

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท คราวน์ เทค แอดวานซ์ จำกัด(มหาชน) ดำเนินธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ภายใต้ตราสินค้า “ AJ ” ตั้งตั้งแต่ปี 2544 มาจนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 14 ปี โดยผู้บริหารบริษัทต้องการพัฒนาตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคในฐานะผู้จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าของคนไทยที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสมสามารถแข่งขันได้ ทัดเทียมกับผู้จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าจากต่างประเทศ บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่(Modern trade)เป็นหลัก สินค้าของบริษัทประกอบด้วยสินค้า 2 กลุ่มหลักคือ

1) เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง (Audio Visual : AV) อาทิ เครื่องเล่นดีวีดีและเครื่องเล่นดีวีดี บลูเรย์ ชุดโฮมเธียเตอร์ วิทยุ และเครื่องเล่นคาราโอเกะ เป็นต้น ปัจจุบันสินค้าในกลุ่มนี้มีสัดส่วนยอดขายร้อยละ 83 ของยอดขายรวม

2) เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภท เครื่องใช้ในครัวเรือน (Home Appliance : AP) อาทิ แอร์เคลื่อนที่ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า กระติกน้ำร้อน และเตาไฟฟ้า เป็นต้น ปัจจุบันสินค้าในกลุ่มนี้มีสัดส่วนยอดขายร้อยละ 17 ของยอดขายรวม

นอกจากนี้บริษัทยังได้ขยายไปยังธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับ ดิจิตอลและมีแนวโน้มที่สดใส เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการทำกำไรของกิจการ

วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

วิสัยทัศน์ “ ทุกครัวเรือนจะต้องมีผลิตภัณฑ์ AJ อย่างน้อย 1 ชิ้น ”

พันธกิจ “ เราจะเป็นผู้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภท ภาพและเสียง (Audio Visual) และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน (Home Appliance) ที่มีทั้งนวัตกรรม ความหลากหลาย และมีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือได้ภายใต้ตราสินค้า AJ ในราคาที่ทุกคนเป็นเจ้าของได้ โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกช่องทางอย่างครอบคลุมและทั่วถึง ”

บริษัทยึดวิสัยทัศน์ และพันธกิจดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจให้เป็น ผู้ประกอบการคนไทยที่เป็นผู้นำในธุรกิจนี้ ซึ่งปัจจุบันบริษัทเป็นรองเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติ เท่านั้น สำหรับในปี 2558 นี้บริษัทมีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจใน 2 ส่วนหลักๆคือ

1. บริษัทมีเป้าหมายในการเติบโตของธุรกิจในปัจจุบัน โดยตั้งเป้าหมายในปี 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 เมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายในปีที่ผ่านมา
2. เป็นผู้นำสำหรับการจำหน่ายเครื่องแปลงสัญญาณทีวีเพื่อรองรับการเปลี่ยนระบบแพร่ภาพจากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิตอล หรือ เครื่อง Set Top Box
3. ผลิตละคร ภาพยนตร์ นำเข้าและส่งออกละครและภาพยนตร์ไปยังประเทศจีน เป็นต้น

ในส่วนของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนั้น บริษัทจะกำหนดให้เหมาะสมกับการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ผู้ใช้สินค้าระดับกลางลงมา โดยมีกลยุทธ์หลักดังนี้คือ

1. การสร้างคุณค่าในตราสินค้า (Brand Equity) และการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) โดยบริษัทให้ความสำคัญในการสร้างคุณค่าและสร้างการรับรู้ในตราสินค้า “AJ” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้สินค้า

- เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทมากขึ้น สร้างความน่าเชื่อถือและให้ความไว้วางใจในตราสินค้า “AJ” อีกทั้งความคุ้นเคยจากการได้เห็นตราสินค้า “ AJ ” เป็นประจำจากสื่อต่างๆทำให้ผลิตภัณฑ์ “ AJ ” จะได้รับการพิจารณาเป็นอันดับแรกในการเลือกซื้อ
2. การคัดเลือกและสรรหาสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด ตลอดจนมีการให้บริการหลังการขายและรับประกันคุณภาพ บริษัทมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรุ่นใหม่ ๆ มาจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุดโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ใกล้ชิดหรือต่อเนื่องจากผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน แต่ครอบคลุมไปถึงนวัตกรรมใหม่ๆด้วย ในขณะเดียวกันก็มีการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีข้อบกพร่องน้อยที่สุด อีกทั้งมีการรับประกันคุณภาพสินค้าอีก 1 ปีเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ และหลังจากใช้บริการไปแล้วเกิดความเสียหาย บริษัทก็มีศูนย์บริการให้บริการซ่อมแซมอย่างทั่วถึง
 3. การกำหนดราคาที่เหมาะสม กลยุทธ์ด้านราคาถือว่าเป็นหัวใจที่สำคัญในการเจาะตลาด ในผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับคู่แข่ง ผลิตภัณฑ์ของ “ AJ ” จะมีราคาต่ำกว่า ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาใกล้เคียงกับคู่แข่ง ผลิตภัณฑ์ของ “ AJ ” จะมีคุณสมบัติที่เหนือกว่า
 4. การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและพนักงานขาย การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) นับได้ว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก อันสืบเนื่องมาจากการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามช่องทางการจัดจำหน่ายโดยผ่านร้านค้าตัวแทน ซึ่งเป็นช่องทางหลักสำหรับธุรกิจนี้ในอดีตจะถูกนำมาใช้ เพื่อสร้างความเข้มข้นในการเข้าถึงลูกค้าในกลุ่มที่บริษัทยังเข้าไม่ถึง ซึ่งบริษัทจะพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายไปพร้อมๆกับการพัฒนาพนักงานขายซึ่งมีส่วนอย่างมากในการแนะนำผู้บริโภค
 5. สร้างพันธมิตรธุรกิจสำหรับการบุกเบิกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโลกดิจิทัล โดยเน้นพันธมิตรที่ชำนาญในธุรกิจนั้น เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ อันเนื่องมาจากความชำนาญ

บริษัทเชื่อมั่นว่าแนวคิดที่บริษัทกำหนดไว้ และการผลักดันการดำเนินการตามกลยุทธ์ที่กำหนดข้างต้นจะสามารถสร้างยอดขาย และผลการประกอบการที่ดีให้บริษัทในปี 2558 นี้และในอนาคตสืบไป

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

1. สินค้าหลักของบริษัทคือ การจัดหาและจัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยมีเครื่องเล่นดีวีดี เป็นสินค้าหลัก และในปลายปี 2557 ที่ผ่านมา บริษัทเป็นหนึ่งในผู้จัดหาและจัดจำหน่าย SET TOP BOX ตามโครงการเปลี่ยนถ่ายระบบแพร่ภาพทางเครื่องรับโทรทัศน์จากระบบอนาล็อก เป็นระบบดิจิทัล ซึ่งคาดว่าในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้นำสำหรับสินค้าในกลุ่มนี้

1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์ ได้แก่ธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายใต้ตราสินค้า “AJ” ซึ่งกลุ่มบริษัทได้จัดหาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและคุณภาพที่เชื่อถือได้ ปัจจุบันกลุ่มบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ากว่า 150 รุ่น โดยแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง (Audio and Visual Product : AV) ได้แก่ เครื่องเล่นดีวีดี เครื่องเสียงและลำโพง และเครื่องเล่นคาราโอเกะ เป็นต้น ซึ่งมีรายได้ประมาณร้อยละ 81 ถึงร้อยละ 83 เมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดของบริษัท และในปี 2557 บริษัทได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ Set Top Box ขึ้นมาอีก 1 ผลิตภัณฑ์ โดย Set Top Box ของบริษัทมีจำหน่ายทั้งสิ้น 4 รุ่น และถือได้ว่าผลิตภัณฑ์นี้เป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งซึ่งเป็นสินค้าหลักเมื่อพิจารณาจากสัดส่วนของรายได้เทียบกับรายได้รวมของสินค้าในกลุ่มนี้ แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจาก การจำหน่าย Set Top Box เป็นการจำหน่ายภายใต้โครงการคูปอง 690 บาท ของ กสทช. ซึ่งเมื่อผู้บริโภคนำคูปองมาแลกจนครบแล้ว ความต้องการ Set Top Box ก็จะมีเพียงการซื้อเพื่อทดแทน Set Top Box ตัวเดิมหรือต้องการซื้อเพิ่มเพื่อใช้กับโทรทัศน์เครื่องที่สองในบ้านเท่านั้น

กลุ่มที่สองคือผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ได้แก่ กระติกน้ำร้อน หม้อหุงข้าว เตาไรด์ เตาแม่เหล็กไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศแบบเคลื่อนที่ เครื่องซักผ้า เป็นต้น สินค้าในกลุ่มนี้มีสัดส่วนของรายได้ประมาณร้อยละ 16 ถึงร้อยละ 25 ของรายได้รวม แม้จะมีสัดส่วนของรายได้ที่ไม่มากนัก แต่ก็มียอดขายค่อนข้างสม่ำเสมอ

1.2 การตลาดและสภาพการแข่งขัน

1.2.1 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งได้แก่ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) บิ๊กซี (Big C) แมคโคร (Makro) และโฮมโปร (Home Pro) เป็นต้น โดยช่องทางการจัดจำหน่ายนี้จะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 73 ของรายได้ทั้งหมด สำหรับตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าย่อย จะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเสริม ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 27 โดยร้านค้าหลักๆในกลุ่มนี้ได้แก่ นิยมพาณิชย์ สหพาณิชย์ เชียงใหม่สยามทีวี และที่เริ่มปรับเปลี่ยนเป็นลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่ม Modern Trade ได้แก่ สยามโกลบอลเฮาส์ ดุริย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีตัวแทนจำหน่ายเช่น 7-11 และทีวีไต้หวัน เป็นต้น

1.2.2 กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทยังยึดถือกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเช่นเดียวกับในปีที่ผ่านมาคือ การสร้างคุณค่าในตราสินค้า “AJ” ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องเสียง ไม่มีใครไม่รู้จัก “AJ” ในขณะเดียวกันบริษัทก็มุ่งมั่นในการคัดสินค้าที่มีคุณภาพมาสนองตอบ

ความต้องการของผู้บริโภค ด้วยราคาที่เหมาะสม บริษัทเชื่อมั่นว่า 3 กลยุทธ์หลักนี้จะสร้างความยั่งยืนให้กับสินค้า “AJ” ทุกวันทุกประเภท

2. การลงทุนในธุรกิจอื่น

ตามยุทธศาสตร์ของบริษัทที่จะมุ่งสู่ธุรกิจใหม่ ภายใต้ แนวคิด O2O หรือ Off-line to On-line ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทมองเห็นศักยภาพของระบบเศรษฐกิจ ดิจิทัล (Digital Economy) ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเติบโตเป็นอย่างมากในอนาคต เช่นเดียวกับหลายๆ ประเทศที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่น่าสมกว่าประเทศไทย ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการดำรงชีวิตโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในชีวิตประจำวันมากขึ้นเป็นลำดับ ไม่เฉพาะเพื่อการบันเทิง แต่ยังครอบคลุมถึง การจับจ่ายใช้สอยที่ใช้การช้อปปิ้งออนไลน์ (On-line shopping) หรือบริการทางการเงินเป็นต้น ดังนั้นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว บริษัทจึงได้เริ่มลงทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีจุดแข็งในด้านนี้ๆดังต่อไปนี้คือ

