

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เอเจ แอดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) (เดิมชื่อ บริษัท คราวน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)) ดำเนินธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ภายใต้ตราสินค้า “AJ” ตั้งแต่วันที่ 2544 มาจนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 18 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 จนปัจจุบันบริษัทมีบริษัทย่อยที่จัดตั้งแล้วทั้งหมด 6 บริษัท บริษัทร่วมและการร่วมค้า รวม 3 บริษัท

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

วิสัยทัศน์ “AJA จะเป็น Holding Company ที่กระจายการลงทุนในธุรกิจใหม่ ๆ และสร้างแต่ธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตยั่งยืน”

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

บริษัทยึดวิสัยทัศน์ และพันธกิจดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นผู้ประกอบการคนไทยที่เป็นผู้นำในธุรกิจนี้ สำหรับในปี 2563 นี้ บริษัทมีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจในส่วนหลัก ๆ คือ

1. บริษัทมีเป้าหมายในการเติบโตของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยตั้งเป้าหมายยอดขายในปี 2563 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 เมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายในปีที่ผ่านมา และจำหน่ายรถมอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า (AJ EV BIKE) จำนวน 10,000 คัน
2. สนับสนุนการดำเนินธุรกิจในบริษัทย่อย บริษัทร่วมและการร่วมค้า และเน้นการลงทุนที่สร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนของบริษัทในระยะยาว ดังนี้
 - 2.1 จำหน่ายโทรศัพท์มือถือแบบปุ่มกดและสมาร์ตโฟนจำนวน 200,000 เครื่องในปี 2563 ให้ผู้ประกอบการรายย่อยและอื่น ๆ ทั่วประเทศ
 - 2.2 เพิ่มลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมให้คงอยู่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ตลอดจนสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจบริการอีคอมเมิร์ซโดยให้เพิ่มบริการ VAS Service และขยายธุรกิจ Trading บน Alibaba โดยตั้งเป้าหมายให้มีจำนวนสมาชิกไม่ต่ำกว่า 1,500 รายในระยะเวลา 5 ปี
 - 2.3 เป็นผู้นำทางด้านซัพพลายเชนอัจฉริยะ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ล้ำสมัยเพื่อสนับสนุน SME ยุคใหม่ ภายใต้เครื่องหมายการค้า Best Express ในประเทศไทย ซึ่งเป็นธุรกิจในเครือ เบสท์ กรุ๊ป โดยตั้งเป้าหมาย เปิดรับตัวแทนในไทยทั่วทุกภูมิภาคเพื่อมาร่วมสร้างเครือข่ายซัพพลายเชนอัจฉริยะ เชื่อมต่อไทยจีนและเครือข่ายโลจิสติกส์สมัยใหม่ทั่วโลก
 - 2.4 ขยายช่องทางการจำหน่ายธุรกิจรองเท้ากีฬาจากปัจจุบันเป็นร้านค้าเช่าพื้นที่ในห้างสรรพสินค้า ไปยังช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคตามยุคสมัย รวมถึงเปิดร้านค้าอีก 1 สาขา
 - 2.5 จำหน่ายตู้เติมเงินออนไลน์ จำนวน 12,000 ตู้ให้กับผู้ประกอบการและตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ

ในส่วนของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนั้น บริษัทจะกำหนดให้เหมาะสมกับการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ผู้ใช้สินค้าระดับกลางลงมา โดยมีกลยุทธ์หลักดังนี้คือ

1. กลยุทธ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและสมาร์ทโฟน คือ
 - 1.1 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสมาร์ทโฟนถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด
 - 1.2 เพิ่มสินค้าใหม่เพื่อทดแทนสินค้าเดิมให้ทันสมัยสอดคล้องกับยุคสมัยในปัจจุบัน
 - 1.3 พัฒนาสื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการขาย การชำระเงิน การจัดส่ง เพื่อความรวดเร็ว ประหยัดและลดความเสี่ยง
 - 1.4 โฆษณาสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ สื่อออนไลน์ และการทำแคมเปญการตลาด
 - 1.5 ประเมินความคุ้มค่าแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด
 - 1.6 ปรับโครงสร้างทีมขาย โดยให้ AJ ขายผ่านตัวแทนการจัดจำหน่ายและ HOTWAV ขายผ่านพนักงานขาย
2. กลยุทธ์สำหรับการขยายตัวสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล คือ
 - 2.1 รักษาฐานลูกค้าเดิม และสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มลูกค้าใหม่
 - 2.2 เป็นพันธมิตรร่วมกับคู่ค้า ในการให้บริการ Bundle Alibaba Package ทางด้าน Financial Service และการจัดสัมมนาร่วมกับหน่วยงานรัฐเพื่อให้ลูกค้ามีความเข้าใจในการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก

บริษัทเชื่อมั่นว่าแนวคิดที่บริษัทกำหนดไว้ และการผลักดันการดำเนินการตามกลยุทธ์ที่กำหนดข้างต้นจะสามารถสร้างยอดขาย และผลการประกอบการที่ดีให้บริษัทในปี 2563 และในอนาคตต่อไป

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2560 :

บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนชื่อจาก บริษัท คววน์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัท เอเจ แอดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) เพื่อให้สอดคล้องกับเครื่องหมายการค้า “เอเจ” นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย 2 บริษัทได้แก่ บริษัท เอเจ เวนดิง จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการตู้ขายน้ำอัดลมอัตโนมัติ และตู้น้ำดื่ม และ บริษัท ไวเซน เอนเนอร์จี จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจการนำเข้าและจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้า ติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า และโรงงานผลิตรถยนต์ไฟฟ้า โดยใช้ตราชื่อ “BYD” จากประเทศจีน ทั้งนี้บริษัทฯ ยังได้ลงทุนโดยการเข้าซื้อหุ้นเพิ่มเติมในบริษัท แอปป์ วิชั่นส์ จำกัดซึ่งดำเนินธุรกิจการผลิตรายการละครโทรทัศน์และสื่อบันเทิงต่างๆ และในปีเดียวกันนี้บริษัทฯ ได้ขายเงินลงทุนในบริษัท สยามแอดวานซ์ อิเล็คทรอนิกส์ จำกัด เป็นจำนวน 24,000 หุ้นหรือเท่ากับร้อยละ 48 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว (เดิมบริษัทฯ ถืออยู่ร้อยละ 99 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว) การขายดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการปรับโครงสร้างทางธุรกิจของบริษัท ซึ่งถูกดำเนินขึ้นเพื่อเปลี่ยนลักษณะการดำเนินธุรกิจจากการเป็นผู้จำหน่ายอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนเป็นผู้จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือแบบค้าปลีกและส่งผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทย่อยแห่งนี้ โดยผู้ซื้อที่จะเข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นและกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม เป็นผู้มีประสบการณ์และความชำนาญเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่าย โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการขายสินค้าของบริษัท และช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มบริษัท

ปี 2561 :

ในด้านการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ได้มีการลงทุนโดยการจัดตั้งบริษัทร่วมทุน 2 แห่งได้แก่ บริษัท บีแอลทีซี อินคอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจด้านโลจิสติกส์ และบริษัท ยูโท กรุ๊ป จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในประเทศจีน โดยการลงทุนครั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทฯ ได้เห็นถึงโอกาสในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกลุ่มบริษัท และเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาธุรกิจหลักของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท เวนดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัดทั้งหมดซึ่งบริษัทฯ สามารถนำเงินที่ได้รับไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนช่วยเสริมสภาพคล่อง และใช้ลงทุนขยายธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไป

ปี 2562 :

เดือนกรกฎาคม บริษัทฯ ได้เห็นถึงโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเห็นว่าคนไทยจำนวนมากหันมาใส่ใจสุขภาพ ด้วยการออกกำลังกาย ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจของบริษัทย่อย (บริษัท แสบปี้ วิชั่นส์ จำกัด) ที่ได้หยุดดำเนินการไป จากการผลิตรายการละครโทรทัศน์ และสื่อบันเทิงต่าง ๆ เป็นการขายรองเท้ากีฬาเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าว

เดือนสิงหาคม บริษัทฯ ได้มีการลงทุนโดยเข้าซื้อหุ้นบริษัท บางกอก เพย์ จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจจำหน่ายตู้เติมเงิน และเป็นตัวแทนให้กับผู้ได้รับอนุญาตในการให้บริการระบบโอนและรับชำระเงินด้วยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งกรรมการบริษัทฯ ได้เห็นถึงโอกาสในการเติบโตและการต่อยอดธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกลุ่มบริษัท อีกทั้งยังเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาธุรกิจหลักของบริษัทฯ

เดือนตุลาคม บริษัทฯ มีมติอนุมัติการขายหุ้นทั้งหมดใน บริษัท เอเจ เวนดิง จำกัด รวมแล้วเป็นจำนวน 3,850,000 หุ้นหรือคิดเป็นร้อยละ 55.00 จากหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมด ให้กับบริษัท สแน็คทูโก (ประเทศไทย) จำกัด จึงทำให้บริษัท เอเจ เวนดิง จำกัด สิ้นสภาพการเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 13 มีนาคม 2563 โครงสร้างกลุ่มบริษัท เป็นดังนี้

บริษัท เอเจ แอดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) (AJA)

บริษัทย่อย

- บริษัท สยามแอดวานซ์ อิเลคทรอนิกส์ จำกัด (51%)
- บริษัท เอเจ อีคอมเมิร์ซ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ทีแอนด์ซี แอดวานซ์ อิเลคทรอนิกส์ จำกัด) (99%)
- บริษัท แสบปี วิชั่นส์ จำกัด (99%)
- บริษัท ยูโท กรุ๊ป จำกัด (51%)
- บริษัท บางกอก เพย์ จำกัด (60%)
- บริษัท เอเจ บิวตี้ กรุ๊ป จำกัด (100%)
- บริษัท ยูเนี่ยนไทย แพลตฟอร์ม จำกัด (51%)*

