

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ก่อนตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท นักลงทุนควรใช้วิจารณญาณในการพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงอย่างรอบคอบทั้งข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ และปัจจัยความเสี่ยงอื่นเพิ่มเติม โดยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้ อ้างอิงจากข้อมูลปัจจุบันและการคาดการณ์อนาคตเท่าที่สามารถระบุได้ ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญบางประการ อาจมีผลกระทบต่อมูลค่าหุ้นของบริษัท และในอนาคตอาจมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ รายได้ และผลการดำเนินงานของบริษัทได้นอกจากนี้ ข้อความในลักษณะการคาดการณ์ที่ปรากฏในแบบแสดงรายการข้อมูลฉบับนี้ เช่น การใช้ถ้อยคำว่า “เชื่อว่า” “คาดการณ์ว่า” “คาดหมายว่า” “มีแผนจะ” “ตั้งใจ” หรือ “ประมาณ” เป็นต้น หรือการคาดการณ์เกี่ยวกับผลประกอบการ ธุรกิจ แผนการขยายธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจของบริษัท นโยบายของรัฐ และอื่นๆ ซึ่งเป็นการคาดการณ์ถึงเหตุการณ์ในอนาคต ทั้งนี้ผลที่เกิดขึ้นจริง อาจมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจากการคาดการณ์หรือคาดคะเนก็ได้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตหลังคาเหล็ก คือ แผ่นเหล็กรีดเย็นเคลือบสังกะสีผสมอลูมิเนียม ทั้งนี้ แผ่นเหล็กเคลือบสังกะสีผสมอลูมิเนียมที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ตรา “รทดัง” บริษัทจะสั่งซื้อแผ่นเหล็กเคลือบ BlueScope จากบริษัท เอ็นเอส บลูสโคป (ประเทศไทย) จำกัด (“NSBT”) โดยมีสัดส่วนการซื้อแผ่นเหล็กเคลือบ BlueScope จาก NSBT ในช่วงปี 2554-2556 และช่วง 9 เดือนแรกของปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 38.37 ร้อยละ 32.25 ร้อยละ 31.56 และร้อยละ 23.13 ของมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมดของบริษัท แต่บริษัทมีการทำตลาดผลิตภัณฑ์หลังคาเหล็กภายใต้ตรา “คอมมานโด” อีกหนึ่งตราสินค้าเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้า โดยการจัดหาแผ่นเหล็กเคลือบสำหรับผลิตภัณฑ์ “คอมมานโด” บริษัทจะสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายต่างประเทศหลายราย ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายจากทั้งในประเทศและต่างประเทศๆ หลายประเทศ โดยส่วนหนึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายของกลุ่ม BlueScope โดยบริษัทมีสัดส่วนการซื้อแผ่นเหล็กเคลือบจากตัวแทนจำหน่ายของกลุ่ม BlueScope ในช่วงปี 2554-2556 และช่วง 9 เดือนแรกของปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 8.37 ร้อยละ 27.96 ร้อยละ 22.57 และร้อยละ 30.34 ของมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมดของบริษัท ดังนั้นโดยรวมแล้วถือว่าบริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ ผลิตภัณฑ์ตรา “รทดัง” อาจจะได้รับผลกระทบหาก NSBT มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการดำเนินธุรกิจหรือเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการค้ากับบริษัทหรือบริษัทในกลุ่มตัวแทนจำหน่ายของกลุ่ม BlueScope อาทิ ผลกระทบเรื่องการขาดแคลนแผ่นเหล็กเคลือบ BlueScope หรือผลกระทบต่อราคาวัตถุดิบได้ อย่างไรก็ตาม มีความเป็นไปได้ค่อนข้างน้อยที่ NSBT จะเปลี่ยนแปลงนโยบายที่ให้กับบริษัท เนื่องจาก บริษัททำการค้าขายกับ NSBT มาเป็นเวลานาน โดยสั่งซื้อวัตถุดิบอย่างต่อเนื่องและไม่เคยมีปัญหาในการชำระหนี้ บริษัทอยู่ในระดับลูกค้าชั้นดี (Red customer) ของ NSBT และมีความเชื่อใจกันทางธุรกิจจนกระทั่งยินยอมให้บริษัทใช้ข้อความ “Steel Supplier by BlueScope Steel” ในสินค้าของบริษัทได้ รวมทั้งการซื้อขายมีการกำหนดเงื่อนไขที่ชัดเจน

