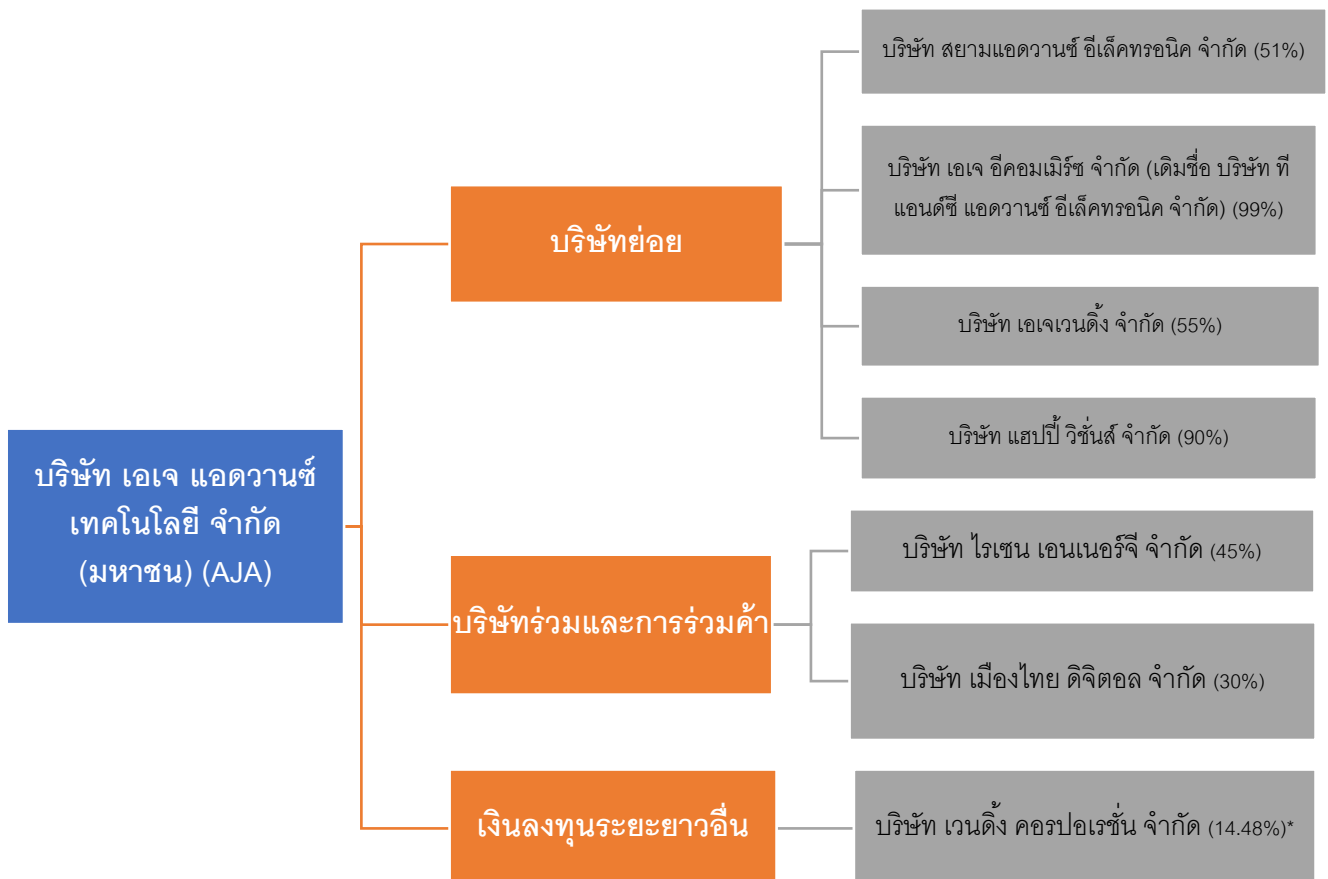


ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เอเจ แอดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด(มหาชน) (“บริษัท”) (เดิมชื่อ บริษัท คราวน์ เทค แอดวานซ์ จำกัด (มหาชน)) ดำเนินธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ภายใต้ตราสินค้า “ AJ ” ตั้งตั้งแต่ปี 2544 มาจนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 16 ปี โดยผู้บริหารบริษัทต้องการพัฒนาตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคในฐานะผู้จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าของคนไทยที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม สามารถแข่งขันได้ ทัดเทียมกับผู้จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าจากต่างประเทศ ในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ บริษัทนำเข้าและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง (Audio and Visual) อาทิเช่น เครื่องเล่นวีซีดี ดีวีดี และชุดโฮมเธียเตอร์ เป็นต้น จากนั้นจึงขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจโดยเพิ่มสินค้าในกลุ่ม เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน (Home Appliance) อาทิเช่น แอร์เคลื่อนที่ หม้อเอนกประสงค์ เต้าแม่เหล็กไฟฟ้า เครื่องซักผ้า กระติกน้ำร้อน เป็นต้น และบริษัทได้ขยายธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันบริษัทมีบริษัทย่อยทั้งหมด 4 บริษัท บริษัทร่วมและร่วมการค้า 2 บริษัท และเงินลงทุนระยะยาวอื่น 1 บริษัท โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ดังนี้



หมายเหตุ* เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561 ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทของบริษัท มีมติอนุมัติให้บริษัทสละสิทธิการจองซื้อหุ้นเพิ่มทุนของกิจการที่บริษัทได้ลงทุน ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทจะลดลงจากร้อยละ 17.67 เหลือ ร้อยละ 14.48 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมด

บริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ (ร้อยละ)	จำนวนหุ้นทั้งหมด
บริษัท สยามแอดวานซ์ อิเล็คทรอนิกส์ จำกัด	จำหน่ายสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริม	50 มูลค่าตราไว้ 100 บาท	หุ้นสามัญ	51	255,000
บริษัท เอเจ อีคอมเมิร์ซ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ทีแอนด์ซี แอดวานซ์ อิเล็คทรอนิกส์ จำกัด)	ประกอบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ด้วยการเป็นตัวแทนบอกรับสมาชิกและให้บริการสมาชิกอาลีบาบาในประเทศไทย	5 มูลค่าตราไว้ 100 บาท	หุ้นสามัญ	99	49,500
บริษัท เอเจเวนดิง จำกัด	ประกอบธุรกิจขายอาหารสำเร็จรูปและเครื่องดื่ม ผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคอัตโนมัติ (Vending Machine)	50 มูลค่าตราไว้ 10 บาท	หุ้นสามัญ	55	2,750,000
บริษัท แอปปี ویژันส์ จำกัด	ผลิตรายการละครโทรทัศน์และสื่อบันเทิงต่างๆ	20 มูลค่าตราไว้ 10 บาท	หุ้นสามัญ	90	1,799,900
บริษัท โรเซน เอนเนอร์จี จำกัด	ประกอบธุรกิจนำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์พลังงานไฟฟ้าภายใต้ตราสินค้า "BYD"	50 มูลค่าตราไว้ 100 บาท	หุ้นสามัญ	45	225,000
บริษัท เมืองไทย ดิจิตอล จำกัด	นำเข้า ขายส่ง ขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า	3 มูลค่าตราไว้ 100 บาท	หุ้นสามัญ	30	9,000
บริษัท เวนด์ คอปอเรชั่น จำกัด	ขายปลีกเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ การให้บริการเติมเงินโทรศัพท์ระบบเติมเงินล่วงหน้า และรับชำระเงินออนไลน์	830 มูลค่าตราไว้ 100 บาท	หุ้นสามัญ	14.48	1,201,600

วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

วิสัยทัศน์ "AJA จะเป็น Holding Company ที่กระจายการลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ และสร้างแต่ธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตยั่งยืน"

พันธกิจ "AJA จะเป็น Holding Company ที่มีเทคโนโลยีที่ดีที่สุดใน Southeast Asia โดยมุ่งสร้างแบรนด์สินค้า ที่มีเทคโนโลยีสูง และบริการที่ดี

บริษัททีดีเอสซี และพันธมิตรดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นผู้ประกอบการคนไทยที่เป็นผู้นำในธุรกิจนี้ ซึ่งปัจจุบันบริษัทเป็นรองเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติ เท่านั้น สำหรับในปี 2561 นี้ บริษัทมีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจใน 4 ส่วนหลัก ๆ คือ

1. บริษัทมีเป้าหมายในการเติบโตของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งเป็นธุรกิจหลักในปัจจุบัน โดยตั้งเป้าหมายยอดขายในปี 2561 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10-20 เมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายในปีที่ผ่านมา
2. สนับสนุนการดำเนินธุรกิจในบริษัทย่อย และเน้นการลงทุนที่สร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนของบริษัทในระยะยาว ดังนี้
 - 2.1 ได้รับส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 10 ของสมาร์ทโฟนในตลาดส่วนอื่น หรือ 100,000 เครื่อง ต่อเดือน
 - 2.2 ขยายการให้บริการวางตู้ขายอาหารสำเร็จรูปและเครื่องดื่ม ผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคอัตโนมัติ (Vending Machine) ให้ได้ 3,000 ตู้ภายในระยะเวลา 5 ปี
 - 2.3 สร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจบริการอีคอมเมิร์ซโดยให้เพิ่มบริการ VAS Service และขยายธุรกิจ Trading บน Alibaba โดยตั้งเป้าหมายให้มีสินค้าไม่ต่ำกว่า 100 ชนิดภายในปี 2561
 - 2.4 เริ่มสร้างแบรนด์ “BYD” ให้เป็นที่รู้จักในธุรกิจรถยนต์พลังงานไฟฟ้าในไทย พร้อมทั้งควบคู่กับการทำการตลาดแบบ B To B หมายถึง การขายแบบเฉพาะกลุ่มธุรกิจถึงธุรกิจ โดยเน้นไปที่ระบบขนส่งมวลชนเป็นหลัก ได้แก่ รถแท็กซี่ รถเมล์ รวมถึงรถประเภทพิเศษอย่างรถลากกระเป๋าสนามบิน และรถไฟดีลิฟท์ที่ใช้ยกของในโกดังเป็นต้น โดยตั้งเป้าหมายการขายไว้ที่ 500 คัน

ในส่วนของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนั้น บริษัทจะกำหนดให้เหมาะสมกับการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้สินค้าระดับกลางลงมา โดยมีกลยุทธ์หลักดังนี้คือ

1. กลยุทธ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและสมาร์ทโฟน คือ
 - 1.1 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการสร้าง Brand Shop และ Digital Marketing อย่างเต็มตัวในทุก Plate form
 - 1.2 เพิ่มสินค้าใหม่เพื่อทดแทนสินค้าเดิมให้ทันสมัยสอดคล้องกับยุคสมัยในปัจจุบัน
 - 1.3 เพิ่มลูกค้าและพันธมิตร เพื่อทำการตลาดร่วมกัน
 - 1.4 ประเมินความคุ้มค่าแต่ละช่องทางให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด
2. กลยุทธ์ในการลงทุนในธุรกิจที่การให้บริการวางตู้ขายอาหารสำเร็จรูปและเครื่องดื่ม ผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคอัตโนมัติ (Vending Machine) คือ
 - 2.1 สร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ “ เต็มสดชื่น AJV ” ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มธุรกิจและตอบสนองความต้องการของคนยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว สามารถซื้อง่ายแม้ในยามค่ำคืน

- 2.2 หาพันธมิตรที่แข็งแกร่งที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ เช่น กลุ่มธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า เพื่อสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม คุ่มค่าแก่การลงทุน
3. กลยุทธ์สำหรับการขยายตัวสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล คือ
- 3.1 รักษาฐานลูกค้าเดิม และสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มลูกค้าใหม่
- 3.2 เป็นพันธมิตรร่วมกับคู่ค้า ในการให้บริการ Bundle Alibaba Package ทางด้าน Financial Service และในการจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานรัฐเพื่อให้ลูกค้ามีความเข้าใจในการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก
- บริษัทเชื่อมั่นว่าแนวคิดที่บริษัทกำหนดไว้ และการผลักดันการดำเนินการตามกลยุทธ์ที่กำหนดข้างต้นจะสามารถสร้างยอดขาย และผลการประกอบการที่ดีให้บริษัทในปี 2561 และในอนาคตต่อไป

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้ของบริษัท

โครงสร้างรายได้จากการขายและการให้บริการ แยกตามกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ (หน่วย : พันบาท)	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
1. รายได้จากการขายสินค้า กลุ่ม AV	1,487,107	78.79%	835,180	66.95%	566,997	72.87%
2. รายได้จากการขายสินค้า กลุ่ม AP	357,294	18.93%	412,225	33.04%	173,535	22.18%
3. รายได้จากการขาย – ลิขสิทธิ์ละคร	43,058	2.28%	150	0.01%	15,519	1.98%
4. รายได้จากการขาย – อาหารและเครื่องดื่มจากตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติ	-	-	-	-	23,168	2.96%
รายได้จากการขายก่อนหักส่วนลดและสำรองค่าเผื่อสินค้ารับคืน	1,887,459	100.00%	1,247,555	100.00%	782,363	100.00%
หัก ส่วนลดจ่าย	(221,340)	(11.73)%	(178,285)	(14.29)%	(127,808)	(16.34)%
สำรองค่าเผื่อสินค้ารับคืน (สำรองเพิ่ม) / กลับรายการ	15,126	0.80%	3,878	0.31%	2,431	0.31%
รายได้จากการขาย - สุทธิ	1,681,245	100.00%	1,073,148	99.88%	656,986	96.27%
รายได้จากการให้บริการ	-	-	1,273	0.12%	5,152	0.75%
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	1,681,245	100.00%	1,074,421	100.00%	662,138	100.00%

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

2.2.1 ธุรกิจหลักของบริษัท

บริษัทดำเนินธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายใต้ตราสินค้า “AJ” ซึ่งกลุ่มบริษัทได้จัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและคุณภาพเชื่อถือได้ ปัจจุบันกลุ่มบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ากว่า 246 รุ่น โดยแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน

1) เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง (Audio and Visual Product : AV)

เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงถือเป็นกลุ่มสินค้าหลักของกลุ่มบริษัท โดยมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 67 – ร้อยละ 79 ของรายได้จากการขายรวมของกลุ่มบริษัทตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีสินค้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงประมาณ 246 รุ่น โดยสามารถจำแนกกลุ่มย่อยได้ดังนี้

- เครื่องเล่นดีวีดี เครื่องเล่นดีวีดีบลูเรย์ และเครื่องเล่นดีวีดีแบบพกพา

เครื่องเล่นดีวีดี เครื่องเล่นดีวีดีบลูเรย์ และเครื่องเล่นดีวีดีแบบพกพา (Portable DVD Player) จัดเป็นสินค้าหลักโดยมีสัดส่วนรายได้คิดเป็นร้อยละ 22- ร้อยละ 25 ของรายได้จากการขายในกลุ่มของเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันกลุ่มบริษัทจำหน่ายทั้งเครื่องเล่นดีวีดี เครื่องเล่นดีวีดีบลูเรย์

แบบตั้งโต๊ะ และเครื่องเล่นดีวีดีแบบพกพา จำนวน 31 รุ่น ตามลำดับ โดยเครื่องเล่นดีวีดีของกลุ่มบริษัทสามารถรองรับระบบไฟล์ DVD, DVD-R, VCD, CD, CD-R, SVCD และ MP3 รวมทั้งสามารถเชื่อมต่อกับพอร์ต USB และ SD card สำหรับเครื่องเล่นดีวีดีบางรุ่นยังรองรับภาพ HDMI ซึ่งมีความละเอียดได้ถึง 1080p และเสียงในระบบ 5.1

ตัวอย่างสินค้าเครื่องเล่นดีวีดี



สำหรับเครื่องเล่นดีวีดีแบบพกพา (Portable DVD Player) นั้นจะมีจอภาพ LCD/LED และช่องเสียบหูฟังในตัว สามารถรับสัญญาณโทรทัศน์ได้ รองรับไฟล์ในรูปแบบ DVD, MPEG4, VCD, MPEG-1, MPEG-2, MP3, CD-AUDIO, WMA, Picture CD (JPEG) สามารถเชื่อมต่อกับพอร์ต USB และ SD card สำหรับบางรุ่นมีระบบป้องกันการสะท้อนขณะเล่น สามารถหมุนจอและนำไปติดตั้งภายในรถยนต์ได้

ตัวอย่างสินค้าเครื่องเล่นดีวีดีแบบพกพา



- เครื่องเสียง ลำโพง และชุดโฮมเธียเตอร์

สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในกลุ่มเครื่องเสียงประกอบด้วย ชุดโฮมเธียเตอร์ ชุดไมโครคอมโพเนนท์ ลำโพง วิทยุพกพา แอมป์ภาคขยาย และ เป็นต้น โดยเครื่องใช้ไฟฟ้าในกลุ่มเครื่องเสียงมีส่วนรายได้คิดเป็นร้อยละ 45 – ร้อยละ 49 ของรายได้จากการขายในกลุ่มของเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

ตัวอย่างสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในกลุ่มเครื่องเสียง

ชุดโฮมเธียเตอร์



ไมโครคอมโพเนนท์



ลำโพง



ลำโพงเคลื่อนที่



วิทยุพกพา



แอมป์ภาคขยาย



ชุดลำโพงบลูทูธ



มิวสิกบล็อกซ์



- เครื่องเล่นคาราโอเกะและชุดเครื่องเสียงคาราโอเกะ

เครื่องเล่นคาราโอเกะและชุดเครื่องเสียงคาราโอเกะถือเป็นกลุ่มสินค้าใหม่ที่กลุ่มบริษัทเริ่มทำตลาดตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมาและได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี โดยมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 1 – ร้อยละ 3 ของรายได้จากการขายในกลุ่มของเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงทั้งหมด

โดยกลุ่มบริษัทจำหน่ายเครื่องเล่นคาราโอเกะภายใต้ตราสินค้า AJ ของกลุ่มบริษัท ซึ่งลูกค้าที่ซื้อเครื่องคาราโอเกะสามารถเพิ่มเติมเพลงได้ที่จุดบริการเพิ่มเพลงที่ร้าน DNA และ IMAGINE ซึ่งมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ

ตัวอย่างสินค้าเครื่องเล่นคาราโอเกะและชุดเครื่องเสียงคาราโอเกะ



- เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงอื่นๆ

นอกจากผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในกลุ่มหลักแล้ว กลุ่มบริษัทยังจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงอื่นๆ ซึ่งอยู่ในช่วงทดสอบตลาด หรือเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท อาทิเช่น โทรทัศน์ LED ซึ่งรองรับสัญญาณภาพแบบ HDMI โทรทัศน์ DVD-TV ที่ติดตั้งเครื่องเล่นดีวีดีในตัว และไมโครโฟน เป็นต้น

ตัวอย่างเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงอื่นๆ



LED TV



LED TV



DIGITAL TV

2) เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน (Home Appliance: AP)

กลุ่มบริษัทเริ่มทำการตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ทำให้กลุ่มบริษัทมีสัดส่วนรายได้จากเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 19 – ร้อยละ 33 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัทตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

สินค้าในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่

1. เครื่องใช้ภายในครัวเรือนขนาดใหญ่ เช่น เครื่องปรับอากาศแบบเคลื่อนที่ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เป็นต้น
2. เครื่องใช้ภายในครัวเรือนขนาดเล็ก เช่น กระทิกน้ำร้อน หม้อหุงข้าว หม้อเอนกประสงค์ เตาไรต์ เครื่องปั่น เตาแม่เหล็กไฟฟ้า เตาไมโครเวฟ เป็นต้น

ตัวอย่างสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนขนาดใหญ่



ตัวอย่างสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนขนาดเล็ก





2.2.2 ธุรกิจอื่น

ในปี 2560 บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทการร่วมค้า โดยประกอบธุรกิจใน 4 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ

- 1) ธุรกิจสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริม ซึ่งจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า AJ และร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจภายใต้ตราสินค้า MGT, ASTON และ DENGGO
- 2) ธุรกิจอีคอมเมิร์ซด้วยการเป็นตัวแทนบอกรับสมาชิกและให้บริการสมาชิกอาลีบาบาในประเทศไทย รวมถึงการให้บริการที่เกี่ยวข้อง เช่น การให้บริการเพิ่มตู้แสดงสินค้าในเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มโอกาสขยายเป็นต้น
- 3) ธุรกิจขายอาหารสำเร็จรูปและเครื่องดื่ม ผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค (Vending Machine) ซึ่งเป็นตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง สะดวกรวดเร็วและตอบสนองความต้องการของสังคมยุคใหม่
- 4) ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์พลังงานไฟฟ้าภายใต้ตราสินค้า “BYD” ที่ครอบคลุมทั้งรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์สาธารณะ รวมไปถึงรถโดยสารขนาดใหญ่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่ตอนนี้กำลังมุ่งหน้าเข้าสู่ตลาดรถยนต์ไฟฟ้าพลังงานบริสุทธิ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.3 การตลาดและการแข่งขัน