1. ดำเนินธุรกิจผลิตละครทีวีเพื่อป้อนให้กับสถานีโทรทัศน์ โดยทั่วไป ภายใต้บริษัทย่อยคือ บริษัท แอปป์ วิชั่นส์ จำกัด ซึ่งเป็นจับมือร่วมลงทุนเป็นพันธมิตรธุรกิจกับ คุณนิรุตติชัย กัลย์จาฤก และบริษัท ป้าสังข์ยาสอน จำกัด โดยการเปลี่ยนถ่ายการแพร่ภาพทางเครื่องรับโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งจะส่งผลให้ภาพที่ออกอากาศมีความคมชัดมากขึ้น และที่สำคัญคือมีช่องสถานีสำหรับออกอากาศเพิ่มจากเดิม 6 ช่อง เป็น 48 ช่อง อันจะส่งผลให้ผู้ชมโทรทัศน์มีทางเลือกในการรับชมเป็นจำนวนมาก ในขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสทองสำหรับผู้ผลิตรายการเพื่อป้อนสถานีโทรทัศน์ เนื่องจากความต้องการรายการในการออกอากาศ สำหรับคุณนิรุตติชัย กัลย์จาฤก และบริษัท ป้าสังข์ยาสอน จำกัด นั้นนับได้ว่า เป็นผู้ผลิตละครและรายการโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงอีกรายหนึ่งของประเทศไทย ดังนั้นโอกาสความสำเร็จของธุรกิจนี้จึงมีมาก ปัจจุบันบริษัทเริ่มผลิตละครให้กับสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 แล้วคือละครเรื่อง สิงห์รถบรรทุก และอีกหลายรายการที่จะป้อนให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ในอนาคตอันใกล้

2. ดำเนินธุรกิจส่งออกละครไทยไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแถบเอเชียซึ่งมีจีน เป็นตลาดหลักที่นิยมชมละครจากประเทศไทย และในทางกลับกันก็เป็นการนำเข้าละคร และภาพยนตร์ต่างประเทศมาฉายให้กับผู้ชมโทรทัศน์ในบ้านเรา ซึ่งกิจกรรมนี้เป็นการจับมือเป็นพันธมิตรกับ Mr. Dong Zhang ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และความชำนาญในธุรกิจนี้

3. การร่วมลงทุนในธุรกิจเกมออนไลน์ของบริษัท เมืองไทยดิจิทัล จำกัด ซึ่งเป็นการลงทุนร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนในบริษัทดังกล่าว ทั้งนี้บริษัทนี้มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจำนวน 0.75 ล้านบาท โดยมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 70 คือ บริษัท คิวเพลย์ จำกัด จากประเทศจีน ซึ่งทำธุรกิจหลักในด้านเกมออนไลน์ และต้องการขยายธุรกิจมายังประเทศไทย การร่วมลงทุนนี้จะทำให้บริษัท เมืองไทยดิจิทัล จำกัด ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ กำลังจากบริษัทแม่ซึ่งจะทำให้มีเกมออนไลน์จำนวนมาก เสนอให้กับลูกค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำลง

3. ปัจจัยความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงของธุรกิจปัจจุบัน

1.1 ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา

การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมืองในช่วงเดือนพฤษภาคม 2557 ที่ผ่านมา รัฐบาลปัจจุบันมีความพยายามในการฟื้นฟูภาวะเศรษฐกิจที่มีทิศทางที่ถดถอยเป็นลำดับให้กระเตื้องขึ้น ที่เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจนคือการผลักดันการลงทุนในภาครัฐเช่น โครงการรถไฟฟ้าในส่วนขยายหลายสาขา แต่ก็สังเกตได้ว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดีขึ้น ตัวเลขการขยายตัวของการส่งออกยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำเช่นเดียวกับการเติบโตของผลผลิตมวลรวมประชาชาติ ในส่วนภาคเกษตรกรรมยังประสบปัญหาราคาสินค้าผลผลิตตกต่ำทั้งในส่วนของราคาข้าว และราคายางพารา ส่งผลให้กำลังซื้อของเกษตรกรต่ำไปโดยปริยาย ปัจจัยนี้ส่งผลให้ยอดขายของบริษัทลดลงจากในปีที่ผ่านมาเป็นจำนวนที่สูง ซึ่งถ้าบริษัทไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่เช่น SET TOP BOX เข้ามาเสริมในส่วนของการขายได้ ก็จะทำให้ยอดขายลดลงอย่างชัดเจน

1.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

สำหรับการขายสินค้าของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายหลักคือ ช่องทางโมเดิร์นเทรด นั้นจะสังเกตได้ว่าในแต่ละปี จะมีผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้นมา หรือการนำเข้าโดยบริษัทที่เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเองในรูปแบบของ House brand และสินค้าแต่ละชนิด แต่ละตราหมีมีการพัฒนาสินค้าอย่างเข้มข้นเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพดีขึ้นและรูปลักษณ์ที่สวยงามมากยิ่งขึ้น ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ทำให้การเพิ่มยอดขายทำได้ลำบากมากขึ้น

