

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “บิ๊ก คาเมร่า”) ดำเนินธุรกิจค้าปลีกกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้จัดจำหน่าย(ค้าปลีก)อุปกรณ์ถ่ายภาพยี่ห้อชั้นนำมากมาย อาทิเช่น Canon Nikon Sony Fujifilm Olympus Panasonic โดยมีช่องทางการจำหน่ายผ่านทางสาขาของ บิ๊ก คาเมร่า ที่มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ มากกว่า 221 สาขา นอกจากการจัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพและอุปกรณ์เกี่ยวเนื่องต่างๆ (Accessories) เช่น กล้องบันทึกวีดีโอ เลนส์ แฟลช กล้องส่องทางไกล เมมโมรี่การ์ด ฟิลเตอร์ กระเป๋ากล้อง ขาตั้งกล้อง แบตเตอรี่ และอุปกรณ์เสริมอื่นๆ บิ๊ก คาเมร่า ยังมีธุรกิจให้บริการทางด้านงานพิมพ์ภาพถ่ายคุณภาพสูง ธุรกิจบริการทางด้านการรับประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพ และธุรกิจบริการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ถ่ายภาพ และเมื่อปี 2556 บริษัทฯ ได้ขยายกิจการเข้าสู่ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้ชื่อ “BIG Mobile by BIG Camera” โดยจัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ อาทิเช่น Samsung Sony Alcatel Nokia i-mobile Asus ซึ่งมีสาขาให้บริการกว่า 20 สาขาทั่วประเทศ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1) วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของ บริษัทฯ

วิสัยทัศน์

บิ๊ก คาเมร่า มุ่งมั่นเป็นศูนย์รวมอุปกรณ์ถ่ายภาพครบวงจรแห่งแรกในความคิดของลูกค้าเมื่อนึกถึงผู้ให้บริการด้านการถ่ายภาพ

พันธกิจ

- บิ๊ก คาเมร่า ตอบโจทย์ด้านการถ่ายภาพทุกความต้องการของลูกค้าครบวงจร
- บิ๊ก คาเมร่า ดูแลทุกความต้องการของลูกค้าด้วยใจบริการที่เป็นเลิศ
- บิ๊ก คาเมร่า มุ่งมั่นสร้างความเชื่อมั่น สัมพันธภาพ และความผูกพันในแบรนด์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมาย

มีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุด

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายฐานตลาดเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น และคงระดับการเป็นผู้นำในตลาดอุปกรณ์ถ่ายภาพ โดยการรักษาสถานะลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้าใหม่ผ่านเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่ายของ บิ๊ก คาเมร่า ทั้งผ่านทางสาขาที่มีอยู่ การขยายสาขาใหม่ไปพร้อมกับศูนย์การค้า และห้างค้าปลีก ต่างๆที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ

ภายใต้ธุรกิจร้านค้าปลีกจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพ ที่มีผู้แข่งขันจำนวนมากในตลาด และขายสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกันหรือเกือบจะเหมือนกัน ดังนั้นผู้บริหารของ บิ๊ก คาเมร่า ได้เลือกใช้กลยุทธ์ทางการแข่งขันโดยการสร้างความแตกต่างระหว่างคู่แข่งในตลาด โดยมุ่งเน้นให้ ร้านสาขาของ บิ๊ก คาเมร่า ที่มีอยู่ทั่วประเทศมีบริการที่ครบวงจร หรือที่เรียกว่า “One Stop Service” เช่น ความครบครันของสินค้าและบริการ ที่ครบวงจรตั้งแต่การจำหน่ายกล้อง อุปกรณ์ การพิมพ์ภาพ การซ่อมแซม ดูแลรักษากล้อง เป็นต้น ตลอดจนมุ่งเน้นให้ผู้บริโภค รับรู้ถึงมูลค่าเพิ่มที่ได้รับจากการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านสาขาของบิ๊ก คาเมร่า

จากสภาวะการแข่งขันในตลาดอุปกรณ์ถ่ายภาพ บิ๊ก คาเมร่า ได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับกลยุทธ์ระดับองค์กร เพื่อให้ บิ๊ก คาเมร่า ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดย บิ๊ก คาเมร่า ให้ความสำคัญกับ

สถานที่ตั้งของจุดให้บริการ บุคลากรในการให้บริการที่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นอย่างดี การเลือกวางผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และการสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในแบรนด์

1.2) ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “บิ๊ก คาเมร่า”) เดิมชื่อ บริษัท ชันวู้ดอินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) (“SUN”) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลาดหลักทรัพย์” หรือ “SET”) โดยเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ตั้งแต่ปี 2534 ต่อมาที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของ SUN ประจำปี 2557 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2557 ได้อนุมัติการซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด (“บิ๊ก” หรือ “BIG”) จำนวน 2,799,700 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100.00 บาท (หนึ่งร้อยบาท) คิดเป็นร้อยละ 99.99 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของ บิ๊ก คาเมร่า ในราคาซื้อหุ้นละ 104.2857143 บาท รวมเป็นราคาซื้อหุ้น บิ๊ก คาเมร่า ทั้งสิ้น 291,968,714 บาท ทั้งนี้ SUN ได้ชำระค่าหุ้นดังกล่าวโดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ของ SUN จำนวน 730,721,700 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท รวม 730,721,700 บาท ในราคาหุ้นละ 0.399562124 บาท โดยคิดเป็นมูลค่ารวม 291,968,714 บาท ให้กับผู้ถือหุ้นของ บิ๊ก คาเมร่า ที่ตอบรับคำเสนอซื้อหุ้นของ SUN แทนการชำระเป็นเงิน ซึ่งรายการดังกล่าวถือเป็นการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทางอ้อมตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ ต่อมาจึงได้มีการเปลี่ยนชื่อบริษัทฯ เป็น บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ มีการประกอบธุรกิจการลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยมีการลงทุนใน บิ๊ก คาเมร่า เพียงบริษัทเดียว ซึ่งเป็นบริษัทแกน ที่ประกอบธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพ ต่างๆ และธุรกิจค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งธุรกิจให้บริการแก่ผู้ใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพทั้งระดับมืออาชีพและระดับสมัครเล่น ได้แก่ ให้บริการด้านพิมพ์ภาพถ่าย ให้บริการทำโฟโต้บุ๊ก (Photo Book) ให้บริการขยายระยะเวลาการรับประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพ และให้บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ถ่ายภาพ ซึ่งการให้บริการดังกล่าวจะอยู่ในร้านสาขาของ บิ๊ก คาเมร่า และเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2557 ได้มีมติเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญบริษัทฯ จากเดิมมูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท จำนวน 882,219,700 หุ้น เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.25 บาท จำนวน 3,528,878,800 หุ้น เพื่อเป็นการเพิ่มสภาพคล่องให้กับหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ภายหลังจากหลักทรัพย์มีการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์

ทั้งนี้เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2558 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติการลดทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วของบริษัทฯ จากจำนวน 882,219,700 บาท เป็นจำนวน 352,887,880 บาท โดยการลดมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้น (Par Value) จากเดิมหุ้นละ 0.25 บาท เป็น 0.10 บาท เนื่องจากมีส่วนต่อมูลค่าหุ้นสุทธิจากส่วนเกินมูลค่าหุ้น จำนวน 430,915,807 บาทและมีผลขาดทุนสะสมในอดีตซึ่งส่วนใหญ่เกิดขึ้นก่อนที่บริษัทฯ จะเปลี่ยนชื่อจากบริษัท ชันวู้ดอินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) มาเป็นบริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบัน (คำนวณถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2558 เป็นเงินจำนวน 149,535,430.40 บาท) ส่งผลให้บริษัทฯ ไม่สามารถจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นได้ถึงแม้บริษัทฯ จะมีกำไร จนกว่าบริษัทฯ จะได้สำรองเงินสดเท่ากับส่วนต่อมูลค่าหุ้นดังกล่าวจนครบ การลดทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทฯ ดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อลดส่วนต่อมูลค่าหุ้นและขาดทุนสะสมของบริษัทฯ เมื่อบริษัทฯ มีกำไรในอนาคตก็จะสามารถจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นได้โดยไม่ต้องตั้งสำรองสำหรับส่วนต่อมูลค่าหุ้นอีกต่อไป

พัฒนาการที่สำคัญของ บิ๊ก คาเมร่า และกลุ่มบริษัท ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังนี้

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
ปี 2533	1. ก่อตั้ง บริษัท ชาญ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจค้าส่งอุปกรณ์ถ่ายภาพ อาทิเช่น กระดาษอัดรูป ฟิล์มถ่ายรูป น้ำยาล้างอัดรูป กล้อง (ปัจจุบันได้หยุดประกอบกิจการไปเมื่อปี 2546)
ปี 2535	2. เนื่องจากบริษัท ชาญ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด มีสำนักงานในขณะนั้นเป็นเพียงตึกแถว 1 คูหา ตั้งอยู่บริเวณถนนท่าดินแดง ฝั่งธนบุรี ประกอบกับธุรกิจมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารมีแนวคิดที่จะรองรับการขยายตัวของธุรกิจ จึงมีการก่อสร้างสำนักงานและคลังสินค้าแห่งใหม่ที่ใหญ่กว่า ขึ้นที่ในซอยเพชรเกษม 77 ด้วยเงินกู้จากธนาคาร

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
ปี 2537	3. ก่อตั้งบริษัท ซาญ เอ็นเตอร์ไพรส์ (1994) จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท เพื่อรองรับการขยายตัวอย่างรวดเร็วในธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ โดยใช้ที่ดินตั้งสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ที่เพิ่งก่อสร้างเสร็จ
ปี 2540	4. ด้วยวิสัยทัศน์ ในการมองเห็นการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพที่จะเกิดขึ้นในอนาคต คุณชาญ จึงได้ก่อตั้ง บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1 ล้านบาท และ เริ่มขยายธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยมี ห้างคาร์ฟูร์ สาขาสุวินทวงศ์ เป็นสาขาแรกของ BIG Camera มีลักษณะการจัดตั้งแบบ Stand Alone บนพื้นที่ให้เช่าของห้างคาร์ฟูร์ในขณะนั้น
ปี 2542	5. บิ๊ก คาเมร่า เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 1 ล้านบาท เป็น 5 ล้านบาท เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการรองรับการขยายตัวของธุรกิจ (เพิ่มสาขา) โดย ณ สิ้นปี 2542 มีจำนวน 7 สาขา
ปี 2543	6. บิ๊ก คาเมร่า เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 5 ล้านบาท เป็น 15 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของสาขา โดย ณ สิ้นปี 2543 มีจำนวน 15 สาขา
ปี 2544	7. ก่อตั้งบริษัท บิ๊ก คาเมร่า (2001) จำกัด ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 5 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์ในขณะนั้นเพื่อขยายธุรกิจการค้าปลีกกล้อง อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม
ปี 2547	8. จากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมกล้องถ่ายรูป มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากกล้องแบบฟิล์ม (Film Camera) มาเป็นในรูปแบบ ดิจิตอล (ปี 2547) บิ๊ก คาเมร่า ได้มีการขยายสาขาไปทั่วประเทศ มากกว่า 70 สาขา
ปี 2554	9. บิ๊ก คาเมร่า เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 15 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท โดยมีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นถึง 236 สาขาทั่วประเทศ
ปี 2556	10. บิ๊ก คาเมร่า ได้ขยายธุรกิจการให้บริการเพิ่มเติมจากเดิมที่มี โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนหลักๆได้แก่ 1. ธุรกิจให้บริการพิมพ์ภาพถ่ายภายใต้ชื่อ "Image Plus by Big Camera" 2. ธุรกิจให้บริการขยายระยะเวลาการรับประกัน ภายใต้ชื่อ "Big Camera Care" และ 3. ธุรกิจให้บริการซ่อมบำรุง ภายใต้ชื่อ "Fix by Big Camera" 11. มีการปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัทเพื่อให้มีความคล่องตัวในการดำเนิน โดยครอบครัวเอ็รภาณจนวงศ์ ได้ขายเงินลงทุนในบริษัท บิ๊ก ไอเดีย แอนด์ อีเว้นต์ จำกัด บริษัท มาร์ชชิ่ง จำกัด และ บริษัท ซาญ เอ็นเตอร์ไพรส์ (1994) จำกัด ให้กับบุคคลไม่มีความเกี่ยวข้อง รวมทั้ง บริษัท บิ๊ก คาเมร่า(2001) จำกัด ได้เริ่มทำธุรกิจค้าส่งโทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงธุรกิจเดียว ให้กับบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด 12. บริษัทฯ ได้ขยายกิจการเข้าสู่ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ อาทิเช่น Samsung, Alcatel, Asus, i-mobile, JVC, Nokia, Sony และ Lenovo ภายใต้ชื่อร้าน "BIG Mobile by BIG Camera"
ปี 2557	13. บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ได้มีการปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัทอีกครั้ง โดยได้ซื้อหุ้น บริษัท บิ๊ก คาเมร่า(2001) จำกัด จากครอบครัวเอ็รภาณจนวงศ์ ในสัดส่วนร้อยละ 97 ¹ ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระ 14. บิ๊ก คาเมร่า จำกัด เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 100 ล้านบาท เป็น 280 ล้านบาท เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ 15. บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือการกับ บริษัท ชันวู้ดอินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน)โดยคุณชาญ เอ็รภาณจนวงศ์ และผู้ถือหุ้นของ บิ๊ก คาเมร่า จำกัด เข้าซื้อหุ้นของ บริษัท ชันวู้ดอินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) โดยชำระเป็นหุ้นสามัญของบิ๊ก คาเมร่า จำกัด ซึ่งภายหลังการทำรายการดังกล่าว บิ๊ก คาเมร่า จำกัด จะมีสถานะเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท ชันวู้ดอินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) บิ๊ก คาเมร่า จำกัด เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 280 ล้าน