2.3.1 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และตัวแทนจำหน่ายต่างๆ ไปยังผู้บริโภคปลายทาง (End User) คือ กลุ่มผู้บริโภคระดับกลางลงมาจนถึงระดับล่างซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของกลุ่มบริษัท ผู้บริโภคในกลุ่มดังกล่าวเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีกำลังซื้อในระดับปานกลาง เช่น นักศึกษา หรือวัยทำงานระยะต้น เป็นต้น ซึ่งส่วนมากอาศัยอยู่ตัวคนเดียวหรือเป็นครอบครัวขนาดเล็ก และบางส่วนมีการย้ายที่อยู่อาศัยบ่อย จึงเป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อราคาและต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีในราคาที่ไม่สูงนัก

นอกเหนือจากกลุ่มลูกค้าหลักแล้ว กลุ่มบริษัทยังมองเห็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น โดยผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในบางกลุ่มมุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในระดับกลางขึ้นไป อาทิเช่น เครื่องเล่นคาราโอเกะ และเครื่องเล่นดีวีดีบลูเรย์ เป็นต้น

ช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องด้วยสินค้าของกลุ่มบริษัทเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อความบันเทิงในครัวเรือน (Home Entertainment) และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน จึงต้องเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคปลายทางได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพที่สุด โดยจัดจำหน่ายผ่านช่องทาง

- 1) ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)
- 2) ตัวแทนจำหน่ายและร้านย่อย
- 3) จำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง เช่น การจัดงานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ
- 4) ช่องทางอื่น ๆ เช่น ผ่านทาง Website , Facebook เป็นต้น

2.3.2 กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัทวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้สินค้าระดับกลางลงมา โดยสินค้าของกลุ่มบริษัทจะเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าคุณภาพใกล้เคียงหรือเทียบเคียงได้กับสินค้าของผู้ประกอบการต่างชาติในราคาที่ถูกลงกว่า และมีคุณภาพสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการในประเทศหรือสินค้านำเข้าราคาถูกจากต่างประเทศซึ่งมักจะเน้นการแข่งขันทางราคามากกว่าคุณภาพสินค้า โดยกลุ่มบริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ในการตลาดและผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท ดังนี้

ตลอดจนรับประกันคุณภาพสินค้า 1 ปี พร้อมทั้งมีศูนย์บริการหลังการขายกว่า 80 แห่งทั่วประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อสินค้าของกลุ่มบริษัทที่จะมาใช้บริการ

1. การสร้างคุณค่าในตราสินค้า (Brand Equity) และการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness)

นอกจากคุณภาพของตัวสินค้าแล้ว กลุ่มบริษัทตระหนักดีว่า ตราสินค้า (Brand) ถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จทางการตลาด โดยนอกเหนือจากปัจจัยด้านคุณภาพและราคาแล้ว ความคุ้นเคยและเชื่อถือในตราสินค้านับเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้สินค้า กลุ่มบริษัทจึงให้ความสำคัญในการสร้างคุณค่าและการสร้างการรับรู้ในตราสินค้า “AJ” โดยในช่วงแรกของการทำการตลาดกลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ว่า “AJ ตราสินค้าของคนไทย ที่มีคุณภาพและความคงทน” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ที่ใช้สินค้านั้นใจถึงอายุการใช้งานของสินค้า จากนั้นกลุ่มบริษัทได้ให้นักแสดงอาวุโสคือ คุณสมบัติ เมทะนี ซึ่งได้รับการลงชื่อในกินเนสบุ๊กส์ว่าเป็นนักแสดงที่รับบทพระเอกมากที่สุดในโลก เข้ามาเป็นพรีเซ็นเตอร์ให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท ภายใต้โลแกนที่ว่า “AJ พระเอกตัวจริง” เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของความคงทน และอายุใช้งานยาวนานเช่นเดียวกับคุณสมบัติ เมทะนี ซึ่งเป็นพระเอกขวัญใจของคนไทยมาอย่างยาวนาน

กลุ่มบริษัทได้พยายามสร้างการรับรู้ในตราสินค้าของผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นด้านสื่อโฆษณาโทรทัศน์และวิทยุ ป้ายโฆษณา สิ่งพิมพ์ ไปจนถึงการเป็นผู้สนับสนุนรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และทีมฟุตบอลต่างๆ รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้มีชื่อเสียงในวงการต่างๆ ถึงการใช้สินค้าของกลุ่มบริษัท เพื่อสร้างความเชื่อมั่นถึงคุณภาพสินค้า และทำให้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทเป็นที่คุ้นเคยของผู้บริโภคโดยทั่วไป ซึ่งการรับรู้ในตราสินค้าและความเชื่อถือในตัวบริษัทถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ณ จุดซื้อของผู้บริโภค

ทั้งนี้ในปี 2555 ตราสินค้า AJ ของกลุ่มบริษัทได้รับเลือกให้เป็น “Trusted Brand” ในหมวดเครื่องเล่นดีวีดี จากการสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคใน 8 ประเทศซึ่งจัดโดยนิตยสาร รีดเดอร์ส ไดเจสท์ เกี่ยวกับตราสินค้าที่ผู้บริโภคไว้วางใจทั้งในด้านของความเชื่อถือ คุณภาพ คุณค่า ความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคม และความคิดริเริ่ม

สร้างสรรค์ในการนำเสนอสินค้าใหม่สู่ตลาดเสมอ จากผลการสำรวจดังกล่าว ผู้บริหารจึงเชื่อมั่นว่าตราสินค้า AJ จะเป็นหนึ่งในตราสินค้าของคนไทยที่ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่กล่าวถึงในลำดับต้นๆ

2. การคัดเลือกและสรรหาสินค้าที่มีคุณภาพตรงความต้องการตลาด ตลอดจนมีการให้บริการหลังการขาย และรับประกันคุณภาพ

กลุ่มบริษัทตระหนักดีว่าการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าจะสร้างโอกาสในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากผู้บริโภค อย่างไรก็ตามการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้น กลุ่มบริษัทต้องมีสินค้าที่มีคุณภาพและคุณลักษณะที่ตรงความต้องการของผู้บริโภคประกอบด้วย โดยฝ่ายขายและการตลาดของกลุ่มบริษัทได้ทำการสำรวจตลาดและความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนเปรียบเทียบคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทกับผู้ประกอบการรายอื่น เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถแข่งขันได้กับผู้ประกอบการรายอื่น

3. การกำหนดราคาที่เหมาะสม

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคระดับกลางถึงระดับล่าง ดังนั้นการกำหนดราคาจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ เนื่องจากลูกค้าพิจารณาความคุ้มค่าด้านราคาและคุณภาพมากกว่าความคงทนของผลิตภัณฑ์ในแง่การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค จึงทำให้ราคาสินค้าถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันเพิ่มขึ้น โดยมีคุณภาพเทียบเคียงสินค้าของผู้ประกอบการต่างชาติแต่มีราคาใกล้เคียงกับของผู้ประกอบการรายอื่นในประเทศ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทเชื่อว่าจากคุณภาพและการกำหนดราคาที่เหมาะสมของสินค้าของกลุ่มบริษัท เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตราสินค้า AJ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