1.3 ความเสี่ยงจากการล้าสมัยของผลิตภัณฑ์

สินค้าหลักของบริษัทคือ เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง (Audio and Visual Product : AV) โดยมีเครื่องเล่นดีวีดี เป็นผลิตภัณฑ์หลัก ซึ่งเมื่อระบบ Internet ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งปัญหาความล่าช้าในการ Down load หดหายไป และผู้บริโภคเริ่มใช้การ Down load ภาพยนตร์หรือ ข้อมูลข่าวสารอื่น มากขึ้นเรื่อยๆ ความต้องการซื้อภาพยนตร์ชนิดแผ่นดีวีดี ก็จะลดลงเป็นลำดับ นอกจากนี้พฤติกรรมการใช้ Smartphone ที่ครอบคลุมไปสู่อุปกรณ์ที่เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ก็ส่งผลถึงการรับชมและรับฟังภาพยนตร์ และเพลงจากเครื่องเสียงในบ้านมีโอกาสลดลงในอนาคต ทิศทางการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคดังกล่าวโดยหันไปสู่วิทยุเทคโนโลยีใหม่ จึงส่งผลกระทบต่อความต้องการในการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

1.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาคู่ค้ารายใดรายหนึ่ง

ในปี 2557 ที่ผ่านมาผู้ผลิตและจัดหาสินค้าป้อนให้กับบริษัท ยังเป็นผู้จัดหาและผู้ผลิตรายเดิมตั้งแต่ในอดีต ซึ่งบริษัทมีสัดส่วนยอดขายซื้อสินค้าจากผู้จัดหาและผู้ผลิตรายดังกล่าวเป็นมูลค่าที่สูง ทำให้อาจกล่าวได้ว่าบริษัทมีการพึ่งพาคู่ค้ารายดังกล่าวเป็นมูลค่าที่สูง แต่อย่างไรก็ตามในมุมมองกลับกันบริษัทก็เป็นคู่ค้าที่สำคัญของผู้จัดหาและผู้ผลิตรายดังกล่าว ดังนั้นการดำรงความสัมพันธ์จึงเป็นลักษณะต่างพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ด้วยเหตุผลนี้บริษัทจึงยังคงมีความเชื่อมั่นภายใต้ผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่ายจะรักษาความสัมพันธ์ทางการค้าให้คงอยู่ในระยะยาว

สำหรับในส่วนของลูกค้าของบริษัทซึ่งก็คือกลุ่มธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ก็เช่นเดียวกัน บริษัทมีสัดส่วนค่อนข้างสูงในการขายให้กับลูกค้ารายหลัก ซึ่งบริษัทพยายามลดความเสี่ยงในประเด็นนี้ด้วยการขยายช่องทาง

การดำเนินงานเพิ่มขึ้น และพยายามผลักดันให้สินค้าของบริษัทเป็นตราสัญลักษณ์ในตลาดเพื่อสร้างความต้องการอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค

1.5 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

การซื้อสินค้าของบริษัทในปัจจุบันยังคงใช้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นหลัก ซึ่งมีการอ่อนตัวค่อนข้างสูงในช่วงปลายปี 2557 ที่ผ่านมา แต่บริษัทก็มีการเตรียมตัวและกำหนดหลักปฏิบัติสำหรับการบริหารภาระหนี้สินที่เป็นเงินตราต่างประเทศอย่างรัดกุม เช่น การแปลงภาระหนี้สินจากสกุลเงินตราต่างประเทศเป็นเงินบาทไทยเมื่อค่าเงินบาทอ่อนไปถึงระดับหนึ่ง นอกจากนี้บริษัทก็เริ่มพิจารณาการซื้อสินค้าจากประเทศจีนโดยใช้สกุลเงินหยวน ซึ่งการซื้อสินค้าหลากหลายสกุลเงินจะช่วยกระจายความเสี่ยงออกไป

1.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร

จากวันที่เริ่มจัดตั้งบริษัทจนถึงปัจจุบันกิจการอยู่ภายใต้การบริหารงานของผู้ถือหุ้นใหญ่ 2 รายคือนายอมร มีมะโนกรรมการผู้จัดการใหญ่ และนายพิภร ภิโรภักดิ์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ด้านโรงงาน ซึ่งบุคคลทั้งสองและบุคคลที่เกี่ยวข้องถือหุ้นรวมกันเท่ากับร้อยละ 17.38 (ตามรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 10 มีนาคม 2558) ทั้งนี้บุคคลทั้งสองมีความรู้ความชำนาญในธุรกิจเป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามบริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้บริหารทั้งสองท่านนี้ ดังนั้นจึงได้มีการจัดแบ่งโครงสร้างองค์กรอย่างชัดเจน และได้เสาะแสวงหาผู้บริหารที่มีศักยภาพและมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจนี้เข้ามาเสริมทีมบริหารให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสายงานด้านการขายและการตลาด เพื่อให้แบ่งภาระผู้บริหารระดับสูงอีกทั้งเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อลูกค้าให้มีความแน่นแฟ้นในอนาคตยิ่งขึ้นไป

2. ความเสี่ยงของธุรกิจใหม่

2.1 ความเสี่ยงเนื่องจากความไม่ชำนาญในธุรกิจ

ภายใต้ธุรกิจใหม่ทั้ง 3 ธุรกิจ จะอาศัยความชำนาญในธุรกิจของพันธมิตรเป็นหลัก ในขณะที่บริษัทยังไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจประเภทนี้มาก่อน ดังนั้นบริษัทเองจึงมีขีดจำกัดของความสามารถในการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจนั้นซึ่งอาจจะทำให้การคาดการณ์ถึงผลการดำเนินงานแตกต่างจากที่คาดการณ์ไว้

2.2 ความเสี่ยงเนื่องจากการคาดการณ์อนาคตของธุรกิจ

ธุรกิจใหม่ทั้ง 3 ประเภทเกี่ยวข้องกับการบันเทิงเป็นหลัก โอกาสความสำเร็จขึ้นอยู่กับเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นสำคัญ อาทิเช่น การตอบรับที่มีต่อโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลถ้าเป็นที่นิยมอันเนื่องมาจากความหลากหลายของช่องที่ออกอากาศ ก็จะทำให้อุตสาหกรรมการผลิตละครเพื่อออกอากาศเติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก หรือการนำละครไทยไปแพร่ภาพในต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันละครไทยเริ่มได้รับความนิยมในตลาดจีน ซึ่งมีผู้ชมจำนวนมากเพิ่มขึ้น หรือความนิยมในเกมออนไลน์ซึ่งมีเกมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศจากหลายค่ายทั้ง สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี เข้ามานำเสนอต่อผู้เล่นในประเทศไทย ซึ่งประสบความสำเร็จแตกต่างกันไป

2.3 ความเสี่ยงจากความไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของทิศทางและวิธีการในการทำงาน

การร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจทั้ง 3 ประเภทนี้ เป็นลักษณะการถือหุ้นร่วมกันและต่างฝ่ายก็จะนำจุดแข็งของตนเองมาใช้ในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน แต่อย่างไรก็ตามภายใต้การทำงานนั้นจะมาจากต่างองค์กร ซึ่งจะต้องประสานงานกัน และผลักดันไปสู่เป้าหมายในแง่ธุรกิจ ทั้งนี้ตามปกติแล้วแต่ละองค์กรก็จะมีวัฒนธรรมการทำงานที่แตกต่างกันไป

ประเด็นนี้มีความเสี่ยงในแง่ที่ว่า บุคคลจาก 2 องค์กรจะสามารถจัดอุปสรรคของการทำงานร่วมกันได้หรือไม่ อย่างไร ก็ตามบริษัทได้กำหนดธรรมเนียมการทำงานร่วมกันในเบื้องต้นโดยผ่านรูปแบบการจัดองค์กร การแบ่งงานตามความถนัด การกำหนดเป้าหมายร่วมกัน และการประมาณการถึงรายรับรายจ่ายล่วงหน้า ซึ่งคาดว่าจะวิธีการดังกล่าวจะสามารถลด ปัญหาความขัดแย้งของการทำงานร่วมกันได้ระดับหนึ่ง

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 รายละเอียดทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาวะผูกพัน
1. สำนักงานใหญ่ 30/10-14 หมู่ที่ 5 ซอยตั้งพัฒนาไพศาล ถนนเลียบคลองสี่วา พาสวัสดิ์ ตำบลคอกกระบือ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร - ที่ดิน 5 ไร่ 4 งาน 80.6 ตารางวา โฉนดเลขที่ 56823 60967 66720 และ 68921 - อาคารสำนักงาน คลังสินค้าและส่วนปรับปรุงอาคาร - เครื่องใช้สำนักงาน - เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องจักร (รถโฟล์คลิฟต์)	เจ้าของ เจ้าของ เจ้าของ เจ้าของ	17.32 65.06 4.60 12.72	ค้ำประกันเงินกู้ยืม ค้ำประกันเงินกู้ยืม - -
2. ที่ดินสำหรับก่อสร้างสำนักงาน โซนร่วมและศูนย์บริการ เลขที่โฉนด 4123 และ 4124 แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ขนาดพื้นที่ 13 ไร่ 2 งาน 87.2 ตารางวา - ส่วนปรับปรุงที่ดิน	เจ้าของ เจ้าของ	136.97 5.65	ค้ำประกันเงินกู้ยืม -
3. ยานพาหนะ	เจ้าของ	6.44	สัญญาเช่าการเงิน
4. สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	เจ้าของ	7.45	-
รวม		256.21	

ณ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มบริษัทมีรถยนต์ที่ใช้ในการขนส่งสินค้าได้แก่รถขนส่ง 4 ล้อ (ปิกอัพ) จำนวน 13 คัน รถขนส่ง 6 ล้อ จำนวน 3 คัน โดยทุกคนได้มีการทำประกันภัยในกรณีอุบัติเหตุไว้ทั้งหมด

กลุ่มบริษัทได้มีทำประกันภัยสำหรับอาคารสำนักงานและคลังสินค้ารวมถึงส่วนปรับปรุงอาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์ และสินค้าคงเหลือทั้งในส่วนที่เก็บในคลังสินค้าสำนักงานใหญ่ และที่จัดเก็บในคลังสินค้าเช่า 2 แห่ง เป็นทุนประกันทั้งสิ้น 387 ล้านบาท

ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ประกอบด้วยค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ต่างๆ ที่บริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจ ที่ติดตั้งแล้วและที่อยู่ระหว่างติดตั้ง รวมถึงค่าลิขสิทธิ์เพลงที่ใช้กับเครื่องเล่นคาราโอเกะ มูลค่าตามบัญชี 6.19 ล้านบาท

4.2 สัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีสัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.1 สัญญาซื้อขายสินค้า

บริษัททำสัญญาซื้อขายสินค้ากับธุรกิจโมเดิร์นเทรด 8 ราย เพื่อวางจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “AJ” ในห้างโมเดิร์นเทรดต่างๆ โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

คู่สัญญา : ผู้ประกอบธุรกิจโมเดิร์นเทรด
อายุสัญญา : 1 ปี ต่อสัญญาโดยอัตโนมัติจนกว่าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดจะบอกเลิกสัญญา
การบอกเลิกสัญญา : เมื่อฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดละเมิดสัญญา หรือบอกยกเลิกสัญญาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน
เครดิตเทอม : 60 วัน
รายละเอียดที่สำคัญ