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการทำสัญญาเกี่ยวกับการเป็นผู้ผลิตรายย่อยและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โครงสร้างเหล็กกล้าสำหรับที่อยู่อาศัยภายใต้เครื่องหมายการค้า “ENDUROFRAME” จาก BlueScope Steel Limited ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ของกลุ่ม NSBT อายุสัญญา 2 ปี ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงอาจจะไม่ได้รับการต่อสัญญา ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทไม่สามารถทำธุรกิจภายใต้ชื่อ ENDUROFRAME แต่บริษัทอาจจะเลือกใช้ software อื่นหรือพัฒนา software ขึ้นมาเพื่อใช้กับเครื่องจักรขึ้นรูปโครงสร้างเหล็กกล้าสำหรับดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับงานโครงสร้างเหล็กกล้าสำหรับที่อยู่อาศัยต่อไปได้ในชื่อตราผลิตภัณฑ์อื่น (ศึกษาข้อมูลรายละเอียดสำคัญของสัญญาได้ในหัวข้อที่ 2.2-5 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ)

3.1.2. ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง

อุปสรรคหนึ่งในการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแผ่นหลังคาเหล็กเนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจดังกล่าวได้ง่ายเนื่องจากใช้เงินลงทุนต่ำและเทคโนโลยีการผลิตมีความซับซ้อนไม่มาก ปัจจุบันบริษัทมีคู่แข่งที่มีลักษณะการทำธุรกิจใกล้เคียงกันในพื้นที่ขายและให้บริการของบริษัท อาทิ มีธุรกิจลักษณะเดียวกันกับบริษัท มีรูปแบบการขยายสาขาแบบแฟรนไชส์อย่างรวดเร็วทำให้มีสาขาทั่วประเทศ มีจุดเด่นในการตั้งราคาขายถูก แต่วัตถุดิบที่ใช้ด้วยคุณภาพในด้านความทนทานและการควบคุมคุณภาพการขายและการให้บริการไม่สามารถควบคุมแฟรนไชส์ได้ หรือมีธุรกิจลักษณะเดียวกันและเป็นผู้จำหน่ายสินค้าในกลุ่มของ NSBT เช่นเดียวกับบริษัท มีสาขาครอบคลุมในภูมิภาคอื่นๆ หรือมีที่ตั้งคาบเกี่ยวในพื้นที่เดียวกันซึ่งถือเป็นคู่แข่งโดยตรงของบริษัท เป็นต้น ส่งผลให้ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม บริษัทเน้นคุณภาพของวัตถุดิบที่ดี มาตรฐานการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างครบวงจรสร้างความประทับใจและเป็นที่ยอมรับในตราสินค้า เพื่อสร้างฐานลูกค้าที่มีความเชื่อมั่นต่อตราสินค้า “รตถัง” “คอมมานโด” และ “ENDUROFAME” รวมทั้งกลยุทธ์การขยายสาขา และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้า ซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการและให้บริการลูกค้าได้อย่างครอบคลุม

3.1.3. ความเสี่ยงจากการแข่งขันจากสินค้าทดแทน

ผลิตภัณฑ์หลักที่บริษัทผลิตและจัดจำหน่ายคือแผ่นเหล็กเคลือบสังกะสีผสมอลูมิเนียมขึ้นลอนที่ใช้เป็นวัสดุผนังหลังคาและฝ้าผนัง ซึ่งสินค้าที่สามารถนำมาใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์เดียวกันในตลาดมีอยู่หลายประเภท เช่น กระเบื้อง แผ่นเหล็กเคลือบสังกะสีลูกฟูก เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกจากสินค้าทดแทนที่หลากหลาย นอกจากนั้นราคาของผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีราคาสูงกว่าเมื่อเทียบกับราคาของกระเบื้องหรือแผ่นเหล็กเคลือบสังกะสี หากผู้บริโภคเลือกใช้วัสดุผนังหลังคาและฝ้าผนังชนิดอื่นแทนผลิตภัณฑ์ของบริษัท อาจทำให้รายได้ของบริษัทในอนาคตลดลง