4. การบริหารช่องทางการจำหน่ายและพนักงานขาย

ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคปัจจุบันโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มบริษัท มีการจับจ่ายใช้สอยและซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านร้านค้าปลีกในลักษณะโมเดิร์นเทรดเป็นหลัก ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงเน้นการบริหารช่องทางการจำหน่ายในลักษณะที่สอดคล้องกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับช่องทางการจำหน่ายในกลุ่มธุรกิจโมเดิร์นเทรดเป็นหลัก และด้วยลักษณะการประกอบธุรกิจโมเดิร์นเทรดนั้น ผู้จำหน่ายสินค้า (Vender) จะต้องทำสัญญากับห้าง โดยมีการกำหนดรายละเอียดเงื่อนไขทางการค้าต่างๆ เช่น ยอดขาย ส่วนลดทางการค้า ค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้า และการมีพนักงานขายประจำตามจุดจำหน่ายสินค้า เป็นต้น ทำให้เป็นข้อจำกัดในการเข้าสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ ในขณะที่ผู้ประกอบการปัจจุบันแต่ละรายจะต้องทำการติดตามยอดจำหน่ายสินค้าของตนในห้างแต่ละสาขาอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับเปลี่ยนแผนการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าแต่ละรุ่นของตนให้มีความเหมาะสมกับลูกค้าที่เข้ามาจับจ่ายในห้างให้สามารถแข่งขันได้กับผู้ประกอบการรายอื่นรวมทั้งเป็นไปตามเป้าหมายที่ตกลงไว้ร่วมกับห้าง

การบริหารพนักงานขาย (PC) ถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการบริหารช่องทางการจำหน่าย ที่จะช่วยสนับสนุนให้รายได้ของกลุ่มบริษัทเป็นไปตามเป้าหมายตามที่ตกลงกับห้าง และเป็นช่องทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล ณ จุดจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มบริษัท ซึ่งช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถกำหนดและปรับเปลี่ยนแผนการตลาดได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา ปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีพนักงานขาย (PC) เกือบ 700 คน กระจายอยู่ตามช่องทางการจำหน่ายต่างๆ

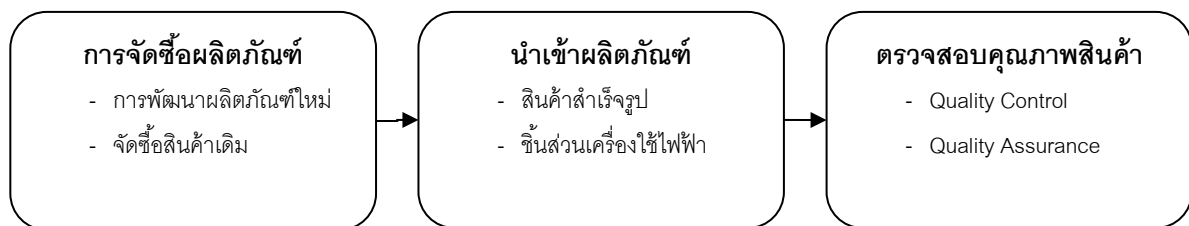
ทั้งนี้ ปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีการบริหารจัดการพนักงานขายในหลากหลายรูปแบบ เช่น

- อบรมพนักงานขายก่อนการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าของกลุ่มบริษัทเพื่อให้สามารถนำเสนอ และแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า
- การดูแลการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างใกล้ชิดเพื่อช่วยกระตุ้นและแก้ไขปัญหาพนักงาน และจัดประชุมพนักงานขายอย่างสม่ำเสมอทุกเดือนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลการปฏิบัติงาน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีในหมู่พนักงานขาย และสร้างความรู้สึกร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร
- การกำหนดเป้าหมายในการขายและการกำหนดค่าตอบแทนพนักงานขายที่มีความเหมาะสมเพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน
- การวางระบบการจัดส่งข้อมูลรายวันในเรื่องการจำหน่ายสินค้าและสินค้าคงเหลือในแต่ละรุ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลังและการวางแผนการตลาดของกลุ่มบริษัท

การบริหารช่องทางการจำหน่ายและพนักงานขายที่ดี จะส่งผลให้กลุ่มบริษัทสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันและเติบโตในธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์

การจัดหาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทมีขั้นตอนดังต่อไปนี้



กลุ่มบริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าทั้งหมดจากต่างประเทศ โดยบริษัทเป็นผู้นำเข้าจากประเทศจีนมากกว่าร้อยละ 90 โดยบริษัทได้กำหนดทะเบียนผู้ผลิต (Vendor List) ให้มีความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตทั้งในแง่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความชำนาญ ความสามารถในการผลิตและจัดส่งสินค้าให้ทันเวลา รวมถึงประวัติการดำเนินงานที่น่าเชื่อถือของผู้ผลิตเป็นหลักสำคัญ โดยยึดหลัก 6R คือ

- Right Quality - การสั่งซื้อสินค้าที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของตลาด
- Right Quantity - การพิจารณาปริมาณสั่งซื้อที่เหมาะสม สอดคล้องกับการขาย
- Right Time - การกำหนดระยะเวลาสั่งซื้อและส่งมอบที่เหมาะสม เพื่อป้องกันสินค้าขาดตลาด
- Right Price - ราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้
- Right Source - เลือกผู้ผลิตที่มีความน่าเชื่อถือ สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานของกระทรวงอุตสาหกรรม
- Right Place - ตรวจสอบการจัดส่งสินค้าให้ถูกต้อง

ในการคัดเลือกผู้ผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่นั้น กลุ่มบริษัทมีนโยบายที่จะให้น้ำหนักผู้ผลิตหรือตัวแทน
ส่งออกสินค้าที่อยู่ในทะเบียนผู้ผลิต (Vendor List) ของกลุ่มบริษัทมากกว่าผู้ผลิตรายใหม่ที่ไม่เคยมีรายการค้ากันมาก่อน
รวมถึงความชำนาญในการผลิตสินค้าที่แตกต่างกันไปในแต่ละผู้ผลิต

3. ปัจจัยความเสี่ยง

การพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงของบริษัท เอเจ แอดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด(มหาชน) จะแยกพิจารณาเป็น 2 ส่วนหลักตามลักษณะการทำธุรกิจคือ ความเสี่ยงของบริษัทใหญ่ และความเสี่ยงของบริษัทย่อย ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบันมีความแตกต่างกันพอสมควร เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พอจะสรุปได้ดังนี้คือ