1. สินค้าที่บริษัทวางจำหน่ายจะต้องเป็นสินค้าถูกกฎหมาย และปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ความปลอดภัยตามมาตรฐานอุตสาหกรรม เป็นต้น สินค้าต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์และมีบาร์โค้ดตามมาตรฐานที่กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด
2. ทางห้างมีสิทธิทำการคืนสินค้าได้หากสินค้าไม่อยู่ในสภาพสมบูรณ์ เป็นสินค้ารายการพิเศษที่สามารถคืนได้รวมถึงสินค้าที่หมดอายุ โดยบริษัทต้องไปรับคืนสินค้าจากสถานที่ที่ห้างกำหนดภายในเวลาที่กำหนด
3. ห้างโมเดิร์นเทรดจะชำระค่าสินค้าตามบิลส่งสินค้าในแต่ละงวดเดือนตามระยะเวลาการให้เครดิต ในกรณีที่เป็นการขายแบบมีเงื่อนไขจ่ายชำระค่าสินค้าเมื่อขายได้ จะชำระตามยอดขายที่เกิดขึ้นจริงโดยห้างจะสรุปรายงานยอดขายแต่ละรอบระยะเวลาให้กับบริษัท
4. บริษัทจะต้องจ่ายค่าสนับสนุนรายการส่งเสริมการขาย ค่าสนับสนุนการตลาด ส่วนลดประจำปี และ/หรือ ค่ากระจายสินค้าให้กับห้าง กรณีมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย บริษัทจะต้องเสนอรายการสินค้าและราคาเป็นลายลักษณ์อักษรให้กับทางห้างเพื่อพิจารณา
5. บริษัทต้องจัดให้มีสินค้าตัวอย่างที่มีคุณภาพและคุณสมบัติเช่นเดียวกับสินค้าที่ขายให้กับทางห้าง โดยไม่คิดมูลค่าหรือค่าตอบแทนใดๆ โดยกำหนดส่งคืนสินค้าตัวอย่างเป็นไปที่ตกลงกันในแต่ละคราว ซึ่งบริษัทจะต้องรับคืนสินค้าตามสภาพที่เป็นอยู่ ณ วันรับคืน
6. บริษัทต้องจัดให้มีพนักงานขายประจำสาขาของห้าง โดยบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากพนักงานขายของบริษัท
7. การเจรจาส่วนลดการค้าจะมีการต่อรองเจรจากันปีละครั้ง โดยขึ้นกับปริมาณที่ทางห้างจะสั่งซื้อ ตามที่มีการเจรจาตกลงเป้าหมายยอดขายร่วมกันในแต่ละปี ยกเว้นส่วนลดพิเศษ เช่น ส่วนลดสินค้าจัดรายการ รายการส่งเสริมการขายต่างๆ ซึ่งจะเจรจาเป็นครั้งคราว
8. บริษัทเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งและไปรับคืนสินค้า ในกรณีที่สินค้าส่งผิด หรือล่าช้ากว่ากำหนด ทางห้างโมเดิร์นเทรดสามารถเรียกค่าเสียหายได้ตามอัตราที่ตกลง

4.2.2 สัญญาแต่งตั้งศูนย์บริการ

บริษัทได้ทำสัญญาแต่งตั้งผู้ให้บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องการเข้าร่วมเป็นศูนย์บริการลูกค้าของกลุ่มบริษัท จำนวน 90 ราย โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

- คู่สัญญา : ผู้ให้บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
- อายุสัญญา : จนกว่าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดบอกยกเลิกสัญญา
- การบอกเลิกสัญญา : สัญญาจะถูกยกเลิกเมื่อ
1. เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดสัญญา
 2. คู่สัญญาถูกร้องเรียนโดยมีหลักฐานจากลูกค้าว่าหย่อนประสิทธิภาพในการซ่อมหรือให้บริการรวมถึงไม่ซื่อสัตย์ หรือมีพฤติกรรมเอาเปรียบลูกค้า
 3. บอกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า 90 วัน

รายละเอียดที่สำคัญ

1. ผู้ได้รับการแต่งตั้งเป็นศูนย์บริการมีหน้าที่ดำเนินการซ่อม ให้คำแนะนำและคำปรึกษาด้านเทคนิคให้กับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท โดยจะต้องจัดให้มีช่างที่มีความสามารถด้านเทคนิคประจำศูนย์บริการ จัดให้มีสถานที่เพื่อการซ่อมแซมสินค้าและสำรองอะไหล่ โดยจะต้องผ่านความเห็นชอบของบริษัท และจะต้องสำรองอะไหล่ตามจำนวนที่สมควร
2. ห้ามศูนย์บริการปฏิเสธลูกค้าไม่ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะอยู่ในเงื่อนไขการรับประกันหรือไม่ หรือจำหน่ายโดยผู้ใด และต้องใช้อะไหล่แท้ของกลุ่มบริษัทในการซ่อมแซมผลิตภัณฑ์ เว้นแต่จะได้แจ้งและได้รับความยินยอมจากลูกค้าแล้ว ทั้งนี้ศูนย์บริการสามารถซื้ออะไหล่แท้โดยมีส่วนลดการค้าจากบริษัท ทั้งนี้ในการจำหน่ายอะไหล่แท้ให้กับลูกค้าจะต้องจำหน่ายในราคาที่เป็นที่บริษัทกำหนดเท่านั้น
3. ศูนย์บริการจะต้องรับประกันการตรวจและซ่อมแซมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทที่ศูนย์บริการเป็นผู้ซ่อมเป็นระยะเวลา 3 เดือน ไม่ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะอยู่ในระยะเวลาประกันของบริษัทหรือไม่ และรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสินค้าของลูกค้าและบริษัทที่อยู่ในระหว่างการดูแลของศูนย์บริการ
4. ศูนย์บริการมีหน้าที่ส่งหลักฐานและเอกสารเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อมแซมผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการทุกเดือน เพื่อรับการชดเชยอะไหล่และค่าบริการจากบริษัทตามอัตราที่กำหนด
5. บริษัทมีสิทธิในการเข้าตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการของศูนย์บริการ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