¹ สาเหตุที่กลุ่มครอบครัวเอ็รภาณจนวงศ์ ถือหุ้น บจก. บิ๊ก คาเมร่า (2001) ในสัดส่วน 3% เนื่องจากโครงสร้างของบริษัทจำกัด จะต้องประกอบด้วยบุคคลอื่นนอกจาก บจก. บิ๊ก คาเมร่า จำกัด เข้าถือหุ้นของ บจก. บิ๊ก คาเมร่า (2001) ดังนั้นโครงสร้างของ บจก. บิ๊ก คาเมร่า (2001) จึงมีกลุ่มเอ็รภาณจนวงศ์ถือหุ้น เพื่อให้ครบตามองค์ประกอบของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบริษัทจำกัดเท่านั้น

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
	<p>บาท เป็น 300 ล้านบาท</p> <p>16. ภายหลังควบรวมกิจการ บริษัท ชันธุติอินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (BIG) เป็นการลงทุนในบริษัทอื่น (Holding company) โดยมีบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ดำเนินธุรกิจเป็นบริษัทฯ แทน</p> <p>เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2557 ได้มีมติเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญบริษัทฯ จากเดิมมูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท จำนวน 882,219,700 หุ้น เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.25 บาท จำนวน 3,528,878,800 หุ้น</p>
ปี 2558	<p>17. เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558 ตลาดหลักทรัพย์อนุมัติให้ บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (BIG) พ้นเหตุอาชญากรรม เพิกถอน โดยปลดเครื่องหมาย "SP" (Suspension) และ "NC" (Non-Compliance) รวมทั้งย้ายหลักทรัพย์ BIG ออกจาก กลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่แก้ไขการดำเนินงานไม่ได้ตามกำหนด (Non- Performing Group : NPG) และอนุญาตให้เริ่ม ซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดพาณิชย์ ได้ตั้งแต่วันที่ 3 มีนาคม 2558</p> <p>18. เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้เข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นวันแรก</p> <p>19. เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2558 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติการลดทุนจดทะเบียนและชำระค่าหุ้นของบริษัทฯ จากจำนวน 882,219,700 บาท เป็นจำนวน 352,887,880 บาท โดยการลดมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้น (Par Value) จากเดิมหุ้นละ 0.25 บาท เป็น 0.10 บาท และ ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นยังมีมติอนุมัติการปรับโครงสร้างกิจการโดยบริษัทฯ จะรับโอนกิจการทั้งหมดของ บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย เพื่อให้ บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่นเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเพียงบริษัทเดียว</p> <p>20. บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนลดทุนจดทะเบียนและชำระค่าหุ้น ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2558</p> <p>21. บริษัทฯ ได้ดำเนินการรับโอนกิจการจาก บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยและถือหุ้นร้อยละ 99.99 โดยบริษัทฯ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเลิกกิจการ บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2558</p>

โครงสร้างของบริษัทฯ

(ณ วันที่ 31 มีนาคม 2559)

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

1. ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพและบริการ

2. ธุรกิจจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

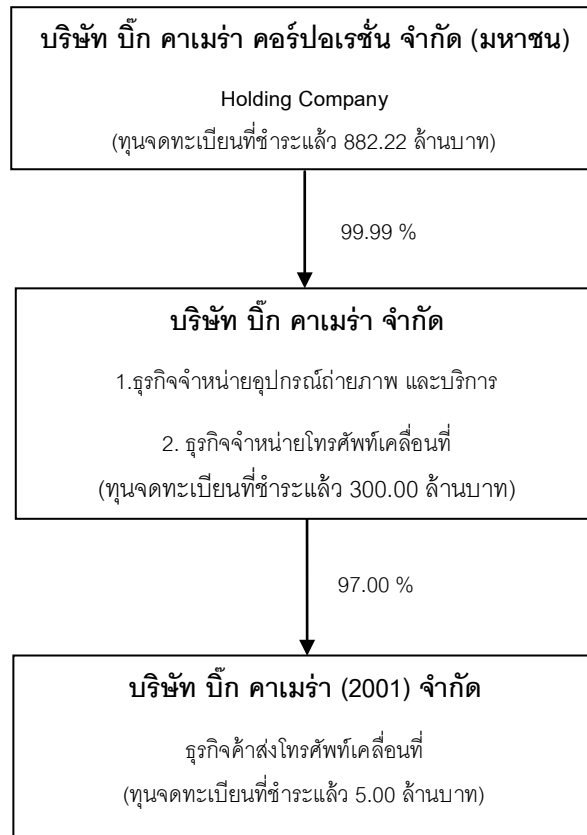
(ทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว 352,887,880 ล้านบาท)

เดิมบริษัทฯ ประกอบธุรกิจโดยการลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยมีการถือหุ้นในบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทแกน ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว โดยบริษัท บิ๊ก คาเมร่า ประกอบธุรกิจค้าปลีกกล้องถ่ายภาพ อุปกรณ์ถ่ายภาพ และอุปกรณ์เสริมต่างๆ และธุรกิจค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งธุรกิจการให้บริการแก่ผู้ใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพ นอกจากนี้ บิ๊ก คาเมร่า ได้ถือหุ้นในบริษัท บิ๊ก คาเมร่า (2001) จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 97.00 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว (กลุ่มครอบครัวเหียรกาญจนวงศ์ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 3.00) ประกอบธุรกิจค้าส่งโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉพาะยี่ห้อซัมซุง ให้กับบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด เพียงรายเดียว ทั้งนี้การที่บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ไม่ได้เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับ Samsung ในการสั่งซื้อสินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสาร (โทรศัพท์เคลื่อนที่) เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อเงื่อนไขทางการค้าของธุรกิจกล้องถ่ายภาพได้ หากบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัดเป็นผู้สั่งซื้อสินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสารจะต้องมีการทำบันทึกข้อตกลงเงื่อนไขการค้าใหม่ โดยจะทำให้การซื้อสินค้าในหมวดธุรกิจกล้องถ่ายภาพจะถูกทบทวนและใช้กรอบเงื่อนไขเดียวกับธุรกิจอุปกรณ์สื่อสาร ซึ่งอาจจะทำให้เงื่อนไขการค้าในหมวดธุรกิจกล้องถ่ายภาพซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัท บิ๊ก คาเมร่า สูญเสียประโยชน์ทางการค้าได้

อย่างไรก็ตามเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2558 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติการปรับโครงสร้างกิจการจากรูปแบบโครงสร้างสามชั้นตามแผนภาพด้านล่างซึ่งทำให้กลุ่มบริษัทเกิดข้อจำกัดในการดำเนินกิจการบางประการ โดยการ

- (1) ดำเนินการจดทะเบียนเลิกบริษัท บิ๊ก คาเมร่า (2001) จำกัด และชำระบัญชีตามขั้นตอนที่กฎหมายกำหนดเพื่อให้ทรัพย์สินของ บริษัท บิ๊ก คาเมร่า (2001) จำกัด โอนมายังบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัดซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท บิ๊ก คาเมร่า (2001) จำกัด
- (2) ดำเนินการโอนกิจการทั้งหมดจากบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัดมายังบริษัทฯ เพื่อให้บริษัทฯ เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเพียงบริษัทเดียวอันจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์แก่กลุ่มบริษัท

โครงสร้างในอดีต



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1) ภาพรวมการประกอบธุรกิจ และโครงสร้างรายได้

ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพ ที่มีช่องทางการจำหน่าย 216 สาขาทั่วประเทศ (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558) ภายใต้ชื่อ “BIG Camera” ที่เน้นแนวคิดหลัก “ศูนย์รวมกล้องดิจิทัลที่มีความสุขให้เลือกมากที่สุด” นอกจากนี้ ยังให้บริการเพิ่มเติมแก่ลูกค้าในงานบริการต่างๆ เพื่อที่จะให้เป็น One Stop Services อาทิ ธุรกิจให้บริการพิมพ์ภาพถ่าย และให้บริการทำโฟโต้บุ๊ก (Photo Books) ธุรกิจให้บริการขยายระยะเวลาการรับประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพ และรวมถึงธุรกิจให้บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ถ่ายภาพ นอกจากการจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพ บิ๊ก คาเมร่า ยังขยายธุรกิจเพิ่มเติมไปยังธุรกิจค้าปลีกโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) ที่จำหน่ายผ่านสาขา ภายใต้ชื่อ “BIG Mobile by BIG Camera” ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 25 สาขา (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)

Branding



ลักษณะการประกอบธุรกิจ

1. ธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ (Retailers)

บิ๊ก คาเมร่า ปัจจุบัน ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพครบครัน ตั้งแต่กล้องถ่ายภาพดิจิทัล ยี่ห้อชั้นนำต่างๆ ได้แก่ Canon Nikon Sony Fujifilm Olympus Panasonic Samsung เป็นต้น รวมไปถึงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพ อาทิเช่น เลนส์ ฟิลเตอร์ เมมโมรี่การ์ด แผ่นบันทึกความจำ อุปกรณ์ต่อพ่วงทางการถ่ายภาพ ขาตั้งกล้อง เป็นต้น ในปัจจุบัน บิ๊ก คาเมร่า ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพผ่านสาขาของตนเอง ที่มีช่องทางการจำหน่ายกว่า 241 สาขา ครอบคลุมทั่วประเทศ ภายใต้ชื่อ “BIG Camera” ที่เน้นแนวคิดหลักคือ “บิ๊ก คาเมร่า คือศูนย์รวมกล้องดิจิทัลที่มีความสุขให้เลือกมากที่สุด” ซึ่งตั้งกระจายอยู่ในตามศูนย์การค้าชั้นนำ และห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น เซ็นทรัล เดอะมอลล์ โรบินสัน มานูนครองเซ็นเตอร์ รวมถึง บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และ เทสโก้โลตัส