อย่างไรก็ตาม วัสดุแต่ละชนิดมีข้อดีข้อเสียในการใช้งานแตกต่างกัน คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งมีความคงทนต่อการกัดกร่อนและการรั่วซึม อายุการใช้งานยาวนานสูงสุด 30 ปี โดยไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ติดตั้งได้สะดวก รวดเร็ว เป็นคุณสมบัติที่มีความจำเป็นต่อการใช้งานในสิ่งปลูกสร้างประเภทอุตสาหกรรมโรงงาน โชว์รูม โกดัง หรืออื่นๆ ที่เน้นวัตถุประสงค์การใช้งานตามที่กล่าวมา โดยที่วัสดุผนังหลังคาและฝ้าผนังประเภทอื่นยังไม่สามารถทดแทนได้ในระยะเวลานานใกล้นี้

3.1.4. ความเสี่ยงจากคู่แข่งที่เป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกับ NSBT

กลุ่ม NSBT ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายวัตถุดิบเหล็กเคลือบ BlueScope ให้กับบริษัท มีบริษัทที่เกี่ยวข้องโดยมีผู้ถือหุ้นและกรรมการร่วมกัน คือ บริษัท บลูสโคป ไลสจัท (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2531 ดำเนินธุรกิจคล้ายคลึงกับบริษัท และมีการใช้วัตถุดิบของ BlueScope เช่นเดียวกับบริษัท สำหรับผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กเคลือบขึ้นลอน และโครงสร้างเหล็กกล้าสำหรับที่อยู่อาศัย ก่อปรกับบริษัท บลูสโคป ไลสจัท (ประเทศไทย) จำกัด เริ่มดำเนินกลยุทธ์ขยายสาขาไปยังต่างจังหวัดมากขึ้น ซึ่งอาจมีการเข้ามาแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดในพื้นที่เขตการขายเดิมของบริษัท ดังนั้น สำหรับกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ให้ความสำคัญและชื่นชอบคุณภาพของเหล็กเคลือบ BlueScope อาจถูกบริษัทคู่แข่งรายดังกล่าวเข้าไปทำการตลาดและแย่งชิงลูกค้ากลุ่มดังกล่าวได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในอนาคตของบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีแผนการตลาดเน้นคุณภาพสินค้าและบริการที่รวดเร็ว โดยครอบคลุมพื้นที่ให้บริการในพื้นที่บริษัทคู่แข่งยังเข้าไปไม่ถึงหรือไม่สามารถให้บริการได้สะดวกเนื่องจากข้อจำกัดเรื่องระยะทางในการขนส่ง รวมทั้งการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและรักษารฐานลูกค้าเดิมให้มีความเชื่อมั่นต่อตราสินค้า เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด

3.1.5. ความเสี่ยงจากการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงในการติดตั้งงานโครงการ

เนื่องจากบริษัทมีบริการรับจ้างติดตั้งให้แก่ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าจากบริษัท บริษัทจึงจัดหาผู้รับเหมาช่วงสำหรับงานบริการติดตั้งสินค้าให้แก่ลูกค้าที่มีความต้องการบริการติดตั้ง ซึ่งการจัดหาผู้รับเหมาช่วงในการให้บริการอาจทำให้มีความเสี่ยงในการควบคุมการให้บริการและผลงานการติดตั้ง บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากค่าบริการติดตั้ง ในปี 2556 ร้อยละ 1.40 และในช่วง 9 เดือนแรกปี 2557 ร้อยละ 1.18 ของรายได้จากการขายและบริการทั้งหมดของบริษัท ถึงแม้ว่างานบริการดังกล่าวมีมูลค่าไม่มาก และคิดเป็นสัดส่วนรายได้ที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการขายและบริการทั้งหมดของบริษัทก็ตาม แต่บริษัทก็คำนึงถึงความสำคัญของการบริการลูกค้าและได้จัดให้มีระบบควบคุมคุณภาพการติดตั้ง ซึ่งมีผลต่อภาพลักษณ์และความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับบริการ ส่งต่อความน่าเชื่อถือ และอาจส่งต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้เช่นกัน