3.2.3 สัญญาบริการขนส่ง

บริษัทได้ว่าจ้างผู้ให้บริการขนส่ง 6 รายเพื่อทำหน้าที่ขนส่งสินค้าของกลุ่มบริษัทไปยังห้างร้านในต่างจังหวัด โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

- คู่สัญญา : ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า
- อัตราค่าขนส่ง : อัตราตามขนาดกล่องบรรจุสินค้าหรือตามประเภทสินค้า / อัตราเหมารายเที่ยว
- เครดิตเทอม : 30 วัน

รายละเอียดที่สำคัญ

1. บริษัทขนส่งคิดอัตราค่าขนส่งสินค้าใน 2 ลักษณะ คือ คิดอัตราตามขนาดกล่องบรรจุภัณฑ์และบวกเพิ่มตามประเภทสินค้าในกรณีที่สินค้าชิ้นใหญ่ เช่น โทรทัศน์ เครื่องซักผ้า เป็นต้น ซึ่งต้องระมัดระวังใน

การขนส่งเพิ่มขึ้นโดยคิดอัตราตามระยะทางขนส่งและเพิ่มค่าขนส่งในกรณีพื้นที่ห่างไกลหรือนอกเขตอำเภอ หรือคิดอัตราค่าขนส่งแบบเหมา โดยอัตราค่าขนส่งขึ้นอยู่กับประเภทรถยนต์ขนส่ง ระยะทาง และราคาน้ำมัน หากมีการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าขนส่ง ผู้รับจ้างจะแจ้งให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

2. กรณีรับคืนสินค้าจากร้านค้า คิดอัตราค่าขนส่งเท่ากับการขนส่งสินค้า โดยบริษัทต้องไปรับสินค้าคืนจากผู้รับจ้างขนส่งภายในระยะเวลาที่กำหนด
3. ผู้รับจ้างรับผิดชอบกรณีสินค้าสูญหายหรือเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งตามจริงแต่ไม่เกินอัตราสูงสุดที่ผู้รับจ้างกำหนดไว้ต่อกล่อง ยกเว้นกรณีที่ไม่ได้เกิดจากการขนส่ง เช่น สินค้าหมดอายุ สินค้าขาดบรรจุ หรือกล่องสินค้าฉีกขาดโดยไม่ได้เกิดจากการขนส่ง เป็นต้น ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะไม่เปิดกล่องบรรจุภัณฑ์สินค้าโดยเด็ดขาด

4.2.4 สัญญาว่าจ้างรถยนต์ขนส่ง

บริษัทว่าจ้างบุคคลธรรมดา 4 ราย เพื่อทำหน้าที่คนขับรถขนส่งสินค้าของกลุ่มบริษัท โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

คู่สัญญา : ผู้รับจ้างขนส่ง
อายุสัญญา : 1 ปี
การบอกเลิกสัญญา : เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดสัญญา
รายละเอียดที่สำคัญ

1. ผู้รับจ้างต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมายขนส่งทางบก และมีประสบการณ์ ความชำนาญในการขนส่ง
2. ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดการขนส่งรวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดในการขนส่ง อาทิเช่น ค่า น้ำมัน ค่าทางด่วน ค่าผ่านทาง เป็นต้น โดยผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่ออุบัติเหตุสินค้าของบริษัทและวางเงินประกันความเสียหายจำนวน 10,000 บาท
3. ผู้รับจ้างคิดค่าจ้างในอัตราเที่ยวละ 1,000 บาท และคิดจุดที่ไปส่งสินค้าเพิ่มเติมจุดละ 100 บาท สำหรับพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.2.5 สัญญาอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์

บริษัททำสัญญาขออนุญาตใช้ลิขสิทธิ์ในงานเพลงจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้มีสิทธิในงานเพลงจำนวน 5 ราย เพื่อใช้ร่วมกับเครื่องเล่นคาราโอเกะของกลุ่มบริษัท โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

คู่สัญญา : บริษัทค่ายเพลงเจ้าของลิขสิทธิ์ และผู้มีสิทธิในงานเพลงลิขสิทธิ์
รูปแบบลิขสิทธิ์ : ลิขสิทธิ์ในเนื้อร้อง ทำนอง และสันทัดดนตรีในรูปแบบ VCD Karaoke และ MIDI
อายุสัญญา : 1 – 3 ปี หรือจนกว่าจะครบจำนวนสิทธิที่ได้รับ
การบอกเลิกสัญญา : เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดสัญญา หรือบอกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร
ล่วงหน้า 30 วัน

รายละเอียดที่สำคัญ

1. บริษัทได้รับสิทธิในการบันทึกเพลงคาราโอเกะลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะภายใต้เครื่องหมายการค้า “AJ” โดยสามารถบันทึกเพลงที่ได้รับลิขสิทธิ์ลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะในการจำหน่ายครั้งแรกตามจำนวนเพลง

ที่ตกลงในสัญญา และได้รับสิทธิในการเพิ่มเติมเพลงตามที่ระบุในสัญญาให้กับลูกค้าหลังการขาย โดยผ่านระบบหรือสถานที่ที่กลุ่มบริษัทได้จัดเตรียมไว้

