

ส่วนที่ 1

ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

บริษัท เอส พี วี ไอ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ก่อตั้งจากประสบการณ์การเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ Apple ของนายไตรสรณ์ และนางเพ็ชรรัตน์ วรรณโกศล ตั้งแต่ปี 2532 โดยเริ่มต้นจากการดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ บริษัท เอส พี วี บิสซิเนส เซ็นเตอร์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 3,000,000 บาท มีวัตถุประสงค์หลักในการประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ Apple เป็นสินค้าหลัก ต่อมาในปี 2537 เพื่อปรับปรุงโครงสร้างผู้ถือหุ้น ให้สอดคล้องกับการขยายตัวของธุรกิจ นายไตรสรณ์ และนางเพ็ชรรัตน์ วรรณโกศล จึงได้จดทะเบียนบริษัทใหม่ในนาม บริษัท เอส พี วี แอดวานซ์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 6,000,000 บาท รวมทั้งได้เปิดร้านค้า Apple สาขาแรกที่ พันธุ์ทิพย์พลาซ่า ในนาม MiniMac ในปี 2537 (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น iShop) หลังจากนั้นได้มีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องตามความนิยมในผลิตภัณฑ์ Apple ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งขยายเพิ่มเข้าไปในตลาดด้านการศึกษา ทั้งการเปิดร้าน U-Store ในมหาวิทยาลัยชั้นนำ สนับสนุนสถาบันการศึกษาในการเปิดห้องแล็บคอมพิวเตอร์ในมหาวิทยาลัยและโรงเรียน

จากความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ประกอบกับการเติบโตของตลาด Apple ในประเทศไทย เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2554 นายไตรสรณ์ และนางเพ็ชรรัตน์ วรรณโกศล จึงได้ร่วมลงทุนกับบริษัท ไอทีซิติ จำกัด (มหาชน) จัดตั้งบริษัท เอส พี วี ไอ จำกัด ขึ้น ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 120,000,000 บาท โดยรับโอนทรัพย์สินและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการเป็นตัวแทนจำหน่าย Apple ทั้งหมดจากบริษัท เอส พี วี แอดวานซ์ จำกัด ซึ่งจากการร่วมทุนในครั้งนี้ ทำให้บริษัทฯ สามารถขยายจุดจำหน่ายสินค้า Apple สู่พื้นที่ร้าน IT City และเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2556 บริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท เอส พี วี ไอ จำกัด (มหาชน)

ปัจจุบันบริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 200,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 400,000,000 หุ้น และมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 145,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 290,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ทั้งคอมพิวเตอร์ ผลิตภัณฑ์ประเภท iOS และอุปกรณ์เสริมต่างๆ รวมทั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ ที่สามารถนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ Apple เป็นหลัก เพื่อที่จะรองรับความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ขยายธุรกิจการบริการให้แก่ลูกค้า โดยมีศูนย์บริการสำหรับสินค้าภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ Apple ในนาม Smart Bar รวมทั้งเปิดศูนย์ฝึกอบรมตามมาตรฐาน Apple

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์และบริการหลักของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple

บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งจาก Apple South Asia (Thailand) Limited ให้เป็นตัวแทนจำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์ MAC OS (MAC Operating System) : คอมพิวเตอร์ทุกรุ่นภายใต้ตราสินค้าของ Apple (MAC OS) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์ไอแมค (iMac), คอมพิวเตอร์แบบพกพาทั้ง แมคบุ๊กโปร (MacBook Pro) และ แมคบุ๊กแอร์ (MacBook Air)
- ผลิตภัณฑ์ประเภท iOS (iOS Devices) : ผลิตภัณฑ์ประเภทไอแพด (iPad) และไอพอด (iPod) สำหรับไอโฟน (iPhone) เนื่องจาก Apple แต่งตั้งผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรง บริษัทฯ จะซื้อจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มาจากจำหน่าย
- ผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์เสริมภายใต้ตราสินค้า Apple (Apple Accessories) : เช่น ที่ชาร์จ แบตเตอรี่ หูฟัง สายพ่วง เครื่องส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ต แผนความคุ้มครอง AppleCare เป็นต้น

2. ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-Apple Products)

เพื่อที่จะรองรับความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจร บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์เสริม (Accessories) : ได้แก่ ฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูลสำหรับงานวิดีโอ ฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูลแบบพกพา หูฟัง Case ป้องกันการกระแทก ฟิล์มกันรอย ลำโพง แบตเตอรี่สำรองแบบพกพา และที่ชาร์จแบตเตอรี่
- ผลิตภัณฑ์ประเภทกราฟิก (Professional Graphics) : ได้แก่ เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทหน้ากว้าง กระดาษสำหรับงานพิมพ์ และ อุปกรณ์วัดคุณภาพการพิมพ์
- ผลิตภัณฑ์ประเภทซอฟต์แวร์ (Software) : ได้แก่ Adobe และ EFI (โปรแกรม Colorproof XF)
- ผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์ : ได้แก่ คอมพิวเตอร์ของบริษัท เดลล์ คอมพิวเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อเป็นทางเลือกเสริม สำหรับลูกค้าที่ต้องการสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ภายใต้ตราสินค้าอื่น

3. งานบริการ (Services) บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็น Apple Authorized Service Provider ทำให้

สามารถเปิดศูนย์บริการ สำหรับสินค้า Apple ภายใต้ชื่อ Smart Bar รวมทั้งเปิดศูนย์ฝึกอบรมการใช้งานให้แก่ลูกค้าและองค์กร ตามมาตรฐาน Apple ซึ่งได้รับการแต่งตั้งเป็น Authorized Apple Training Center แห่งเดียวในประเทศไทย

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีสาขาทั้งหมดจำนวน 17 สาขา โดยสาขาของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น iStudio จำนวน 6 สาขา iShop จำนวน 1 สาขา iBeat จำนวน 1 สาขา U-Store จำนวน 9 สาขา และศูนย์บริการ Smart Bar จำนวน 3 สาขา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีจุดจำหน่ายสินค้า Apple ใน IT City และ Big C จำนวน 54 แห่ง ทั่วประเทศ โดยตั้งอยู่ที่ IT City จำนวน 28 สาขา และที่ Big C จำนวน 26 สาขา

ลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มลูกค้าองค์กร ซึ่งครอบคลุมถึงลูกค้าสถานศึกษา ไม่ว่าจะเป็นสถาบันอุดมศึกษา โรงเรียนมัธยมศึกษา และโรงเรียนนานาชาติ และลูกค้าบริษัทและรัฐวิสาหกิจ ทั้งที่เป็นบริษัทขนาดกลางหรือขนาดย่อม (SME) บริษัทขนาดใหญ่และรัฐวิสาหกิจ (2) กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป ซึ่งครอบคลุมถึง ลูกค้าร้าน iStudio / iBeat / iShop ลูกค้าที่เดินทางไปยังร้านค้าของคู่ค้าของบริษัทฯ โดยที่บริษัทฯ เปิดจุดจำหน่ายสินค้า Apple ในพื้นที่ของคู่ค้าดังกล่าวทั้ง IT City และ Big C และลูกค้า U-Store ซึ่งจะเป็นนักศึกษา อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ของสถาบันการศึกษา ซึ่งมีจุดประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อใช้เป็นสื่อในการศึกษา โดยสัดส่วนการขายกลุ่มลูกค้าองค์กร และกลุ่มลูกค้ารายย่อยเฉลี่ยปี 2554 - ไตรมาส 1 ปี 2556 อยู่ที่ร้อยละ 19.14 และร้อยละ 80.86 ตามลำดับ

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ผ่าน 2 ช่องทางหลัก คือ (1) ผ่านสำนักงานใหญ่ ซึ่งเป็นการติดต่อซื้อขายสินค้าโดยตรงระหว่างเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทฯ กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งบริษัทฯ ได้จำแนกเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายออกเป็นกลุ่มตามลักษณะของลูกค้า โดยเจ้าหน้าที่แต่ละกลุ่มจะดูแลรับผิดชอบลูกค้าตามประเภทลูกค้าที่กำหนดไว้ในแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มลูกค้าสถานศึกษา และกลุ่มลูกค้าประเภทบริษัทและรัฐวิสาหกิจ รวมทั้งการขายให้ IT City และ Big C (2) ผ่านร้านค้าปลีก โดยบริษัทฯ มีช่องทางจำหน่ายครอบคลุมในพื้นที่ที่หลากหลาย ทั้งสาขา iStudio / iBeat / iShop / U-Store โดยสัดส่วนการขายผ่านสำนักงานใหญ่และร้านค้าปลีก เฉลี่ยปี 2554 - ไตรมาส 1 ปี 2556 อยู่ที่ร้อยละ 59.41 และร้อยละ 40.59 ตามลำดับ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ทั้งคอมพิวเตอร์ ผลิตภัณฑ์ประเภท iOS และอุปกรณ์เสริมต่างๆ รวมทั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ ที่สามารถนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ Apple เป็นหลักเพื่อที่จะรองรับความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจร ดังนั้นอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อการณ์ธุรกิจของบริษัทฯ คืออุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร

ปัจจุบันสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร (Information and Communications Technology : ICT) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ทั้งในชีวิตประจำวันและการทำงาน ประกอบกับการลงทุนของภาครัฐอย่างต่อเนื่องในการสั่งซื้ออุปกรณ์และครุภัณฑ์ และการวางระบบโครงข่ายต่างๆ ส่งผลให้มูลค่าตลาด ICT สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา โดยจากรายงานตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยประจำปี 2554 และประมาณการ 2555 ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ในปี 2554 ประเทศไทยมีมูลค่าตลาด ICT โดยรวมประมาณ 531,853 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 498,346 ล้านบาท ในปี 2553 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 6.30 ทั้งนี้สัดส่วนมูลค่าตลาด ICT ในปี 2554 แบ่งเป็นตลาดสื่อสาร (รวมอุปกรณ์สื่อสารและบริการสื่อสาร) ตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ และตลาดซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.87 ร้อยละ 17.60 และร้อยละ 5.53 ของมูลค่าตลาด ICT ตามลำดับ และคาดการณ์ว่าในปี 2555 ตลาด ICT จะมีมูลค่าตลาดประมาณ 591,571 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 531,853 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 11.23 เนื่องจากความต้องการในอุปกรณ์ที่สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีมากขึ้น ประกอบกับการลงทุนด้าน ICT ของภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง

สำหรับตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ในปี 2554 มีมูลค่าทั้งสิ้น 93,589 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 90,915 ล้านบาท ในปี 2553 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 2.94 เติบโตต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมาเล็กน้อย เนื่องจากได้รับผลกระทบจากอุทกภัยในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 คาดว่าในปี 2555 มูลค่าตลาดจะเติบโตจากปี 2554 สูงถึงร้อยละ 20.43 หรือ คิดเป็นมูลค่าตลาดรวม 112,705 ล้านบาท เนื่องจากกำลังซื้อของผู้บริโภค และการลงทุนทางด้าน IT ขององค์กรต่างๆ ขยายตัวมากขึ้น ทั้งการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีประมวลผลกลุ่มเมฆ (Cloud Computing) และเทคโนโลยีเสมือน (Virtualization) ในองค์กรขนาดใหญ่ พร้อมทั้งกระแสความนิยมในผลิตภัณฑ์แท็บเล็ต (Tablet PC) อันเนื่องมาจากความสะดวกในการพกพาและใช้งาน ในส่วนของภาครัฐยังคงมีการลงทุนทางด้าน IT อย่างต่อเนื่อง ทั้งการสั่งซื้อครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง และการวางระบบโครงข่าย IT สำหรับใช้ภายในหน่วยงาน และสำหรับให้บริการในพื้นที่สาธารณะในสถานที่ราชการและชุมชนต่างๆ ตลอดจนการขยายพื้นที่ให้บริการระบบ 3G ในเชิงพาณิชย์บนคลื่นความถี่เดิมของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบกับความนิยมในการทำธุรกิจหรือทำการตลาดบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Marketing) เพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารและติดต่อระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เป็นปัจจัยทำให้มูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์มีความต้องการเพิ่มสูงขึ้น

