปีที่ผ่านมา + ดอกเบี้ยจ่าย)

** อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน คำนวณจาก หนี้สินรวม / ส่วนของผู้ถือหุ้น

จะเห็นได้ว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2554 จากงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท และจากงบการเงินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย เท่ากับ 1.80 เท่า และ 1.84 เท่า ตามลำดับ ซึ่งเกินกว่าที่กำหนดไว้ในสัญญากู้ยืมเงิน อย่างไรก็ตาม สถาบันการเงินจะพิจารณาอัตราส่วนทางการเงินจากงบการเงินสิ้นปี และหากบริษัทมีสถานะเป็นบริษัทจดทะเบียนสถาบันการเงินจะพิจารณาการดำรงอัตราส่วนทางการเงินจากงบการเงินทุกไตรมาส 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 ชัญญาตริกจ ถือหุ้นบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 8.19 (รวมการถือหุ้นโดยภรรยา) และดำรงตำแหน่งกรรมการ ประธานกรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท

(2) นายไพบุลย์ มัทธุนนท์ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 21.72

บุคคลทั้งสองได้ค้ำประกันเงินกู้ยืมของบริษัท (รายละเอียดตามส่วนที่ 2 ข้อ 11 รายการระหว่างกัน) ดังนี้

(ก) นายทรงพล ชัญญาตริกจ ได้ค้ำประกันเงินกู้ยืมเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน วงเงินรวม 235 ล้านบาท

(ข) นายทรงพล ชัญญาตริกจ และนายไพบุลย์ มัทธุนนท์ 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 ให้พิจารณาหุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ 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 ความเสี่ยงจากการเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่กรรมการและพนักงานบริษัทและบริษัทย่อยในราคาต่ำกว่าราคาเสนอขายต่อประชาชน

จากการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ครั้งที่ 1/2554 เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2554 ที่ประชุมได้มีมติอนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนเงิน 5,792,000 หุ้น ให้แก่กรรมการและ/หรือพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ในราคาเสนอขายไม่ต่ำกว่าหุ้นละ 1 บาท โดยการเสนอขายหุ้นให้แก่กรรมการและ/หรือพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยในครั้งนี้ จะเสนอขายพร้อมกับการเสนอขายหุ้นต่อประชาชน และได้มีการมอบหมายให้คณะกรรมการบริหารเป็นผู้มีอำนาจกำหนดรายชื่อของกรรมการและ/หรือพนักงานที่จะได้รับการ



เสนอขายหุ้นสามัญ และจำนวนหุ้นที่จะจัดสรรให้แก่กรรมการและ/หรือพนักงานแต่ละราย ดังนั้นผู้ลงทุนจึงมีความเสี่ยงจากการที่ผู้ลงทุนกลุ่มกรรมการและพนักงานบริษัทและบริษัทย่อยดังกล่าวจะมีต้นทุนที่ต่ำกว่า

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากจำนวนหุ้นที่เสนอขายให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ในครั้งนี้มีจำนวน 5,792,000 หุ้น คิดเป็นไม่เกินร้อยละ 3.08 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด หลังการเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชน ซึ่งเป็นจำนวนน้อยจึงไม่น่าส่งผลกระทบต่อราคาหุ้นของบริษัท นอกจากนี้ กำหนดให้หุ้นที่กรรมการและ/หรือพนักงานแต่ละรายได้รับจัดสรรจะถูกห้ามขายเป็นระยะเวลา 1 ปีนับจากวันที่ได้รับการสิทธิในหุ้นสามัญเพิ่มทุน โดยกรรมการและ/หรือพนักงานจะสามารถขายหุ้นได้จำนวนร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดที่ถูกห้ามขายภายหลังจากวันที่หุ้นของบริษัททำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไทยครบกำหนดระยะเวลา 6 เดือน และสามารถขายหุ้นส่วนที่เหลือทั้งหมดได้เมื่อหุ้นของบริษัททำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยครบกำหนดระยะเวลา 1 ปี ส่งผลให้กรรมการและพนักงานดังกล่าวไม่สามารถขายหุ้นได้ทันทีที่หุ้นของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย