

3. ปัจจัยความเสี่ยง

การลงทุนในหุ้นสามัญที่เสนอขายในครั้งนี้ ผู้ลงทุนควรพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงอันอาจเกิดขึ้นได้กับบริษัทฯ นอกเหนือจากปัจจัยความเสี่ยงที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้อาจมีความเสี่ยงอื่นๆ ซึ่งอาจเกิดขึ้นในอนาคตที่บริษัทฯ ไม่อาจทราบได้ในขณะนี้ หรือเป็นความเสี่ยงที่บริษัทฯ พิจารณาในขณะนี้ได้ว่าไม่มีผลกระทบในสาระสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ดังนั้น ในการลงทุนผู้ลงทุนควรพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญของบริษัทฯ รวมทั้งแนวทางการป้องกันความเสี่ยงสามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้าให้กับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 83.20 และร้อยละ 90.07 ของรายได้จากการขายรวมในปี 2557 และงวด 9 เดือนปี 2558 ตามลำดับ ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียลูกค้ารายดังกล่าว หรือลูกค้ารายดังกล่าวลดปริมาณการซื้อสินค้าจากบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

จากการที่บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (“CPALL”) ประกอบธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” ในประเทศไทยที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคในประเทศและมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องทุกปี โดย ณ สิ้นปี 2557 มีร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศรวม 8,127 สาขา (ข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557 ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)) ทำให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจากบริษัทฯ เพื่อนำไปจำหน่ายมีปริมาณที่สูงและเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน โดย CPALL ถือเป็นบริษัทที่มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงและแข็งแกร่งที่บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้จัดจำหน่ายที่ดำเนินงานร่วมกับลูกค้าภายใต้ความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน (Key Strategic Partner) ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ยิ่งไปกว่านั้น การที่สินค้าของบริษัทฯ อยู่กับลูกค้าของ 7-Eleven มาเป็นเวลานาน ลูกค้าติตรสชาติในเครื่องดื่มของบริษัทฯ แล้วทำให้โอกาสที่จะเปลี่ยนสินค้าเป็นไปได้ยากมาก ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทฯ การดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้แนวคิดของการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกันระหว่างบริษัทฯ และ CPALL ดังกล่าวเป็นการดำเนินงานในลักษณะที่ก่อให้เกิดประโยชน์ให้แก่ทั้งสองฝ่าย โดยนอกเหนือจากการซื้อขายสินค้านี้แล้ว บริษัทฯ จะทำงานร่วมกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด มีการแลกเปลี่ยนแนวคิด รวมถึงร่วมกับลูกค้าในการกำหนดแผนธุรกิจร่วมกัน พัฒนาสินค้าและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อโจทย์ของลูกค้าและสถานการณ์ทางการตลาดได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ฝ่ายการตลาดจะมีการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และ Update แนวโน้มตลาดเครื่องดื่มทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แก่ลูกค้าเป็นประจำ โดยจะเห็นได้ว่าจากยอดขายทั้งหมดที่บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าให้แก่ CPALL นั้นไม่ได้มาจากสินค้าเดิมเท่านั้น ในแต่ละปีบริษัทฯ จะมีการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับลูกค้าเพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคให้ครอบคลุมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยิ่งไปกว่านั้น การที่บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ทางการค้ากับ CPALL มาเป็นเวลานานกว่า 12 ปี ถือเป็นเครื่องพิสูจน์ได้ถึงความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ลูกค้ามีให้กับบริษัทฯ ประกอบกับในปี 2556 บริษัทฯ ได้รับรางวัล Partnership Award 2013 “Best of Business Growth” จาก CPALL ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่คู่ค้าที่สนับสนุนการทำงานเป็นอย่างดีและมีผลการดำเนินงานเติบโตดีเยี่ยม โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ได้รับรางวัลดังกล่าวล้วนแต่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ จึงแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ได้รับการยอมรับจากลูกค้าเทียบเท่ากับองค์กรชั้นนำของประเทศ ดังนั้น ผู้บริหารจึงเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ จะสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้ารายดังกล่าวได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีนโยบายที่จะลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายดังกล่าว โดยได้ร่วมพัฒนาเครื่องดื่มในโถกอดเพื่อจำหน่ายให้กับร้านอาหารที่เป็นธุรกิจเครือข่ายอาหาร (Food Chain) ต่างๆ อีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านตราสินค้าของบริษัทฯ ให้มากขึ้น โดยบริษัทฯ มีการออกงานแสดงสินค้าต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศเป็นประจำทุกปีเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จัก และช่วยทำให้สามารถขยายตลาดให้ครอบคลุมฐานลูกค้าได้กว้างขึ้น