สำหรับส่วนแบ่งมูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์จำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ในปี 2554 พบว่ากลุ่มคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล กลุ่มอุปกรณ์ต่อพ่วง และกลุ่มซีสเต็ม มีสัดส่วนร้อยละ 70.66 ร้อยละ 19.80 และร้อยละ 9.54 ของมูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ตามลำดับ โดยกลุ่มคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเป็นกลุ่มที่มีการเพิ่มขึ้นคิดเป็นสัดส่วนในส่วนแบ่งมูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์มากที่สุดจากร้อยละ 60.26 ของส่วนแบ่งมูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ในปี 2553 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 70.66 ในปี 2554 โดยแนวโน้มอุตสาหกรรม-ตลาดคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer) ในปี 2555 เป็นดังนี้

- ตลาดคอมพิวเตอร์เดสก์ท็อป มีแนวโน้มการเติบโตที่ลดลง เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและแท็บเล็ตพีซี เพิ่มขึ้น คาดว่าปี 2555 มูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์เดสก์ท็อปจะมีมูลค่า 18,600 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 11.93
- ตลาดคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก / เน็ตบุ๊ก มีแนวโน้มชะลอการเติบโตลง เนื่องจากกระแสความนิยมในแท็บเล็ตพีซี ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น คาดว่าปี 2555 มูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก / เน็ตบุ๊ก มีมูลค่า 40,500 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 11.39
- แท็บเล็ตพีซี มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก จากโครงการของภาครัฐประกอบกับกระแสความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในคุณสมบัติพิเศษของแท็บเล็ตพีซี คาดว่าในปี 2555 มูลค่าแท็บเล็ตพีซีจะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 23,700 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 174.31 (รวมโครงการแท็บเล็ตพีซีของภาครัฐ)

ปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ได้แก่ (1) ภาครัฐให้การสนับสนุนการใช้สินค้า IT โดยการขยายโครงข่ายบรอดแบนด์ในระดับประชาชน เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ในการใช้งานด้านต่างๆ เช่น การศึกษา และการเกษตร รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน IT เพื่อให้มีความพร้อมในการให้บริการระบบอิเล็กทรอนิกส์แก่ประชาชน ตลอดจนนโยบายสนับสนุนแท็บเล็ต เพื่อใช้ในการศึกษาสำหรับนักเรียน (2) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถทำได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้นตามลำดับ ตลอดจนการจำหน่ายสินค้าในเครือข่ายสังคม

ออนไลน์ที่ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ซื้อสินค้ามากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเนื่องจากมีความรวดเร็วในการนำเสนอและมีต้นทุนที่ต่ำ ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีแนวโน้มที่จะเป็นที่ยอมรับสูงขึ้นอย่างมากในอนาคต (3) กระแสความนิยมในแท็บเล็ต และอุปกรณ์พกพา (Mobile Device) ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา จนกลายเป็นกระแสแฟชั่น อันเป็นผลมาจากความสะดวกในการใช้งาน การเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต เล่นเกมส์ ตลอดจนใช้เป็นหน้าจอสำหรับแสดงภาพ (Display) (4) การแข่งขันในการให้บริการสัญญาณระบบ 3G และ Wifi ของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นอีกปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นกระแสการใช้งานอุปกรณ์พกพาต่างๆ ที่สามารถใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายให้เพิ่มสูงขึ้น

ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากสรุปผลสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยปี 2554 และประมาณการปี 2555 พบว่าในปี 2554 โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภทมีมูลค่ารวม 59,112 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 55,877 ล้านบาทในปี 2553 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 5.79 แต่หากเปรียบเทียบการเติบโตของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบธรรมดาตามการเติบโตของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน พบว่าในปี 2554 ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบธรรมดามีมูลค่า 29,992 ล้านบาท ลดลงจาก 30,983 ล้านบาทในปี 2553 คิดเป็นอัตราการเติบโตลดลง ร้อยละ 3.20 ในขณะที่ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนมีมูลค่า 29,120 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 24,894 ล้านบาทในปี 2553 คิดเป็นอัตราการเติบโต ร้อยละ 16.98 เป็นผลมาจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมต่อเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในชีวิตประจำวันของคนในประเทศ และกระแสความนิยมในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนเพื่อตอบสนองความสะดวกในการใช้งานอินเทอร์เน็ต ประกอบกับราคาที่ถูกลงอย่างต่อเนื่องของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน จึงทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจในโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก

สำหรับแนวโน้มของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคต คาดการณ์ว่าในปี 2555 ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่มีมูลค่า 65,126 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 59,112 ล้านบาท จากปี 2554 คิดเป็นอัตราการเติบโต ร้อยละ 10.18 และหากพิจารณาแยกแยะระหว่างโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบธรรมดา และโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน พบว่า ในปี 2555 คาดการณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบธรรมดามีมูลค่า 27,931 ล้านบาท ลดลงจาก 29,992 คิดเป็นอัตราการเติบโตลดลง ร้อยละ 6.87 และสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน คาดการณ์ว่าในปี 2555 จะมีมูลค่า 37,195 เพิ่มขึ้นจาก 29,120 ล้านบาท จากปี 2554 คิดเป็นอัตราการเติบโต ร้อยละ 27.73 โดยปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ (1) กระแสความนิยมในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนที่เพิ่มมากขึ้นจากความสะดวกในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ประกอบกับราคาที่ลดลงของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน จึงทำให้มูลค่าตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก (2) การพัฒนาประสิทธิภาพและขยายพื้นที่เขตการให้บริการ 3G เชิงพาณิชย์ของผู้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาพิจารณาใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนเพิ่มมากขึ้น (3) การพัฒนา Mobile Application ที่ได้รับการส่งเสริมทั้งจากภาครัฐและเอกชน ทำให้มีแนวโน้มที่จะมี Mobile Application ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนเพิ่มมากขึ้น