บริษัทร่วมและการร่วมค้า

- บริษัท ไรเซน เอนเนอร์จี จำกัด (45%)
- บริษัท บีแอลทีซี อินคอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (60%)
- บริษัท เมืองไทย ดิจิตอล จำกัด (30%)

หมายเหตุ * เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2563 กรรมการบริษัทมีมติอนุมัติการจัดตั้งบริษัท ยูเนี่ยนไทย แพลตฟอร์ม จำกัดซึ่งเป็นบริษัทย่อยโดยตรง เพื่อดำเนินธุรกิจแพลตฟอร์มด้านการลงทุน บริหารจัดการและบริการออนไลน์ให้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย โดยบริษัทย่อยจะมีทุนจดทะเบียนอยู่ที่ 1 ล้านบาทแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 100,000 หุ้น โดยบริษัทจะเข้าถือ 51,000 หุ้นคิดเป็นร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน ทั้งนี้ บริษัทอยู่ระหว่างการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อยดังกล่าว

รายละเอียดของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมและร่วมการค้า

บริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	จำนวนหุ้นที่ถือ (ร้อยละ)	จำนวนหุ้นที่ถือ	หมายเหตุ
บริษัท สยามแอดวานซ์ อิเลคทรอนิกส์ จำกัด	จำหน่ายสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริม	50 มูลค่าตราไว้ 100 บาท	51	255,000	
บริษัท เอเจ อีคอมเมิร์ซ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ทีแอนด์ซี แอดวานซ์ อิเลคทรอนิกส์ จำกัด)	ประกอบธุรกิจอีคอมเมิร์ซด้วยการเป็นตัวแทนบอกรับสมาชิกและให้บริการสมาชิกอาลีบาบาในประเทศไทย	5 มูลค่าตราไว้ 100 บาท	99	49,500	
บริษัท แสบปี วิชั่นส์ จำกัด	จำหน่ายรองเท้ากีฬา	20 มูลค่าตราไว้ 10 บาท	99	1,980,000	เริ่มธุรกิจ 1/7/2562
บริษัท ยูโท กรุ๊ป จำกัด	ธุรกิจส่งออกสินค้าและให้บริการแก่สมาชิกในการซื้อขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์	50 มูลค่าตราไว้ 100 บาท (ทุนชำระแล้ว 25%)	51	254,999	หยุดดำเนินงาน

บริษัท บางกอกเพย์ จำกัด	จำหน่ายและให้บริการตู้เติมเงินและเป็นตัวแทนให้กับผู้ได้รับอนุญาตในการให้บริการระบบโอนและรับชำระเงินด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงจำหน่ายเครื่องชำระเงิน (POS) และบริการให้เช่าแบตเตอรี่สำรอง	100 มูลค่าตราไว้ 10 บาท (ทุนชำระแล้ว 69%)	60	4,140,000	จัดตั้งบริษัท/ เริ่มธุรกิจ 1/8/2562
บริษัท โรเซน เอนเนอร์จี้ จำกัด	ประกอบธุรกิจนำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์พลังงานไฟฟ้าภายใต้ตราสินค้า "BYD"	50 มูลค่าตราไว้ 100 บาท	45	225,000	หยุดดำเนินงาน (ร่วมการค้า)
บริษัท บีแอลทีซี อินคอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด	ธุรกิจโลจิสติกส์	65.71 มูลค่าตราไว้ 100 บาท	60	369,047	(บริษัทร่วม)
บริษัท เมืองไทย ดิจิตอล จำกัด	นำเข้า ขายส่ง ขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า	3 มูลค่าตราไว้ 100 บาท	30	9,000	หยุดดำเนินการ (บริษัทร่วม)
บริษัท เอเจ บิวตี้ กรุ๊ป จำกัด	ธุรกิจสถานบริการเสริมความงามทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด	20 มูลค่าตราไว้ 10 บาท (ทุนชำระแล้ว 69%)	100	1,999,998	จัดตั้ง 24/2/2563 ยังไม่เริ่ม ดำเนินการ
บริษัท ยูเนียนไทยแพลตฟอร์ม จำกัด	ธุรกิจแพลตฟอร์มด้านการลงทุน บริหารจัดการและบริการออนไลน์ให้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย	1 มูลค่าตราไว้ 10 บาท	51	51,000	ยังไม่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

ปัจจุบันบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นหลัก โดยมีธุรกิจอื่น ๆ ที่ได้ดำเนินธุรกิจอยู่เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการเพิ่มความแข็งแกร่งให้กลุ่มบริษัท โดยการลงทุนในธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตที่ยั่งยืน ทั้งนี้บริษัทฯ มีนโยบายการแบ่งการดำเนินงานตามประเภทธุรกิจของแต่ละบริษัท โดยได้จำแนกเป็นการดำเนินงานของแต่ละส่วนงาน ได้แก่ 1. ขายส่งและขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า รวมทั้งชิ้นส่วนอุปกรณ์ 2. ขายส่งและขายปลีกโทรศัพท์มือถือ รวมทั้งชิ้นส่วนอุปกรณ์ 3. บริการเติมเงินโทรศัพท์และการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และ 4. ธุรกิจอื่น ๆ เช่น การให้บริการแก่สมาชิกในการใช้แอปพลิเคชันคาราโอเกะ การจำหน่ายรองเท้ากีฬา เป็นต้น

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

-ไม่มี-

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้ของบริษัท

โครงสร้างรายได้จากการขายและการให้บริการ แยกตามกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ (หน่วย : พันบาท)	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
1. รายได้จากการขายสินค้า กลุ่ม AV	570,141	72.87%	322,954	53.82%	105,253	29.25%
2. รายได้จากการขายสินค้า กลุ่ม AP	173,535	22.18%	89,097	14.85%	71,943	19.99%
3. รายได้จากการขาย – ลิขสิทธิ์ละคร	15,519	1.98%	-	-	-	-
4. รายได้จากการขาย – อาหารและ เครื่องดื่มจากตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติ	23,168	2.96%	-	-	-	-
5. รายได้จากการขาย – โทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์	-	-	169,642	28.27%	168,036	46.70%
6. รายได้จากการขาย – รถยนต์พลังงาน ไฟฟ้าและอุปกรณ์	-	-	18,065	3.01%	-	-
7. รายได้จากการขาย – อื่น ๆ	-	-	351	0.06%	14,590	4.05%
รายได้จากการขายก่อนหักส่วนลดและ สำรองค่าเผื่อสินค้ารับคืน	782,363	100.00%	600,109	100.00%	359,822	100.00%
หัก ส่วนลดจ่าย	(127,808)	(16.34%)	(48,569)	(8.09%)	(12,933)	(3.59%)
สำรองค่าเผื่อสินค้ารับคืน (สำรองเพิ่ม) / กลับ รายการ	2,431	0.31%	(10,179)	(1.70%)	13,090	3.64%
รายได้จากการขาย - สุทธิ	656,986	96.27%	541,361	97.62%	359,979	91.71%
รายได้จากการให้บริการ	5,152	0.75%	14,881	2.68%	32,550	8.29%
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	662,138	100.00%	556,242	100.00%	392,529	100.00%

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

2.2.1 ธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า

บริษัทดำเนินธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายใต้ตราสินค้า “AJ” ซึ่งกลุ่มบริษัทได้จัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและคุณภาพเชื่อถือได้ ปัจจุบันกลุ่มบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ากว่า 248 รุ่น โดยแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน และมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้า

2.2.1.1 เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง (Audio and Visual Product: AV)

เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงถือเป็นกลุ่มสินค้าหลักของกลุ่มบริษัท โดยมีสัดส่วนรายได้จากการขายประมาณร้อยละ 29 ถึงร้อยละ 73 ของรายได้จากการขายก่อนหักส่วนลดและสำรองค่าเผื่อสินค้ารับคืนของกลุ่มบริษัทตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา โดยสามารถจำแนกกลุ่มย่อยได้ดังนี้

- **เครื่องเล่นดีวีดี เครื่องเล่นดีวีดีบลูเรย์ และเครื่องเล่นดีวีดีแบบพกพา**

เครื่องเล่นดีวีดี เครื่องเล่นดีวีดีบลูเรย์ และเครื่องเล่นดีวีดีแบบพกพา (Portable DVD Player) จัดเป็นสินค้าหลัก ปัจจุบันกลุ่มบริษัทจำหน่ายทั้งเครื่องเล่นดีวีดี เครื่องเล่นดีวีดีบลูเรย์ แบบตั้งโต๊ะ และเครื่องเล่นดีวีดีแบบพกพา 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

ตัวอย่างสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในกลุ่มเครื่องเสียง

ชุดโฮมเธียเตอร์



ไมโครคอมโพเนนท์



ลำโพง



ลำโพงเคลื่อนที่



วิทยุพกพา



แอมป์ภาคขยาย



ชุดลำโพงบลูทูธ



มิวสิกบ็อกซ์



- เครื่องเล่นคาราโอเกะและชุดเครื่องเสียงคาราโอเกะ

เครื่องเล่นคาราโอเกะและชุดเครื่องเสียงคาราโอเกะเป็นกลุ่มสินค้าที่บริษัทเริ่มทำตลาดตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมาและได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี

ตัวอย่างสินค้าเครื่องเล่นคาราโอเกะ ชุดเครื่องเสียงคาราโอเกะ ไมโครโฟนคาราโอเกะและโปรแกรมคาราโอเกะออนไลน์





- **เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงอื่นๆ**

นอกจากผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในกลุ่มหลักแล้ว กลุ่มบริษัทยังจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงอื่นๆ ซึ่งเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท อาทิเช่น สมาร์ททีวี และโทรทัศน์ LED ซึ่งรองรับสัญญาณภาพแบบ HDMI โทรทัศน์ DVD-TV ที่ติดตั้งเครื่องเล่นดีวีดีในตัว และไมโครโฟน เป็นต้น