3.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตภายนอก (Original Equipment Manufacturer หรือ OEM)

จากการที่บริษัทฯ ว่าจ้างบริษัทผู้รับจ้างผลิตภายนอกเป็นหลักในการผลิตสินค้า โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตหลักจำนวน 5 ราย ซึ่งการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 84.22 และร้อยละ 78.04 ของยอดซื้อสินค้าสำเร็จรูปทั้งหมดของบริษัทฯ ในปี 2557 และงวด 9 เดือนปี 2558 ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มียอดซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากผู้รับจ้าง

ผลิตรายหนึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.72 ของยอดซื้อสินค้าสำเร็จรูปรวมในปี 2557 และร้อยละ 65.31 ของยอดซื้อสินค้าสำเร็จรูปรวมในงวด 9 เดือนปี 2558 ดังนั้น บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงหากผู้รับจ้างผลิตไม่สามารถผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพและมาตรฐานที่กำหนด หรือไม่สามารถส่งมอบสินค้าในปริมาณและเวลาตามที่กำหนด รวมถึงหากผู้รับจ้างผลิตไม่ผลิตสินค้าให้แก่บริษัทฯ ต่อไป ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการคัดเลือกผู้รับจ้างผลิตอย่างมาก โดยพิจารณาเบื้องต้นจากความเชี่ยวชาญในการผลิตกำลังการผลิตที่สามารถรองรับคำสั่งซื้อของบริษัทฯ ความน่าเชื่อถือและฐานะทางการเงิน หากผ่านคุณสมบัติเบื้องต้นดังกล่าวแล้ว ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ จะทำการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของโรงงานผู้รับจ้างผลิต ตรวจสอบขั้นตอนและกระบวนการผลิต การทดลองผลิตสินค้าตัวอย่าง และการผลิตสินค้าครั้งแรก (First Batch Production) โดยบริษัทฯ มีข้อกำหนดว่าโรงงานของผู้รับจ้างผลิตทุกรายต้องได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า เช่น มาตรฐาน GMP และมาตรฐาน HACCP จากหน่วยงานที่รับรอง (Certified Body) โดยที่ผ่านมาผู้รับจ้างผลิตทุกรายต่างก็สามารถผลิตสินค้าได้ตามคุณภาพและมาตรฐาน และสามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามที่บริษัทฯ กำหนด ประกอบกับการที่บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับจ้างผลิตส่วนใหญ่มาเป็นเวลานานกว่า 3-8 ปี ทำให้ผู้บริหารมั่นใจว่าบริษัทฯ จะสามารถรักษาความสัมพันธ์กับผู้รับจ้างผลิตได้อย่างมั่นคงและต่อเนื่องต่อไปในระยะยาว อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากผู้รับจ้างผลิตหลักดังกล่าวแล้ว บริษัทฯ ก็มีการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตรายอื่นๆ เป็นครั้งคราวเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดี และลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตน้อยราย ประกอบกับการที่สินค้าของบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ไม่ได้มีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนหรืออาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงทำให้สามารถหาโรงงานที่ได้มาตรฐานที่บริษัทฯ สามารถเลือกใช้บริการได้ไม่ยาก ยิ่งไปกว่านั้น ในปี 2556 บริษัทฯ ยังได้ลงทุนสร้างโรงงานผลิตเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงของบริษัทฯ เอง ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ มีความเข้าใจในกระบวนการและขั้นตอนในการผลิตสินค้า การควบคุมต้นทุนการผลิต และอัตราการสูญเสียจากการผลิต (Yield Loss) และสามารถต่อรองเงื่อนไขทางการค้าต่างๆ กับบริษัทผู้รับจ้างผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

หากพิจารณาในทางกลับกัน ผู้บริหารของบริษัทฯ พิจารณาว่าการที่บริษัทฯ มีนโยบายว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตในการผลิตสินค้าให้แก่บริษัทฯ เป็นหลักนั้น จะเป็นการช่วยลดความเสี่ยงในแง่ของการมีฐานการผลิตที่กระจายอยู่ในพื้นที่จังหวัดต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับกรณีโรงงานผลิตสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งผู้รับจ้างผลิตหลักของบริษัทฯ มีโรงงานตั้งอยู่ที่ราชบุรี อยุธยา ระยอง และสมุทรปราการ ดังนั้น หากเกิดภัยทางธรรมชาติขึ้นที่บริเวณใดบริเวณหนึ่ง เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว เป็นต้น บริษัทฯ ยังมีโอกาสที่จะเปลี่ยนไปใช้โรงงานของผู้รับจ้างผลิตรายอื่นที่สามารถผลิตสินค้าให้บริษัทฯ เพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังเป็นการใช้ศักยภาพและความแข็งแกร่งที่โดดเด่นและแตกต่างกันไปของผู้รับจ้างผลิตแต่ละรายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่บริษัทฯ

3.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ให้บริการขนส่งสินค้า

จากการที่บริษัทฯ ไม่มีรถขนส่งสินค้าเป็นของบริษัทฯ เอง จึงต้องอาศัยบริษัทขนส่งสินค้าในการขนส่งสินค้าไปยังคลังสินค้าของลูกค้า ซึ่งปัจจุบัน บริษัทฯ มีการว่าจ้างบริษัทขนส่งสินค้าหลักเพียงแห่งเดียว ดังนั้น จึงอาจมีความเสี่ยงหากบริษัทดังกล่าวไม่สามารถจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าตามกำหนดเวลา หรือกรณีที่บริษัทขนส่งสินค้าดังกล่าวไม่สามารถให้บริการกับบริษัทฯ ได้อีกต่อไป ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ ถือเป็นนโยบายหลักที่จะต้องส่งมอบสินค้าให้ตรงตามกำหนดเวลา ดังนั้น จึงให้ความสำคัญในการคัดเลือกบริษัทขนส่งสินค้าเป็นอย่างมาก การที่บริษัทฯ เลือกใช้บริการของบริษัทขนส่งดังกล่าว เนื่องจากพิจารณาแล้วว่าเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือและฐานะมั่นคงประกอบกับมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการกระจายสินค้าไปยัง Modern Trade ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น 7-Eleven, บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์, วิลล่ามาร์เก็ต, ท็อปส์ โดยจะมีทีมงานประจำอยู่ที่คลังสินค้าของ Modern Trade เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดส่งสินค้าให้ตรงตามเวลา ซึ่งการส่งสินค้าให้กับ Modern Trade จะมีกระบวนการและขั้นตอนที่ต้องปฏิบัติตามการที่บริษัทฯ ใช้บริษัทขนส่งสินค้าที่มีประสบการณ์และมีความเข้าใจในขั้นตอน กระบวนการ และข้อกำหนดในการส่งสินค้าของลูกค้า จะช่วยทำให้การจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลูกค้าที่เป็น Modern Trade ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ผ่านมามีบริษัทขนส่งดังกล่าวก็สามารถส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ การที่บริษัทฯ เลือกใช้บริการขนส่งหลักเพียงแห่งเดียวยังช่วยให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ทำให้บริษัทฯ มีอำนาจในการต่อรองเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากบริษัทขนส่งดังกล่าวแล้ว บริษัทฯ ยังมีการใช้บริการ

ของบริษัทฯ อื่นๆ เพื่อเสริมกรณีที่เป็นกรณีการขนส่งสินค้าจำนวนไม่มาก ซึ่งก็จะช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทขนส่งหลักดังกล่าวได้

3.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบหรือการขาดแคลนวัตถุดิบที่สำคัญ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าของบริษัทฯ ได้แก่ น้ำตาลทรายขาว เนื่องจากน้ำตาลทรายขาวเป็นผลผลิตจากพืชผลทางการเกษตร ราคาน้ำตาลทรายขาวจะผันแปรตามอุปสงค์และอุปทานในตลาด โดยปริมาณน้ำตาลทรายขาวที่ผลิตได้ในแต่ละปีขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ จำนวนพื้นที่การเพาะปลูกอ้อยและสภาพดินฟ้าอากาศ หากพื้นที่การเพาะปลูกอ้อยลดลงหรือสภาพภูมิอากาศแห้งแล้งจนเป็นเหตุให้ปริมาณผลผลิตอ้อยทั่วประเทศลดลง จะส่งผลทำให้ปริมาณผลผลิตน้ำตาลทรายในประเทศลดลง ซึ่งจะทำให้ราคาน้ำตาลทรายปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและผลประกอบการของบริษัทฯ ได้นอกจากนี้แล้วหากวัตถุดิบหลักที่สำคัญบางตัวเกิดขาดแคลน อาจส่งผลกระทบต่อรสชาติของเครื่องดื่มรวมทั้งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่อาจสูงขึ้น