ภาวะการแข่งขัน

จากการที่บริษัท ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple เป็นหลัก ดังนั้นการแข่งขันของผู้ผลิตสินค้า ICT โดยเฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และ Tablet PC ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทโดยตรง โดยเฉพาะในส่วนของผู้ผลิตไม่ว่าจะเป็น Apple, Samsung, Nokia ที่จะออกสินค้ารุ่นใหม่ ๆ ออกมาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด อย่างไรก็ตาม ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ Apple ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรม ระบบปฏิบัติการ Mac OSX สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์, iOS สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ Tablet, Clouding System, Retina Display สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์พกพาที่แสดงผลได้คมชัดกว่าจอคอมพิวเตอร์ทั่วไป ความหลากหลายของ Application ความปลอดภัยของระบบ ประกอบกับการออกแบบสินค้าที่ทันสมัย และความสะดวกในการใช้งาน คาดว่าผลิตภัณฑ์ Apple จะยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค โดยสามารถพิจารณาได้จากข้อมูลของ StatCounter Global Stats (จาก www.gs.statcounter.com) ที่แสดงให้เห็นถึงส่วนแบ่งตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนในประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยส่วนแบ่งตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ Apple เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.54 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 13.18 ในปี 2554 ในขณะที่ปี 2555 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30.03 และร้อยละ 36.26 ในไตรมาส 1 ปี 2556

ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากผู้ประกอบการรายอื่นที่ได้รับการแต่งตั้งจาก Apple ให้เป็น Reseller ในประเทศไทย เช่นเดียวกัน ทำให้สามารถเปิดร้าน iStudio, iBeat, U-Store หรือ จุดขายสินค้า Apple ในร้าน Retail ของผู้ประกอบการดังกล่าว หรือห้างสรรพสินค้าต่างๆ ได้เช่นเดียวกับบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม แต่ละศูนย์การค้า หรืออาคารสำนักงาน หรือ Community Mall จะไม่มีร้านของ Apple ประเภทเดียวกัน อยู่ในที่เดียวกัน Reseller ทุกรายจะต้องบริหารช่องทางการจำหน่ายของตนเอง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้น ความสำเร็จของ Reseller คือการมีช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และรวดเร็ว การบริการที่มีคุณภาพและครบวงจร และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

ในช่วงที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ขยายสาขาครอบคลุมตลาดทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดผ่านช่องทางสาขาของ IT City และ BigC ซึ่งมีการวางรากฐานการจัดจำหน่ายในเชิงกว้างในทุกตลาด ซึ่งในปีนั้นบริษัทฯ ได้เริ่มนำช่องทางต่างๆ มาผนึกกำลัง (Synergy) สร้างความแข็งแกร่งให้กับบริษัทฯ นับตั้งแต่นักเรียนในโรงเรียน นักศึกษาในมหาวิทยาลัย และองค์กรต่างๆ ที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ ซึ่งช่วยให้บริษัทฯ มีฐานลูกค้าซึ่งสนับสนุนรายได้ของบริษัทฯ สม่าเสมอ เพราะนักเรียน นักศึกษา เป็นตลาดที่เกิดขึ้นใหม่ทุกปี จากแนวความคิดดังกล่าว ประกอบกับการบริหารช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสมของบริษัทฯ การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยเฉพาะ Apple ซึ่งผู้บริหารของบริษัทฯ ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้า Apple มากกว่า 20 ปี การเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพและครบวงจร จากคุณภาพและความสามารถของบุคลากร การบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่องทางการจำหน่าย ทำให้บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าบริษัทฯ มีความพร้อมและสามารถที่จะแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นๆ ในอุตสาหกรรมได้เป็นอย่างดี

ผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีรายได้รวมจำนวน 2,219.92 ล้านบาท ในปี 2554 เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2,520.08 ล้านบาท ในปี 2555 คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 13.52 และมีรายได้รวมจำนวน 701.99 ล้านบาท ในงวด 3 เดือนแรกของปี 2556 คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 13.38 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้รวมของบริษัทฯ สำหรับงวด 3 เดือนแรกปี 2556 ประกอบด้วยรายได้จากการขาย รายได้จากการบริการ และรายได้อื่น โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.43 ร้อยละ 0.45 และร้อยละ 0.12 ตามลำดับ

รายได้จากการขายของบริษัทฯ สามารถแบ่งเป็นรายได้จากผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple และรายได้จากผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น โดยคิดเป็นจำนวนเงิน 2,318.50 ล้านบาท และ 185.68 ล้านบาท ในปี 2555 หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.59 และ 7.41 ของรายได้จากการขายปี 2555 สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2556 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple และรายได้จากผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นจำนวน 651.55 ล้านบาท และ 46.44 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 93.35 และ 6.65 ของรายได้จากการขายของงวด 3 เดือนแรกของปี 2556

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ในปี 2554-2555 เป็นจำนวน 1,994.97 ล้านบาท และจำนวน 2,318.50 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 16.22 ซึ่งสาเหตุหลักเกิดจากการเปิดตัวของ iPad Mini และ iPhone 5 ทำให้ยอดขายของผลิตภัณฑ์ประเภท iOS เติบโตขึ้น สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2556 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรา Apple เพิ่มขึ้นจากยอดขายของงวดเดียวกันปี 2555 ที่จำนวน 579.23 ล้านบาท เป็นจำนวน 651.55 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 12.49 ซึ่งยังเป็นผลมาจากผลิตภัณฑ์ประเภท iOS และอุปกรณ์เสริมที่เพิ่มขึ้น ตามกระแสความนิยมตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

รายได้จากผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นในปี 2554-2555 ของบริษัทฯ เป็นจำนวน 212.28 ล้านบาท และจำนวน 185.68 ล้านบาท ตามลำดับ ลดลงในอัตราร้อยละ 12.53 เนื่องจากสินค้าที่บริษัทฯ จำหน่าย เป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง ราคาของสินค้าจึงสูงตามคุณภาพของสินค้า ประกอบกับสินค้าประเภทกราฟิกเป็นสินค้าที่ความต้องการของสินค้าจะแปรผันตามความต้องการของเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งได้มีแนวโน้มลดลงตามที่กล่าวไว้ข้างต้น สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2556 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น เพิ่มขึ้นจากยอดขายของงวดเดียวกันปี 2555 ที่จำนวน 39.18 ล้านบาท เป็นจำนวน 46.44 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 18.53 เป็นผลจากการที่รายได้จากผลิตภัณฑ์กราฟิกเพิ่มมากขึ้น เนื่องจาก Epson ได้มีการเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่ และทำการส่งเสริมการขายสำหรับเครื่องพิมพ์รุ่นปัจจุบัน ซึ่งเป็นการเร่งทำให้ลูกค้าหลายรายตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ตัวใหม่เพิ่ม หรือเพื่อทดแทนตัวเดิม พร้อมทั้งมีการซื้อ Software ชุดใหม่และ Upgrade เพื่อทำงานร่วมกับเครื่องพิมพ์ที่จำหน่ายไป