ตัวอย่างเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงอื่นๆ



LED TV



SMART TV



DIGITAL TV

- **โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์เสริม**

โทรศัพท์มือถือเป็นกลุ่มสินค้าใหม่ที่กลุ่มบริษัท เริ่มทำตลาดตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นมา และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี นอกจากโทรศัพท์มือถือแล้ว กลุ่มบริษัทยังได้เริ่มทำตลาดอุปกรณ์เสริมสำหรับโทรศัพท์มือถือควบคู่ไปด้วย



2.2.1.2 เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน (Home Appliance: AP)

กลุ่มบริษัทเริ่มทำการตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ทำให้กลุ่มบริษัทมีสัดส่วนรายได้จากเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสัดส่วนรายได้จากการขายประมาณร้อยละ 15 ถึงร้อยละ 22 ของรายได้จากการขายก่อนหักส่วนลดและสำรองค่าเผื่อสินค้ารับคืนของกลุ่มบริษัทตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

สินค้าในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่

1. เครื่องใช้ภายในครัวเรือนขนาดใหญ่ เช่น เครื่องปรับอากาศแบบเคลื่อนที่ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เป็นต้น
2. เครื่องใช้ภายในครัวเรือนขนาดเล็ก เช่น กระทิกน้ำร้อน หม้อหุงข้าว หม้ออเนกประสงค์ เตาไรต์ เครื่องปั่น เตามะเหล็กไฟฟ้า เตามะโครเวฟ เป็นต้น

ตัวอย่างสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนขนาดใหญ่



ตัวอย่างสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนขนาดเล็ก



กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย

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

นอกเหนือจากกลุ่มลูกค้าหลักแล้ว กลุ่มบริษัทยังมองเห็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น โดยผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในบางกลุ่มมุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในระดับกลางขึ้นไป อาทิเช่น เครื่องเล่นคาราโอเกะ และเครื่องเล่นดีวีดีบลูเรย์ เป็นต้น

เนื่องด้วยสินค้าของกลุ่มบริษัทเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง เพื่อความบันเทิงในครัวเรือน (Home Entertainment) และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน จึงต้องเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคปลายทางได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพที่สุด โดยจัดจำหน่ายผ่านช่องทาง

- ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)
- ตัวแทนจำหน่ายและร้านย่อย
- จำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง เช่น การจัดงานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ
- ช่องทางอื่น ๆ เช่น ขายออนไลน์, ผ่านทางเว็บไซต์, Facebook เป็นต้น

2.2.1.3 มอเตอร์ไซค์ไฟฟ้า (AJ EV Bike)

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2563 นี้บริษัทฯ ได้ทำการเปิดตัวธุรกิจการจัดจำหน่ายมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้าโดยเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าที่ผลิตโดยแบรนด์ Yadea จากต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทได้เปิดตัวมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้ารวม 4 รุ่น ได้แก่ Z3, C-LIKE, C-LION และ Q5 โดยจุดเด่นของมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้างាំងกล่าวคือการใช้พลังงานสะอาด 100% และรุ่นที่วิ่งได้ไกลที่สุดในกลุ่มนี้ สามารถวิ่งได้ถึง 120 กิโลเมตรต่อการชาร์จหนึ่งครั้ง ซึ่งเพียงพอต่อชีวิตประจำวัน

ตัวอย่างมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้า



Z3



C-LIKE



C-LION



Q5

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ในการดำเนินงานธุรกิจจำหน่ายมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้า หรือ AJ EV BIKE บริษัทตั้งกลุ่มเป้าหมายแบบวงกว้างโดยจะเน้นการเสนอขายให้หน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน โครงการต่าง ๆ ตัวแทนจำหน่าย บริษัทโลจิสติกส์ต่างๆ และกลุ่มผู้บริโภคทุกระดับไม่ว่าจะมีรายได้สูงหรือต่ำ เนื่องจากบริษัทกำหนดราคาที่ต้องได้ อีกทั้งยังเน้นกลุ่มรักษ์โลก เนื่องจากมอเตอร์ไซค์

ไฟฟ้าของบริษัทใช้ไฟฟ้า 100% ซึ่งสามารถลดก๊าซเรือนกระจก และมลพิษทางอากาศได้เมื่อเทียบกับการใช้มอเตอร์ไซค์แบบน้ำมัน

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธุรกิจส่วนนี้เป็นการจำหน่ายผ่านตัวแทนดีลเลอร์เป็นหลัก ซึ่งบริษัทได้มีการรับสมัครและมอบสิทธิการเปิดศูนย์จำหน่ายและให้บริการในหลายจังหวัดทั่วทุกภูมิภาคในประเทศแล้ว เช่น จังหวัดอุบลราชธานี ระยอง และนครราชสีมา เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังสามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ได้เช่นกัน โดยทางบริษัทได้มีการลงสินค้าไว้ในเว็บไซต์ของบริษัทควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ

2.2.2 ธุรกิจสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริม

ธุรกิจสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริม ซึ่งจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า AJ และ HOTWAV ทั้งนี้ รูปแบบการประกอบธุรกิจในส่วนนี้จะแบบ B2B โดยจะเป็นการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ผู้ค้าปลีกรายย่อยและตัวแทนจำหน่ายเพื่อนำไปขายต่อให้กับผู้บริโภค

ตัวอย่างสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต



AJ



HOTWAV

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ธุรกิจการจัดจำหน่ายสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมจะเน้น การขายให้กลุ่มผู้ค้าปลีกรายย่อย เช่นร้านค้าเช่าพื้นที่ในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ซึ่งในขณะนี้อยู่ในระหว่างการปรับโครงสร้างช่องทางการจำหน่ายใหม่โดยให้ สมาร์ทโฟนยี่ห้อ AJ ขายผ่านตัวแทนจำหน่าย ส่วน HOTWAV ผ่านทีมขาย อย่างไรก็ตาม ในปี 2563 นี้บริษัทมีแผนเพิ่มช่องทางจำหน่ายออนไลน์เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายจากการที่ผู้ประกอบการรายย่อยและผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าได้สะดวกยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มความต้องการสินค้าและการรับรู้แบรนด์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคสมัยนี้

2.2.3 ธุรกิจจำหน่ายและให้บริการตู้เติมเงิน

ธุรกิจนี้ดำเนินงานโดยบริษัท บางกอก เพย์ จำกัดซึ่งเป็นบริษัทย่อย ที่ผ่านมามีบริษัทจำหน่ายตู้เติมเงินเป็นผู้ให้บริการการธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถ เติมนเงินโทรศัพท์มือถือ ถ่ายบัตร รวมถึงโอนเงินไปยังบัญชีต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบาย โดยบริษัทและลูกค้าผู้ลงทุนในตู้เติมเงินจะได้รับค่าธรรมเนียมจากยอดธุรกรรมทุกครั้งที่มีผู้บริโภคเข้าใช้บริการ



Station EV

เครื่องชำระเงิน (POS)

และเพื่อเป็นการสนับสนุนธุรกิจรถมอเตอร์ไซด์ไฟฟ้าหรือ AJ EV BIKE ทาง BPAY จะพัฒนาตู้ชำระไฟฟ้า (Station EV) เพื่อบริการเพิ่มความสะดวกแก่ผู้บริโภคด้วย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องด้วยลักษณะบริการของตู้เติมเงินที่ผู้บริโภค ทุกเพศ ทุกวัยสามารถใช้ได้ บริษัทจะเน้นการจำหน่ายตู้เติมเงิน นั้น จะเน้นไปที่ร้านค้าหรือผู้ประกอบการรายย่อยหรือผู้สนใจลงทุนที่มีลูกค้าเข้าออกประจำ เพื่อเพิ่มอัตราการใช้งานของตู้ ทั้งนี้ บริษัทได้เปิดรับสมัครศูนย์ตัวแทนจำหน่าย “AJ Express Shop” ทั่วประเทศ ซึ่งแต่ละศูนย์จะทำการโฆษณาในสินค้าในพื้นที่ของตัวเอง และกระจายสินค้าไปยังผู้สนใจลงทุนต่อไป

2.2.4 ธุรกิจอื่น

ในปี 2562 บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วมและการร่วมค้า โดยประกอบธุรกิจในกลุ่มอื่น ๆ ดังนี้

- 1) ธุรกิจอีคอมเมิร์ซด้วยการเป็นตัวแทนบอกรับสมาชิกและให้บริการสมาชิกอาลีบาบาในประเทศไทย รวมถึงการให้บริการที่เกี่ยวข้อง เช่น การให้บริการเพิ่มผู้แสดงสินค้าในเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มโอกาสยอดขาย เป็นต้น
- 2) ธุรกิจโลจิสติกส์ ภายใต้เครื่องหมายการค้า Best Express ในประเทศไทย ซึ่งเป็นธุรกิจขนส่งขนาดใหญ่ระดับโลก ในเครือ เบสท์ กรุ๊ป เพื่อดำเนินการขยายสาขาในรูปแบบแฟรนไชส์ โดยเปิดโอกาสนักลงทุนรุ่นใหม่ลงทุนในกิจการจัดส่งพัสดุที่สร้างรายได้สูง
- 3) ธุรกิจจำหน่ายรองเท้ากีฬา โดยจะเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการเปิดบูธ เช้าพื้นที่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำเช่น ซีคอนสแควร์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาดูแลสุขภาพด้วยการออกกำลังกายมากขึ้น

- 4) ธุรกิจให้เช่าแบตเตอรี่สำรอง (AJ Charge Point) จะดำเนินภายใต้บริษัท บางกอกเพย์ จำกัด โดยมีจุดเด่นที่ผู้ใช้สามารถยืมและคืนได้ในต่างพื้นที่ ทุกที่และทุกเวลา โดยแบตเตอรี่ของบริษัทจะมีความทนทานสามารถถอดเข้าออกได้โดยไม่ทำให้เสียหายง่าย และยังรองรับโทรศัพท์มือถือได้ทุกประเภทรวมถึงการเชื่อมต่อ USB Type C และ Micro USB