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการเจรจาราคาและปริมาณน้ำตาลทรายตามความต้องการใช้ในการผลิตทั้งที่บริษัทฯ ผลิตเองและว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตภายนอกกับคู่ค้าในประเทศล่วงหน้าเป็นรายปี โดยพิจารณาจากแผนการขายและแผนการผลิตที่บริษัทฯ ได้ประมาณการไว้ และมีการจัดทำสัญญาซื้อขายกับคู่ค้าเป็นลายลักษณ์อักษร อย่างไรก็ตาม ฝ่ายจัดซื้อจะมีการติดตามความเคลื่อนไหวและแนวโน้มของปริมาณและราคาของวัตถุดิบที่สำคัญอย่างใกล้ชิด เพื่อให้บริษัทฯ สามารถจัดหาวัตถุดิบได้อย่างเพียงพอในราคาที่ทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนการผลิตที่สามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้ ฝ่ายจัดซื้อจะทำหน้าที่ในการคัดสรรแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพอื่นๆ เพื่อนำมาให้ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำการวิเคราะห์และประเมินคุณภาพของวัตถุดิบทดแทนให้อยู่ในเกณฑ์เทียบเท่ากับวัตถุดิบที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และมีการจัดหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มเติมในภูมิภาคที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้วัตถุดิบจากแหล่งใหม่ที่มีคุณภาพเทียบเท่า และสามารถใช้ทดแทนกันได้ในการผลิต ซึ่งจะช่วยบริษัทฯ มีทางเลือกในการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนพัฒนาสูตรสำรองกรณีวัตถุดิบที่สำคัญขาดแคลน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการช่วยลดผลกระทบจากการขาดแคลนวัตถุดิบ และเพื่อให้มั่นใจในรสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

3.5 ความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการพึ่งพิงบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หลักในการสร้างความแตกต่างของสินค้าด้วยความหลากหลายทั้งรูปแบบและรสชาติ สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัทฯ ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นต้องผ่านกระบวนการทำงานหลายขั้นตอนซึ่งต้องใช้เวลาและเงินลงทุนค่อนข้างสูง เริ่มตั้งแต่การศึกษาค้นคว้าข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสำรวจความต้องการของผู้บริโภค การจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ การผลิต ตลอดจนการจัดกิจกรรมทางการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค จากเหตุผลดังกล่าวบริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อาจไม่ประสบความสำเร็จเมื่อออกสู่ตลาด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ ความชำนาญ และมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มมาเป็นเวลานาน ตลอดจนมีความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภค สามารถคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง โดยกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ นั้น จะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย ฝ่ายพัฒนาธุรกิจใหม่ และฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเริ่มต้นจากการศึกษาตลาดและโอกาสทางธุรกิจ การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility) การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด ตลอดจนการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ จะได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายในการรักษาบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาซึ่งถือเป็นบุคลากรหลักให้ทำงานกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องในระยะยาว เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มทักษะ และความรู้ความสามารถของพนักงาน ซึ่งบุคลากรทางด้านวิจัยและพัฒนาส่วนใหญ่ต่างก็ร่วมงานกับบริษัทฯ มาเป็นเวลานานตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง ดังนั้น ผู้บริหารจึงเชื่อมั่นว่านโยบาย

ดังกล่าวข้างต้นจะสามารถรักษาบุคลากรที่สำคัญของบริษัท ไว้ได้ในระยะยาว และจะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัท ให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และประสบความสำเร็จในตลาดได้เป็นอย่างดี

3.6 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการรักษาความลับของสูตรการผลิต

สูตรการผลิตสินค้าถือเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัท ต้องรักษาไว้เป็นความลับ หากสูตรการผลิตดังกล่าวมีการรั่วไหลอาจส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท ได้ ดังนั้น บริษัท จึงมีการจำกัดบุคคลที่สามารถล่วงรู้สูตรการผลิต และจากการที่บริษัท มีการจ้างผู้รับจ้างผลิตภายนอกในการผลิตสินค้า บริษัท จะจัดส่งส่วนผสมที่เป็นวัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูป (Pre-mix) ให้กับผู้รับจ้างผลิตหลักของบริษัท เพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป อีกทั้งมีการกำหนดรหัสของวัตถุดิบและ Flavor ต่างๆ ที่ใช้ในการผลิต นอกจากนี้ ในสัญญาจ้างผลิตกับผู้ผลิตทุกรายจะมีการกำหนดในเรื่องของการเก็บรักษาความลับต่างๆ อย่างชัดเจนอีกด้วย

สำหรับพนักงานในฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการคิดค้นและพัฒนาสูตรการผลิตสินค้าต่างๆ บริษัท ก็ได้จัดให้มีการลงนามในบันทึกข้อตกลงการรักษาความลับทุกคน เพื่อป้องกันการทำข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับสูตรการผลิต ข้อมูลด้านวัตถุดิบ ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ไปเปิดเผยให้แก่บุคคลภายนอก

3.7 ความเสี่ยงจากการปรับเปลี่ยนอัตราภาษีสรรพสามิต

บริษัท ประกอบธุรกิจหลักในการจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชาและกาแฟ ซึ่งจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่รัฐบาลโดยกรมสรรพสามิตจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติพิกัดภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ทุกประเภทของบริษัท มีอัตราส่วนผสมหลักโดยคำนวณเป็นร้อยละต่อปริมาตรสุทธิของเครื่องดื่มเป็นไปตามเงื่อนไขที่กรมสรรพสามิตกำหนด จึงได้รับสิทธิยกเว้นภาษีสรรพสามิตตามประกาศของกรมสรรพสามิต เรื่อง “หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการยกเว้นภาษีเครื่องดื่ม น้ำผลไม้และพืชผัก” ซึ่งหลักเกณฑ์ดังกล่าวรวมไปถึงเครื่องดื่มประเภทชาเขียวและกาแฟด้วย โดยในปัจจุบันรัฐบาลอยู่ระหว่างการพิจารณาปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ไม่มีส่วนผสมของวัตถุดิบหลักมาจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่จะช่วยส่งเสริมทางด้านเกษตรกรรมภายในประเทศ และผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพโดยตรวจวัดเกณฑ์จากปริมาณน้ำตาลและคาเฟอีนที่ผสมในเครื่องดื่ม อย่างไรก็ตาม หากในอนาคตภาครัฐมีการเปลี่ยนแปลงนโยบาย แก้อ้อหรือออกระเบียบเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่ม บริษัท อาจได้รับผลกระทบดังกล่าว และอาจส่งผลกระทบต่อประกอบการธุรกิจและผลการดำเนินงานของบริษัท หากบริษัท ไม่สามารถปรับราคาสินค้าให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นได้

บริษัท ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว โดยตลอดเวลาที่ผ่านมามีบริษัท ได้ถือปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การยกเว้นภาษีสรรพสามิตอย่างถูกต้องครบถ้วน ประกอบกับการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์อัตราภาษีใหม่ของกรมสรรพสามิต หากผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่สามารถปรับสูตรให้สอดคล้องกับเงื่อนไขการยกเว้นภาษีได้ บริษัท จะทำการเสนอปรับราคาสินค้าพร้อมทั้งนำเสนอแผนการขายและแผนการตลาดเพื่อรองรับการปรับราคาสินค้าดังกล่าว ตลอดจนดำเนินการวิเคราะห์และประเมินผลกระทบของอัตราภาษีใหม่ต่อผลการดำเนินงานของบริษัท และบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น บริษัท จึงเชื่อมั่นว่าการเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐในอนาคตจะไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม เรื่องดังกล่าวยังเป็นเพียงนโยบายเท่านั้น ซึ่งการอนุมัตินโยบายดังกล่าวจะต้องผ่านกระบวนการและขั้นตอนอีกมาก บริษัท จะติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการปรับโครงสร้างทางภาษีดังกล่าวอย่างใกล้ชิด เพื่อที่จะสามารถกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา

3.8 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม

จากการที่อุตสาหกรรมเครื่องดื่มยังมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ หันมาให้ความสนใจและเข้าสู่ตลาดเครื่องดื่มเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลทำให้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจเครื่องดื่มค่อนข้างสูงทั้งจากผู้ประกอบการเดิมและการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ในอุตสาหกรรมจะมีข้อได้เปรียบในด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือการได้รับเงินสนับสนุนจากบริษัท ร่วมทุนในต่างประเทศ อีกทั้งยังมีข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตจากการมีปริมาณการผลิตจำนวนมากก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) และการผลิตโดยใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย ประกอบกับความสามารถทางด้านกาวิจัยและพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน ยิ่งไปกว่านั้น