บริษัทมีสาขาที่ให้บริการกับลูกค้าในหลายพื้นที่ ทำให้ต้องมีผู้รับเหมาช่วงให้บริการแยกรับผิดชอบในแต่ละเขตพื้นที่ ซึ่งจะคัดเลือกผู้รับเหมาในแต่ละพื้นที่นั้นๆ โดยที่ผ่านมามีบริษัทที่มีการเก็บบันทึกข้อมูลการประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าและข้อมูลผลงานการติดตั้งในทุกงาน โดยให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิศวกรรม (Site Supervisor) เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพการให้บริการติดตั้งและตรวจสอบผลงานหลังจากเสร็จงานติดตั้งทุกครั้ง สุดท้ายลูกค้าจะต้องตรวจสอบและประเมินผลงานทั้งหมดร่วมกันกับเจ้าหน้าที่ของบริษัทอีกครั้งหนึ่งก่อนจะรับมอบงานติดตั้ง เพื่อให้มั่นใจถึงคุณภาพโดยรวมของผลงาน ทั้งนี้ผู้รับเหมาช่วงงานติดตั้งจะถูกหักเงินประกันผลงานไว้ประมาณร้อยละ 5 ของมูลค่างานติดตั้ง ในช่วง 1 ปีที่บริษัทรับประกันงานติดตั้งไว้กับลูกค้า หากมีการร้องเรียนให้บริษัทไปทำการซ่อมแซมงานติดตั้ง บริษัทจะหักค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมจากเงินประกันผลงานดังกล่าว ผู้รับเหมาช่วงงานติดตั้งจะได้เงินประกันผลงานดังกล่าวหรือส่วนที่เหลือสุทธิคืนหลังจากส่งมอบงานเป็นระยะเวลา 1 ปี ข้อมูลการประเมินผลงานผู้รับเหมาช่วงดังกล่าวจะถูกรวบรวมเพื่อนำมาประเมินผลงานทุกเดือน ทำให้มั่นใจว่าบริษัทมีผู้รับเหมาที่มีคุณภาพและมีการปรับปรุงคุณภาพ หรือเปลี่ยนแปลงผู้รับเหมาหากมีการให้บริการต่ำกว่ามาตรฐาน ปัจจุบันบริษัทมีผู้รับเหมาช่วงที่มีศักยภาพซึ่งส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจกับบริษัทมาเป็นระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป และผ่านการประเมินคุณภาพแล้วทั้งสิ้น รวมแล้ว 10 ราย ดังนั้นจึงไม่มีความเสี่ยงเรื่องการพึ่งพิงผู้รับเหมาช่วงเพียงน้อยราย และที่ผ่านมาไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนผู้รับเหมาช่วงหรือปัญหาการทำงาน

3.1.6. ความเสี่ยงจากความผันผวนของรายได้จากผลกระทบด้านฤดูกาล (Seasonal Effect)

