

1. ปัจจัยความเสี่ยง

Update ข้อมูลไตรมาส 3 ปี 2556

1.1 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 มีส่วนร่วมในการซื้อสินค้าจาก Apple คิดเป็นร้อยละ 75.75 ร้อยละ 73.65 และร้อยละ ~~85.08~~ **78.39** ของยอดสั่งซื้อทั้งหมดในปี 2554-2555 และ ~~ไตรมาส 9 เดือน~~ **ไตรมาส 9 เดือน** ปี 2556 ตามลำดับ ดังนั้น หากบริษัทฯ ถูกยกเลิกการแต่งตั้งจาก Apple ในการจำหน่ายสินค้า Apple จะเกิดผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

ถึงแม้สัญญาในการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า Apple เป็นสัญญาปีต่อปี แต่จากการที่นายไตรสรณ์ และนางเพ็ชรรัตน์ วรรณานโกศล และทีมงานผู้บริหาร ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้กับ Apple มาตั้งแต่ปี 2532 เป็นเวลากว่า 20 ปีแล้ว รวมทั้งบริษัทภายใต้การบริหารของนายไตรสรณ์ และนางเพ็ชรรัตน์ วรรณานโกศล 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

จากการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้า Apple มากกว่า 20 ปี ทำให้มีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างดี ผู้บริหารของบริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการจัดซื้อสินค้าเพื่อมาจำหน่าย โดยบริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่ดูแลสินค้า (Product Management) คอยติดตามสต็อกสินค้า คัดเลือกสินค้า และสั่งซื้อสินค้าจำนวนที่เหมาะสม เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัย สำหรับการคัดเลือกสินค้าเข้ามาจำหน่าย เจ้าหน้าที่ดูแลสินค้าจะมีการสำรวจความคิดเห็นความต้องการผ่านทางพนักงานหน้าร้าน และผู้จัดการสาขาอย่างสม่ำเสมอ ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ แนวโน้ม หรือเทคโนโลยีต่างๆ จาก Apple รวมทั้งผู้จัดการจำหน่ายรายอื่น ส่งผลทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรสินค้าได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

อธิบายเพิ่มเติม

~~นอกจากนี้~~ **นอกเหนือ** ~~ในขณะเดียวกัน~~ บริษัทฯ มีการบริหารสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยระบบ Inventory Online ที่เชื่อมโยงข้อมูลสินค้าคงคลังของทุกสาขา โดยทุกสิ้นวันจะมีการสุ่มตรวจเช็คสินค้าคงคลังของแต่ละสาขา เพื่อทำการเปรียบเทียบยอดสินค้าคงเหลือกับรายงานสินค้าคงคลังจากระบบ Inventory ของบริษัท ในสาขาที่มีการหมุนเวียนสินค้าคงเหลือช้า ก็จะสามารถโอนไปยังสาขาอื่นพร้อมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อช่วยในการจำหน่ายให้เร็วขึ้น หากสาขาใดมีสินค้าไม่พอกับความต้องการ ก็จะสามารถตรวจเช็คสินค้าคงคลังจากสาขาอื่นได้ในทันที ส่งผลทำให้บริษัทฯ สามารถระบายสินค้าได้รวดเร็วก่อนที่สินค้าที่มีอยู่จะเสื่อมความนิยม **นอกจากนี้ ในกรณีที่ Apple ออกสินค้านวัตกรรมใหม่เพื่อทดแทนรุ่นเดิม บริษัทฯ จะได้รับการชดเชยส่วนต่างราคาตามรุ่น เกือบ 100% และตามเวลาที่ตกลงกัน เพื่อให้บริษัทฯ สามารถปรับราคาขายลงมาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ด้วยวิธีการบริหารสินค้าคงคลังตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อยจากการปรับราคาของสินค้า Apple เมื่อสินค้าตกวัน**

1.3 ความเสี่ยงจากการการแข่งขัน

การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาด ICT โดยเฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตพีซี ส่งผลทำให้มีการแข่งขันที่สูง โดยเฉพาะในส่วนของผู้ผลิตไม่ว่าจะเป็น Apple, Samsung, Nokia, HTC ที่จะออกสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด อย่างไรก็ตาม ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ Apple ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรม

ระบบปฏิบัติการ Mac OSX สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์, iOS สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ Tablet, Clouding System, Retina Display สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์พกพาที่แสดงภาพได้คมชัดกว่าจอคอมพิวเตอร์ทั่วไป ความหลากหลายของ Application ความปลอดภัยของระบบ ประกอบกับการออกแบบสินค้าที่ทันสมัย และความง่ายในการใช้งาน คาดว่าผลิตภัณฑ์ Apple จะยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค โดยสามารถพิจารณาได้จากข้อมูลจากรายงานวิเคราะห์ตลาดเทคโนโลยีของ Goldman Sachs Global Investment Research ฉบับวันที่ 7 ธันวาคม 2555 แสดงให้เห็นถึงส่วนแบ่งตลาดของ Consumer Compute Device Market (รวมคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน และอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต) ซึ่งแบ่งเป็น (1) ระบบปฏิบัติการของ Apple (2) ระบบปฏิบัติการ Android (3) ระบบปฏิบัติการ Windows (4) ระบบปฏิบัติการอื่นๆ โดยในปี 2549 ระบบปฏิบัติการ Windows เป็นระบบปฏิบัติการที่มีผู้บริโภคใช้ในสัดส่วนสูงที่สุด เท่ากับร้อยละ 46 ในขณะที่ระบบปฏิบัติการ Apple มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 22 และระบบปฏิบัติการอื่นๆ เท่ากับร้อยละ 32 ประเมินการปี 2555 คาดว่าระบบปฏิบัติการ Windows และระบบปฏิบัติการอื่นๆ จะมีสัดส่วนลดลงเหลือเพียงร้อยละ 20 และร้อยละ 14 ตามลำดับ โดยถูกแทนที่ด้วยระบบปฏิบัติการ Android ด้วยสัดส่วนร้อยละ 42 ในขณะที่ระบบปฏิบัติการของ Apple มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเท่ากับร้อยละ 24 สำหรับปี 2556-2559 Goldman Sachs คาดว่าระบบปฏิบัติการอื่นๆ จะมีสัดส่วนน้อยลงอย่างต่อเนื่อง โดยจะเป็นการแข่งขันระหว่าง 3 ระบบปฏิบัติการ โดยในปี 2559 คาดว่าทั้ง 3 ระบบนี้จะมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 95 แบ่งเป็น Apple ร้อยละ 29 Android ร้อยละ 39 และ Windows ร้อยละ 26 ในขณะที่ระบบปฏิบัติการอื่นๆ มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 5

อธิบายเพิ่มเติมภาวะอุตสาหกรรม

จากข้อมูลของ IDC Worldwide Mobile Phone Tracker ในปี 2555 สมาร์ทโฟนมียอดจัดส่งไปจำหน่ายทั่วโลกประมาณ 712.6 ล้านเครื่อง เพิ่มขึ้นร้อยละ 44.1 จากปี 2554 โดย Samsung มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 30.3 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.0 ในปี 2554 สาเหตุหลักที่ทำให้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมาจากยอดขายผลิตภัณฑ์ในตระกูล Galaxy ส่วน Apple มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 19.1 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 18.8 ในปี 2554 โดยสาเหตุที่ทำให้ Apple ยังคงรักษาระดับส่วนแบ่งตลาดได้ เนื่องจากความนิยมในสินค้า iPhone 5 ที่ออกจำหน่ายในปี 2555 ส่วน Nokia, HTC และ Blackberry ส่วนแบ่งตลาดลดลง โดยในปี 2554 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 15.6, 8.8 และ 10.3 ลดลงเป็นร้อยละ 4.9, 4.6 และ 4.6 ตามลำดับ สำหรับในช่วง 9 เดือนปี 2556 จำนวนสมาร์ตโฟนจัดส่งไปจำหน่ายทั่วโลกประมาณ 712.5 ล้านเครื่อง เพิ่มขึ้นร้อยละ 43.9 จากงวดเดียวกัน โดย Samsung มีสัดส่วนการตลาดเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 30.7 ในงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า เป็นร้อยละ 31.5 สาเหตุหลักมาจากยอดขาย Galaxy S3 ที่ Samsung ทำการลดราคาในไตรมาส 1 ปี 2556 เพื่อรองรับการออก Galaxy S4 ประกอบกับความนิยมของ Galaxy S4 ที่ออกมาช่วงปลายเดือนเมษายน รวมทั้งมีการออกสมาร์ตโฟนหลายรุ่น ไม่ว่าจะเป็น Samsung Galaxy Grand, Samsung Galaxy S4 Zoom เป็นต้น ในส่วน Apple มีสัดส่วนการตลาดลดลงจากร้อยละ 17.7 ในงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า เป็นร้อยละ 14.4 โดยสาเหตุหลักมาจาก Apple เพิ่งเปิดตัว iPhone รุ่นใหม่เมื่อ 11 กันยายน 2556 สำหรับ LG มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น โดยในช่วง 9 เดือนแรก ปี 2555 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.6 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 4.8 ในงวดเดียวกันปี 2556