รายได้จากการบริการของบริษัทฯ ในปี 2554-2555 เป็นจำนวน 12.21 ล้านบาท และจำนวน 13.55 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 10.95 โดยรายได้จากการบริการส่วนใหญ่เป็นรายได้จากค่าบริการจาก Smart Bar ซึ่งเป็นค่าบริการซ่อมแซมสินค้า Apple เป็นหลัก สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2556 รายได้จากการบริการ เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2555 จำนวน 0.71 ล้านบาท เป็น 3.15 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 346.31%

รายได้อื่นของบริษัทฯ ปี 2554-2555 และงวดสามเดือนแรกของปี 2556 เป็นจำนวน 0.45 ล้านบาท จำนวน 2.34 ล้านบาท และจำนวน 0.84 ล้านบาท ตามลำดับ โดยรายได้อื่นประกอบด้วย ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการขายทรัพย์สิน ค่าสนับสนุนการขาย เป็นต้น

ต้นทุนขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ของบริษัทฯ ในปี 2554-2555 เป็นจำนวน 1,817.93 ล้านบาท และจำนวน 2,113.67 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 8.87 และร้อยละ 8.83 ตามลำดับ โดยสัดส่วนต้นทุนขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ต่อรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ของบริษัทฯ เท่ากับร้อยละ 91.13 และร้อยละ 91.17 ในปี 2554 และ 2555 ตามลำดับ สำหรับงวด 3 เดือนแรกปี 2556 สัดส่วนรายได้จากสัดส่วนต้นทุนขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ต่อรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ของบริษัทฯ เท่ากับร้อยละ 93.34 หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 6.66 ลดลงจากงวดเดียวกันในปีก่อนที่ร้อยละ 7.48 เนื่องจากสินค้าที่เพิ่มยอดขายในงวด 3 เดือนแรกปี 2556 คือ iPad Mini ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่า iPad รุ่นก่อนๆ ส่งผลให้สัดส่วนกำไรขั้นต้นลดลงจากเดิม อย่างไรก็ตาม โดยปกติ Apple จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในช่วงไตรมาส 2-3 ซึ่งจะส่งผลทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ เพิ่มมากขึ้น

ต้นทุนขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นในปี 2554-2555 เป็นจำนวน 167.10 ล้านบาท และจำนวน 144.96 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 21.28 และร้อยละ 21.93 ตามลำดับ โดยคิดเป็นสัดส่วนต้นทุนขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นต่อรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นของบริษัทฯ ในปี 2554-2555 เท่ากับร้อยละ 78.72 และร้อยละ 78.07 ตามลำดับ อัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นสูงกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple เนื่องจากสินค้า Apple มีการประกาศราคาสินค้าบน Website ของ Apple จึงทำให้ผู้ขายสินค้าไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าที่แตกต่างไปจากราคาที่กำหนดจาก Apple ได้มากนัก แต่สำหรับผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น จะมีนโยบายราคาที่ทำให้ความอิสระในการกำหนดราคาแก่ผู้ขาย ทำให้บริษัทฯ สามารถกำหนดราคาที่สูง หรือกำหนดรายการส่งเสริมการขายได้หลากหลายมากขึ้น สำหรับงวด 3 เดือนแรกปี สัดส่วนต้นทุนขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น ๆ ต่อรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น ๆ ของบริษัทฯ เท่ากับร้อยละ 80.13 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 19.87 ซึ่งใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า

ต้นทุนบริการของบริษัทฯ ในปี 2554-2555 เป็นจำนวน 9.01 ล้านบาท และจำนวน 10.19 ล้านบาท ตามลำดับ โดยส่วนประกอบหลักของต้นทุนบริการ คือ ต้นทุนจากค่าอะไหล่ และเงินเดือนฝ่ายบริการ โดยสัดส่วนของต้นทุนบริการต่อรายได้จากการบริการของบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 73.78 ในปี 2554 และร้อยละ 75.21 ในปี 2555 หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 26.22 และร้อยละ 24.79 ตามลำดับ โดยกำไรขั้นต้นในปี 2555 มีอัตราลดลง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าอะไหล่อุปกรณ์ และเงินเดือนพนักงานฝ่ายบริการ สำหรับงวด 3 เดือนแรกปี 2556 ต้นทุนบริการของบริษัทฯ เป็นจำนวน 1.98 ล้านบาท โดยสัดส่วนต้นทุนบริการต่อรายได้จากการบริการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.89 หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 37.11

ค่าใช้จ่ายในการขายของบริษัทฯ ในปี 2554-2555 และงวด 3 เดือนแรก ปี 2556 เป็นจำนวน 59.26 ล้านบาท 94.51 ล้านบาท และจำนวน 24.83 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.67 ร้อยละ 3.75 และร้อยละ 3.54 ของรายได้รวมตามลำดับ โดยในปี 2555 ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้น เกิดจากการที่บริษัทฯ มีค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย รวมทั้งค่าจ้างบริการและเช่าพื้นที่ออกงานฝ่ายขายเพื่อโปรโมตสินค้าเพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการบริหารของบริษัทฯ ในปี 2554-2555 และงวด 3 เดือนแรก ปี 2556 เป็นจำนวน 76.62 ล้านบาท 91.70 ล้านบาท และจำนวน 26.53 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.45 ร้อยละ 3.63 และร้อยละ 3.78 ของรายได้รวมตามลำดับ

จากผลการดำเนินงานที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ในปี 2554-2555 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 57.49 ล้านบาท และจำนวน 44.85 ล้านบาท ตามลำดับ โดยคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 2.59 และร้อยละ 1.78 ตามลำดับ เนื่องจากอัตรากำไรขั้นต้นในปี 2555 ลดลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้น ทำให้อัตรากำไรสุทธิของบริษัทฯ ลดลง สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2555