AJ Charge Point

- 5) ธุรกิจจำหน่ายเครื่องชำระเงิน (POS) ดำเนินโดยบริษัท บางกอก เพย์โดยสินค้าตัวนี้สามารถรับชำระได้หลากหลายช่องทางเช่น พร้อมเพย์ โอนเพย์ อาลีเพย์ รวมไปถึงสามารถบริหารจัดการร้านค้าขนาดเล็ก
- 6) ธุรกิจความงามในรูปแบบสถานบริการเสริมความงาม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เอเจ บิวตี้” ซึ่งจะตั้งอยู่ทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด โดยแนวทางการดำเนินธุรกิจจะอยู่ในรูปแบบของการเช่าสถานที่และเข้าซื้อทรัพย์สินในสถานบริการเสริมความงามที่เปิดให้บริการอยู่ในขณะนี้ โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการเลือกสถานบริการที่มีมาตรฐาน และตั้งอยู่ในทำเลที่ดี เพื่อเพิ่มความพร้อมในการดำเนินงานของธุรกิจนี้ ทั้งนี้ เดิมบริษัทคาดการณ์ว่าจะเริ่มดำเนินการในไตรมาสที่ 2 ของปี 2562 (แต่อาจต้องมีการเลื่อนออกไปเนื่องจากกระทบสถานการณ์โควิด -19)
- 7) ธุรกิจขายอาหารสำเร็จรูปและเครื่องดื่ม ผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค (Vending Machine) ซึ่งเป็นตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง สะดวกรวดเร็วและตอบสนองความต้องการของสังคมยุคใหม่ ทั้งนี้ ส่วนงานนี้ได้มีการยกเลิกไป ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2562 จากการที่กรรมการบริษัทฯ อนุมัติการขายหุ้นสามัญทั้งหมดในบริษัท เอเจ เวนดิง จำกัดจนสิ้นสภาพบริษัทย่อย
- 8) ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์พลังงานไฟฟ้าภายใต้ตราสินค้า “BYD” ที่ครอบคลุมทั้งรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์สาธารณะ รวมไปถึงรถโดยสารขนาดใหญ่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่ตอนนี้กำลังมุ่งหน้าเข้าสู่ตลาดรถยนต์ไฟฟ้าพลังงานบริสุทธิ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการเจรจาพูดคุยกับผู้ร่วมลงทุนในบริษัท โรเซน เอนเนอร์จี จำกัด เพื่อยกเลิกการทำธุรกิจนี้เนื่องจากปัญหาผลิตภัณฑ์และราคาที่ไม่สามารถแข่งขันกับตลาดได้ จึงส่งผลให้ปัจจุบันการร่วมการค้านี้ดังกล่าวหยุดดำเนินการ

2.3 กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัทวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้สินค้าระดับกลางลงมา โดยสินค้าของกลุ่มบริษัทจะเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าคุณภาพดี คุ่มค่า และราคาเหมาะสม โดยกลุ่มบริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ในการตลาดและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

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

นอกจากคุณภาพของตัวสินค้าแล้ว กลุ่มบริษัทตระหนักดีว่า ตราสินค้า (Brand) ถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จทางการตลาด โดยนอกเหนือจากปัจจัยด้านคุณภาพและราคาแล้ว ความคุ้นเคยและเชื่อถือในตราสินค้านับเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้สินค้า กลุ่มบริษัทจึงให้ความสำคัญในการสร้างคุณค่าและการสร้างการรับรู้ในตราสินค้า “AJ” โดยในช่วงแรกของการทำการตลาดกลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ว่า “AJ ตราสินค้าของคนไทย ที่มีคุณภาพและความคงทน” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ที่ใช้สินค้านั้นใจถึงอายุการใช้งานของสินค้า จากนั้นกลุ่มบริษัทได้ให้นักแสดงอาวุโสคือ คุณสมบัติ เมทะนี ซึ่งได้รับการลงชื่อในกินเนสบุ๊คว่าเป็นนักแสดงที่รับบทพระเอกมากที่สุดในโลก 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 และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการนำเสนอสินค้าใหม่สู่ตลาดเสมอ จากผลการสำรวจดังกล่าว ผู้บริหารจึงเชื่อมั่นว่าตราสินค้า AJ จะเป็นหนึ่งในตราสินค้าของคนไทยที่ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่กล่าวถึงในลำดับต้นๆ

2. การคัดเลือกและสรรหาสินค้าที่มีคุณภาพตรงความต้องการตลาด ตลอดจนมีการให้บริการหลังการขาย และรับประกันคุณภาพ

กลุ่มบริษัทตระหนักดีว่าการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าจะสร้างโอกาสในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากผู้บริโภค อย่างไรก็ตามการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้น กลุ่มบริษัทต้องมีสินค้าที่มีคุณภาพและคุณลักษณะที่ตรงความต้องการของผู้บริโภคประกอบด้วย โดยฝ่ายขายและการตลาดของกลุ่มบริษัทได้ทำการสำรวจตลาดและความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนเปรียบเทียบคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทกับผู้ประกอบการรายอื่น เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถแข่งขันได้กับผู้ประกอบการรายอื่น ตลอดจนรับประกันคุณภาพสินค้า 1 ปี พร้อมทั้งมีศูนย์บริการหลังการขายกว่า 80 แห่งทั่วประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อสินค้าของกลุ่มบริษัทที่จะมาใช้บริการ

3. การกำหนดราคาที่เหมาะสม

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคระดับกลางถึงระดับล่าง ดังนั้นการกำหนดราคาจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ เนื่องจากลูกค้าพิจารณาความคุ้มค่าด้านราคาและคุณภาพมากกว่าความคงทนของผลิตภัณฑ์ในแง่การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค จึงทำให้ราคาสินค้าถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันเพิ่มขึ้น โดยมีคุณภาพเทียบเคียงสินค้าของผู้ประกอบการต่างชาติแต่มีราคาถูกเพียงกับของผู้ประกอบการรายอื่นในประเทศ

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทเชื่อว่าจากคุณภาพและการกำหนดราคาที่เหมาะสมของสินค้าของกลุ่มบริษัท เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตราสินค้า AJ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

4. การบริหารช่องทางการจำหน่ายและพนักงานขาย

ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคปัจจุบันโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มบริษัท มีการใช้จ่ายใช้สอยและซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านร้านค้าปลีกในลักษณะโมเดิร์นเทรดเป็นหลัก ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงเน้นการบริหารช่องทางการจำหน่ายในลักษณะที่สอดคล้องกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับช่องทางการจำหน่ายในกลุ่มธุรกิจโมเดิร์นเทรดเป็นหลัก และด้วยลักษณะการประกอบธุรกิจโมเดิร์นเทรดนั้น ผู้จำหน่ายสินค้า (Vender) จะต้องทำสัญญากับห้าง โดยมีการกำหนดรายละเอียดเงื่อนไขทางการค้าต่างๆ เช่น ยอดขาย ส่วนลดทางการค้า ค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้า และการมีพนักงานขายประจำตามจุดจำหน่ายสินค้า เป็นต้น ทำให้เป็นข้อจำกัดในการเข้าสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ ในขณะที่ผู้ประกอบการปัจจุบันแต่ละรายจะต้องทำการติดตามยอดขายสินค้าของตนในห้างแต่ละสาขาอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับเปลี่ยนแผนการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าแต่ละรุ่นของตนให้มีความเหมาะสมกับลูกค้าที่เข้ามาใช้จ่ายในห้างให้สามารถแข่งขันได้กับผู้ประกอบการรายอื่นรวมทั้งเป็นไปตามเป้าหมายที่ตกลงไว้ร่วมกับห้าง

การบริหารพนักงานขาย (PC) ถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการบริหารช่องทางการจำหน่าย ที่จะช่วยสนับสนุนให้รายได้ของกลุ่มบริษัทเป็นไปตามเป้าหมายตามที่ตกลงกับห้าง และเป็นช่องทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล ณ จุดจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มบริษัท ซึ่งช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถกำหนดและปรับเปลี่ยนแผนการตลาดได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา ปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีการปรับจำนวนพนักงานให้สอดคล้องกับยอดขายที่ลดลง จึงปรับลดพนักงานขาย (PC) คงเหลือประมาณ 100 คน และยังคงกระจายอยู่ตามช่องทางการจำหน่ายต่างๆ ตามความเหมาะสมกับยอดขาย

ทั้งนี้ ปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีการบริหารจัดการพนักงานขายในหลากหลายรูปแบบ เช่น

- อบรมพนักงานขายก่อนการปฏิบัติงานเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าของกลุ่มบริษัทเพื่อให้สามารถนำเสนอและแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
- การดูแลการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างใกล้ชิดเพื่อช่วยกระตุ้นและแก้ไขปัญหาพนักงาน และจัดประชุมพนักงานขายอย่างสม่ำเสมอทุกเดือนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลการปฏิบัติงาน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีในหมู่พนักงานขาย และสร้างความรู้สึกร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร
- การกำหนดเป้าหมายในการขายและการกำหนดค่าตอบแทนพนักงานขายที่มีความเหมาะสมเพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน
- การวางระบบการจัดส่งข้อมูลรายวันในเรื่องการจำหน่ายสินค้าและสินค้าคงเหลือในแต่ละรุ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลังและการวางแผนการตลาดของกลุ่มบริษัท

การบริหารช่องทางการจำหน่ายและพนักงานขายที่ดี จะส่งผลให้กลุ่มบริษัทสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันและเติบโตในธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันด้วย

2.4 ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

สภาวะเศรษฐกิจโดยรวม

อ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ “สศช.” ในปี 2562 ที่ผ่านมา อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: “GDP”) มีการปรับตัวลดลงจากร้อยละ 4.10 ในปี 2561 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า (Year over Year: “YoY”) เหลือร้อยละ 2.40 YoY ซึ่งต่ำที่สุดในรอบ 5 ปี โดยปัจจัยหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นผลกระทบมาจากความผันผวนของระบบเศรษฐกิจและการเงินโลกเช่น สงครามการค้าระหว่าง สหรัฐอเมริกาและจีน อีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจคือการระบาดของไวรัสโคโรนา ซึ่งส่งผลกระทบต่อโลกโดยเฉพาะต่อภาคการท่องเที่ยวจากการที่ประชากรโลกงดเดินทางไปยังประเทศอื่น