2. เครื่องเล่นคาราโอเกะที่จัดจำหน่ายเป็นไปเพื่อความบันเทิงในที่พักอาศัย (Home-use) ภายในประเทศไทยเท่านั้น และบริษัทจะต้องจัดให้มีระบบป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์เพลงที่ถูกละเมิดในเครื่องเล่นคาราโอเกะเพื่อป้องกันการทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
3. บริษัทจ่ายชำระค่าตอบแทนการใช้ลิขสิทธิ์สำหรับการบันทึกเพลงลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะเพื่อจำหน่ายครั้งแรกให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในอัตราเหมาจ่ายตามจำนวนสิทธิ์หรือระยะเวลาในการใช้ลิขสิทธิ์ หรือในอัตราตามจำนวนสิทธิ์หรือจำนวนเครื่องคาราโอเกะที่จัดจำหน่ายภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยจะต้องแจ้งจำนวนสิทธิ์ที่ใช้ไปหรือเครื่องคาราโอเกะที่จัดหาและจัดจำหน่ายให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ตามระยะเวลาที่กำหนด
4. สำหรับลิขสิทธิ์ในการเพิ่มเติมเพลง (Update) ให้กับลูกค้าภายหลังการขายนั้น บริษัทจะชำระค่าตอบแทนให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในลักษณะเหมาจ่าย หรือในอัตราตามจำนวนเพลงและจำนวนเครื่องเล่นที่ขออนุญาตทำซ้ำเพิ่มเติม

ทั้งนี้ในการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์เพลงนั้น แม้ว่าในสัญญาลิขสิทธิ์จะระบุเงื่อนไขการใช้ลิขสิทธิ์ใน 2 ลักษณะ คือกำหนดจำนวนสิทธิ์ที่ได้รับในเวลาที่กำหนดหรือตามกำหนดระยะเวลาของสัญญา อย่างไรก็ตามบริษัทเลือกวิธีการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์ตามระยะเวลาของสัญญา เนื่องจากบริษัทประเมินว่าจำนวนสิทธิ์ที่บริษัทได้รับจากเจ้าของลิขสิทธิ์นั้นมีมากเพียงพอต่อจำนวนยอดขายเครื่องเล่นคาราโอเกะที่บริษัทคาดการณ์ไว้และคาดว่าจะครบกำหนดเวลาในสัญญาก่อนที่บริษัทจะใช้สิทธิ์ดังกล่าวจนครบจำนวน

4.2.6 สัญญาเช่าคลังสินค้า

บริษัทเช่าคลังสินค้าในพื้นที่ใกล้เคียงกับสำนักงานใหญ่และคลังสินค้าของบริษัท โดยทำสัญญาเช่ากับบุคคลธรรมดา 2 ราย ซึ่งมีใช้บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มบริษัท โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

สถานที่ตั้ง	อัตราค่าเช่า/เดือน	ขนาดพื้นที่	ระยะเวลาเช่า
30/20 หมู่ 5 ต. คอกกระบือ อ.เมือง จ. สมุทรสาคร	100,000 บาท	1,328 ตร.ม.	1 ปี สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2558
29/7 หมู่ 5 ต. คอกกระบือ อ.เมือง จ. สมุทรสาคร	75,000 บาท	1,048 ตร.ม.	

ทั้งนี้คลังสินค้านี้ถูกใช้เพื่อเป็นคลังย่อยเพื่อเป็นวางพักสินค้า โดยที่ผ่านมามีบริษัทมีการต่อสัญญาเช่าคลังสินค้านี้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะ 6 ปี และ 5 ปี ตามลำดับ

4.3 เครื่องหมายการค้า

บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “AJ” กับกรมสำนักงานเครื่องหมายทางการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่คาดว่าจะมีผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่คาดว่าจะมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น

6. อาคารสำนักงานแห่งใหม่

จากการดำเนินการก่อสร้างอาคารสำนักงานแห่งใหม่เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจและจำนวนพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นโดยเริ่มก่อสร้างในช่วงปลายปี 2556 ปัจจุบันอาคารสำนักงานแห่งใหม่นี้ใกล้เสร็จสมบูรณ์แล้ว โดยอาคารดังกล่าวเป็นอาคารแบบ Low rise ขนาด 3 ชั้น มีพื้นที่ใช้สอยในส่วนของสำนักงาน 1,900 ตารางเมตร และด้านหลังยังมีพื้นที่สำหรับพาสินค้าอีก 1,200 ตารางเมตร บริเวณโดยรอบอาคารมีพื้นที่จอดรถได้มากกว่า 200 คัน ซึ่งใช้ที่ดินในการก่อสร้างอาคารหลัก และสถานที่จอดรถบนที่ดินประมาณ 2 ไร่เศษ โดยบริษัทคาดว่าอาคารดังกล่าวข้างต้นจะสามารถรองรับการเพิ่มขึ้นของพนักงานและเพียงพอสำหรับการใช้งานได้อีกภายใน 3 ปี แต่เนื่องจากที่แปลงนี้มีเนื้อที่รวม มากถึง 13-3-3 ไร่ หรือ 5,503 ตารางวา ดังนั้นจึงมีพื้นที่ว่างค่อนข้างมาก บริษัทจึงปรับปรุงพื้นที่ส่วนที่เหลือโดยเน้นภูมิสถาปัตยกรรมที่เป็นพื้นที่สีเขียวเป็นหลัก มีการปลูกต้นไม้เป็นจำนวนมากในพื้นที่มากกว่า 200 ต้น เพื่อให้ความร่มรื่น และร่มเย็น โดยบริษัทได้ทำพิธีเปิดอาคารสำนักงานแห่งนี้ในวันที่ 24 มีนาคม 2558 นี้