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 1.99 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 0.28 เนื่องจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลงเป็นร้อยละ 7.67 อย่างไรก็ตาม โดยปกติ Apple จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในช่วงไตรมาส 2-3 ซึ่งจะส่งผลทำให้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันบริษัทฯ จะเพิ่มสินค้ากลุ่มอื่นที่มีอัตรากำไรสูงเข้ามาขาย เพื่อช่วยเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยให้สูงกว่าเดิม รวมทั้งเพิ่มยอดขายรวมของบริษัทฯ ให้มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มการศึกษา และองค์กร

ฐานะการเงิน

ณ สิ้นปี 2554-2555 และสิ้นไตรมาสแรก ปี 2556 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมจำนวน 441.50 ล้านบาท จำนวน 554.71 ล้านบาท และจำนวน 507.75 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้สินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทฯ ประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด สินค้าคงเหลือ ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น และอุปกรณ์ โดยในปี 2555 สัดส่วนของรายการสินทรัพย์ที่สำคัญดังกล่าวต่อสินทรัพย์รวมคิดเป็นร้อยละ 24.22 ร้อยละ 35.08 ร้อยละ 23.28 และร้อยละ 7.71 ตามลำดับ สำหรับไตรมาสแรกปี 2556 สัดส่วนของรายการสินทรัพย์ที่สำคัญดังกล่าวต่อสินทรัพย์รวมคิดเป็นร้อยละ 12.00 ร้อยละ 36.28 ร้อยละ 30.29 และร้อยละ 7.96 ตามลำดับ ในขณะที่หนี้สินรวมของบริษัทฯ ณ สิ้นปี 2554-2555 และสิ้นไตรมาสแรก ปี 2556 มีจำนวน 262.58 ล้านบาท จำนวน 302.91 ล้านบาท และจำนวน 371.96 ล้านบาท ตามลำดับ โดยหนี้สินส่วนใหญ่เป็นหนี้สินหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจปกติของบริษัทฯ ซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 97.68 ร้อยละ 98.33 และร้อยละ 98.60 ของหนี้สินรวม ตามลำดับ

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นมีจำนวนของผู้ถือหุ้นจำนวน 178.92 ล้านบาท และจำนวน 221.80 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจำนวน 42.88 ล้านบาทในปี 2555 เป็นผลมาจากบริษัทฯ มีกำไรสะสมเพิ่มขึ้นจากผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล เป็นจำนวนเงิน 3.00 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาสแรกปี 2556 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 135.79 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2555 เป็นจำนวน 86.01 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทฯ มีการจ่ายเงินปันผลจำนวน 88.00 ล้านบาท

ปัจจัยความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จำหน่ายสินค้ารายใหญ่

บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งจาก Apple South Asia (Thailand) Limited เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของ Apple ตามสัญญา (1) Apple Premium Reseller ("APR") เพื่อจำหน่ายสินค้า Apple ในร้าน iStudio (2) Authorized Apple Thailand Reseller ("AAR") เพื่อจำหน่ายสินค้า Apple ในร้าน iBeat / iShop และเปิดจุดจำหน่ายสินค้า Apple ใน IT City และ Big C รวมทั้งจำหน่ายให้กับลูกค้าองค์กรที่เป็นสถาบันการศึกษา บริษัทเอกชน และหน่วยงานราชการ (3) Apple Campus Store Reseller เพื่อจำหน่ายสินค้าในร้าน U•Store สำหรับนักศึกษา อาจารย์ ในมหาวิทยาลัยอื่นๆ และ (4) Apple Authorized Service Provider เพื่อให้บริการหลังการขาย และซ่อมสินค้า Apple ในศูนย์บริการ Smart Bar โดย บริษัทฯ มีสัดส่วนการซื้อสินค้าจาก Apple คิดเป็นร้อยละ 75.75 ร้อยละ 73.65 และร้อยละ 85.08 ของยอดสั่งซื้อทั้งหมดในปี 2554-2555 และไตรมาส 1 ปี 2556 ตามลำดับ ดังนั้น หากบริษัทฯ ถูกยกเลิกการแต่งตั้งจาก Apple ในการจำหน่ายสินค้า Apple จะเกิดผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้สัญญาในการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า Apple เป็นสัญญาปีต่อปี แต่จากการที่นายไตรสรณ์ และนางเพชรรัตน์ วรรณโกศล และทีมงานผู้บริหาร ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้กับ Apple มาตั้งแต่ปี 2532 เป็นเวลากว่า 20 ปีแล้ว รวมทั้งบริษัทภายใต้การบริหารของนายไตรสรณ์ และนางเพชรรัตน์ วรรณโกศล ยังได้รับรางวัลต่างๆ จาก Apple มาโดยตลอด รวมทั้งสร้างยอดขายจำนวนมาก และปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญากับ Apple อย่างเคร่งครัด ทำให้ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ จะได้รับการสนับสนุนและความไว้วางใจจาก Apple อย่างต่อเนื่อง

1.2 ความเสี่ยงจากการล้าสมัยของสินค้า

สินค้าของ Apple เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว Apple จึงต้องทำการพัฒนาและออกสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีความทันสมัยและมีหน้าที่การใช้งานเพิ่มเติมให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เช่นเดียวกับสินค้า IT อื่นๆ ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่าย บริษัทฯ จึงอาจประสบปัญหาในเรื่องการบริหารสินค้าคงคลัง กล่าวคือ สินค้าที่มีอยู่อาจเสื่อมความนิยมและล้าสมัย ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าดังกล่าวได้ อย่างไรก็ตาม จากการที่ผู้บริหารของ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้า Apple มากกว่า 20 ปี ทำให้มีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างดี ผู้บริหารของบริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการจัดซื้อสินค้าเพื่อมาจำหน่าย โดยบริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่ดูแลสินค้า (Product Management) คอยติดตามสต็อกสินค้า คัดเลือกสินค้า และสั่งซื้อสินค้าจำนวนที่เหมาะสม เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัย สำหรับการคัดเลือกสินค้าเข้ามาจำหน่าย เจ้าหน้าที่ดูแลสินค้าจะมีการสำรวจความคิดเห็น ความต้องการผ่านทางพนักงานหน้าร้าน และผู้จัดการสาขาอย่างสม่ำเสมอ ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ แนวโน้ม หรือเทคโนโลยีต่างๆ จาก Apple ส่งผลทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรสินค้าได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการบริหารสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยระบบ Inventory Online ที่เชื่อมโยงข้อมูลสินค้าคงคลังของทุกสาขา โดยทุกสัปดาห์จะมีการสรุปตรวจเช็คสินค้าคงคลังของแต่ละสาขา เพื่อทำการเปรียบเทียบยอดสินค้าคงเหลือกับรายงานสินค้าคงคลังจากระบบ Inventory ของบริษัท และมีการหมุนเวียนสินค้าในสาขาที่มีสินค้าคงเหลือที่ขายได้ช้า ก็จะดำเนินการโอนไปยังสาขาอื่นพร้อมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อช่วยในการจำหน่ายให้เร็วขึ้น หากสาขาใดมีสินค้าไม่พอกับความต้องการ ก็จะสามารถตรวจเช็คสินค้าคงคลังจากสาขาอื่นได้ในทันที ส่งผลทำให้บริษัทสามารถระบายสินค้าได้รวดเร็วก่อนที่สินค้าที่มีอยู่จะเสื่อมความนิยม