เนื่องจากบริษัทมีสาขาทั้งหมดตั้งอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัด ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอยู่ในภาคเกษตรกรรม ทำให้ลูกค้าหลักส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเกษตรกร โดยบริษัทมีสัดส่วนรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ประมาณร้อยละ 65 ของรายได้จากการขายและบริการทั้งหมด ซึ่งอนาคตตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนของรายได้จากลูกค้ารายย่อยกลุ่มนี้เป็นร้อยละ 80 ของรายได้จากการขายและบริการทั้งหมด ทำให้ช่วงเวลาไตรมาสที่ 3 และต้นไตรมาสที่ 4 ซึ่งเป็นช่วงทำการเกษตรเนื่องจากเป็นฤดูฝนเกษตรกรจะไม่มีการซ่อมแซมหรือต่อเติมสิ่งปลูกสร้างในช่วงเวลาดังกล่าว ส่งผลให้บริษัทมีรายได้จากการขายและบริการลดลงในช่วงเวลาดังกล่าวของทุกๆ ปี ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงจากความผันผวนของรายได้จากผลกระทบด้านฤดูกาล ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ในการรักษารายได้และการทำกำไร โดยการเน้นให้พนักงานขายทำการตลาดกับลูกค้ากลุ่มอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น อาทิ ลูกค้าโครงการ, ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์, สถาบันการศึกษา, วัด เป็นต้น เพื่อช่วยทดแทนและลดผลกระทบจากปัจจัยดังกล่าว

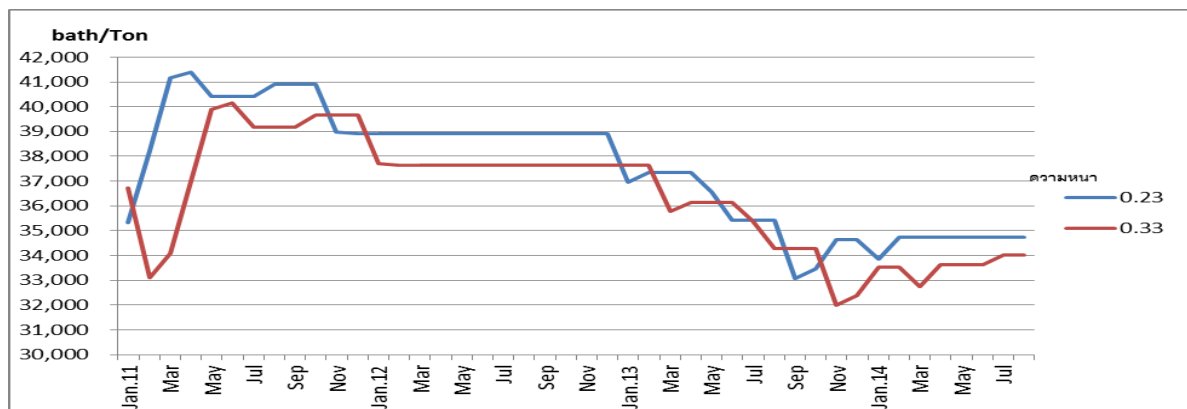
ตารางสรุปรายได้และกำไรสุทธิรายไตรมาสตั้งแต่ปี 2555-ไตรมาส 3 ปี 2557 เพื่อแสดงให้เห็นถึงผลกระทบด้านฤดูกาล

(หน่วย : ล้านบาท)	ปี 2555				ปี 2556				ปี 2557		
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
รายได้จากการขายและบริการ	251.47	212.96	178.73	171.46	243.46	203.68	194.94	191.43	210.11	191.42	154.08
กำไรสุทธิ	28.48	10.75	6.00	1.68	22.59	15.44	5.93	(1.89)	5.26	5.50	1.09

3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

3.2.1. ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาระดับวัตถุดิบที่เปลี่ยนแปลงไปตามราคาตลาดโลก

ในการดำเนินธุรกิจตามปกติ บริษัทจำเป็นต้องมีการสำรองวัตถุดิบให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า วัตถุดิบหลักของบริษัทคือแผ่นเหล็กเคลือบ มีสัดส่วนสูงสุดในด้านต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมด โดยในช่วงปี 2554 – 2556 และ 9 เดือนแรกของปี 2557 บริษัทมีสัดส่วนการซื้อแผ่นเหล็กเคลือบเปรียบเทียบกับมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมดของบริษัทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 93.58 ร้อยละ 88.95 ร้อยละ 78.51 และร้อยละ 79.54 ตามลำดับ โดยราคาของเหล็กแผ่นเคลือบมีความผันผวนตามราคาของเหล็กแผ่นรีดเย็นซึ่งเป็นวัตถุดิบต้นน้ำ ดังนั้นผลกระทบของการของบริษัทอาจได้รับผลกระทบหากราคาลดลงของวัตถุดิบปรับตัวขึ้นในขณะที่บริษัทสำรองวัตถุดิบไว้น้อยกว่าความต้องการ