ทั้งนี้ ในปี 2562 การบริโภคภาคเอกชนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 YoY เนื่องจากได้รับปัจจัยสนับสนุนจากอัตราดอกเบี้ยที่ลดต่ำลง และมาตรการของภาครัฐ ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ดีแม้ว่าอัตราดังกล่าวจะน้อยกว่าอัตราของปีก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 4.6 YoY ในขณะที่การลงทุนรวม ได้มีการขยายตัวขึ้นร้อยละ 2.2 YoY ลดลงจากปีก่อนหน้าที่อยู่ที่ร้อยละ 3.8 YoY โดยสาเหตุมาจากความล่าช้าของกระบวนการงบประมาณและความล่าช้าในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ในขณะที่มูลค่าการส่งออกสินค้าลดลงร้อยละ 3.2 YoY เป็นผลเป็นผลจากการแข็งค่าของเงินบาทระหว่างปี

แนวโน้มของเศรษฐกิจไทยในปี 2563 นี้ได้มีการคาดการณ์ว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 ถึงร้อยละ 2.5 จากปัจจัยบวกเช่นการลดความตึงเครียดจากสงครามการค้าระหว่างจีน และสหรัฐอเมริกา และการฟื้นตัวของภาคผลิตและส่งออกของหลาย ๆ ประเทศ ทั้งนี้ปัจจัยเสี่ยงซึ่งคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวม คือการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยได้คาดการณ์ไว้ว่าสถานการณ์จะกลับสู่สภาวะปกติในไตรมาสที่ 3 ของปี 2563

ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า

อ้างอิงรายงาน “แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2563-65” จัดทำโดยวิจัยกรุงศรีของธนาคารกรุงศรีอยุธยา การผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าในปี 2562 มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 2.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยปริมาณจำหน่ายในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 YoY นำโดย เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น และพัดลม เนื่องจากฤดูร้อนในปี 2562 ยาวนานกว่าปกติ ทั้งนี้เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทอื่น เช่น หม้อหุงข้าวและเครื่องซักผ้ามีการปรับตัวลดลงตามภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์ ชะงัก อย่างไรก็ดีบริษัท จัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าหลากหลายประเภททำให้ความเสี่ยงด้านการผันผวนของสินค้าใดสินค้าหนึ่งลดน้อยลง ทั้งนี้ วิจัยกรุงศรี ได้มีการคาดการณ์การเจริญเติบโตของปริมาณจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศสำหรับปี 2562 ไว้ที่ร้อยละ -0.5 ถึง ร้อยละ 1.5

ในด้านการแข่งขัน การผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงในประเทศโดยเฉพาะโทรทัศน์ลดน้อยลงจากการที่มีสินค้าจากจีนเข้ามาแข่งขัน ซึ่งทำให้ผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงหลายเจ้า เช่น Samsung และ Toshiba ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศ อาเซียนอื่น ๆ ทั้งนี้ เครื่องใช้ไฟฟ้าโดยรวมเป็นสินค้าที่มีความหลากหลายทั้งด้านประเภทสินค้าและจำนวนแบรนด์ในตลาด จึงทำให้การแข่งขันของธุรกิจในตลาดนี้มีความเข้มข้นสูง แต่ละกิจการต้องคัดสรรผลิตภัณฑ์และทำการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

ในส่วนของแนวโน้มธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าใน 3 ปีข้างหน้า ปริมาณความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศในจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 1 ถึงร้อยละ 2 โดยปัจจัยดังต่อไปนี้สนับสนุน

1. เครื่องใช้ไฟฟ้าจำนวนมากที่ผู้บริโภคซื้อในช่วงวิกฤตน้ำท่วมปี 2554 ใกล้ถึงอายุการใช้งานของโดยเฉลี่ยจึงทำให้จำเป็นต้องมีการซื้อใหม่ โดยเฉพาะเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น และเครื่องซักผ้า
2. ตลาดที่อยู่อาศัยจะขยายตัวในอีก 1 ถึง 2 ปีข้างหน้าจากลงทุนภาคเอกชนและการฟื้นตัวของโครงสร้างพื้นฐาน
3. อุณหภูมิที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากสภาวะโลกร้อนเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ความต้องการเครื่องปรับอากาศสูงขึ้น
4. เทคโนโลยีการควบคุมเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและการจัดโปรแกรมขึ้นจะสามารถเพิ่มยอดขายได้
5. การขายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายและการเลือกซื้อสินค้าง่ายขึ้นกว่าเดิม

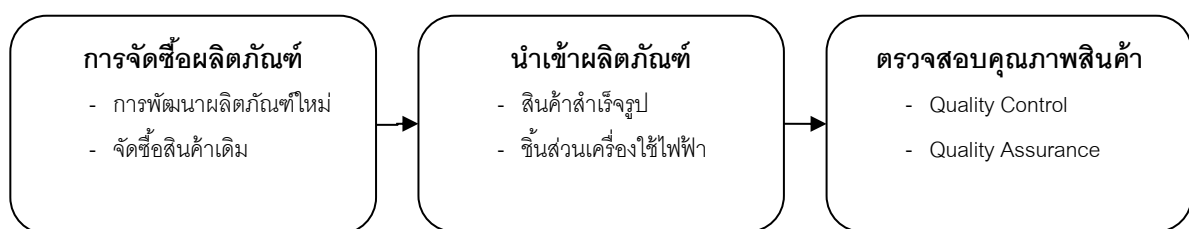
บริษัทฯ ทราบและตระหนักถึงสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวและวิกฤตจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสที่ทั้งโลกกำลังเผชิญ ซึ่งบริษัทฯ มิได้นิ่งนอนใจ โดยบริษัทมีการคิดแนวทางในการกำหนดแผนการดำเนินงานให้ตรงกับสภาวะเศรษฐกิจเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา เพื่อเพิ่มยอดขายและผลประกอบการของกลุ่มบริษัทโดยรวม

ภาวะธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าของบริษัท

จากแนวโน้มธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าข้างต้น ในปี 2562 บริษัทอยู่ในภาวะยอดขายมีการปรับตัวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนโดยปัจจัยหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นผลกระทบมาจากความผันผวนของระบบเศรษฐกิจและการเงินโลก รวมถึงปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปตามยุคสมัย เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง เช่น เครื่องเล่นดีวีดี (DVD) , บลูเรย์ (Blu-ray) ถูกทดแทนด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone) สำหรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน สินค้าที่มีสัดส่วนรายได้สูงในกลุ่มนี้คือเครื่องปรับอากาศ และพัดลมไอเย็น แต่เนื่องจากในปี 2562 ฤดูร้อนยาวนานกว่าปกติ เครื่องใช้ในครัวเรือนอื่น ๆ ก็มีการแข่งขันสูง ส่งผลให้ยอดขายปรับตัวลดลงจากปีก่อน จากผลกระทบในปี 2562 บริษัทได้มีการปรับตัว เช่น การเลือกสินค้าทันยุคสมัย ให้เหมาะกับการขายในแต่ละช่องทาง การปรับช่องทางการขายให้สอดคล้องสถานการณ์ และพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น เพิ่มการขายออนไลน์ให้มากขึ้น

2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์

การจัดหาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทมีขั้นตอนดังต่อไปนี้



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

Right Quality - การจัดซื้อสินค้าที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของตลาด

Right Quantity - การพิจารณาปริมาณจัดซื้อที่เหมาะสม สอดคล้องกับการขาย

- Right Time - การกำหนดระยะเวลาจัดซื้อและส่งมอบที่เหมาะสม เพื่อป้องกันสินค้าขาดตลาด
- Right Price - ราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้
- Right Source - เลือกผู้ผลิตที่มีความน่าเชื่อถือ สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานของกระทรวงอุตสาหกรรม
- Right Place - ตรวจสอบการจัดส่งสินค้าให้ถูกต้อง

ในการคัดเลือกผู้ผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่นั้น กลุ่มบริษัทมีนโยบายที่จะให้น้ำหนักผู้ผลิตหรือตัวแทนส่งออกสินค้าที่อยู่ในทะเบียนผู้ผลิต (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 3-6 ปีที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เป็นผู้ซื้อสินค้าของบริษัทโดยตรง เนื่องจากสินค้าที่บริษัทจำหน่ายอยู่คือสินค้าประเภทเครื่องเสียงและเครื่องใช้ในครัวเรือน โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม ตั้งแต่ กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยจนถึงกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง เมื่อเกิดสภาพกำลังซื้อตกต่ำลงก็จะกระทบกับยอดขายของบริษัททันที แต่อย่างไรก็ตามบริษัทก็พยายามพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดทั้งในด้านตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และการลด แลก แจก แถมเพื่อกระตุ้นกำลังซื้อ ซึ่งได้ผลอยู่ในระดับหนึ่ง
- 1.2 ความเสี่ยงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สินค้ากลุ่มเครื่องเสียงนั้นเป็นกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เป็นหลัก เช่น เครื่องเล่นดีวีดี เป็นต้น โดยที่สินค้าในกลุ่มนี้มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีค่อนข้างเร็ว ก็จะส่งผลให้เกิดความล้าสมัยของสินค้า เพื่อลดความเสี่ยงและโอกาสเกิดสินค้าล้าสมัยบริษัทจำเป็นต้องพัฒนาสินค้าให้ทันสมัยอยู่เสมอในขณะเดียวกันก็ต้องจับตาถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งบริษัทพบว่า การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในตลาดในกรุงเทพฯ และหัวเมืองหลักกับตลาดต่างจังหวัดมีการตอบสนองที่แตกต่างกัน จึงจะต้องนำเสนอสินค้าให้มีความแตกต่างกัน เพื่อลดความเสี่ยงการเกิดสินค้าล้าสมัย ตกรุ่น และสำหรับสินค้าที่เริ่มหมุนช้าลงบริษัทจะกระตุ้นการขาย โดยการจัดโปรโมชั่น เช่น ลดราคา การจัดสินค้าขายเป็นเซต หรือการขายพ่วง การออกบูธ จัดงาน Expo เพื่อเร่งระบายสินค้า เพื่อช่วยลดผลกระทบ