อย่างไรก็ตาม การที่ บิ๊ก คาเมร่า ประสบความสำเร็จมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องนอกจากการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมตามสาขาต่างๆ แล้ว บิ๊ก คาเมร่า ยังมีทีมขายที่มีประสิทธิภาพ ความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้งานของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ และความต้องการใช้งานของลูกค้าแต่ละคน ทั้งนี้เนื่องจาก บิ๊ก คาเมร่า ได้เล็งเห็นถึงปัจจัยของความสำเร็จในธุรกิจค้าปลีกที่เกี่ยวข้องกับทีมงานการขาย จึงได้ทุ่มเท มุ่งเน้นการฝึกอบรมความรู้ให้แก่พนักงานขายของ บิ๊ก คาเมร่า อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องของผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมถึงศาสตร์ในงานบริการสำหรับลูกค้าทุกคนที่เข้ามาใช้บริการในร้านสาขาของ “BIG Camera” นอกจากนี้ บิ๊ก คาเมร่า ยังมี ร้านต้นแบบ เรือธง ภายใต้ชื่อ “BIG Camera Galleria” เป็นสาขาที่มีขนาดใหญ่ มีบรรยากาศร้านที่เข้ากับไลฟ์สไตล์คนยุคใหม่ และมีบริการที่ครบครันอยู่ในศูนย์การค้าชั้นนำ



ภาพแสดง สาขา BIG Camera Galleria (Emquartier)

นอกจากเป็นผู้ค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพรายใหญ่ในประเทศแล้ว บิ๊ก คาเมร่า ยังได้ดำเนินธุรกิจค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone) และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริมยี่ห้อต่างๆ อาทิเช่น Samsung, Sony, I-Mobile, Asus, Lenovo ผ่านช่องทางการจำหน่ายของ บิ๊ก คาเมร่า ภายใต้ชื่อ “BIG Mobile by BIG Camera” ซึ่งปัจจุบันมีช่องทางการจำหน่ายอยู่ 25 สาขา



ภาพแสดง สาขา BIG Mobile by BIG Camera

อย่างไรก็ดี นอกจากการเป็นผู้จำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพรายใหญ่ที่มีสายผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วนตามความต้องการของตลาดแล้ว บริษัทฯ ยังเล็งเห็นถึงโอกาสในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยมุ่งเน้นการให้บริการครบวงจรด้านการถ่ายภาพเกี่ยวเนื่องแก่ผู้ใช้กล้องถ่ายภาพด้วยการนำเสนอการให้บริการเพิ่มเติม ได้แก่ ธุรกิจให้บริการพิมพ์ภาพถ่าย ซึ่งบริษัทฯ ได้ติดตั้งจุดให้บริการพิมพ์ภาพถ่ายในสาขาของบริษัท คาเมร่า กว่า 220 สาขา ร่วมกับบริษัท ฟุจิฟิล์ม ประเทศไทย จำกัด ติดตั้งศูนย์แลปดิิจิตอล FDI (Fuji Digital Image) กว่า 110 สาขาทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็น FDI Station (Fuji Digital Image Station) ให้บริการล้างอัดภาพในระบบมินิแลป จำนวน 53 สาขา ให้บริการพิมพ์ภาพจากมือถือสมาร์ทโฟน และให้บริการพิมพ์ภาพถ่ายในรูปแบบโฟโต้บุ๊ก (Photo Books) ในทุกสาขา ธุรกิจให้บริการขยายระยะเวลาการรับประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพ และธุรกิจให้บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ถ่ายภาพ

รายละเอียดของอุปกรณ์ถ่ายภาพ (กล้อง) ประเภทต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งแยกประเภทหลักๆ ออกได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

- กล้องถ่ายภาพ ประเภทพกพา (Compact Camera)

เป็นกล้องถ่ายภาพที่มีขนาดเล็ก สะดวกในการพกพาและเป็นกล้องที่เหมาะสมกับนักถ่ายภาพที่เป็นมือใหม่ (Beginner Photographer) ไปจนถึงนักถ่ายภาพในระดับกลาง โดยคุณสมบัติสำหรับกล้องถ่ายภาพประเภทนี้คือ กล้องประเภทนี้จะเหมาะกับกิจกรรมการถ่ายภาพ ที่ผู้ถ่ายไม่ต้องการขั้นตอนหรือวิธีการถ่ายภาพที่ซับซ้อนเหมือนกับกล้องถ่ายภาพประเภทอื่น อย่างไรก็ตาม กล้องถ่ายภาพประเภทนี้ค่อนข้างมีข้อจำกัดในเรื่องวัตถุประสงค์ของภาพถ่ายเนื่องจากเป็นกล้องที่ผู้ใช้ไม่สามารถเปลี่ยนเลนส์ได้ ดังนั้นเรื่องประเภทของผลผลิตภาพถ่ายจึงอาจมีข้อจำกัด ปัจจุบันกล้องประเภทพกพายังคงมียอดขายนำหน้าตัวเครื่อง ถือครองสัดส่วนสูงสุดในกลุ่มกล้องทุกประเภท เนื่องจากเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ราคาไม่สูงมากนัก ใช้งานง่าย พกพาสะดวก จึงยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดในปัจจุบัน

ตัวอย่างกล้องถ่ายภาพประเภทพกพา

ที่มา: bigcamera.co.th

- กล้องถ่ายภาพ ประเภทเปลี่ยนเลนส์ได้แบบพกพา (Mirrorless / Compact System Camera)

กล้องถ่ายภาพประเภทนี้ถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ของกล้องถ่ายภาพขนาดพกพา แต่คุณสมบัติของกล้องประเภทนี้ถือว่าอยู่ในระดับเดียวกับกล้องมืออาชีพขนาดใหญ่ (DSLR) กล้องถ่ายภาพประเภท Mirrorless สามารถเรียกชื่ออย่างเป็นทางการว่า EVIL หรือ MILC EVIL ซึ่งย่อมาจาก Electronic Viewfinder interchangeable lens ส่วน MILC ซึ่งย่อมาจาก Mirrorless interchangeable Lens Camera โดยปัจจุบันมีคุณภาพของภาพที่ถ่ายจากกล้องชนิดนี้สามารถเปรียบเทียบเท่าได้ใกล้เคียงกับภาพที่ได้จากกล้องมืออาชีพขนาดใหญ่ (DSLR) ซึ่งกล้อง Mirrorless จัดว่าเป็นกล้องขนาดพกพาที่สามารถเปลี่ยนเลนส์ได้ซึ่งหมายความว่าไม่เกิดข้อจำกัดของประเภทภาพถ่าย กล้องประเภทนี้ในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมากตั้งแต่ผู้ถ่ายภาพสมัครเล่นไปจนถึงระดับมืออาชีพ ปัจจุบันกล้องประเภท Mirrorless มีอัตราการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง และเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุด เนื่องจากมีคุณภาพสูง ขนาดเล็กพกพาสะดวก น้ำหนักเบา และยังมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค แบรนด์ที่กำลังเป็นที่นิยมในตลาดได้แก่ Fujifilm Olympus Sony เป็นต้น บิ๊ก คาเมร่า ได้ให้ความสำคัญกับการทำการตลาดกล้องประเภทนี้เป็นอย่างมาก

ตัวอย่างกล้องถ่ายภาพประเภท Mirrorless / Compact System Camera

ที่มา: bigcamera.co.th

- กล้องถ่ายภาพประเภทเปลี่ยนเลนส์ได้ขนาดใหญ่ (Digital Single Lens Reflex; DSLR)

กล้องประเภท DSLR เป็นกล้องสะท้อนเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัลที่มีลักษณะเหมือนกล้องฟิล์ม เพียงแต่ใช้เซนเซอร์ในการรับภาพแทนฟิล์มในอดีต กล้องประเภทนี้ค่อนข้างได้รับความนิยมสำหรับนักถ่ายภาพตั้งแต่ระดับกลางจนถึงระดับมืออาชีพ เนื่องจากมี

คุณภาพสูง แข็งแรงทนทาน เหมาะสมกับการใช้งานจริงจัง ดังนั้นราคาจะค่อนข้างสูงกว่ากล้องประเภท Compact และ กล้องMirrorless ปัจจุบันกล้อง DSLR ที่ยังคงทรงความเป็นผู้นำตลาด โดยจะมีแบรนด์หลัก 2 แบรนด์ คือ Canon และ Nikon โดยสองยี่ห้อนี้จัดว่าเป็นที่นิยมสูงสุดในหมู่นักถ่ายภาพเนื่องจากเป็นแบรนด์อุปกรณ์ถ่ายภาพระดับโลกที่อยู่ในธุรกิจถ่ายภาพมาเป็นเวลายาวนานและด้วยคุณภาพของผลผลิตงานภาพถ่ายที่ยังคงเป็นที่ยอมรับในหมู่นักถ่ายภาพในปัจจุบัน และในปัจจุบันก็ได้มียี่ห้ออื่นๆ ขึ้นมาแย่งส่วนแบ่งตลาด อาทิ Sony เป็นต้น

ตัวอย่างกล้องถ่ายภาพขนาดใหญ่



ที่มา: bigcamera.co.th

- ผลิตภัณฑ์เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ถ่ายภาพ (Camera related product)

บิ๊ก คาเมร่า นอกจากการเป็นผู้ค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพแล้ว ยังรวมถึงเป็นผู้จำหน่ายอุปกรณ์เสริมต่างๆ ที่ใช้ควบคู่กับกล้องถ่ายภาพ อาทิเช่น เลนส์ แฟลช กล้องส่องทางไกล เมมโมรี่การ์ดบันทึกความจำ ขาตั้งกล้อง (Tripod) แบตเตอรี่ และอื่นๆ เป็นต้น

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกล้องถ่ายภาพ



ที่มา: bigcamera.co.th

2. ธุรกิจให้บริการพิมพ์ภาพถ่าย และให้บริการจัดทำโฟโต้บุ๊ก (Photo Book)

ดำเนินงานภายใต้ชื่อ “Image Plus by BIG Camera” ซึ่งเป็นการให้บริการพิมพ์ภาพถ่ายคุณภาพสูง รวมถึงการสร้างสรคงานพิมพ์ภาพถ่ายในรูปแบบพิเศษภายใต้ระบบการพิมพ์แบบดิจิทัลซึ่งสามารถให้ผลผลิตงานภาพถ่ายได้ดีเทียบเท่ากับงานในระดับมืออาชีพ โดย บิ๊ก คาเมร่า ได้ร่วมมือทางการตลาดกับ บริษัท ฟุจิฟิล์ม ประเทศไทย จำกัด ติดตั้งศูนย์แลปดิจิทัล FDI Station(Fuji Digital Image Station) มากกว่า 50 สาขาผ่านสาขา BIG Camera ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ภายใต้แนวคิด “BIG Printing Solution” เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการเก็บภาพประทับใจ ภาพสำคัญในงานพิธีต่างๆ โดยลูกค้าผู้ใช้บริการสามารถส่งพิมพ์งานได้จากสื่อบันทึกดิจิทัลทุกชนิด สามารถพิมพ์งานที่บันทึกได้จากโทรศัพท์มือถือ ผ่านระบบ Wireless ไม่ว่าจะเป็น WiFi - Bluetooth หรือการเลือกพิมพ์ภาพจาก Social Media อาทิเช่น Facebook นอกจากนี้ บิ๊ก คาเมร่า ยังมีการให้บริการสำหรับลูกค้าที่ต้องการเก็บภาพถ่ายไว้ในรูปแบบของโฟโต้บุ๊ก (Photo Book) คือการรวบรวมภาพถ่ายจัดทำเป็นเล่มหนังสือภาพ หนังสือภาพ ซึ่งรวบรวมภาพถ่ายในความทรงจำต่างๆ เป็นรูปเล่มกะทัดรัดสวยงาม