1.3 ความเสี่ยงจากการการแข่งขัน

การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาด ICT โดยเฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตพีซี ส่งผลทำให้มีการแข่งขันที่สูง โดยเฉพาะในส่วนของผู้ผลิตไม่ว่าจะเป็น Apple, Samsung, Nokia, HTC ที่จะออกสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด อย่างไรก็ตาม ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ Apple ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมระบบปฏิบัติการ Mac OSX สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์, iOS สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ Tablet, Clouding System, Retina Display สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์พกพาที่แสดงภาพได้คมชัดกว่าคอมพิวเตอร์ทั่วไป ความหลากหลายของ Application ความปลอดภัยของระบบ ประกอบกับการออกแบบสินค้าที่ทันสมัย และความสะดวกในการใช้งาน คาดว่าผลิตภัณฑ์ Apple จะยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค โดยสามารถพิจารณาได้จากข้อมูลของ StatCounter Global Stats (ข้อมูลจาก www.gs.statcounter.com) ที่แสดงให้เห็นถึงส่วนแบ่งตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยส่วนแบ่งตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ Apple เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.54 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 13.18 ในปี 2554 ในขณะที่ปี 2555 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30.03 และร้อยละ 36.26 ในไตรมาส 1 ปี 2556

ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากผู้ประกอบการรายอื่นที่ได้รับการแต่งตั้งจาก Apple ให้เป็น Reseller ในประเทศไทย เช่นเดียวกัน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเปิดร้าน iStudio, iBeat, U-Store หรือ จุดขายสินค้า Apple ในร้าน Retail ของผู้ประกอบการดังกล่าว หรือห้างสรรพสินค้าต่างๆ ได้เช่นเดียวกับบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม แต่ละศูนย์การค้า หรืออาคารสำนักงาน หรือ Community Mall จะไม่มีร้าน Apple ประเภทเดียวกัน อยู่ในที่เดียวกัน Reseller ทุกรายจะต้องบริหารช่องทางการจำหน่ายของตนเอง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้น ความสำเร็จของ Reseller คือการมีช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และรวดเร็ว การบริการที่มีคุณภาพและครบวงจร และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

จากการที่บริษัทฯ เป็นร้านตัวแทนจำหน่าย Apple ที่มีช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมและทั่วถึงทั้งในส่วน of สาขาซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใน Prime Area ทั่วกรุงเทพมหานคร และจุดขายสินค้า Apple จำนวนกว่า 54 แห่ง ใน IT City และ Big C ทั่วประเทศ มีศูนย์บริการที่มีคุณภาพและครบวงจร สามารถให้บริการหลังการขายสำหรับสินค้าต่างๆ ของบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ มีประสบการณ์ในธุรกิจเป็นเวลานานกว่า 20 ปี ทำให้บริษัทฯ มีความเข้าใจกลไกตลาดและความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี และสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้เชื่อมั่นว่าบริษัทฯ มีความพร้อมและสามารถที่จะแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นๆ ในอุตสาหกรรมได้ นอกจากนี้ ในบรรดาคู่แข่งที่เป็น Reseller ของ Apple ส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่ตลาดค้าปลีก โดยการเปิดสาขาเพื่อครอบคลุมพื้นที่จำหน่ายทั่วไป เนื่องจากผู้บริหารของบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ Apple มานาน ทำให้มีฐานลูกค้าที่เป็นองค์กร และการศึกษา ซึ่งคู่แข่งไม่มีความถนัดหรือทีมงานที่จะเข้ามาทำตลาดในส่วนนี้ ประกอบกับบริษัทฯ มีกลยุทธ์ในการนำสินค้าประเภทอื่นๆ เข้ามารวมกับสินค้า Apple สำหรับสร้างเป็น Solution ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการเรียนการสอน รวมทั้งบริษัทฯ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ในการประยุกต์ใช้

เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา และประสบความสำเร็จในการติดตั้งระบบต่างๆ ในโรงเรียนและมหาวิทยาลัยชั้นนำหลายแห่ง ทำให้บริษัท สามารถถูกลดลดองค์กรและการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับสัญญาเช่าพื้นที่

เนื่องจากบริษัท มีการจำหน่ายสินค้าและให้บริการให้แก่ลูกค้ารายย่อยทั่วไป (Retail) โดยผ่านสาขาของบริษัทฯ ทั้งสิ้นจำนวน 17 สาขา (iStudio 6 สาขา iShop 1 สาขา iBeat 1 สาขา U-Store 9 สาขา) และศูนย์บริการ 3 สาขา ซึ่งตั้งอยู่ในศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน มหาวิทยาลัยทั่วกรุงเทพมหานคร ดังนั้นบริษัทฯ จะต้องทำการเช่าพื้นที่จากผู้ให้เช่าพื้นที่ทั้งในรูปแบบของสัญญาเช่าระยะสั้นและระยะยาว บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ หรืออาจมีความเสี่ยงจากการที่ผู้ให้เช่าขอเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในการต่อสัญญาที่ทำให้บริษัทต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าเดิม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2556 บริษัทฯ มีสาขาที่เป็นสัญญาเช่าพื้นที่ระยะยาวจำนวน 1 สาขา ซึ่งมีอายุการเช่าคงเหลือ 18 ปี สำหรับสาขาที่เหลือเป็นสัญญาเช่าพื้นที่ระยะสั้น ซึ่งมีอายุสัญญาไม่เกิน 3 ปี จึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ได้ แต่จากการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นคู่ค้าที่ดีของผู้ให้เช่าพื้นที่มาโดยตลอดกว่า 10 ปี จึงทำให้มีความเสี่ยงเกี่ยวกับต่อสัญญาเช่าพื้นที่ดังกล่าวค่อนข้างน้อย