ผู้ประกอบการรายใหญ่ต่างหันมาใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของตนเอง จึงทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

จากการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ มีประสบการณ์ในธุรกิจเครื่องดีมมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาดเครื่องดีมโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องดีมไร้แอลกอฮอล์อย่างลึกซึ้ง รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ อย่างถ่องแท้ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละขณะ โดยกลยุทธ์หลักที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ คือการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับคู่ค้าในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) อย่างใกล้ชิดและจริงใจ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเติบโตไปพร้อมๆ กัน นอกเหนือจากนี้แล้ว การที่บริษัทฯ ถือเป็นธุรกิจ SME ที่มีข้อจำกัดด้านแหล่งเงินทุน ทำให้ผู้บริหารของบริษัทฯ ต้องทำการวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันรอบด้านอย่างรอบคอบเพื่อมองหาโอกาส ช่องว่างทางธุรกิจ และตลาดที่มีขนาดที่ทำให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันได้อย่างเต็มที่ จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้บริษัทฯ สามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง และผู้บริหารเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ จะไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องดีมตามที่กล่าวข้างต้น

3.9 ความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงาน

จากการที่บริษัทฯ มีการขายสินค้าผ่านหน่วยรถ (Van Sales) ซึ่งจะแบ่งเขตการขายสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศ ปัจจุบัน บริษัทฯ มีรถ Van Sales จำนวน 4 คัน โดยรถแต่ละคันจะมีพนักงานขายประจำรถที่ทำหน้าที่ต่างๆ ตั้งแต่การเบิกสินค้าไปเก็บไว้ในคลังสินค้าในแต่ละเขตพื้นที่ การขายสินค้าให้กับลูกค้า การรับชำระค่าสินค้า ตลอดจนการบริหารและการควบคุมสต็อกสินค้าในเขตพื้นที่รับผิดชอบ ดังนั้น บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานขายหน่วยรถ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อประกอบการธุรกิจและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

เนื่องจากการขายสินค้าผ่านหน่วยรถขายของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นการขายสินค้าให้กับลูกค้ารายย่อย ประกอบกับบริษัทฯ ต้องการขยายฐานลูกค้าให้มีการกระจายตัวและเข้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึง บริษัทฯ จึงมีความจำเป็นต้องจัดให้มีการขายสินค้าผ่านหน่วยรถเพื่อให้การกระจายสินค้าของบริษัทฯ เป็นไปอย่างรวดเร็วและครอบคลุมพื้นที่มากยิ่งขึ้น และสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการทุจริตของพนักงานขายหน่วยรถ ในอดีต บริษัทฯ เคยได้รับความเสียหายจากการทุจริตของพนักงานขายหน่วยรถเป็นจำนวนเงิน 1.52 ล้านบาท เนื่องจากในขณะนั้นยังไม่มีกำหนดระเบียบการปฏิบัติงานการขายหน่วยรถ (Van Sale) อย่างชัดเจนและรัดกุม อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริษัทฯ มีการกำหนดระเบียบการปฏิบัติงานการขายหน่วยรถไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนแล้ว โดยได้วางมาตรการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการทุจริตของพนักงานอย่างเข้มงวด ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดให้พนักงานขายส่งรายงานสรุปการขายประจำวันพร้อมทั้งส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องตัวจริงให้ Sales Admin ทุกสัปดาห์เพื่อสอบทานกับรายการที่เกิดขึ้น การนำส่งเงินที่ได้จากการขายเงินสดเป็นประจำทุกวันที่กำหนดหรือหากเงินสดที่ได้รับเกินกว่า 10,000 บาท จะต้องโอนเงินเข้าบัญชีของบริษัทฯ ทันที เจ้าหน้าที่บัญชีผู้หนึ่งตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารและกระบบรายการฝากเงินเข้าบัญชีธนาคาร การตรวจสอบการใช้ใบเสร็จรับเงินของพนักงานขายหน่วยรถ รวมไปถึงจนถึงการตรวจนับสินค้าคงเหลือที่คลังสินค้าของแต่ละพื้นที่ โดยหากมีการตรวจพบถึงข้อมูลผิดปกติจะต้องรายงานให้หัวหน้าทราบโดยทันที เพื่อดำเนินการสอบสวนและพิจารณาลงโทษกับผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป ซึ่งผู้บริหารเชื่อมั่นว่าด้วยการดำเนินการของบริษัทฯ ตามที่กล่าวข้างต้น จะช่วยป้องกันการทุจริตของพนักงานที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ ดังจะเห็นได้ว่าหลังจากที่เกิดเหตุการณ์ในปี 2556 บริษัทฯ ยังไม่เคยมีความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการทุจริตของพนักงานขายหน่วยรถแต่อย่างใด อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้รับการชำระเงินคืนจากพนักงานที่ทุจริตอย่างต่อเนื่องโดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2558 บริษัทฯ มีลูกหนี้พนักงานทุจริตคงเหลือจำนวน 0.91 ล้านบาท