ภาพแสดงเครื่องพิมพ์ภาพ Fuji Digital Image

ทั้งนี้ การติดตั้งเครื่องพิมพ์ภาพ Fuji Digital Image นั้น เป็นการลงทุนเครื่องพิมพ์โดย บิ๊ก คาเมร่า เพียงผู้เดียวโดยไม่ได้เกี่ยวข้องกับ Fuji (บจก.ฟุจิฟิล์ม ประเทศไทย) ส่วนความร่วมมือกับ Fuji เป็นการร่วมมือกันทางด้านการตลาด เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ ในการแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานและความน่าเชื่อถือทางด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ด้านงานพิมพ์ของฟุจิฟิล์มเป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพ และได้รับความเชื่อมั่นในกลุ่มผู้บริโภคมายาวนาน จึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าจะได้รับสินค้าและบริการที่ทุกขั้นตอนการผลิตใช้ผลิตภัณฑ์ฟุจิฟิล์มแท้ 100%

ภาพแสดง ธุรกิจให้บริการพิมพ์ภาพถ่ายและโฟโต้บูค3. ธุรกิจให้บริการขยายระยะเวลาการรับประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพ

ดำเนินงานภายใต้ชื่อ “Big Camera Care” ซึ่งผู้บริหารของ บิ๊ก คาเมร่า ได้เล็งเห็นถึงการบริการหลังการขายเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์ถ่ายภาพ ภายใต้แนวคิด “ทุกปัญหากลายเป็นเรื่องเล็กได้ และพร้อมเติมเต็มความมั่นใจสำหรับคนรักกล้อง” เป็นบริการที่ บิ๊ก คาเมร่า ให้บริการเป็นปี 5 ซึ่งเป็นความร่วมมือกับ บริษัท สยามคอสมอส เซอร์วิส จำกัด และบริษัทรับประกันภัย โดยสามารถรองรับลูกค้าที่ซื้อกล้องถ่ายภาพในราคาสูงกว่า 5 พันบาทขึ้นไป การบริการชนิดนี้ให้ประโยชน์แก่ลูกค้าในการขยายระยะเวลาการรับประกันกล้องถ่ายรูปเพิ่มเติมจากการรับประกันมาตรฐาน (1ปี) เป็นสูงสุด 3 ปี ภายใต้เงื่อนไขเดียวกันกับผู้ผลิต โดยไม่มีผลผูกพันกับบริษัทผู้ผลิตกล้องแต่อย่างใด ซึ่งการคิดค่าบริการดังกล่าวจะคิดเป็นร้อยละของราคาสินค้าที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงการคุ้มครองเพิ่มขึ้นอีก 4 กรณีคือ ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ลักทรัพย์ (โดยมีร่องรอย) และไฟฟ้าลัดวงจร

ภาพแสดง ธุรกิจให้บริการขยายระยะเวลาการรับประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพ4. ธุรกิจให้บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ถ่ายภาพ

ธุรกิจให้บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ถ่ายภาพ เริ่มต้นมาตั้งแต่ปี 2552 เนื่องจาก ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ที่มองธุรกิจการให้บริการของ บิ๊ก คาเมร่า ควรจะมีการให้บริการที่ครบวงจร (one-stop-service) และมีใช่เป็นเพียงแค่ธุรกิจซื้อมาขายไปเท่านั้น ดังนั้นเพื่อเป็นการดูแลลูกค้าหลังการขาย (After Sales Service) และเป็นการเอาใจลูกค้าในเรื่องการดูแลรักษากล้อง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง จึงได้ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการซ่อมแซมและบำรุงรักษาอุปกรณ์ถ่ายภาพ ภายใต้ชื่อ “FIX by BIG Camera” ซึ่งให้บริการ FIX ทุกสาขาของ บิ๊ก คาเมร่า โดยในปัจจุบันลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้ใน 2 ลักษณะ คือ สินค้าที่ยังอยู่ในอายุรับประกัน บิ๊ก คาเมร่า จะเป็นผู้ดำเนินการจัดส่งซ่อมให้แก่ลูกค้า (ภายใต้เงื่อนไขการรับประกัน) ในกรณีที่สินค้าหมดอายุรับประกัน บิ๊ก คาเมร่า จะดำเนินการส่งซ่อม โดยคิดค่าใช้จ่าย หรือดำเนินการกับลูกค้า ทั้งนี้ โดยมีเงื่อนไขต่างๆ อาทิเช่น รับประกันผลงานการซ่อมแซม 120 วัน ในอาการเสียและอะไหล่ตัวเดิม การซ่อมและอะไหล่คุณภาพบริการเช่นเดียวกับผู้ผลิตแบรนด์ที่มีชื่อ ต่างๆ อาทิเช่น การซ่อมกล้องถ่ายรูป ซ่อมเลนส์ ซ่อมไฟแฟลช ล้างกล้อง และอุปกรณ์อื่นๆ



ภาพแสดง ธุรกิจให้บริการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ถ่ายภาพระดับมาตรฐาน

2.2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของ บริษัทฯ จะครอบคลุมตั้งแต่ผู้รักการถ่ายภาพระดับมือสมัครเล่นไปจนถึงระดับมืออาชีพ โดย บริษัทฯ ได้ดำเนินการกลยุทธ์การขายในการสร้างความหลากหลายในสินค้าและบริการเพื่อรองรับลูกค้าในทุกๆกลุ่ม กลุ่มลูกค้าของ บิ๊ก คาเมร่า สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลักดังนี้

1. กลุ่มวัยรุ่นและนักศึกษา

โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่จะเริ่มใช้กล้องเป็นครั้งแรก มักเป็นกลุ่มที่มีอายุเฉลี่ยน้อย และรายได้ไม่มากนัก ส่วนใหญ่แล้วจะใช้กล้องถ่ายภาพเพื่อการบันทึกภาพเหตุการณ์ต่างๆ ควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยีกับชีวิตประจำวัน อาทิ การบันทึกกรู๊ปถ่ายผ่านทางสังคมออนไลน์หรือสื่อดิจิทัลต่างๆ ลูกค้ากลุ่มนี้มีความเป็นไปได้สูงที่มีโอกาสผันตนเองจากการใช้กล้องถ่ายภาพเพื่อชีวิตประจำวันไปเป็นผู้ถ่ายภาพที่มีความมุ่งมั่นในงานถ่ายภาพต่อไปในอนาคต

2. กลุ่มครอบครัว

ผู้ที่ใช้กล้องถ่ายภาพในกลุ่มนี้นิยมใช้กล้องถ่ายภาพเพื่อการบันทึกภาพถ่ายความทรงจำของกิจกรรมภายในครอบครัว โดยส่วนมากจะเลือกใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพที่ใช้งานง่าย สะดวกแต่ยังคงได้ผลผลิตภาพถ่ายที่ได้คุณภาพดีเพื่อการบันทึกภาพในกิจกรรมสำคัญของครอบครัว โดยปกติลูกค้ากลุ่มนี้จะมีความต้องการหลากหลาย ขึ้นอยู่กับกำลังซื้อ ช่วงอายุ และรายได้ เป็นต้น

3. กลุ่มผู้มีความมุ่งมั่นต่อการถ่ายภาพ (Serious Amateur / Professional Photographer)

ลูกค้ากลุ่มนี้ส่วนมากจะเป็นผู้ใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพที่ต้องการความสมบูรณ์แบบของการผลิตงานศิลปะภาพถ่าย หรืออาจใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพเพื่อหวังผลในเชิงพาณิชย์ ลูกค้าในกลุ่มนี้จัดว่าเป็นกลุ่มที่ลงทุนในอุปกรณ์ถ่ายภาพและอุปกรณ์เสริมเพื่อคุณภาพในผลผลิตงานถ่ายภาพอันเป็นที่พอใจและเป็นที่ยอมรับ ผู้ใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพในกลุ่มนี้จะมีอัตราการซื้อสูงเนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มักจะเลือกใช้งานกล้องในประเภทเปลี่ยนเลนส์ได้ทั้งประเทศ DSLR หรือ Mirrorless ที่มีราคาค่อนข้างสูง รวมทั้งมีพฤติกรรมการใช้เลนส์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ อยู่เสมอ ซึ่งมีความคั่งแต่หลักหมื่นบาทจนถึงแสนบาท อย่างไรก็ตามปัจจุบันได้นักถ่ายภาพชั้นนำได้เริ่มใช้กล้องประเภท Mirrorless ควบคู่กับกล้อง DSLR เนื่องจากสามารถผลิตงานภาพถ่ายที่ได้คุณภาพสูงเทียบเท่า DSLR แล้วยังได้รับ ความสะดวกในการพกพา

(2) นโยบายการตลาดและกลยุทธ์การขาย

การรักษาอำนาจการต่อรองด้านราคา (Pricing leverage)

หลังจากช่วงปี 2547 ตั้งแต่ต้นวัตรกรรมอุปกรณ์ถ่ายภาพเริ่มเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบกล้องถ่ายภาพชนิดฟิล์ม มาเป็นกล้องถ่ายภาพดิจิทัล สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการอย่าง บิ๊ก คาเมร่า เริ่มให้ความสำคัญคือเรื่องความสามารถในการทำกำไร หลังจากที่ผู้บริหารของ บิ๊ก คาเมร่า ได้เล็งเห็นว่าอัตราการทำการกำไรของกล้องดิจิทัลนั้นต่ำกว่ามากเมื่อเปรียบเทียบกับกำหนายกล้องถ่ายภาพประเภทฟิล์มในอดีต ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงได้พยายามกำหนดกลยุทธ์ทางการขายที่มุ่งเน้นในการได้มาของสินค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งชั้นด้วยความสามารถที่จะสร้างยอดขายซึ่งที่มีปริมาณสูงกว่าคู่แข่งซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างอำนาจการต่อรองกับตัวแทนจำหน่าย (Brand Supplier) ในการได้ต้นทุนสินค้าที่ต่ำ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการขายได้หลากหลายยิ่งขึ้น

กลยุทธ์การเน้นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Full Coverage)

บิ๊ก คาเมร่า มีกลยุทธ์ในการให้บริการที่มากกว่าคู่แข่ง โดยการวางขายผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายทั้งในส่วนของ แบรินด์ รุ่น และการใช้งานที่แตกต่างกัน โดย บิ๊ก คาเมร่า มีนโยบายการวางขายสินค้าให้ครบทุกแบรนด์หลัก เน้นความหลากหลายของรุ่นเพื่อครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าโดยจำนวนรุ่น ชนิดรุ่น และปริมาณที่วางขายจะขึ้นกับขนาดของสาขา และทำเลที่ตั้งของสาขาเป็นสำคัญ บริษัทฯ จะคัดเลือกสินค้าที่วางขายให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาให้เหมาะสม โดยมีการร่วมมือกับ ตัวแทนผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศ (Brand Suppliers)

นอกจากนี้ยังมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะกำหนดทิศทางการกระจายสินค้าในตลาดได้ ในช่วงเวลาหนึ่งๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นช่วงฤดูกาลที่ขายดี (High Season) ซึ่งอยู่ในไตรมาส 1 และไตรมาส 4 ของแต่ละปี โดย บิ๊ก คาเมร่า จะอาศัยจุดแข็งในการบริหารการขายผ่านจำนวนสาขาที่มีครอบคลุมทั่วประเทศ และพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้และการบริการแก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้ บิ๊ก คาเมร่า สามารถผลักดันยอดขายที่เกิดจากสินค้าทุกประเภทและทุกแบรนด์ได้ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า หรือแบรนด์ที่กำลังอยู่ในกระแสนิยมหรือไม่ก็ตาม