สำหรับภาวะการแข่งขันในประเทศไทย จากข้อมูลของ StatCounter Global Stats (ข้อมูลจาก www.gs.statcounter.com) ที่แสดงให้เห็นถึงส่วนแบ่งตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนในประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยอิงจากข้อมูลการเข้าเว็บผ่านมือถือ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยส่วนแบ่งตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ Apple เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.54 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 13.18 ในปี 2554 ในขณะที่ปี 2555 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30.03 และร้อยละ 36.01 ~~36.26~~ ในช่วง 9 เดือนครึ่งแรกของไตรมาส 4 ปี 2556

ในขณะเดียวกัน บริษัท อาจมีความเสี่ยงจากผู้ประกอบการรายอื่นที่ได้รับการแต่งตั้งจาก Apple ให้เป็น Reseller ในประเทศไทย เช่นเดียวกัน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเปิดร้าน iStudio, iBeat, U-Store หรือ จุดขายสินค้า Apple ในร้าน Retail ของผู้ประกอบการดังกล่าว หรือห้างสรรพสินค้าต่างๆ ได้เช่นเดียวกับบริษัท อย่างไรก็ตาม แต่ละศูนย์การค้า หรืออาคารสำนักงาน หรือ Community Mall จะไม่มีร้าน Apple ประเภทเดียวกัน อยู่ในที่เดียวกัน (แต่อาจมีจุดจำหน่ายอื่นๆ ที่จำหน่ายสินค้า Apple เช่น ใน Power Buy หรือ Power Mall) Reseller ทุกรายจะต้องบริหารช่องทางการจำหน่ายของตนเอง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้น ความสำเร็จของ Reseller คือการมีช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และรวดเร็ว การบริการที่มีคุณภาพและครบวงจร และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

จากการที่บริษัทฯ เป็นร้านตัวแทนจำหน่าย Apple ที่มีช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมและทั่วถึงทั้งในส่วน of สาขาซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใน Prime Area ทั่วกรุงเทพมหานคร และจุดขายสินค้า Apple จำนวน ~~กว่า~~ 54 แห่ง ทั่วประเทศ โดย

ตั้งอยู่ที่ IT City จำนวน 28 สาขา และที่ Big C จำนวน 26 สาขา ทั่วประเทศ บริษัทฯ ยังมีศูนย์บริการที่มีคุณภาพและครบวงจร 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 ทำให้มีฐานลูกค้าที่เป็นองค์กรและการศึกษา ซึ่งคู่แข่งไม่มีความถนัดหรือทีมงานที่จะเข้ามาทำตลาดในส่วนนี้ ประกอบกับบริษัทฯ มีกลยุทธ์ในการนำสินค้าประเภทอื่นๆ เข้ามารวมกับสินค้า Apple สำหรับสร้างเป็น Solution ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการเรียนการสอน รวมทั้งบริษัทฯ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา และประสบความสำเร็จในการติดตั้งระบบต่างๆ ในโรงเรียนและมหาวิทยาลัยชั้นนำหลายแห่ง ทำให้บริษัทฯ สามารถรุกตลาดองค์กรและการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับสัญญาเช่าพื้นที่