ในช่วงปี 2554 -2556 และ 6 เดือนแรกของปี 2557 ที่ผ่านมา ราคาเหล็กเคลือบรีดเย็นมีแนวโน้มปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่เป็นการปรับตัวที่มีความผันผวนไม่มาก เมื่อเทียบกับช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2550 ที่มีผลต่อราคาเหล็กวัตถุดิบเหล็กต้นน้ำอย่างมาก การเปลี่ยนแปลงราคาระดับวัตถุดิบเหล็กมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุกรายเช่นกัน ทั้งนี้ด้วยประสบการณ์ของผู้บริหารที่อยู่ในอุตสาหกรรมเหล็กมากกว่า 10 ปี ทำให้สามารถปรับตัวได้ทันสถานการณ์ บริษัทมีการกำหนดนโยบายควบคุมและเลือกสั่งวัตถุดิบให้เพียงพอต่อการผลิตและสอดคล้องกับเป้าหมายยอดขาย โดยวิเคราะห์จากอายุการหมุนเวียนของสินค้าแต่ละกลุ่มแต่ละประเภทเพื่อลดภาระการสต็อกสินค้าคงเหลือ โดยไม่มีนโยบายการสต็อกวัตถุดิบเพื่อเก็งกำไรราคาระดับวัตถุดิบหลัก ส่วนการกำหนดราคาขายจะมีการพิจารณาปรับราคาขายทุกๆ ไตรมาสให้สอดคล้องกับต้นทุนหรือกรณีภาวะตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งการปรับราคาขายจะส่งผลกระทบต่อการจัดสินค้าของลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้ารายที่สั่งซื้อประจำในปริมาณมากเนื่องจากเห็นผลกระทบต่อราคาที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน ส่วนลูกค้ารายย่อยมักมีปัจจัยอื่นที่ปัจจุบันมีผลกระทบต่อการแข่งขันมากกว่าผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาขาย อาทิ การเข้าถึงลูกค้า, การประชาสัมพันธ์ หรือการจัดโปรโมชั่น เป็นต้น

3.3 ความเสี่ยงด้านการบริหาร การจัดการ

3.3.1. ความเสี่ยงกรณีที่บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50

ภายหลังการกระจายหุ้นเพื่อเสนอขายให้กับประชาชนในครั้งนี้ บริษัทมีกลุ่มครอบครัวเจริญกิจเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 70.59 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวจะทำให้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยกลุ่มครอบครัวเจริญกิจมีอิทธิพลในกำหนดนโยบายการบริหารงานของบริษัทไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เนื่องจากสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ให้ถือเอาคะแนนเสียงในที่ประชุมผู้

ถือหุ้นไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัท กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทมีคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 9 ท่าน ซึ่งกรรมการตรวจสอบของบริษัททุกท่าน ล้วนแต่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม ซึ่งถือเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความโปร่งใสในการบริหารจัดการของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทได้ว่าจ้างบริษัท ผู้สำเร็จร่ำเรียน เข้าทำหน้าที่เป็นหน่วยงานตรวจสอบภายในที่มีความเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ รวมทั้ง คณะกรรมการบริษัทยังคำนึงถึงการให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ โดยจะปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด ดังนั้น ด้วยโครงสร้างที่มีการตรวจสอบและถ่วงดุลดังกล่าว บริษัทจึงมั่นใจว่าผู้ถือหุ้นทุกท่าน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท จะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน

3.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.4.1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