- 1.3 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน เช่นเดียวกับผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมาจำหน่ายในประเทศไทย รายอื่น ๆ ซึ่งจะมีความเสี่ยงที่สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ในส่วนของบริษัท กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้านั้นใช้การสั่งซื้อสินค้าเป็นเงินเหรียญดอลลาร์สหรัฐ เป็นหลัก

2. ความเสี่ยงของบริษัทย่อย

การลงทุนในบริษัทย่อยของบริษัทนั้นจะยึดนโยบายร่วมลงทุนโดยบริษัทจะต้องเป็นผู้ถือหุ้นรายหลักที่มีสัดส่วนการถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อที่จะลดความเสี่ยงสำหรับความรู้ความชำนาญในธุรกิจนั้น ๆ ในขณะเดียวกันก็สามารถที่จะกำหนดทิศทางการทำงานได้พอสมควร แต่ในทางกลับกันบริษัทก็มีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกัน เนื่องจากแต่ละบริษัทที่ดำเนินธุรกิจมาระยะหนึ่งแล้วนั้นก็จะมีวิธีการทำงาน และวัฒนธรรมในการทำงาน ของตนเอง เมื่อมีผู้ถือหุ้นรายใหม่และเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ซึ่งเข้ามาร่วมบริหารงานด้วยนั้น ก็จะต้องหลอมรวมวัฒนธรรมในการทำงานให้เดินร่วมกันได้ แต่เนื่องจากเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้นจึงมีข้อกำหนด และระเบียบวิธีปฏิบัติที่ค่อนข้างจะรัดกุม เพื่อจะเป็นไปตามระเบียบของการควบคุมภายใน อีกทั้งมีหน้าที่โดยตรงในการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะชน ดังนั้นบริษัทย่อยจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว และปรับวิธีการทำงานค่อนข้างมาก ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการทำงานร่วมกัน นอกจากนี้แล้วบริษัทย่อยยังมีความเสี่ยงที่มาจากทิศทางของธุรกิจนั้น ๆ ในอนาคตอีกด้วย สำหรับบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทร่วมการค้ามีความเสี่ยงที่พอจะสรุปได้ดังนี้คือ

2.1 บริษัท สยามแอดวานซ์ อิเลคทรอนิกส์ จำกัด คือ

- 2.1.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ปัจจุบันต้องยอมรับว่า โทรศัพท์สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว อีกทั้งพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่ายและรวดเร็วเช่นกัน ทำให้บริษัทต้องติดตามและจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและตรงใจผู้บริโภค
- 2.1.2 ความเสี่ยงของการสูญหายของสินค้าคงคลัง เนื่องจากบริษัทมีช่องทางการขายผ่าน Retail Sales Team 50 คน แบ่งเป็น 5 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก และภาคใต้ ซึ่งอาจเกิดความเสี่ยงเกี่ยวกับการสูญหายของสินค้าคงคลังในแต่ละ Retail Sale ได้ อย่างไรก็ตามทุกสิ้นเดือน บริษัทมีการตรวจสอบสินค้าคงคลังในแต่ละพื้นที่อยู่ตลอดเวลา โดยฝ่ายบัญชีเป็นประจำทุกเดือน โดยไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า (Spot Check) ซึ่งในการตรวจนับสินค้าคงคลังดังกล่าว ฝ่ายบัญชีจะตรวจนับสินค้าคงคลังในแต่ละ Retail Sale และเปรียบเทียบกับยอดคงเหลือในระบบคอมพิวเตอร์

2.2 บริษัท เอเจ อีคอมเมิร์ซ จำกัด บริษัท ไรเซน เอนเนอร์จี จำกัด และบริษัทยูไทย กรุ๊ป จำกัด

2.2.1 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาตัวแทนจำหน่าย

- สัญญาตัวแทนจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับธุรกิจตัวแทนจำหน่าย สัญญา มีลักษณะทั้งที่สามารถต่อสัญญาได้โดยอัตโนมัติและมีกำหนดระยะเวลาในการต่อสัญญา สำหรับสัญญาในลักษณะที่มีกำหนดระยะเวลาในการต่อสัญญา ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่คู่สัญญาจะขอยกเลิกสัญญาเมื่อถึงกำหนดและมีโอกาสสูญเสียรายได้จากการเป็นตัวแทน อย่างไรก็ตาม จากการดำเนินธุรกิจระหว่างกันมาเป็นเวลานานมีสัมพันธไมตรีที่ดีต่อกันมาโดยตลอด และได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุในสัญญา มา บริษัทจะได้รับความไว้วางใจให้ต่ออายุสัญญา

- ในระหว่างการตกลงในการต่อสัญญา อาจมีโอกาสดังกล่าวที่คู่สัญญาจะขอเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดเพื่อเพิ่มผลตอบแทนในสัญญาให้เป็นไปตามลักษณะการประกอบธุรกิจปกติ อย่างไรก็ตาม จากการที่บริษัทและคู่สัญญามีการทำธุรกิจร่วมกันมา หากคู่สัญญาขอขึ้นอัตราค่าตอบแทน บริษัทจะเจรจาต่อรองเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงอัตราค่าตอบแทนดังกล่าวเป็นไปในอัตราที่บริษัทและคู่สัญญาได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย
- 2.2.2 ความเสี่ยงจากการที่เจ้าของสินค้าจะเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย จากการที่บริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทร่วมการค้าของบริษัท ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนในการจัดหาสมาชิกและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทเหล่านี้จะเป็นผู้ทำตลาดเอง เพื่อสนับสนุนให้สามารถจำหน่ายสินค้าที่ตนเป็นตัวแทนจำหน่ายให้มากขึ้น อย่างไรก็ตามหากเจ้าของสินค้าต้องการเข้ามาทำตลาดเองก็มีโอกาสที่จะสามารถทำได้ แต่อาจไม่ถนัดนัก เช่นสิทธิในการเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย เนื่องจากผู้ถือหุ้นในประเทศไทยมีพฤติกรรมเฉพาะตัว ซึ่งจะต้องอาศัยความเข้าใจและความชำนาญพอสมควรประกอบกับขนาดของตลาดในประเทศไทยไม่ใหญ่นัก เจ้าของสินค้าหรือบริการยังไม่ตัดสินใจขยายการลงทุนในระยะเวลายาวไกลนี้ ดังนั้นการร่วมมือกับผู้ประกอบการภายในประเทศน่าจะเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ทั้งนี้ สำหรับมาตรการที่จะลดความเสี่ยงในโอกาสที่เจ้าของสินค้าจะเข้ามาประกอบธุรกิจในไทยเองคือการดูแลและให้บริการลูกค้าที่พิเศษกว่า การจับมือพันธมิตรที่มีความชำนาญในธุรกิจและมีประสบการณ์ มีฐานลูกค้าที่ดี เป็นต้น หรือธุรกิจการรับสมัครสมาชิก Alibaba นอกจากสิทธิการเป็นตัวแทนรับสมัครสมาชิกแล้ว บริษัทจำเป็นต้องมีการให้บริการเพิ่มเติมกับลูกค้าเช่น การบริการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า การแนะนำหรือสร้างเพจที่ดึงดูดความสนใจลูกค้า การให้คำแนะนำต่างๆที่สามารถสนับสนุนและเพิ่มยอดขายให้กับลูกค้า เป็นต้น
- 2.2.3 ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจถดถอย เนื่องจากจะในภาวะดังกล่าว อัตราการว่างงานจะสูงขึ้น และรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนจะลดลงซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถส่งผลให้ผลธุรกิจหลายสาขา โดยเฉพาะการค้าขายซบเซาจากการที่ผู้บริโภคใช้จ่ายน้อยลง ดังนั้น ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยส่งผลด้านลบโดยตรงต่อการตัดสินใจลงทุนในการสมัครสมาชิกของลูกค้า
- 2.2.4 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากธุรกิจมีการทำรายการธุรกรรมกับบริษัท อาลีบาบาที่อยู่ต่างประเทศ การผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอาจทำให้รายจ่ายเพิ่มขึ้นจากการที่เงินบาทแข็งค่าขึ้นหรือรายรับลดลงจากการที่เงินบาทอ่อนค่าลง ซึ่งอาจมีผลให้กำไรธุรกิจลดน้อยลง
- 2.3 บริษัท บีแอลทีซี อินคอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด
- 2.3.1 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมการให้บริการด้านโลจิสติกส์ในการขนส่ง ปัจจุบันมีผู้ให้บริการในลักษณะใกล้เคียงหลายราย ดังนั้นหากมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นหรือมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามา อาจทำให้มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้ ซึ่งการแข่งขันอาจทำให้บริษัทมีลูกค้าน้อยลงหรืออาจ ทำให้ต้องลดราคาสำหรับการให้บริการอาจมีผลทำให้รายได้ลดลง และมีผลกระทบทำให้กำไรลดลงตามด้วย แต่อย่างไรบริษัทก็เน้นการบริการที่ดีส่งเร็ว ส่งไว สินค้าไม่เสียหาย และเน้นพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในยุค 4.0 ให้ได้มากที่สุด