การประชาสัมพันธ์และสร้างตราบริษัทให้เป็นที่ยอมรับ

บริษัทฯ เล็งเห็นว่าการเลือกซื้อสินค้าครั้งหนึ่งๆ ผู้บริโภคหรือลูกค้าให้ความสำคัญกับแบรนด์ผู้จำหน่ายในระดับที่ไม่น้อยไปกว่าแบรนด์สินค้าและคุณภาพของสินค้า บริษัทฯ จึงได้ให้ความสำคัญต่อการสร้างตราสินค้าของ บิ๊ก คาเมร่า ให้เป็นที่รู้จักและจดจำในกลุ่มลูกค้าโดยได้สร้างการรับรู้ในแบรนด์ผู้จำหน่ายผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ และการบริหารการตลาดโดยร่วมกับตัวแทนแบรนด์สินค้าต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้า อาทิเช่น การจัดงานแสดงสินค้าประจำปี BIG Pro Days การเข้าร่วมในงานแสดงอุปกรณ์ถ่ายภาพระดับประเทศ Photo fair และการจัดอบรมถึงปฏิบัติการสำหรับผู้ชื่นชอบการถ่ายภาพ ได้แก่ workshop สำหรับบุคคลทั่วไปและ University roadshow กิจกรรมสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการเปิดประสบการณ์และทักษะการถ่ายภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น ซึ่งการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ในรูปแบบดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างตราสินค้า ของ บิ๊ก คาเมร่า ให้เป็นที่ยอมรับในความหลากหลายครบครันของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ความน่าเชื่อถือและเป็นที่ไว้วางใจของลูกค้า การให้บริการและการให้ข้อมูลที่ดีย่อมของพนักงานขาย รวมถึงการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย ที่รวดเร็วและมีคุณภาพ



ภาพแสดงงาน Photo fair และ BIG Pro Days ครั้งที่ 9

(3) ช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการกระจายสินค้าไปสู่มือผู้ใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพให้ครอบคลุมทุกภาคในประเทศไทย ปัจจุบัน บิ๊ก คาเมร่า มีนโยบายบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดย ได้จำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าภายใต้ชื่อของตนเองจำนวนกว่า 246 สาขา โดยแต่ละสาขาส่งตั้งอยู่ในจุดที่เป็นพื้นที่ชุมชนทั่วประเทศ และมุ่งเน้นพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งในย่านนั้นๆ ซึ่งนอกจากจะเป็นพื้นที่ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและยังเป็นจุดที่สามารถกระจายสินค้าได้เร็ว อาทิเช่น ศูนย์การค้าชั้นนำประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต ศูนย์การค้ากลุ่ม IT เป็นต้น

ตัวอย่างช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัท



บิ๊ก คาเมร่า มีนโยบายสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวกับเจ้าของแบรนด์สินค้าที่ทางบิ๊ก คาเมร่าเป็นผู้จำหน่าย อาทิ Canon Nikon Sony Fujifilm Olympus เป็นต้น โดยเจ้าของแบรนด์เหล่านี้ล้วนเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ซึ่งนอกเหนือจากการทำธุรกรรมการซื้อขายสินค้าระหว่างกันแล้ว บิ๊ก คาเมร่า ยังสามารถแบ่งปันนโยบายกับคู่ค้าในการเกื้อหนุนซึ่งกันและกันเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการส่งเสริมการขายซึ่งจะเป็นการร่วมมือกันจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อทำให้เกิดการกระตุ้นตลาดได้อีกทางหนึ่ง

ในปัจจุบัน บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายกล้องถ่ายภาพทุกแบรนด์ จะไม่ขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง แต่จะเป็นการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายเท่านั้น บริษัทผู้ผลิตจะแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเพื่อกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทั้งตลาด โดยจะเลือกที่แต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายซึ่งแบ่งเป็น ตัวแทนจำหน่ายค้าปลีก (Retailer) และตัวแทนจำหน่ายค้าส่ง (Wholesaler) เพื่อจำหน่ายสินค้าภายในประเทศหรือตามขอบเขตกำหนด สำหรับร้านค้าที่ไม่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทผู้ผลิต จะต้องทำการซื้อสินค้าผ่านทางตัวแทนจำหน่ายค้าส่งอีกทอดหนึ่ง ทำให้ได้รับเงื่อนไขการค้าต่างๆ เช่น ต้นทุน การส่งเสริมการขายต่างๆ เครดิตการชำระเงิน แตกต่างกัน เป็นต้น

(4) ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

2.3) การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

บิ๊ก คาเมร่า จัดซื้อสินค้าผ่านช่องทางหลักคือจากตัวแทนจำหน่ายของแต่ละยี่ห้อ (Brand Suppliers) เช่น Canon Nikon Olympus Samsung Fuji Sony Panasonic Pentax Tamron JVC Ricoh Sigma Kenko Hoya เป็นต้น โดย บิ๊ก คาเมร่า จะกระจายสินค้าผ่านสาขาทั่วทุกภูมิภาคในประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทฯ จะจัดซื้อสินค้าตามการเคลื่อนไหวของสินค้า เช่นกลุ่มสินค้าที่เคลื่อนไหวเร็วจะมีการสั่งเป็นประจำ งานด้านการจัดซื้อเหล่านี้จะเป็นภาระความรับผิดชอบของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ โดยจะเป็นผู้ดูแลแผนการจัดซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่าย โดยการคำนวณระยะเวลาที่เหมาะสมในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละประเภทเพื่อให้มีปริมาณสินค้าคงคลังที่เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการของตลาดและเพื่อสนองต่อนโยบายการทำตลาดของ บิ๊ก คาเมร่า

ทั้งนี้ในการบริหารงานด้านการจัดซื้อผลิตภัณฑ์อุปกรณ์ถ่ายภาพต่าง ๆ นั้น จะต้องมีการวางแผนการประมาณการยอดขายเพื่อกำหนดสินค้าคงคลังในปริมาณที่เหมาะสม และหากมีข้อผิดพลาดจากประมาณการเกิดขึ้น ทางบริษัทตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่าย (Brand Suppliers) และฝ่ายบริหาร ของบริษัทฯ มีการทำงานร่วมกับบริษัทตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายกล้องแต่ละแบรนด์สินค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นการวางแผนการขายและการบริหารสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดให้มีระบบรับส่งข้อมูลการขายและสินค้าคงเหลืออย่างต่อเนื่องเพื่อติดตามยอดขายและประมาณการสั่งซื้อสินค้าร่วมกันกับบริษัทตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายกล้องแต่ละแบรนด์ ทั้งนี้เนื่องจาก บิ๊ก คาเมร่า เป็นผู้จัดจำหน่าย(ค้าปลีก)รายใหญ่ บริษัทตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายกล้องแต่ละแบรนด์ จึงมีการสนับสนุนเพื่อผลักดันสินค้าที่เคลื่อนไหวช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยได้สนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดการขายสินค้าได้รวดเร็วขึ้น อาทิเช่น การสนับสนุนเงินกระตุ้นการขาย การทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายต่างๆ รวมถึงการปรับราคาขายปลีกสินค้า โดยทุกครั้งที่มีการกำหนดการปรับราคาขายปลีกโดยบริษัทตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายกล้องแต่ละแบรนด์ บิ๊ก คาเมร่า จะได้รับการชดเชยต้นทุนสินค้าทั้งหมดที่เกิดจากการปรับราคานั้น

ตัวอย่างผู้จำหน่ายสินค้าที่เป็นคู่ค้าโดยตรงกับ บิ๊ก คาเมร่า



ที่มา: บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

2.5) งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-- ไม่มี --

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ระดับด้านล่างเป็นความเสี่ยงบางประการที่สำคัญซึ่งอาจผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจ สถานะการเงิน ผลการดำเนินงาน โอกาสทางธุรกิจ ตลอดจนมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัทฯ นอกจากนี้ อาจยังมีความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ ไม่อาจคาดการณ์ได้ ณ ปัจจุบัน หรือเป็นความเสี่ยงที่บริษัทฯ พิจารณาในขณะนี้แล้วเห็นว่าไม่มีผลกระทบในสาระสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ข้อความในลักษณะที่เป็นการคาดการณ์ในอนาคตเช่น “เชื่อว่า” “คาดการณ์ว่า” “คาดว่า” “วางแผนว่า” “ประสงค์ว่า” “โดยประมาณ” หรือประมาณการทางการเงิน โครงการในอนาคต ประมาณการผลการดำเนินงาน การประกอบธุรกิจ แผนการขยายธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ และปัจจัยอื่นๆ ซึ่งเป็นการคาดการณ์ในอนาคต เป็นความเห็นของบริษัทฯ ณ ปัจจุบัน และไม่เป็นการรับรองถึงการดำเนินงาน หรือเหตุการณ์ในอนาคต ไม่ว่าในลักษณะใด โดยผล หรือเหตุการณ์จริงอาจแตกต่างอย่างมาก จากประมาณการ หรือการคาดการณ์ดังกล่าว

3.1) ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับบริษัทฯ

(1) ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่คือ ครอบครัว เขียวกาญจนวนศ์ ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.37 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ (ดูรายละเอียดในส่วนที่ 2 ข้อ 7.1 ผู้ถือหุ้น) นอกจากนี้คุณชาญ เขียวกาญจนวนศ์ ยังดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการผู้มีส่วนจูงนามผูกพันของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จึงทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นดังกล่าวเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าในเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้นยกเว้นในเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง เช่น การเพิ่มทุน การลดทุน ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงอาจจะไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบหรือถ่วงดุลการบริหารของผู้ถือหุ้นใหญ่ได้

อย่างไรก็ตาม ด้วยโครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ประกอบด้วยคณะกรรมการและคณะกรรมการตรวจสอบ โดยแต่ละคณะมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน ทำให้ระบบการทำงานของบริษัทฯ มีความเป็นมาตรฐานและสามารถตรวจสอบได้โดยง่าย อีกทั้ง โครงสร้างคณะกรรมการของบริษัทฯ ยังประกอบด้วยกรรมการอิสระเป็นจำนวน 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 8 ท่าน และมีคณะกรรมการตรวจสอบที่ประกอบด้วยกรรมการอิสระ 3 ท่าน ซึ่งแต่ละท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ทำให้สามารถสอบทานการทำงานของบริษัทฯ ให้มีความโปร่งใสได้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถถ่วงดุลอำนาจในการนำเสนอเรื่องต่างๆ ที่จะพิจารณาเข้าสู่การประชุมผู้ถือหุ้นได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนั้นแล้ว กลุ่มบริษัทได้มีระเบียบปฏิบัติกรณีที่มีการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับ กรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการ รวมทั้งบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง โดยบุคคลดังกล่าวจะไม่มีอำนาจอนุมัติในการทำรายการนั้นๆ ทำให้สามารถลดทอนความเสี่ยงอันอาจเกิดขึ้นได้อีกด้วย

(2) ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันที่สูง

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพนั้นมีสภาพการแข่งขันที่สูง ทั้งจากผู้ประกอบที่มีอยู่ในปัจจุบัน และผู้ประกอบการใหม่ที่อาจจะเข้ามาแข่งขันในธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนัก และมีโครงสร้างการดำเนินธุรกิจไม่ซับซ้อน ซึ่งผู้ที่เข้ามาแข่งขันอาจเป็นบริษัทขนาดกลางที่ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านบาท หรือบริษัทขนาดเล็กที่อยู่ในท้องถิ่นต่างๆ ตามจังหวัดหลักๆ ทั่วประเทศ ทำให้ บิ๊ก คาเมร่า เผชิญกับภาวะการแข่งขันที่สูงและอาจจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ นอกจากนี้ บิ๊ก คาเมร่า ยังมีความเสี่ยงจากการที่คู่แข่งในอุตสาหกรรมอาจขายสินค้าทดแทน อาทิเช่น สินค้ามือสอง สินค้าเลียนแบบ หรือสินค้าผิดกฎหมาย โดยที่สินค้าทดแทนดังกล่าวมีสภาพการใช้งานดี ราคาถูก ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

อาจจะทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาซื้อสินค้าทดแทนมากขึ้น ทำให้ บิ๊ก คาเมร่า มีความเสี่ยงจากการที่ยอดขายลดลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ คาดว่ามีความเสี่ยงจากประเด็นดังกล่าวไม่มากนัก เนื่องจากการเข้ามาดำเนินธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพของผู้ประกอบการรายใหม่นั้นมีข้อจำกัดที่สำคัญ อยู่หลายประการ อาทิเช่น การไม่สามารถหาพื้นที่เช่าร้านค้าที่เหมาะสมได้ เพราะปัจจุบันทำเลที่ตั้งที่ดี มีผู้ประกอบการเดิมจับจองเข้าไปเกือบทั้งหมดแล้ว อาทิ ตามศูนย์การค้าชั้นนำ ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ และห้างท้องถิ่นตามจังหวัดสำคัญๆ รวมถึงการไม่มีอำนาจต่อรองกับตัวแทนจำหน่ายต่างๆ (Brand Supplier) ทั้งในส่วนของการเงินเครดิต ส่วนลดทางการค้า และระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้ เนื่องจากปริมาณการสั่งซื้อของผู้ประกอบการรายใหม่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับ บิ๊ก คาเมร่า สำหรับกรณีที่เกรงว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ อาทิเช่น ธุรกิจขายกล้องมือสอง ธุรกิจขายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์ล้างอัดขยายภาพ จะเข้ามาดำเนินธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพเพิ่มนั้น บิ๊ก คาเมร่า คาดว่าผู้ประกอบการรายใหม่อาจจะไม่เข้ามาดำเนินธุรกิจค้าปลีกเนื่องจาก ความไม่คุ้นเคยสภาพตลาด การไม่สามารถหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม และการไม่มีอำนาจเจรจาต่อรองทางค้ากับตัวแทนจำหน่ายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีผลิตภัณฑ์และการบริการที่หลากหลายครบวงจรของธุรกิจจำหน่ายกล้องและอุปกรณ์ถ่ายภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มลูกค้า รวมถึงยังมีการจัดการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการอบรมพนักงานฝ่ายขายให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ซึ่งจะเป็นแรงผลักดัน ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับ บิ๊ก คาเมร่า ทุกสาขา

(3) ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง

บริษัทฯ ต้องจัดเก็บสินค้าคงคลังในจำนวนที่เพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกในการกระจายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ กล้องถ่ายภาพ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บิ๊ก คาเมร่า จัดเก็บสินค้าคงคลังคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.62 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งสินค้าหลักของ บิ๊ก คาเมร่า เป็นสินค้าเทคโนโลยีประเภทอุปกรณ์ถ่ายภาพที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งในลักษณะการประกอบธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ ความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งจำเป็นที่ บิ๊ก คาเมร่า จะต้องมีการบริหารสินค้าคงคลังเพื่อที่จะสนองตอบตามความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายประเภท ดังนั้น บิ๊ก คาเมร่า จึงอาจมีความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีหรือการออกผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ที่ดีกว่า หรือพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป จนทำให้สินค้าคงคลังที่มีอยู่ไม่สามารถขายได้หรือมีมูลค่าลดลง

อย่างไรก็ตาม บิ๊ก คาเมร่า คาดว่าผลกระทบจากความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลังนี้จะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินในปัจจุบันค่อนข้างน้อย เนื่องจาก บิ๊ก คาเมร่า ได้ศึกษาและสำรวจความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างใกล้ชิด และจากประสบการณ์ของผู้บริหารที่อยู่ในธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง มาอย่างยาวนาน ประกอบกับมีความสัมพันธ์อันดีกับตัวแทนจำหน่าย (Brand Supplier) ทำให้สามารถเลือกรุ่นสินค้าในแต่ละยี่ห้อ ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าภายใต้สภาพของเงื่อนไขในการแข่งขันในขณะนั้น และทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้จากการที่ผู้บริหารของ บิ๊ก คาเมร่า อยู่ในธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพมาอย่างยาวนาน การทำงานอย่างใกล้ชิดกับตัวแทนผู้ผลิตและจัดจำหน่าย แบรนดหลักๆ ของอุปกรณ์ถ่ายภาพ จะมีการควบคุมดูแลและบริหารสินค้าคงคลังร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการกำหนดให้มีการติดตามผลการขายและรายงานสินค้าคงเหลืออย่างต่อเนื่อง มีการส่งรายงานสินค้าคงคลังเป็นรายสัปดาห์ให้แก่บริษัทคู่ค้าเพื่อร่วมกันกำหนดปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละเดือน

และจากการที่ บิ๊ก คาเมร่า ได้ติดตามผลการขายและรายงานสินค้าคงเหลืออย่างใกล้ชิดโดยที่ผู้บริหารสามารถที่จะตรวจสอบและวิเคราะห์สินค้าคงคลังได้ตลอดเวลา ทำให้มั่นใจว่า บิ๊ก คาเมร่า จะควบคุมและจัดการความเสี่ยงดังกล่าวได้เป็นอย่างดี จะเห็นได้จากระยะเวลาการเก็บสินค้าคงคลังในปี 2557 มีระยะเวลาประมาณ 154 วัน และจากนโยบายการตั้งค่าเผื่อการลดมูลค่าสำหรับสินค้าล้าสมัยเคลื่อนไหวช้า หรือเสื่อมคุณภาพ กล่าวคือหากสินค้าดังกล่าวมีอัตราการเคลื่อนไหวต่ำหรือมีอายุสินค้ามากกว่า 4 ปี จะพิจารณาตั้งสำรอง

สินค้าเต็มจำนวนภายใน ปี 2558 มีการตั้งสำรองเพื่อผลขาดทุนจากสินค้าเสื่อมสภาพและล้าสมัยเพียง 5.59 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 0.14 ของรายได้จากธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพ อุปกรณ์เสริมและสินค้าเทคโนโลยี แสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ มีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ และมีอายุเฉลี่ยสินค้าคงคลังที่ค่อนข้างสั้น

อนึ่ง สำหรับการออกผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ บิ๊ก คาเมร่า และตัวแทนจำหน่ายจะร่วมกันเจรจาและวางแผนในการประมาณการยอดขายเพื่อกำหนดจำนวนสินค้าคงคลังที่เหมาะสม ในกรณีที่อาจมีข้อผิดพลาดจากการประมาณการดังกล่าว โดยส่วนใหญ่ตัวแทนผู้จัดจำหน่าย (Brand Supplier) จะเข้ามาร่วมรับผิดชอบในรูปแบบต่างๆ เช่นการปรับราคาขายลดลงเพื่อเร่งยอดขายในผลิตภัณฑ์ที่ขายช้า ทั้งนี้ การชดเชยอาจมีการเจรจาชดเชยเป็นบางส่วนของราคาที่ขาดทุนและตามปริมาณสินค้าคงคลังที่เหลืออยู่ นอกจากนี้ผู้บริหาร ยังมีนโยบายให้ค่าตอบแทนพิเศษ (Incentive) เพิ่มเติมให้แก่พนักงานที่ขายสินค้าที่สภาพคล่องในการซื้อขายต่ำ

(4) ความเสี่ยงจากการพึ่งพาทีมงานและผู้บริหาร

ผู้บริหารและทีมงานมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมาย และนโยบายการดำเนินธุรกิจ และกำกับธุรกิจให้เป็นไปในแนวทางที่กำหนด ซึ่งหาก บิ๊ก คาเมร่า ขาดทีมผู้บริหารหลักโดยเฉพาะประธานเจ้าหน้าที่บริหารซึ่งเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินธุรกิจ ก็อาจเป็นเหตุให้ บริษัทฯ ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ และมีผลกำไรถดถอย ไม่เป็นไปตามเป้าหมายได้

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีมาตรการในการจัดสรรและกระจายอำนาจหน้าที่อย่างเหมาะสม ซึ่งในการดำเนินธุรกิจผู้บริหารและทีมงานก็มีส่วนร่วมในการกำหนดแผนธุรกิจ และกลยุทธ์ต่างๆ มาโดยตลอด นอกจากนี้ บิ๊ก คาเมร่า ก็มีแผนการพัฒนาเพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถให้บุคลากรอย่างสม่ำเสมอ บิ๊ก คาเมร่า จึงเชื่อมั่นว่าจะมีบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถเข้ามาดำเนินธุรกิจสืบทอดหน้าที่ได้หากผู้บริหารท่านดังกล่าวลาออกหรือเกษียณ

(5) ความเสี่ยงจากการเกิดความเสียหายจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน

บิ๊ก คาเมร่า ประกอบธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีการกระจายสินค้าไปตามสาขาต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงตามจังหวัดหลักๆ ทั่วประเทศ ประกอบกับสินค้ามีมูลค่าพอสมควร เคลื่อนย้ายสะดวกและเป็นที่ต้องการโดยทั่วไป จากลักษณะดังกล่าว บริษัทฯ อาจเผชิญความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน เช่น พนักงานขายประจำสาขา และพนักงานเก็บสินค้า เป็นต้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผลประกอบของ บิ๊ก คาเมร่า ได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ ตระหนักดีถึงโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว จึงได้วางระบบควบคุมภายในและระบบสอบทานไว้เป็นอย่างดี โดยการนำระบบสารสนเทศมาช่วยสนับสนุน เช่น ในส่วนการขายหน้าร้าน บิ๊ก คาเมร่า มีการบันทึกเลขประจำตัวเครื่องที่ขายทุกครั้งที่มีการขาย มีการโอนเงินได้ที่ได้จากการขายสินค้าทุกวัน มีการตรวจสอบโดยวิธีการสุ่มตรวจสอบจากฝ่ายตรวจสอบฯ อย่างสม่ำเสมอ ในส่วนระบบจัดเก็บสินค้า บิ๊ก คาเมร่า ก็มีมาตรการการตรวจสอบสินค้าโดยละเอียดและมีการตรวจนับปริมาณจริงทุกเดือน โดยพนักงานดูแลสินค้าทุกรายจะต้องรับผิดชอบร่วมกันหากมีสินค้าสูญหาย นอกจากนี้ยังมีมาตรการลงโทษในเรื่องการทุจริตอย่างรุนแรงและพนักงานบริษัทฯ ต้องมีเงินประกันจำนวนหนึ่ง ซึ่งจากมาตรการดังกล่าวทำให้ บิ๊ก คาเมร่า เชื่อมั่นว่าถึงแม้ว่าเกิดการทุจริตขึ้นจริง ก็สามารถที่จะตรวจพบได้ในเวลาอันรวดเร็ว โดยมาตรการต่างๆ และระบบงานที่บริษัทฯ วางไว้เป็นอย่างดีก็จะช่วยจำกัดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นไว้ในระดับที่ไม่เป็นสาระสำคัญต่อผลประกอบการ ทั้งนี้ในปี 2557 และปี 2558 บิ๊ก คาเมร่า มีความเสียหายจากการทุจริตของพนักงานมูลค่าประมาณ 2 แสนบาท และ 1 แสน 5 หมื่นบาท ตามลำดับ ซึ่งมีจำนวนลดน้อยลงทุกปี นอกจากนี้ ยังคงมีความเสียหายเล็กน้อยที่เกิดจากการผิดพลาดในการขาย ซึ่งบริษัทฯ ก็ได้เรียกเก็บค่าเสียหายดังกล่าวจากพนักงานที่ปฏิบัติผิดพลาดซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงร่วมกันระหว่างพนักงานผู้ปฏิบัติงานกับ บิ๊ก คาเมร่า

(6) ความเสี่ยงจากการสูญเสียการเป็นผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพยี่ห้อชั้นนำ