1. ความเสี่ยงของธุรกิจของบริษัทใหญ่

- 1.1 ความเสี่ยงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา จากสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมาส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เป็นผู้ซื้อสินค้าของบริษัทโดยตรง เนื่องจากสินค้าที่บริษัทจำหน่ายอยู่คือสินค้าประเภทเครื่องเสียงและเครื่องใช้ในครัวเรือน โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม ตั้งแต่ กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยจนถึงกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง เมื่อเกิดสภาพกำลังซื้อตกต่ำลงก็จะกระทบกับยอดขายของบริษัททันที แต่อย่างไรก็ตามบริษัทก็พยายามพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดทั้งในด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย และการลด แลก แจก แถมเพื่อกระตุ้นกำลังซื้อ ซึ่งได้ผลอยู่ในระดับหนึ่ง
- 1.2 ความเสี่ยงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สินค้ากลุ่มเครื่องเสียงนั้นเป็นกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เป็นหลัก เช่น เครื่องเล่นดีวีดี เป็นต้น โดยที่สินค้าในกลุ่มนี้มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีค่อนข้างเร็ว ก็จะทำให้เกิดความล้าสมัยของสินค้า ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องพัฒนาสินค้าให้ทันสมัยอยู่เสมอในขณะเดียวกันก็ต้องจับตาถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งบริษัทพบว่า การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดังกล่าว ตลาดในกรุงเทพฯ และหัวเมืองหลัก กับตลาดต่างจังหวัดมีการตอบสนองที่แตกต่างกัน จึงต้องนำเสนอสินค้าให้มีความแตกต่างกัน
- 1.3 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน เช่นเดียวกับผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมาจำหน่ายในประเทศไทย รายอื่น ๆ ซึ่งจะมีความเสี่ยงที่สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ในส่วนของบริษัทกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้านั้นใช้การสั่งซื้อสินค้าเป็นเงินเหรียญดอลลาร์สหรัฐ เป็นหลัก
- 1.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้บริหาร ปัจจุบันในส่วนของการจัดซื้อต่างประเทศ และการจัดการด้านการตลาดยังเป็นภาระหน้าที่ของประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นหลัก โดยการสั่งซื้อสินค้าและการจัดหาสินค้าจากต่างประเทศเป็นการจัดซื้อจากประเทศจีนเป็นหลัก สืบเนื่องจากเป็นความสามารถเฉพาะตัวและประสบการณ์ที่ยาวนานจึงหาบุคลากรมาทดแทนค่อนข้างยาก แต่อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีการหาบุคลากรมาช่วยแบ่งเบาภาระผู้บริหารได้ ในระดับหนึ่ง ในส่วนของการตลาดและการขายนั้นบริษัทได้ว่าจ้างมืออาชีพมาบริหารงานจนพอสมควรแล้ว ซึ่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารก็จะทยอยมอบหมายตามศักยภาพของมืออาชีพนั้น

2. ความเสี่ยงของบริษัทย่อย

การลงทุนในบริษัทย่อยของบริษัทนั้นจะยึดนโยบายร่วมลงทุนโดยบริษัทจะต้องเป็นผู้ถือหุ้นรายหลักที่มีสัดส่วนการถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อที่จะลดความเสี่ยงสำหรับความรู้ความชำนาญในธุรกิจนั้น ๆ ในขณะเดียวกันก็สามารถที่จะกำหนดทิศทางการทำงานได้พอสมควร แต่ในทางกลับกันบริษัทก็มีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกัน เนื่องจากแต่ละบริษัทที่ดำเนินธุรกิจมาระยะหนึ่งแล้วนั้นก็จะมีวิธีการทำงาน และวัฒนธรรมในการทำงาน ของตนเอง เมื่อมีผู้ถือหุ้นรายใหม่และเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ซึ่งเข้ามาร่วมบริหารงานด้วยนั้น ก็จะต้องหลอมรวมวัฒนธรรมในการทำงานให้เดินร่วมกันได้ แต่เนื่องจากเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้นจึงมีข้อกำหนด และระเบียบวิธีปฏิบัติที่ค่อนข้างจะรัดกุม เพื่อจะเป็นไปตามระเบียบของการควบคุมภายใน อีกทั้งมีหน้าที่โดยตรงในการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะชน ดังนั้นบริษัทย่อยจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว และปรับวิธีการทำงานค่อนข้างมาก ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานร่วมกัน นอกจากนี้แล้วบริษัทย่อยยังมีความเสี่ยงที่มาจากทิศทางของธุรกิจนั้น ๆ ในอนาคตอีกด้วย สำหรับบริษัทย่อยทั้งสามกิจการมีความเสี่ยงที่พอจะสรุปได้ดังนี้คือ

2.1 บริษัท สยามแอดวานซ์ อิเล็คทรอนิกส์ จำกัด คือ

2.1.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ปัจจุบันต้องยอมรับว่า โทรศัพท์สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว อีกทั้งพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคก็สามารถจะเปลี่ยนแปลง ได้ง่ายและรวดเร็วเช่นกัน ทำให้บริษัทต้องติดตามและจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและตรงใจผู้บริโภค

2.1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จำหน่ายรายใหญ่ ปัจจุบันบริษัท สยามแอดวานซ์ อิเล็คทรอนิกส์ จำกัด มีการจำหน่ายสินค้าผ่านพันธมิตรทางธุรกิจ 3 รายใหญ่ที่เป็นตัวกลางในการนำสินค้าไปสู่ผู้ค้าปลีก ดังนั้นเพื่อเพิ่มช่องทางการขายและเข้าถึงผู้บริโภคบริษัทจึงได้เริ่มดำเนินการเปิดร้านค้าของบริษัทเองภายใต้ “AJ Brand Shop” ในพื้นที่เช่าของห้างสรรพสินค้าโดยในปี 2561 เริ่มดำเนินการแล้วจำนวน 3 สาขา

2.2 บริษัท เอเจเวนดิง จำกัด คือ

2.2.1 ความเสี่ยงจากการสูญหายและเสียหายของตู้จำหน่ายเครื่องดื่มและสินค้าสำเร็จรูปอัตโนมัติ (Vending Machine) เนื่องจากธุรกิจของบริษัทเป็นการจำหน่ายเครื่องดื่มและสินค้าสำเร็จรูปอัตโนมัติ ผ่านตู้อัตโนมัติ บริษัทจึงต้องนำตู้สินค้าที่เป็นสินทรัพย์หลักที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างรายได้หลัก ไว้ตามอาคารโรงงาน โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า และที่สาธารณะเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้เกิดความเสี่ยงในการสูญหายและเสียหายของตู้จำหน่ายเครื่องดื่มและสินค้าสำเร็จรูปอัตโนมัติขึ้นได้ ทั้งในรูปแบบโจรกรรม ไฟไหม้ น้ำท่วมหรือถูกจี้ด บริษัทจึงมุ่งเน้นการคัดเลือกตู้ที่มีความแข็งแรงคงทน และมีระบบการป้องกันการ Sensor ตรวจจับปลอม เป็นต้น รวมถึงการเลือกทำเลที่ดีเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