2.4 บริษัท แอปเปิ้ล วิชั่นส์ จำกัด

- 2.4.1 ความเสี่ยงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจ จากสภาพเศรษฐกิจทั่วโลกที่ถดถอยจากสงครามการค้าโลก การหดตัวของภาคการบริโภคภายในประเทศ รวมถึงการหนี้ยืดหยุ่นในระดับสูง ส่งผลต่อกำลังซื้อโดยเฉพาะสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายในระดับกลางและล่าง ราคาสินค้าจึงต้องตอบโจทย์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ส่วนกลุ่มรายได้สูงหรือกลุ่มลูกค้าระดับบน สินค้าต้องเป็นที่นิยม มีคุณภาพ จึงเป็นที่ต้องการของลูกค้า การบริหารความเสี่ยงด้วยการจัดหาสินค้าและราคาที่เหมาะสมให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายจึงจะสามารถบริหารจัดการการลดความเสี่ยงลงได้เป็นอย่างดี
- 2.4.2 ความเสี่ยงเนื่องจากกระแสแฟชั่นของสินค้า เนื่องจากปัจจุบันรองเท้า Sneaker เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมตามกระแสแฟชั่น ฝ่ายจัดการจึงมีความจำเป็นต้องติดตามสถานการณ์เทรนด์แฟชั่นโลก เพื่อนำสินค้าที่เหมาะสมและเป็นที่ต้องการของตลาดมาแนะนำเสนอให้กับกลุ่มของลูกค้าเป้าหมาย การระบายสินค้าให้ทันก่อนที่สินค้าจะไม่เป็นที่ต้องการ ดังนั้นวิธีการส่งสินค้าจึงมีความจำเป็นและการเพิ่มความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าจะมีส่วนช่วยให้สามารถลดจำนวนสินค้าคงคลังได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทรนด์แฟชั่น
- 2.4.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีรองเท้าก็เป็นอีกปัจจัยที่มีผลกระทบเช่นกัน การเปลี่ยนแปลงของวัสดุที่ใช้ ที่มีผลต่อกระแสความต้องการของสินค้าอย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ความนิยมในการนำวัสดุ Memory foam มาใช้ผลิตรองเท้าเพื่อเพิ่มความนุ่มสบายในการสวมใส่ ก็จะมีผลต่อความต้องการหลักของสินค้าที่ใช้วัสดุประเภทนี้ เป็นต้น หรือเทคโนโลยีใหม่ๆในการผลิต
- 2.4.4 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากสินค้าทั้งหมดเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่รุนแรงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของสินค้านำเข้า

2.5 บริษัท บางกอกเพย์ จำกัด

- 2.5.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.5.2 แม้ว่าธุรกิจตู้เติมเงินจะเป็นธุรกิจการเติมเงินมือถือที่พัฒนาขึ้นในประเทศไทยเป็นแห่งแรก โดยเป็นการเติมเติมสำหรับโทรศัพท์มือถือในระบบเติมเงินสำหรับผู้มีรายได้น้อยที่มีข้อจำกัดของเม็ดเงินที่ใช้เติมเงินและความสะดวกในเรื่องจุดเติมเงิน แต่เนื่องจากตลาดการเติมเงินมือถือเป็นตลาดที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ และผู้ประกอบการแต่ละรายต่างก็มีเงินทุนสูงและมีความต้องการขยายธุรกิจเพื่อให้คุ้มกับเงินลงทุนสำหรับใบอนุญาตอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการหลาย ๆ เจ้าจึงมีการเสนอบริการรูปแบบใหม่ที่คุ้มค่าเงินอยู่ตลอดเวลา ปัจจัยนี้อาจส่งผลกระทบต่อความนิยมของการใช้บริการตู้เติมเงิน บริษัทจึงมีนโยบายการติดตามพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด เพื่อรักษาตลาดตู้เติมเงินให้เป็นที่นิยมและเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- 2.5.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ปัจจุบันแม้ว่าตู้เติมเงินของบริษัทสามารถให้บริการธุรกรรมที่หลากหลายผ่านตู้ แต่การมาของนวัตกรรมใหม่ ๆ ก็สามารถทำให้เทคโนโลยีตู้เติมเงินล้าสมัยได้ ซึ่งอาจทำให้ความต้องการตู้เติมเงินของบริษัทลดน้อยลง เช่นเดียวกันกับธุรกิจอื่นที่ให้บริการโดยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ๆ มีโอกาสที่จะเกิดอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นบริษัทจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดังกล่าว หรือจะต้องเป็นผู้แสวงหานวัตกรรมใหม่ ๆ มาเสนอต่อลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 รายละเอียดทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. สำนักงานใหญ่ 427/2 ถนนพระราม2 แขวงสามคํา เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150 - ที่ดิน 13 ไร่ 2 งาน 87.2 ตารางวา โฉนดเลขที่ 4123 และ 4124	เจ้าของ	333.99	-
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	6.13	-
- อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เจ้าของ	49.76	-
- เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	3.36	-
- เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องจักร (รถโฟล์คลิฟต์)	เจ้าของ	2.43	-
- สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	เจ้าของ	0.28	-
3. ยานพาหนะ	เจ้าของ	4.97	สัญญาเช่าทางการเงิน 0.82 ล้านบาท
รวม		418.24	

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทมีรถยนต์ที่ใช้ในการขนส่งสินค้าได้แก่รถขนส่ง 4 ล้อ (ปิกอัพ) จำนวน 9 คัน รถขนส่ง 6 ล้อ จำนวน 1 คัน รถนั่งไฟฟ้า จำนวน 1 คัน รถมอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า จำนวน 20 คัน รถสามล้อไฟฟ้า จำนวน 3 คันโดยทุกคันได้มีการทำประกันภัยในกรณีอุบัติเหตุไว้ทั้งหมด

กลุ่มบริษัทได้มีการทำประกันภัยสำหรับอาคารสำนักงานและคลังสินค้ารวมถึงส่วนปรับปรุงอาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์ และสินค้าคงเหลือทั้งในส่วนที่เก็บในคลังสินค้าสำนักงานใหญ่ และที่จัดเก็บในคลังสินค้าเช่า 1 แห่ง เป็นทุนประกันทั้งสิ้น 300 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน มูลค่าตามบัญชี 41.20 ล้านบาท ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ประกอบด้วยค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ต่างๆ ที่บริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจ ที่ติดตั้งแล้วและที่อยู่ระหว่างติดตั้ง รวมถึงค่าลิขสิทธิ์เพลงที่ใช้กับเครื่องเล่นคาราโอเกะ มูลค่าตามบัญชี 21.20 ล้านบาท และ ลิขสิทธิ์เพลงเพื่อการใช้งานแก่สมาชิกในการใช้แอปพลิเคชันคาราโอเกะของบริษัท มูลค่าตามบัญชี 20 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนของสัญญา ได้แก่ เครื่องเติมเงินโทรศัพท์และรับชำระเงินอัตโนมัติ มูลค่าตามบัญชี 33 ล้านบาท

สัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีสัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.1 สัญญาซื้อขายสินค้า

บริษัททำสัญญาซื้อขายสินค้ากับธุรกิจโมเดิร์นเทรด 6 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 ในกรณีสินค้าส่งผิด หรือล่าช้ากว่ากำหนด ทางห้างไม่ได้รับผิดชอบเรียกค่าเสียหายได้ตามอัตราที่ตกลง

4.1.2 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 ทั้งนี้ในการจำหน่ายอะไหล่แท้ให้กับลูกค้าจะต้องจำหน่ายในราคาที่บริษัทกำหนดเท่านั้น

3. ศูนย์บริการจะต้องรับประกันการตรวจและซ่อมแซมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทที่ศูนย์บริการเป็นผู้ซ่อมเป็นระยะเวลา 3 เดือน ไม่ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะอยู่ในระยะเวลาประกันของบริษัทหรือไม่ และรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสินค้าของลูกค้าและบริษัทที่อยู่ในระหว่างการดูแลของศูนย์บริการ
4. ศูนย์บริการมีหน้าที่ส่งหลักฐานและเอกสารเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อมแซมผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการทุกเดือน เพื่อรับการชดเชยอะไหล่และค่าบริการจากบริษัทตามอัตราที่กำหนด
5. บริษัทมีสิทธิในการเข้าตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการของศูนย์บริการ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

4.1.3 สัญญาบริการขนส่ง

บริษัทได้จ้างผู้ให้บริการขนส่ง 4 รายเพื่อทำหน้าที่ขนส่งสินค้าของกลุ่มบริษัทไปยังห้างร้านในต่างจังหวัด โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

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

รายละเอียดที่สำคัญ

1. บริษัทขนส่งคิดอัตราค่าขนส่งสินค้าใน 2 ลักษณะ คือ คิดอัตราตามขนาดกล่องบรรจุภัณฑ์และบวกเพิ่มตามประเภทสินค้าในกรณีที่เป็นสินค้าชิ้นใหญ่ เช่น โทรทัศน์ เครื่องซักผ้า เป็นต้น ซึ่งต้องระมัดระวังในการขนส่งเพิ่มขึ้นโดยคิดอัตราตามระยะทางขนส่งและเพิ่มค่าขนส่งในกรณีพื้นที่ห่างไกลหรือนอกเขตอำเภอ หรือคิดอัตราค่าขนส่งแบบเหมา โดยอัตราค่าขนส่งขึ้นอยู่กับประเภทรถยนต์ขนส่ง ระยะทาง และราคาน้ำมัน หากมีการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าขนส่ง ผู้รับจ้างจะแจ้งให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร
2. กรณีรับคืนสินค้าจากร้านค้า คิดอัตราค่าขนส่งเท่ากับการขนส่งสินค้า โดยบริษัทต้องไปรับสินค้าคืนจากผู้รับจ้างขนส่งภายในระยะเวลาที่กำหนด
3. ผู้รับจ้างรับผิดชอบกรณีสินค้าสูญหายหรือเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งตามจริงแต่ไม่เกินอัตราสูงสุดที่ผู้รับจ้างกำหนดไว้ต่อกล่อง ยกเว้นกรณีที่ไม่ได้เกิดจากการขนส่ง เช่น สินค้าหมดอายุ สินค้าขาดบรรจุ หรือกล่องสินค้าฉีกขาดโดยไม่ได้เกิดจากการขนส่ง เป็นต้น ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะไม่เปิดกล่องบรรจุภัณฑ์สินค้าโดยเด็ดขาด

4.1.4 สัญญาว่าจ้างรถยนต์ขนส่ง

บริษัทว่าจ้างบุคคลธรรมดา 6 ราย เพื่อทำหน้าที่คนขับรถขนส่งสินค้าของกลุ่มบริษัท โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

คู่สัญญา : ผู้รับจ้างขนส่ง
อายุสัญญา : 1 ปี
การบอกเลิกสัญญา : เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดสัญญา

รายละเอียดที่สำคัญ

1. ผู้รับจ้างต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมายขนส่งทางบก และมีประสบการณ์ ความชำนาญในการขนส่ง

2. ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดการขนส่งรวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดในการขนส่ง อาทิเช่น ค่าน้ำมัน ค่าทางด่วน ค่าผ่านทาง เป็นต้น โดยผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบดูแลทรัพย์สินของบริษัทและวางเงินประกันความเสียหายจำนวน 10,000 บาท
3. ผู้รับจ้างคิดค่าจ้างในอัตราเหี่ยวละ 1,000 บาท และคิดจุดที่ไปส่งสินค้าเพิ่มเติมจุดละ 100 บาท สำหรับพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.1.5 สัญญาอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์

บริษัททำสัญญาขออนุญาตให้ใช้สิทธิในงานเพลงจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้มีสิทธิในงานเพลงจำนวน 8 ราย เพื่อใช้ร่วมกับเครื่องเล่นคาราโอเกะและแอปพลิเคชันของบริษัท โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

- คู่สัญญา : บริษัทค่ายเพลงเจ้าของลิขสิทธิ์ และผู้มีสิทธิในงานเพลงลิขสิทธิ์
- รูปแบบลิขสิทธิ์ : ลิขสิทธิ์ในเนื้อร้อง ทำนอง และสโตนัดดนตรีในรูปแบบ VCD Karaoke และ MIDI
- อายุสัญญา : 1 – 3 ปี หรือจนกว่าจะครบจำนวนสิทธิที่ได้รับ
- การบอกเลิกสัญญา : เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดสัญญา หรือบอกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า 30 วัน

รายละเอียดที่สำคัญ

1. บริษัทได้รับสิทธิในการบันทึกเพลงคาราโอเกะลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะภายใต้เครื่องหมายการค้า “AJ” โดยสามารถบันทึกเพลงที่ได้รับลิขสิทธิ์ลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะในการจำหน่ายครั้งแรกตามจำนวนเพลงที่ตกลงในสัญญา และได้รับสิทธิในการเพิ่มเติมเพลงตามที่จะระบุในสัญญาให้กับลูกค้าหลังการขาย โดยผ่านระบบหรือสถานที่ที่กลุ่มบริษัทได้จัดเตรียมไว้
2. เครื่องเล่นคาราโอเกะที่จัดจำหน่ายเป็นไปเพื่อความบันเทิงในที่พักอาศัย (Home-use) ภายในประเทศไทยเท่านั้น และบริษัทจะต้องจัดให้มีระบบป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์เพลงที่ถูกบันทึกในเครื่องเล่นคาราโอเกะเพื่อป้องกันการทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
3. บริษัทจ่ายชำระค่าตอบแทนการใช้ลิขสิทธิ์สำหรับการบันทึกเพลงลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะเพื่อจำหน่ายครั้งแรกให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในอัตราเหี่ยวละตามจำนวนสิทธิหรือระยะเวลาในการใช้ลิขสิทธิ์ หรือในอัตราตามจำนวนสิทธิหรือจำนวนเครื่องคาราโอเกะที่จัดจำหน่ายภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยจะต้องแจ้งจำนวนสิทธิที่ใช้ไปหรือเครื่องคาราโอเกะที่จัดหาและจัดจำหน่ายให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ตามระยะเวลาที่กำหนด
4. สำหรับลิขสิทธิ์ในการเพิ่มเติมเพลง (Update) ให้กับลูกค้าภายหลังการขายนั้น บริษัทจะชำระค่าตอบแทนให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในลักษณะเหี่ยวละ หรือในอัตราตามจำนวนเพลงและจำนวนเครื่องเล่นที่ขออนุญาตทำซ้ำเพิ่มเติม

ทั้งนี้ในการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์เพลงนั้น แม้ว่าในสัญญาลิขสิทธิ์จะระบุเงื่อนไขการใช้ลิขสิทธิ์ใน 2 ลักษณะ คือกำหนดจำนวนสิทธิที่ได้รับในเวลาที่กำหนดหรือตามกำหนดระยะเวลาของสัญญา อย่างไรก็ตามบริษัทเลือกวิธีการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์ตามระยะเวลาของสัญญา เนื่องจากบริษัทประเมิน

ว่าจำนวนสิทธิที่บริษัทได้รับจากเจ้าของสิทธินี้มีมากเพียงพอต่อจำนวนยอดขายเครื่องเล่นคาราโอเกะที่บริษัทคาดการณ์ไว้และคาดว่าจะครบกำหนดเวลาในสัญญา ก่อนที่บริษัทจะใช้สิทธิดังกล่าวจนครบจำนวน

ลิขสิทธิ์เพลงเผยแพร่พร้อมทั้งให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อความบันเทิงภายในที่พักอาศัย (Home-use) ของลูกค้า ภายในประเทศไทยเท่านั้น

4.1.6 สัญญาแต่งตั้งตัวแทน

บริษัททำสัญญาแต่งตั้งตัวแทนกับบริษัทแห่งหนึ่งภายใต้สัญญาดังกล่าว บริษัทผู้เป็นตัวแทนมีหน้าที่จัดหาสมาชิกและให้บริการแก่สมาชิกในการเข้าซื้อขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ที่บริษัททำสัญญาเป็นตัวแทนจัดหาสมาชิกและให้บริการแก่สมาชิก โดยบริษัทมีภาระผูกพันในการจ่ายค่าเหนื่อยหน้าตามทีระบุในสัญญา สัญญาแต่งตั้งตัวแทนมีกำหนดระยะเวลา 12 เดือน

4.1.7 สัญญาความร่วมมือ

บริษัททำสัญญาความร่วมมือกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่งและบริษัทแห่งหนึ่งที่บริษัททำสัญญาเป็นตัวแทนจัดหาสมาชิกในการซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ ซึ่งสถาบันการเงินดังกล่าวจะเป็นผู้จัดกิจกรรมทางการตลาดและให้บริการธุรกรรมทางการเงินในการซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ โดยบริษัทมีภาระผูกพันในการจ่ายค่าธรรมเนียมตามที่ระบุในสัญญา สัญญาความร่วมมือมีกำหนดระยะเวลา 12 เดือน

4.1.8 สัญญาตัวแทน

บริษัททำสัญญาเป็นตัวแทนกับบริษัทแห่งหนึ่ง ภายใต้สัญญาดังกล่าว บริษัทเป็นตัวแทนจัดหาสมาชิกและให้บริการแก่สมาชิกในการเข้าซื้อขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทดังกล่าว โดยบริษัทได้รับส่วนแบ่งจากรายได้ค่าสมาชิสดังกล่าวตามที่ระบุในสัญญา สัญญาตัวแทนมีกำหนดระยะเวลา 12 เดือน

4.1.9 สัญญาการให้บริการ

กลุ่มบริษัททำสัญญาการให้บริการจำนวน 3 รายภายใต้สัญญาดังกล่าว กลุ่มบริษัทเป็นผู้ให้บริการตู้เติมเงิน มีหน้าที่เป็นช่องทางสำหรับบริการรับชำระเงินค่าสินค้า/บริการแก่ผู้ใช้บริการผ่านตู้เติมเงินและเว็บไซต์ โดยกลุ่มบริษัทมีสิทธิในการรับค่าตอบแทนตามที่ระบุในสัญญา สัญญาการให้บริการมีกำหนดระยะเวลา 12 เดือน

4.1.10 เครื่องหมายการค้า

บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “AJ” กับกรมสำนักงานเครื่องหมายทางการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

จากงบการเงินเฉพาะของบริษัทสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทร่วมค้าเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 108.28 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.38 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัทโดยจะเน้นลงทุนในธุรกิจใหม่ ๆ ที่มีการเจริญเติบโตยั่งยืน ซึ่งจะสามารถลดความเสี่ยงของการพึ่งพาธุรกิจหลักของบริษัท

ในส่วนของการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทฯ มีนโยบายให้กรรมการหรือผู้บริหารเข้าเป็นตัวแทนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมโดยมีขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการหรือผู้บริหารเหมือนกับการกำกับดูแลบริษัท (รายละเอียดเหมือนส่วนที่ 2 หน้า 7-13) เพื่อดำเนินธุรกิจ ร่วมกำหนดทิศทาง และรักษามาตรฐานของกลุ่มบริษัท อีกทั้งยังลดความเสี่ยงสำหรับความรู้ความชำนาญในธุรกิจนั้น ๆ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่คาดว่าจะมีผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่คาดว่าจะมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลอื่น**ข้อมูลทั่วไปของบริษัท**

ชื่อบริษัท : บริษัท เอเจ แอดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
(เดิมชื่อ บริษัท คราวน์ เทค แอดวานซ์ จำกัด (มหาชน))

ชื่อย่อบริษัท : AJA

เลขทะเบียนบริษัท : ทะเบียนเลขที่ 0107554000135

ประเภทธุรกิจ : ประกอบกิจการขายส่งและขายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า
โทรศัพท์มือถือ รวมทั้งชิ้นส่วนอุปกรณ์

ทุนจดทะเบียน : 526,925,023.00 บาท

จำนวนหุ้นสามัญ : 5,269,250,230 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท

ผู้ถือหุ้น : ปัจจุบันผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้แก่ นายอมร มีมะโน ถือหุ้นร้อยละ 11.70

ปีที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : 27 กุมภาพันธ์ 2557

รอบปีบัญชี : 1 มกราคม – 31 ธันวาคม

เว็บไซต์ : <http://www.ajthai.com>

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 427/2 ถนนพระรามที่ 2 แขวงสามยุค เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150
โทรศัพท์ 0-2451-6888

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0-2009-9000 โทรสาร 0-2009-9991
SET Contact Center 0-2009-9999

ผู้สอบบัญชี : บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด
ชั้น 50 เอ็มไพร์ทาวเวอร์ เลขที่ 1 ถนนสาทรใต้
แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ 0-2677-2000 โทรสาร 0-2677-2222