จากการที่บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง จากตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่าย Brand ชั้นนำต่างๆ ในประเทศไทย อาทิ เช่น Canon Nikon Fuji Olympus Samsung Casio เป็นต้น ซึ่งภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในตราสินค้าต่างๆ ถือว่าเป็นส่วนสำคัญต่อความเชื่อมั่นในการตัดสินใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ในบางช่วงเวลาของกระแสความนิยมในผลิตภัณฑ์บางรุ่นบางยี่ห้อ อาจจะทำให้ยอดขายในผลิตภัณฑ์นั้นๆ ขายดีขึ้นกว่าภาวะการปกติ เช่น Fuji xa-2 เป็นสินค้าที่ขายดีในปี 2558 ดังนั้น หาก บิ๊ก คาเมร่า สูญเสียการเป็นผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพชั้นนำเนื่องจากสาเหตุต่างๆ เช่น การไม่ได้รับการต่อสัญญาแต่งตั้งเป็นผู้จัดจำหน่าย จากตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายของ Brand ต่าง ๆ บริษัทที่เป็นตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายในการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น อาจส่งผลกระทบต่อยอดขายของ บิ๊ก คาเมร่า ได้

อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ บิ๊ก คาเมร่า ได้ทำสัญญาเป็นผู้จัดจำหน่ายกับตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพชั้นนำ บิ๊ก คาเมร่า ยังคงเป็นผู้จัดจำหน่ายในยี่ห้อชั้นนำต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง โดย บิ๊ก คาเมร่า สามารถปฏิบัติ ตามเงื่อนไขทางการค้าตามที่ตกลง จึงได้รับความไว้วางใจจากบริษัทที่เป็นตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพมาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับปัจจุบัน บิ๊ก คาเมร่า มีช่องทางการจำหน่ายที่มีสาขามากที่สุดในประเทศไทย และมีทีมขายที่มีประสิทธิภาพ บิ๊ก คาเมร่า จึงมีความเชื่อมั่นว่าบริษัทต่างๆ ที่เป็นตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพจะยังคงมอบความไว้วางใจให้ บิ๊ก คาเมร่า เป็นผู้จัดจำหน่ายหลักของผลิตภัณฑ์ไปอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บิ๊ก คาเมร่า ไม่ได้พึ่งพิงตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพรายใดรายหนึ่ง โดยปัจจุบัน บิ๊ก คาเมร่า ซื้อสินค้าจากตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายรวม 10 รายแรก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95% โดยในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ยอดการสั่งซื้อสินค้าจากตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายแต่ละรายมีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 20 ของยอดขายรวม แต่อย่างไรก็ตาม บิ๊ก คาเมร่า มีนโยบายจะรักษายอดการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละรายไม่ให้เกินร้อยละ 20 ของยอดการสั่งซื้อรวม ดังนั้นด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ บิ๊ก คาเมร่า ลดผลกระทบจากความเสี่ยงจากการสูญเสียการเป็นผู้จัดจำหน่ายในอุปกรณ์ถ่ายภาพชั้นนำ

(7) ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าพื้นที่/สัญญาเช่าร้านค้า

ช่องทางการจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่ของ บิ๊ก คาเมร่า เกือบทั้งหมดจะผ่านสาขาต่างๆ ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการสร้างรายได้ให้แก่ บิ๊ก คาเมร่า ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เช่าที่ บิ๊ก คาเมร่า ได้ทำสัญญาเช่าระยะสั้น (3 ปี) จากเจ้าของพื้นที่ อาทิเช่น ศูนย์การค้า หรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ทำให้มีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการต่อสัญญาหรือถูกเรียก租ค่าเช่าพื้นที่และค่าบริการเพิ่มขึ้น หากสัญญาดังกล่าวสิ้นสุดลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบทำให้รายได้และกำไรสุทธิของ บิ๊ก คาเมร่า ลดลงได้

อย่างไรก็ตามในธุรกิจของ บิ๊ก คาเมร่า คงหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการทำสัญญาเช่าระยะสั้นจากเจ้าของพื้นที่ไม่ได้ เพราะเป็นธุรกิจที่กระทำกันโดยปกติ ประกอบกับ บิ๊ก คาเมร่า ดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนาน มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับและต้องการของผู้ให้เช่า (เจ้าของพื้นที่) ด้วยเหตุนี้ บิ๊ก คาเมร่า จึงได้รับสิทธิการต่อสัญญาก่อนจากผู้ให้เช่า และที่ผ่านมา บิ๊ก คาเมร่า ได้ปฏิบัติตามสัญญาเช่าอย่างเคร่งครัดและไม่เคยถูกยกเลิกสัญญาเช่า จึงทำให้เชื่อว่า บิ๊ก คาเมร่า จะได้รับการต่อสัญญาเช่าต่อไปในอนาคต อีกทั้ง การทำสัญญาเช่าระยะสั้นดังกล่าว จะช่วยลดความเสี่ยง หากผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทั้งนี้ บิ๊ก คาเมร่า อาจจะพิจารณาไม่ต่อสัญญาเช่าได้เช่นกัน หากเจ้าของพื้นที่บางรายที่เรียก租ค่าเช่าพื้นที่ที่เพิ่มในอัตราที่สูงจน บิ๊ก คาเมร่า คาดว่าอัตรากำไรในสาขานั้น จะไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

(8) ความเสี่ยงจากการต่ออายุสัญญาเช่ากับบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ในปัจจุบัน บิ๊ก คาเมร่า เช่าอาคารสำนักงาน (สำนักงานใหญ่²) จากบริษัท ไมคาส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มีนางวรรณภรณ์ เจริญกาญจนวงศ์ และนายชิตชัย เจริญกาญจนวงศ์ เป็นกรรมการที่มีอำนาจลงนาม และเช่าอาคารสำนักงานพร้อมกับคลังสินค้า³ จาก นางสาวณัฐพร เจริญกาญจนวงศ์ รวมถึงการเช่าที่ดินเพื่อปลูกสร้าง อาคารที่พักสำหรับพนักงาน⁴ (เพื่อให้พนักงานที่อยู่ต่างจังหวัดและต้องเข้ามาอบรมและทดสอบความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานขายได้พักอาศัยชั่วคราว) จาก นางสาวปริศรา เจริญกาญจนวงศ์ ซึ่งการทำสัญญาเช่าดังกล่าวทั้ง 3 ฉบับ เป็นการทำการรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ และคลังสินค้า และการดำเนินธุรกิจโดยปกติของบิ๊ก คาเมร่า โดยมีการทำสัญญาเช่าอาคารและสิ่งปลูกสร้าง กับ บริษัท ไมคาส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด นางสาวณัฐพร เจริญกาญจนวงศ์ และ นางสาวปริศรา เจริญกาญจนวงศ์ โดยอายุสัญญาเริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และอีก 2 สัญญา ให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2557 - 31 ธันวาคม 2559 ซึ่งสัญญาดังกล่าวจะมีอายุ 3 ปี และอายุ 2 ปี 7 เดือน หนึ่ง บิ๊ก คาเมร่า ยังได้รับสิทธิในการต่ออายุสัญญาเช่าก่อนบุคคลอื่น (First right of refusal) ภายใต้เงื่อนไขที่ผู้ให้เช่าไม่สามารถปรับขึ้นราคาได้เกิน ร้อยละ 10 ของอัตราค่าเช่าในที่สุดท้ายของผู้ให้เช่า บิ๊ก คาเมร่า จึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงการเช่าอาคารสำนักงานและที่ดินจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน (กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่และกรรมการ) โดยอาจมีความเสี่ยงจากการไม่ได้ต่ออายุสัญญาเช่า และความเสี่ยงจากราคาค่าเช่าที่อาจปรับเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ในการต่อสัญญาเช่ารอบใหม่ซึ่งอาจกระทบกับผลการดำเนินงานของ บิ๊ก คาเมร่า ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่า บิ๊ก คาเมร่า ได้ดำเนินการเช่าอาคารสำนักงานและที่ดินจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ เป็นระยะเวลา 3 ปี ก็ตาม บริษัทฯ คาดว่า จะสามารถต่ออายุการเช่าสำนักงานและที่ดิน ดังกล่าวออกไปได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ก็ยังเป็นผู้มีสิทธิในการเลือกต่อสัญญาเช่าก่อนบุคคลอื่นอีกด้วย ทั้งนี้การทำสัญญาเช่าทั้ง 3 รายการดังกล่าว เป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าเช่าที่ต้องจ่ายให้กับ บริษัทฯ และบุคคลที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้นรวมเท่ากับ 6.23 ล้านบาทต่อปี เมื่อเทียบกับรายได้จากการขายของบริษัทฯ ในปี 2557 จะคิดเป็นสัดส่วนเพียงแค่ ร้อยละ 0.18 นอกจากนี้ ในการบริหารจัดการเรื่องสินทรัพย์ด้วยค่าเช่า ยังช่วยให้ บิ๊ก คาเมร่า สามารถรักษาสภาพคล่องทางการเงินที่สูงของของ บิ๊ก คาเมร่า ได้ โดยที่ไม่ต้องนำเงินสดในจำนวนที่สูงมาลงทุนในอาคารสำนักงาน และยังส่งผลดีต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานซึ่งสะท้อนจากอัตราส่วนทางการเงิน เช่น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่อยู่ในระดับที่สูง

(9) ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจต่อเนื่องในระยะยาว

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่าย หรือค้าปลีกกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการถ่ายภาพที่มีสาขาจำนวนมากในประเทศไทย โดยผลิตภัณฑ์ เป็นสินค้ากลุ่มเทคโนโลยี ซึ่งอาจจัดเป็นสินค้ากลุ่มแฟชั่น ที่มีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างรวดเร็ว หรือมีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสนิยม ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงรสนิยมการบริโภค ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ และรูปแบบการใช้ชีวิต ทั้งนี้หากบริษัทฯ ไม่สามารถที่จะปรับตัวทันทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคได้ทันท่วงทีอาจจะส่งผลให้ บิ๊ก คาเมร่า ไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าต่างๆ โดยจะส่งผลกระทบในแง่ลบต่อยอดขาย ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของ บิ๊ก คาเมร่า

ถึงแม้ว่าในอดีตกล้องถ่ายภาพ เคยมีการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีจากการกล้องที่ใช้ฟิล์ม มาเป็นกล้องดิจิทัลก็ตาม ซึ่งภายหลังอัตราการผลิตและการจำหน่ายกล้องดิจิทัลก็มีได้ลดลงแต่อย่างใด ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีของกล้องและ

² ที่ตั้งเลขที่ 115/1 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม. เป็นอาคารสำนักงานสูง 4 ชั้น (อาคารใหม่) มีเนื้อที่ใช้สอยรวม 1,240 ตารางเมตร โดยคิดราคาเช่าเดือนละ 307,000 บาท

³ ที่ตั้งเลขที่ 115 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม. เป็นอาคารสำนักงานและคลังสินค้า สูง 4 ชั้น มีเนื้อที่ 1,659 ตารางเมตร โดยคิดค่าเช่าเดือนละ 207,000 บาท

⁴ โฉนดที่ดินเลขที่ 41755 และ 174 เนื้อที่ 100 ตารางวา โดยคิดค่าเช่าเดือนละ 5,500 บาท