3.10 ความเสี่ยงด้านการไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญากู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน

เมื่อเดือนกรกฎาคม 2556 บริษัทฯ ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ประกอบด้วย วงเงินกู้ยืมระยะยาวจำนวน 17.50 ล้านบาท และวงเงินกู้ยืมระยะสั้นในรูปของวงเงินเบิกเกินบัญชี จำนวน 90 ล้านบาท เพื่อนำเงินมาซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้เป็นโรงงานผลิตเครื่องดีมปรุงสำเร็จชนิดผงของบริษัทฯ และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในสัญญากู้ยืมเงินดังกล่าวมีการกำหนดเงื่อนไขสำคัญเกี่ยวกับการดำรงอัตราส่วนทางการเงินที่บริษัทฯ ต้อง

ปฏิบัติตลอดระยะเวลาที่บริษัทฯ มีภาระหนี้คงค้างจากวงเงินดังกล่าว กล่าวคือ บริษัทฯ ต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) ในปี 2556 ไม่ให้เกินกว่า 4 เท่า และตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นไป ไม่ให้เกินกว่า 3 เท่า และอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (Debt Service Coverage Ratio : DSCR) ตั้งแต่ปี 2556 ไม่ให้ต่ำกว่า 2 เท่า

ถึงแม้ในปี 2556 และงวด 6 เดือนแรกของปี 2557 บริษัทฯ ไม่สามารถดำรงอัตราส่วนตามเงื่อนไขดังกล่าวได้ โดยมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นและอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้เป็นไปตามข้อมูลในตารางด้านล่าง ซึ่งอาจเป็นเหตุของการผิดเงื่อนไขตามสัญญากู้ยืมเงินดังกล่าว และอาจทำให้ธนาคารสามารถเรียกให้บริษัทฯ ชำระคืนเงินกู้ดังกล่าวทั้งจำนวนได้ทันที ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงิน และการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ได้

	ข้อกำหนดเดิม ของธนาคาร	ข้อกำหนดใหม่ ของธนาคาร	ปี 2556	ม.ค. - มิ.ย. 2557	ปี 2557	ม.ค. - ก.ย. 2558
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วน ของผู้ถือหุ้น ¹⁾ (เท่า)	ไม่เกินกว่า 4 (ปี 2556)	-	11.39	4.92	2.27	1.50
	ไม่เกินกว่า 3 (ปี 2557 เป็นต้นไป)	ไม่เกินกว่า 4 (ปี 2557)				
	-	ไม่เกินกว่า 3 (ปี 2558 เป็นต้นไป)				
อัตราส่วนความสามารถ ในการชำระหนี้ ²⁾ (เท่า)	ไม่น้อยกว่า 2	-	0.49	6.43	11.71	18.02

หมายเหตุ:

- 1) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น คำนวณจากหนี้สินรวมหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น
- 2) อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR) คำนวณจากกำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยและภาษี บวกด้วยค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายรอตต์บิวซี หารด้วยเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีของปีบัญชีที่ผ่านมาบวกดอกเบี้ยจ่าย

อย่างไรก็ตาม เพื่อลดความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ยืมที่มีกับธนาคารพาณิชย์ บริษัทฯ จึงได้ทำหนังสือขอผ่อนผันการปฏิบัติตามเงื่อนไขในการดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นจากธนาคาร และบริษัทฯ ก็ได้รับการผ่อนผันเงื่อนไขดังกล่าวจากธนาคารเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยธนาคารได้ปรับเงื่อนไขการดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสำหรับปี 2557 ไม่ให้เกินกว่า 4 เท่า และตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นไป บริษัทฯ ต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่ให้เกินกว่า 3 เท่า