2.3 บริษัท โรเซน เอนเนอร์จี จำกัด และบริษัท เอเจ อีคอมเมิร์ซ จำกัด

2.3.1 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาตัวแทนจำหน่าย

- สัญญาตัวแทนจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับธุรกิจตัวแทนจำหน่าย สัญญาของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมค้า มีลักษณะทั้งที่สามารถต่อสัญญาได้โดยอัตโนมัติและมีกำหนดระยะเวลาในการต่อสัญญาสำหรับสัญญาในลักษณะที่มีการกำหนดระยะเวลาในการต่อสัญญา ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่คู่สัญญาจะขอยกเลิกสัญญาเมื่อถึงกำหนดและมีโอกาสสูญเสียรายได้จากการเป็นตัวแทน อย่างไรก็ตามจากการดำเนินธุรกิจระหว่างกันมาเป็นเวลานานมีสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมาโดยตลอด และได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุในสัญญามา บริษัทจะได้รับความไว้วางใจให้ต่ออายุสัญญา
- ในระหว่างการตกลงในการต่อสัญญา อาจมีโอกาที่คู่สัญญาจะขอเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดเพื่อเพิ่มผลตอบแทนในสัญญาให้เป็นไปตามลักษณะการประกอบธุรกิจปกติ อย่างไรก็ตาม จากการที่บริษัทและคู่สัญญามีการทำธุรกิจร่วมกันมา หากคู่สัญญาขอขึ้นอัตราค่าตอบแทน บริษัทจะเจรจาต่อรองเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงอัตราค่าตอบแทนดังกล่าวเป็นไปในอัตราที่บริษัทและคู่สัญญาได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

2.3.2 ความเสี่ยงจากการที่เจ้าของสินค้าจะเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย

จากการที่บริษัทย่อยและบริษัทร่วมการค้าของบริษัท ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนในการจัดหาสมาชิกและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทเหล่านี้จะเป็นผู้ทำตลาดเอง เพื่อสนับสนุนให้สามารถจำหน่ายสินค้าที่ตนเป็นตัวแทนจำหน่ายให้มากขึ้น อย่างไรก็ตามหากเจ้าของสินค้าต้องการเข้ามาทำตลาดเองก็มีโอกาสที่จะสามารถทำได้ แต่อาจไม่มากนัก เนื่องจากผู้ใช้รถยนต์ในประเทศไทยมีพฤติกรรมเฉพาะตัว ซึ่งจะต้องอาศัยความเข้าใจและความชำนาญพอสมควรประกอบกับขนาดของตลาดไม่ใหญ่นัก ดังนั้นการร่วมมือกับผู้ประกอบการภายในประเทศน่าจะเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 รายละเอียดทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. สำนักงานใหญ่ 427/2 ถนนพระราม2 แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150 - ที่ดิน 13 ไร่ 2 งาน 87.2 ตารางวา โฉนดเลขที่ 4123 และ 4124	เจ้าของ	143.52	-
2. สาขา (โรงงาน) 30/10-14 หมู่5 ถ.เลียบคลองสี่วาพาสวัสดิ์ ต.คอกกระบือ อ.เมืองสมุทรสาคร จ.สมุทรสาคร 74000 - ที่ดิน 6 ไร่ 80.6 ตารางวา โฉนดเลขที่ 56823, 60967, 64921 และ 66720	เจ้าของ	17.32	-
- และส่วนปรับปรุงที่ดิน	เจ้าของ	9.93	-
- อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เจ้าของ	59.74	-
- เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	5.42	-
- เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องจักร (รถโฟล์คลิฟต์)	เจ้าของ	6.32	-
- เครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ	เจ้าของ	27.04	-
- สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	เจ้าของ	14.07	-
3. ยานพาหนะ	เจ้าของ	6.57	สัญญาเช่าการเงิน
รวม		289.93	

ณ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทมีรถยนต์ที่ใช้ในการขนส่งสินค้าได้แก่รถยนต์ส่ง 4 ล้อ (ปิกอัพ) จำนวน 19 คัน รถขนส่ง 6 ล้อ จำนวน 3 คัน รถบรรทุก HINO 4 WHEELS จำนวน 1 คัน รถตู้ จำนวน 2 คัน และ รถจักรยานยนต์ จำนวน 1 คัน โดยทุกคันได้มีการทำประกันภัยในกรณีอุบัติเหตุไว้ทั้งหมด

กลุ่มบริษัทได้มีทำประกันภัยสำหรับอาคารสำนักงานและคลังสินค้ารวมถึงส่วนปรับปรุงอาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์ และสินค้าคงเหลือทั้งในส่วนที่เก็บในคลังสินค้าสำนักงานใหญ่ และที่จัดเก็บในคลังสินค้าเช่า 1 แห่ง เป็นทุนประกันทั้งสิ้น 543 ล้านบาท

ณ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ประกอบด้วยค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ต่างๆ ที่บริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจ ที่ติดตั้งแล้วและที่อยู่ระหว่างติดตั้ง รวมถึงค่าลิขสิทธิ์เพลงที่ใช้กับเครื่องเล่นคาราโอเกะ มูลค่าตามบัญชี 3.94 ล้านบาท

4.2 สัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

ณ 31 ธันวาคม 2560 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. บริษัทเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งและไปรับสินค้า ในกรณีสินค้าส่งผิด หรือล่าช้ากว่ากำหนดทางห้างไม่ได้รับผิดสามารถเรียกค่าเสียหายได้ตามอัตราที่ตกลง

4.2.2 สัญญาแต่งตั้งศูนย์บริการ

บริษัทได้ทำสัญญาแต่งตั้งผู้ให้บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องการเข้าร่วมเป็นศูนย์บริการลูกค้าของกลุ่มบริษัท จำนวน 90 ราย โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

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

รายละเอียดที่สำคัญ

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

2.2.3 สัญญาบริการขนส่ง

บริษัทได้ว่าจ้างผู้ให้บริการขนส่ง 6 รายเพื่อทำหน้าที่ขนส่งสินค้าของกลุ่มบริษัทไปยังห้างร้านในต่างจังหวัด โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

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

รายละเอียดที่สำคัญ

1. บริษัทขนส่งคิดอัตราค่าขนส่งสินค้าใน 2 ลักษณะ คือ คิดอัตราตามขนาดกล่องบรรจุภัณฑ์และบวกเพิ่มตามประเภทสินค้าในกรณีที่สินค้าชิ้นใหญ่ เช่น โทรทัศน์ เครื่องซักผ้า เป็นต้น ซึ่งต้องระมัดระวังในการขนส่งเพิ่มขึ้นโดยคิดอัตราตามระยะทางขนส่งและเพิ่มค่าขนส่งในกรณีพื้นที่ห่างไกลหรือนอกเขตอำเภอ หรือคิดอัตราค่าขนส่งแบบเหมา โดยอัตราค่าขนส่งขึ้นอยู่กับประเภทรถยนต์ขนส่ง ระยะทาง และราคาน้ำมัน หากมีการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าขนส่ง ผู้รับจ้างจะแจ้งให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร
2. กรณีรับคืนสินค้าจากร้านค้า คิดอัตราค่าขนส่งเท่ากับการขนส่งสินค้า โดยบริษัทต้องไปรับสินค้าคืนจากผู้รับจ้างขนส่งภายในระยะเวลาที่กำหนด
3. ผู้รับจ้างรับผิดชอบกรณีสินค้าสูญหายหรือเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งตามจริงแต่ไม่เกินอัตราสูงสุดที่ผู้รับจ้างกำหนดไว้ต่อกล่อง ยกเว้นกรณีที่มิได้เกิดจากการขนส่ง 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. ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาขนส่งรวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดในการขนส่ง อาทิเช่น ค่าน้ำมัน ค่าทางด่วน ค่าผ่านทาง เป็นต้น โดยผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่ออุบัติเหตุสินของ บริษัทและวางเงินประกันความเสียหายจำนวน 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 และสัทซ์ดนตรีในรูปแบบ VCD Karaoke และ MIDI
- อายุสัญญา : 1 – 3 ปี หรือจนกว่าจะครบจำนวนสิทธิที่ได้รับ
- การบอกเลิกสัญญา : เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดสัญญา หรือบอกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร
ล่วงหน้า 30 วัน