เนื่องจากบริษัทฯ 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 30 กันยายน 2556 ~~มีนาคม 2556~~ บริษัทฯ มีสาขาที่เป็นสัญญาเช่าพื้นที่ระยะยาวจำนวน 1 สาขา (รายละเอียดสิทธิการเช่าในข้อ 5 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ) ซึ่งมีอายุการเช่าคงเหลือ 18 ปี สำหรับสาขาที่เหลือเป็นสัญญาเช่าพื้นที่ระยะสั้น ซึ่งมีอายุสัญญาไม่เกิน 3 ปี จึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ได้ แต่จากการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นลูกค้าที่ดีของผู้ให้เช่าพื้นที่มาโดยตลอดกว่า 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 จะเน้นการขายลูกค้าองค์กรเพิ่มมากขึ้น แต่ Cash Cycle ของบริษัทฯ ยังคงค่อนข้างสั้น โดย ~~ไตรมาส +งวด 9 เดือน~~ ปี 2556 Cash Cycle บริษัทฯ อยู่ที่ ~~8-9~~12.60 วัน ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถบริหารเงินทุนหมุนเวียนได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.6 ความเสี่ยงจากการเกิดความเสียหายจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า Apple ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีการกระจายสินค้าไปตามสาขาในพื้นที่ต่างๆ ประกอบกับสินค้ามีมูลค่าค่อนข้างสูง เคลื่อนย้ายสะดวกและเป็นที่ต้องการโดยทั่วไป จากลักษณะดังกล่าว บริษัทฯ อาจเผชิญความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน เช่น พนักงานขายประจำสาขา และพนักงานเก็บสินค้า เป็นต้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผลประโยชน์ของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ ตระหนักดีถึงโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้วางระบบควบคุมภายในและระบบสอบทานไว้เป็นอย่างดี รวมทั้งมีระบบสารสนเทศมาช่วยสนับสนุน เช่น ในส่วนการขายหน้าร้าน บริษัทฯ มีการบันทึกเลขประจำตัวเครื่องที่ขายทุกครั้งที่มีการขาย โอนเงินได้ที่ได้จากการขายสินค้าทุกวัน พร้อมมีการตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้จัดการสาขา และมี

เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานใหญ่ตรวจสอบการนำส่งเงินที่ได้จากการขายเข้าบัญชีบริษัท ของแต่ละสาขาทุกวัน ในส่วนระบบจัดเก็บสินค้า บริษัทฯ มีมาตรการตรวจสอบสินค้าโดยผู้จัดการสาขาจะดำเนินการสุ่มตรวจสอบสินค้าทุกวัน โดยเฉพาะสินค้าที่มีมูลค่าสูง เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์, iPod, iPad, iPhone นอกจากนั้นยังมีเจ้าหน้าที่จากแผนกบัญชีเข้าไปตรวจนับสินค้าในแต่ละสาขาอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง พนักงานในสาขานั้นๆ จะต้องร่วมกันรับผิดชอบหากมีสินค้าสูญหาย โดยมาตรการต่างๆ และระบบงานที่บริษัทฯ วางไว้ จะช่วยจำกัดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นไว้ในระดับที่ไม่เป็นสาระสำคัญต่อผลประกอบการ

1.7 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลัก ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

บริษัทฯ ก่อตั้งโดย นายไตรสรณ์ และนางเพชรรัตน์ วรรณานโกศล ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในธุรกิจ Apple และมีความสัมพันธ์อันดีกับ Apple มาเป็นเวลานานกว่า 20 ปี ส่งผลทำให้ทั้ง 2 ท่านเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการบริหารบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารทั้ง 2 ท่าน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกลุ่มวรรณานโกศลยังคงสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 23.87 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทฯ หลังการเสนอขายหุ้น ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่สูงและเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารทั้ง 2 ท่าน ในการบริหารงานให้บริษัทฯ เจริญต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายผลักดันให้มีการบริหารงานเป็นทีมงานเพิ่มมากขึ้น มีการว่าจ้างบุคลากรมืออาชีพจากภายนอกเข้ามาช่วยบริหาร โดยคำนึงถึงการพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพของบริษัทเป็นสำคัญ และจากการที่นายไตรสรณ์ และนางเพชรรัตน์ วรรณานโกศล เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน เพื่อเป็นการป้องกันการมีอำนาจเบ็ดเสร็จ บริษัทฯ จึงได้กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ไว้อย่างชัดเจนในอำนาจการดำเนินงานของบริษัทฯ (Authority Table)