ภายหลังจากการที่ธนาคารปรับลดเงื่อนไขการดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้แก่บริษัทฯ แล้วผู้บริหารของบริษัทฯ มั่นใจว่าจะสามารถดำรงอัตราส่วนดังกล่าวได้ตามที่ธนาคารกำหนด โดยจะเห็นได้จากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่คำนวณจากงบการเงินปี 2557 และงบการเงินงวด 9 เดือนปี 2558 เท่ากับ 2.27 เท่า และ 1.50 เท่า ตามลำดับ ในขณะที่อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้เท่ากับ 11.71 เท่า และ 18.02 เท่า ตามลำดับ นอกจากนี้ การเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในครั้งนี้อย่างช่วยทำให้ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น และส่งผลให้อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงด้วยเช่นเดียวกัน ยิ่งไปกว่านั้น ในอนาคตหลังจากที่บริษัทฯ เข้าไปเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ยังจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถระดมทุนโดยออกตราสารประเภททุน ซึ่งก็จะช่วยให้บริษัทฯ มีความสามารถในการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง รวมทั้งทำให้บริษัทฯ มีโครงสร้างทางการเงิน (Capital Structure) ที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

3.11 ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นเกินกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 25

ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนในครั้งนี้นายชัชชวี วัฒนสุข ซึ่งดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริหาร จะมีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 29.37 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด จึงอาจทำให้สามารถใช้สิทธิคัดค้านในมติที่สำคัญในการประชุมผู้ถือหุ้นสำหรับเรื่องที่ถูกกฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง เช่น การทำรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ การทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน การลดหรือเพิ่มทุน และการควบรวมกิจการ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเข้ามาเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ พิจารณา และ กลั่นกรองเพื่อมิให้เกิดรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต และเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงาน ของบริษัทฯ ยิ่งไปกว่านั้นแล้ว โครงสร้างคณะกรรมการบริษัทฯ ประกอบด้วย กรรมการอิสระจำนวน 4 ท่าน (ซึ่งรวมประธาน กรรมการ) จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 7 ท่าน และกรรมการที่เป็นผู้บริหารจำนวน 3 ท่าน โครงสร้างกรรมการดังกล่าวจะทำให้ เกิดการถ่วงดุลในการออกเสียงเพื่อพิจารณาในเรื่องต่างๆ และช่วยให้การกำกับดูแลการบริหารงานเป็นไปอย่างเหมาะสมและเกิด ประสิทธิภาพสูงสุด

3.12 ความเสี่ยงเกี่ยวกับตลาดรองสำหรับการซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ

เนื่องจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ต่อประชาชนในครั้งนี้ จะเป็นการเสนอขายก่อนที่จะได้รับทราบ ผลการพิจารณาของตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ในการรับหุ้นสามัญของบริษัทฯ เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้นผู้ลงทุนจึงอาจมีความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องในการซื้อขายหุ้นของบริษัทฯ ในตลาดรอง และอาจไม่ได้รับผลตอบแทน จากการขายหุ้นได้ตามราคาที่คาดการณ์ไว้หากหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ไม่สามารถเข้าจดทะเบียนได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ยื่นคำขออนุญาตนำหลักทรัพย์เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้วเมื่อ วันที่ 1 กันยายน 2558 และบริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) ในฐานะที่ปรึกษาทางการเงินได้พิจารณาคุณสมบัติ ของบริษัทฯ ในเบื้องต้นแล้ว และมีความเห็นว่าบริษัทฯ มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ว่าด้วยการรับหลักทรัพย์จดทะเบียนในหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ยกเว้นคุณสมบัติเรื่องการกระจายการถือหุ้นรายย่อย ซึ่งบริษัทฯ ต้องมีจำนวนผู้ถือหุ้นสามัญรายย่อยไม่น้อยกว่า 300 ราย และต้องถือหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของทุนชำระแล้ว โดยที่ปรึกษา ทางการเงินคาดว่าภายหลังการเสนอขายหุ้นในครั้งนี้แล้วเสร็จ บริษัทฯ จะมีคุณสมบัติเกี่ยวกับการกระจายการถือหุ้นรายย่อย ครบถ้วนตามเกณฑ์ที่กำหนด