รายละเอียดที่สำคัญ

1. บริษัทได้รับสิทธิในการบันทึกเพลงคาราโอเกะลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะภายใต้เครื่องหมายการค้า “AJ” โดยสามารถบันทึกเพลงที่ได้รับลิขสิทธิ์ลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะในการจำหน่ายครั้งแรกตามจำนวนเพลงที่ตกลงในสัญญา และได้รับสิทธิในการเพิ่มเติมเพลงตามทีระบุในสัญญาให้กับลูกค้าหลังการขาย โดยผ่านระบบหรือสถานที่ที่กลุ่มบริษัทได้จัดเตรียมไว้
 2. เครื่องเล่นคาราโอเกะที่จัดจำหน่ายเป็นไปเพื่อความบันเทิงในที่พักอาศัย (Home-use) ภายในประเทศไทยเท่านั้น และบริษัทจะต้องจัดให้มีระบบป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์เพลงที่ถูกบันทึกในเครื่องเล่นคาราโอเกะเพื่อป้องกันการทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
 3. บริษัทจ่ายชำระค่าตอบแทนการใช้ลิขสิทธิ์สำหรับการบันทึกเพลงลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะเพื่อจำหน่ายครั้งแรกให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในอัตราเหมาจ่ายตามจำนวนสิทธิ์หรือระยะเวลาในการใช้ลิขสิทธิ์ หรือในอัตราตามจำนวนสิทธิ์หรือจำนวนเครื่องคาราโอเกะที่จัดจำหน่ายภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยจะต้องแจ้งจำนวนสิทธิ์ที่ใช้ไปหรือเครื่องคาราโอเกะที่จัดหาและจัดจำหน่ายให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ตามระยะเวลาที่กำหนด
 4. สำหรับลิขสิทธิ์ในการเพิ่มเติมเพลง (Update) ให้กับลูกค้าภายหลังการขายนั้น บริษัทจะชำระค่าตอบแทนให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในลักษณะเหมาจ่าย หรือในอัตราตามจำนวนเพลงและจำนวนเครื่องเล่นที่ขออนุญาตทำซ้ำเพิ่มเติม
- ทั้งนี้ในการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์เพลงนั้น แม้ว่าในสัญญาลิขสิทธิ์จะระบุเงื่อนไขการใช้ลิขสิทธิ์ใน 2 ลักษณะ คือกำหนดจำนวนสิทธิ์ที่ได้รับในเวลาที่กำหนดหรือตามกำหนดระยะเวลาของสัญญา อย่างไรก็ตามบริษัทเลือกวิธีการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์ตามระยะเวลาของสัญญา เนื่องจากบริษัทประเมินว่าจำนวนสิทธิ์ที่บริษัทได้รับจากเจ้าของลิขสิทธิ์นั้นมีมากเพียงพอต่อจำนวนยอดขายเครื่องเล่นคาราโอเกะที่บริษัทคาดการณ์ไว้และคาดว่าจะครบกำหนดเวลาในสัญญาก่อนที่บริษัทจะใช้สิทธิ์ดังกล่าวจนครบจำนวน

4.2.6 สัญญาเช่าคลังสินค้า

บริษัทเช่าคลังสินค้าในพื้นที่ใกล้เคียงกับสำนักงานใหญ่และคลังสินค้าของบริษัท โดยทำสัญญาเช่ากับนิติบุคคล ซึ่งมีใช้บริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มบริษัท โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

สถานที่ตั้ง	อัตราค่าเช่า/เดือน	ขนาดพื้นที่	ระยะเวลาเช่า
32 ตึกบี ถนนแสมดำ แขวงแสมดำ เขต บางขุนเทียน กรุงเทพฯ	97,200 บาท	1,620 ตร.ม.	3 ปี สิ้นสุด 31 มีนาคม 2561
29/7 หมู่ 5 ต.คอกกระบือ อ.เมือง จ. สมุทรสาคร	75,000 บาท	1,040 ตร.ม.	1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561

ทั้งนี้คลังสินค้าดังกล่าวถูกใช้เป็นคลังย่อยเพื่อเป็นวางพักสินค้า โดยที่ผ่านมามีการต่อสัญญาเช่า
คลังสินค้าดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

4.2.7 สัญญาแต่งตั้งตัวแทน

บริษัททำสัญญาแต่งตั้งตัวแทนกับบริษัทแห่งหนึ่งภายใต้สัญญาดังกล่าว บริษัทผู้เป็นตัวแทนมีหน้าที่จัดหา
สมาชิกและให้บริการแก่สมาชิกในการเข้าซื้อขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ที่บริษัททำสัญญาเป็นตัวแทนจัดหา
สมาชิกและให้บริการแก่สมาชิก โดยบริษัทมีภาระผูกพันในการจ่ายค่าเหนื่อยหน้าตามที่จะระบุในสัญญา สัญญา
แต่งตั้งตัวแทนมีกำหนดระยะเวลา 12 เดือน

4.2.8 สัญญาความร่วมมือ

บริษัททำสัญญาความร่วมมือกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่งและบริษัทแห่งหนึ่งที่บริษัททำสัญญาเป็นตัวแทนจัดหา
สมาชิกในการซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ ซึ่งสถาบันการเงินดังกล่าวจะเป็นผู้จัดกิจกรรมทางการตลาดและ
ให้บริการธุรกรรมทางการเงินในการซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ โดยบริษัทมีภาระผูกพันในการจ่ายค่าธรรมเนียม
ตามที่ระบุในสัญญา สัญญาความร่วมมือมีกำหนดระยะเวลา 12 เดือน

4.2.9 สัญญาตัวแทน

บริษัททำสัญญาเป็นตัวแทนกับบริษัทแห่งหนึ่ง ภายใต้สัญญาดังกล่าว บริษัทเป็นตัวแทนจัดหาสมาชิกและ
ให้บริการแก่สมาชิกในการเข้าซื้อขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทดังกล่าว โดยบริษัทได้รับส่วนแบ่งจาก
รายได้ค่าสมาชิสดังกล่าวตามที่ระบุในสัญญา สัญญาตัวแทนมีกำหนดระยะเวลา 12 เดือน

4.3 เครื่องหมายการค้า

บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “AJ” กับกรมสำนักงานเครื่องหมายทางการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่คาดว่าจะมีผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่คาดว่าจะมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น