เนื่องจากบริษัทมีการนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าจากต่างประเทศหลายรายการ และเครื่องจักรที่นำเข้ามาเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตหรือเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดเงื่อนไขการชำระเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ แต่รายได้ของบริษัทโดยส่วนใหญ่เป็นสกุลเงินบาท ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน หากเกิดสถานการณ์ที่อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาทเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ปรับตัวอ่อนค่าลง จะส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนด้านการนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักรเพิ่มสูงขึ้น โดยช่วงปี 2556 และ 9 เดือนแรกของปี 2557 บริษัทมีมูลค่านำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักรจากต่างประเทศเป็นสกุลดอลลาร์สหรัฐ โดยคิดเทียบเป็นสกุลเงินบาท เท่ากับ 76.84 ล้านบาท และ 26.57 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 12.87 และ 8.26 ของยอดซื้อวัตถุดิบและเครื่องจักรทั้งหมดของบริษัท ตามลำดับ ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับยอดซื้อรวมทั้งหมดของบริษัท โดยช่วงปี 2556 และ 9 เดือนแรกของปี 2557 บริษัทมีการบริหารจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยการทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า (Forward Contract) โดยคิดเทียบเป็นสกุลเงินบาท เท่ากับ 66.35 ล้านบาท และ 16.81 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 86.35 และ 63.26 ของยอดซื้อวัตถุดิบและเครื่องจักรเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐทั้งหมดของบริษัท

บริษัทมีนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยการทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า (Forward Contract) และการซื้อสิทธิในการจะซื้อจะขายอัตราแลกเปลี่ยน (Option Contract) เพิ่ม (ลักษณะการคิดค่าธรรมเนียมเพิ่ม ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าที่จองไว้จะไม่ใช้สิทธิ์ก็ได้ แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าที่จองบริษัทจะเลือกใช้สิทธิ์ตามที่จองไว้) ณ วันที่ทำสัญญาซื้อสินค้าจากต่างประเทศ หรือขึ้นอยู่กับความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งนี้ บริษัทมีการจัดเตรียมวงเงิน Forward Contract เป็นสกุลเงินบาทไทยมูลค่า 40.00 ล้านบาท และเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐมูลค่า 2.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อรองรับนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงและลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจจะเกิดขึ้นได้ และบริษัทยังมีการติดตามข่าวสาร การเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนจากสถาบันการเงินอย่างใกล้ชิดอยู่ตลอดเวลา เพื่อจะได้ประเมินสถานการณ์ และหาทางป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นตามนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวได้อย่างทันเหตุการณ์

3.5 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการเสนอขายหลักทรัพย์

3.5.1. ความเสี่ยงจากการที่บริษัทอยู่ระหว่างการยื่นคำขออนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

บริษัทมีความประสงค์จะเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้นี้ก่อนที่จะได้รับทราบผลการพิจารณาของตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ในการรับหุ้นสามัญของบริษัท เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ยื่นแบบแจ้งความประสงค์ให้ตลาดหลักทรัพย์พิจารณาคำขอให้รับหุ้นสามัญของบริษัท เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แล้ว เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2557 โดย บริษัท แอสเซท โปร แมเนจเม้นท์ จำกัด (Asset Pro Management Co.,Ltd. : APM) ในฐานะที่ปรึกษาทางการเงิน ได้พิจารณาคูณสมบัติของบริษัทแล้ว เห็นว่า หุ้นของบริษัทมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่าด้วย การรับหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ยกเว้นคุณสมบัติเรื่อง การกระจายการถือหุ้นรายย่อย ซึ่งบริษัทจะต้องมีผู้ถือหุ้นสามัญรายย่อยไม่น้อยกว่า 300 ราย และถือหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของทุนชำระแล้ว ดังนั้น บริษัทยังคงมีความไม่แน่นอนในการที่จะได้รับอนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้หุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ หรือหากบริษัทไม่สามารถกระจายหุ้นต่อประชาชนตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งจะทำให้บริษัทมีคุณสมบัติไม่ครบถ้วนตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์ดังกล่าว