1.5 ความเสี่ยงจากเงินทุนหมุนเวียน

เนื่องจากสินค้า Apple เป็นสินค้าที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะช่วงที่ออกสินค้ารุ่นใหม่ ไม่ว่าจะเป็น iPad หรือ iPhone เพื่อให้มีสินค้าเพียงพอในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงที่ออกสินค้ารุ่นใหม่ ทำให้บริษัทฯ จำเป็นต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนจำนวนมากในการสั่งซื้อสินค้าเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการในช่วงดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน บริษัทฯ มีวงเงินกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง รวมทั้ง บริษัทฯ อาจมีการทำขายลดลูกหนี้ เพื่อให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ เมื่อรวมกับเงินทุนจากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนในครั้งนี้ จะทำให้บริษัทฯ มีฐานะเงินทุนหมุนเวียนที่เข้มแข็งยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เนื่องจากการขายสินค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นการขายเงินสดให้กับผู้บริโภคทั่วไป ถึงแม้บริษัทฯ จะเน้นการขายลูกค้านักค้าปลีกเพิ่มมากขึ้น แต่ Cash Cycle ของบริษัทฯ ยังคงค่อนข้างสั้น โดยไตรมาส 1 ปี 2556 Cash Cycle บริษัทฯ อยู่ที่ 8.49 วัน ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถบริหารเงินทุนหมุนเวียนได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.6 ความเสี่ยงจากการเกิดความเสียหายจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า Apple ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีการกระจายสินค้าไปตามสาขาในพื้นที่ต่างๆ ประกอบกับสินค้ามีมูลค่าค่อนข้างสูง เคลื่อนย้ายสะดวกและเป็นที่ต้องการโดยทั่วไป จากลักษณะดังกล่าว บริษัทฯ อาจเผชิญความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน เช่น พนักงานขายประจำสาขา และพนักงานเก็บสินค้า เป็นต้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผลประโยชน์ของบริษัทฯ ได้ ซึ่งบริษัทฯ ตระหนักดีถึงโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้วางระบบควบคุมภายในและระบบสอบทานไว้เป็นอย่างดี รวมทั้งนำระบบสารสนเทศมาช่วยสนับสนุน เช่น ในส่วนการขายหน้าร้าน บริษัทฯ มีการบันทึกเลขประจำตัวเครื่องที่ขายทุกครั้งที่มีการขาย โอนเงินได้ที่ได้จากการขายสินค้าทุกวัน พร้อมมีการตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้จัดการสาขา และมีเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานใหญ่ตรวจสอบการนำส่งเงินที่ได้จากการขายเข้าบัญชีบริษัทฯ ของแต่ละสาขาทุกวัน ในส่วนระบบจัดเก็บสินค้า บริษัทฯ มีมาตรการตรวจสอบสินค้าโดยผู้จัดการสาขาจะดำเนินการสุ่มตรวจสอบสินค้าทุกวัน โดยเฉพาะสินค้าที่มีมูลค่าสูง เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์, iPod, iPad, iPhone นอกจากนั้นยังมีเจ้าหน้าที่จากแผนกบัญชีเข้าไปตรวจนับสินค้าในแต่ละสาขา อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง พนักงานในสาขานั้นๆ จะต้องร่วมกันรับผิดชอบหากมีสินค้าสูญหาย โดยมาตรการต่างๆ และระบบงานที่บริษัทฯ วางไว้ จะช่วยจำกัดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นไว้ในระดับที่ไม่เป็นสาระสำคัญต่อผลประโยชน์

1.7 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลัก ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

บริษัทฯ ก่อตั้งโดย นายไตรสรณ์ และนางเพชรรัตน์ วรรณานโกศล ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในธุรกิจ Apple และมีความสัมพันธ์อันดีกับ Apple มาเป็นเวลานานกว่า 20 ปี ส่งผลทำให้ทั้ง 2 ท่านเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการบริหารบริษัทฯ บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารทั้ง 2 ท่าน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกลุ่มวรรณานโกศลจะยังคงสัดส่วนการถือหุ้น

ร้อยละ 23.87 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทฯ หลังการเสนอขายหุ้น ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่สูงและเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารทั้ง 2 ท่าน ในการบริหารงานให้บริษัทฯ เจริญต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายผลักดันให้มีการบริหารงานเป็นทีมงานเพิ่มมากขึ้น มีการว่าจ้างบุคลากรมืออาชีพจากภายนอกเข้ามาช่วยบริหาร โดยคำนึงถึงการพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพของบริษัทเป็นสำคัญ และจากการที่นายไตรสรณ์ และนางเพ็ชรรัตน์ วรรณภูมิโกศล เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน เพื่อเป็นการป้องกันการมีอำนาจเบ็ดเสร็จ บริษัทจึงได้กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ไว้อย่างชัดเจนในอำนาจการดำเนินงานของบริษัทฯ (Authority Table)

สรุปข้อมูลหลักทรัพย์ที่เสนอขาย

บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 200,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 400,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท และมีหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วจำนวน 145,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 290,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

โดยที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2556 ได้มีมติให้บริษัทฯ เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปจำนวน 110,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 27.50 ของทุนชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ โดยแบ่งเป็นการเสนอขายให้แก่ประชาชนจำนวน 104,500,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 26.12 ของทุนชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ และเสนอขายให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ จำนวน 5,500,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 1.38 ของทุนชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ โดยบริษัทฯ มีวัตถุประสงค์ในการนำเงินที่ได้จากการระดมทุนไปใช้ขยายสาขาและศูนย์บริการ พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความประสงค์ที่จะนำหุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ หลังจากที่ได้รับอนุญาตให้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

(ผู้ลงทุนควรอ่านละเอียดข้อมูลในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ก่อนตัดสินใจจองซื้อหลักทรัพย์)