สินค้าทดแทน ในปัจจุบันยากที่จะหลบหลีก อาทิเช่น จากการที่อัตราการเติบโตของตลาดกล้องคอมแพคที่มีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 1-2 ปี ที่ผ่านมา ด้วยเหตุผลที่โทรศัพท์มือถือ (สมาร์ทโฟน) มีการเติบโตเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมถ่ายภาพด้วยกล้องจากโทรศัพท์มือถือ เพิ่มมากขึ้น และด้วยปัจจัยของความสะดวกในการพกพา ก็ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ ทำให้มูลค่าตลาดมือถือ (สมาร์ทโฟน) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการที่จำนวนยอดขายโทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้น กลับทำให้ยอดขายกล้องในกลุ่มมีเทคโนโลยีที่สูงกว่า มือถือการเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทั้งกล้องประเภท Mirrorless และ DSLR เนื่องจากจะเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในเรื่องการถ่ายภาพมากขึ้น จนทำให้กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการถ่ายภาพยังคงมีความต้องการกล้องในระดับที่มีความละเอียดมากขึ้น ซึ่งโดยภาพรวมแล้วมูลค่าของตลาดกล้องถ่ายรูป รวมถึงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดไม่ได้มีการลดมูลค่าลงแต่อย่างใดแต่กลับมีแนวโน้มความต้องการที่สูงขึ้น นอกจากนี้ผู้ผลิตกล้องดิจิทัลในแบรนด์ชั้นนำ ต่างก็มีการปรับตัว โดยมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และฟังก์ชันการทำงานในรูปแบบใหม่ๆ ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น การเพิ่มอุปกรณ์เชื่อมต่อที่สามารถแบ่งปันภาพถ่ายได้ทันที กล้องถ่ายภาพที่สามารถโทรศัพท์ได้ กล้องที่มีขนาดกะทัดรัดขึ้น รวมถึงมีความคมชัดหรือความละเอียดที่สูงขึ้น

อย่างไรก็ตามจากปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องดังกล่าว และจากจุดเด่นของ บิ๊ก คาเมร่า ที่มีความใกล้ชิด และมีการทำธุรกิจมาอย่างต่อเนื่องและยาวนานกับตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่าย (Brand Suppliers) กล้องถ่ายภาพ ประกอบกับมีความชำนาญในธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ โดยมีทีมผู้บริหาร และบุคลากรที่มีความรู้ในการด้านการถ่ายภาพ จะยังคงความสามารถที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปอย่างมั่นคง ซึ่ง บิ๊ก คาเมร่า ไม่ได้ยึดติดกับตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายกล้องถ่ายภาพ หรือยึดติดกับตัวผลิตภัณฑ์ประเภทใดประเภทหนึ่ง และ บิ๊ก คาเมร่า พร้อมที่จะสามารถรองรับกับการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของ บิ๊ก คาเมร่า มีดังนี้

4.1) อาคารและอุปกรณ์

มูลค่าตามบัญชีของอาคารและอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 แสดงได้ดังนี้

ประเภท(หน่วย :ล้านบาท)	ราคาทุน	ค่าเสื่อมราคา สะสม	มูลค่าตามบัญชี สุทธิ
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	3.89	(1.37)	2.52
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการด้าน			
ภาพถ่าย	128.98	(109.06)	19.92
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	297.23	(181.14)	116.90
ยานพาหนะ	42.03	(24.87)	17.16
คอมพิวเตอร์	18.72	(14.82)	3.9
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	1.05	-	1.5
รวม	492.35	(331.28)	161.06

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บิ๊ก คาเมร่า มียอดคงเหลือของยานพาหนะและอุปกรณ์ซึ่งได้มาภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีเป็นจำนวนเงิน 8.43 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บิ๊ก คาเมร่า มีอุปกรณ์จำนวนหนึ่งซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้วแต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมของสินทรัพย์ดังกล่าว มีจำนวนเงินประมาณ 187 ล้านบาท

4.2) สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บิ๊ก คาเมร่า มีทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ โปรแกรมที่ใช้ในการล้างอัดภาพ และลิขสิทธิ์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สิทธิการใช้ฟอนต์ ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 0.26 ล้านบาท

4.3) สิทธิการเช่ารถตัดจ่าย เงินมัดจำและค้ำประกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บิ๊ก คาเมร่า มีสิทธิการเช่าในทรัพย์สิน 4 แห่งซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 27.28 ล้านบาท ได้แก่

- (1) สิทธิการเช่า ณ ศูนย์การค้ายิ่งเจริญบางพลี (เหลืออายุ 7 ปี 8 เดือน)
- (2) สิทธิการเช่า ณ อาคารศูนย์การค้าเดอะมอลล์สาขางามวงศ์วาน (เหลืออายุ 4 ปี)
- (3) สิทธิการเช่า ณ โครงการศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ ชั้น 3 (เหลืออายุ 9 ปี)
- (4) สิทธิการเช่า Blue Port Hua Hin Resort Mall (เหลืออายุ 20 ปี)

ณ สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 บิ๊ก คาเมร่า มียอดเงินมัดจำและค้ำประกันจำนวน 73 ล้านบาท โดย บิ๊ก คาเมร่า ได้ทำการเช่าทรัพย์สินเพื่อใช้เป็นที่พักทำการสาขามีระยะเวลาการเช่า ซึ่งมีระยะเวลาการเช่า 1-3 ปี และ เงินประกันพื้นที่ เงินประกันการบริการ สาธารณูปโภคเป็นจำนวน 23,316,251 บาท

4.4) สัญญาที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจของ บิ๊ก คาเมร่า

4.4.1 สัญญาเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างสำนักงานใหญ่

ก.) สัญญาเช่าระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับบริษัท ไมดาส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	
สาระสำคัญ	บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ได้ทำสัญญาเช่าอาคารเลขที่ 115/1 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร จากบริษัท ไมดาส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เพื่อใช้เป็นสำนักงานใหญ่ (อาคารสำนักงานสูง 4 ชั้น (อาคารใหม่))
ระยะเวลาของสัญญา	3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 – 31 ธันวาคม 2559
ค่าเช่า	ชำระเป็นรายเดือน เดือนละ 307,000 บาท
เงื่อนไขสำคัญ	ในกรณีหมดสัญญา ผู้เช่าได้รับสิทธิในการต่อสัญญาก่อนผู้เช่ารายอื่น
ข.) สัญญาเช่าระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับ นางสาวปริศรา เขียวกาญจนวนศ์	
สาระสำคัญ	บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินโฉนดเลขที่ 41755 เนื้อที่ 100 ตารางวา แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร จากนางสาวปริศรา เขียวกาญจนวนศ์ เพื่อใช้เป็นที่ตั้งอาคารห้องพักเลขที่ 16/34
ระยะเวลาของสัญญา	2 ปี 7 เดือนเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2557 – 31 ธันวาคม 2559
ค่าเช่า	ชำระเป็นรายเดือน เดือนละ 5,500 บาท
เงื่อนไขสำคัญ	ในกรณีหมดสัญญา ผู้เช่าได้รับสิทธิในการต่อสัญญาก่อนผู้เช่ารายอื่น
ค.) สัญญาเช่าระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับนางสาวณัฐพร เขียวกาญจนวนศ์	
สาระสำคัญ	บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ได้ทำสัญญาเช่าอาคารเลขที่ 115 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร (อาคารสำนักงาน และคลังสินค้าสูง 4 ชั้น)
ระยะเวลาของสัญญา	2 ปี 7 เดือนเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2557 – 31 ธันวาคม 2559
ค่าเช่า	ชำระเป็นรายเดือน เดือนละ 207,000 บาท
เงื่อนไขสำคัญ	ในกรณีหมดสัญญา ผู้เช่าได้รับสิทธิในการต่อสัญญาก่อนผู้เช่ารายอื่น

4.4.2 สัญญากับตัวแทนจำหน่าย

ก.) สัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับบริษัท โอลิมปัส (ประเทศไทย) จำกัด	
สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัท โอลิมปัส (ประเทศไทย) จำกัด “โอลิมปัส” แต่งตั้ง บิ๊ก คาเมร่า ให้เป็น “ตัวแทนจำหน่ายทั่วไป” ที่ได้รับอนุญาตจากโอลิมปัสสำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในอาณาเขต ภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดในสัญญา - ให้ตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งจากโอลิมปัส มีสิทธิเรียกตนเองว่า “ตัวแทนจำหน่ายทั่วไปที่ได้รับอนุญาต” สำหรับการดำเนินการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในอาณาเขต - ตลอดระยะเวลาแห่งการมีผลของสัญญา ในการดำเนินการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในอาณาเขต ตัวแทนจำหน่ายจะซื้อ จัดหา และได้รับผลิตภัณฑ์จากโอลิมปัสแต่เพียงผู้เดียวเท่านั้น - ตัวแทนจะไม่ส่งออกหรือขายผลิตภัณฑ์ภายนอกอาณาเขตที่กำหนดไว้ในสัญญา - ตลอดเวลาแห่งการมีผลของสัญญามาตรฐานที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สัญญา ตัวแทนจำหน่ายจะไม่ทำการให้คำมั่นหรือให้การรับประกันใดๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือมาตรฐานที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขการจำหน่าย หรือตามที่ตกลงกันหรือตามที่โอลิมปัส

อนุญาตแก่ตัวแทนจำหน่ายเป็นลายลักษณ์อักษร	
ระยะเวลาของสัญญา	1 เมษายน 2558 – 31 มีนาคม 2559 (ต่ออายุอัตโนมัติจากสัญญาฉบับแรกซึ่งเริ่มตั้งแต่ 1 เมษายน 2555 – 31 มีนาคม 2556)
ข.) สัญญาซื้อขายระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับบริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด “SAMSUNG”	
สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> - บิ๊ก คาเมร่า จะซื้อผลิตภัณฑ์จาก SAMSUNG และขายต่อ (resell) ซึ่งผลิตภัณฑ์ในอาณาเขต โดยจะมีการจัดหาผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ซื้อตามจำนวนที่ระบุในใบคำสั่งซื้อที่ออกโดยผู้ซื้อ - SAMSUNG สงวนสิทธิที่ไม่อาจถูกแทรกแซงได้ (unfettered rights) ที่จะขายหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์และ/หรือผลิตภัณฑ์อื่นในอาณาเขต ไม่ว่าโดยตรงหรือผ่านคนอื่น - เว้นแต่จะได้ตกลงกับ SAMSUNG ไว้เป็นอย่างอื่น ผู้ซื้อจะไม่ขาย โอน ส่งออกต่อ(re-export) หรือทำการอื่นในการจัดให้มี พิจารณาที่จะขาย โอน หรือส่งออก หรือทำการอื่นใดในการจัดให้มีซึ่งผลิตภัณฑ์สำหรับการส่งมอบนอกอาณาเขต
ระยะเวลาของสัญญา	1 ตุลาคม 2558-30 กันยายน 2559 (ต่ออายุอัตโนมัติจากสัญญาฉบับแรกซึ่งเริ่มตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2556 – 30 กันยายน 2557)
ค.) สัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับบริษัท นิคอน เซลส์ ประเทศไทย จำกัด	
สาระสำคัญ	ภายใต้ข้อบังคับของข้อตกลงและเงื่อนไขอื่นที่กำหนดในสัญญา บิ๊ก คาเมร่า ตกลงแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายเป็นผู้จัดจำหน่ายทั่วไปที่ไม่มีลักษณะผูกขาดในการจำหน่ายสินค้าภายในอาณาเขต และผู้จัดจำหน่ายตกลงยอมรับการแต่งตั้งนั้น
ระยะเวลาของสัญญา	1 เมษายน 2558 – 31 มีนาคม 2559 (ต่ออายุอัตโนมัติจากสัญญาฉบับแรกซึ่งเริ่มตั้งแต่ 1 เมษายน 2554 – 31 มีนาคม 2555)
ง.) หนังสือยืนยันเป็นตัวแทนจำหน่ายจากบริษัท ฟุจิฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด	
สาระสำคัญ	บริษัท ฟุจิฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด ยืนยันว่า บิ๊ก คาเมร่า เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า FUJIFILM
ระยะเวลา	ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 (ไม่มีระยะเวลาสิ้นสุด)

4.4.3 สัญญาโปรแกรมขยายการให้บริการรับประกันคุณภาพสินค้า

ก.) สัญญาโปรแกรมขยายการให้บริการรับประกันคุณภาพสินค้านี้ระหว่างบริษัทกับ (1) บริษัท สยามคอสโมส เซอร์วิส จำกัด และ (2) บริษัท ซูซูกิ โฮเท็ล เซอร์วิส จำกัด	
สาระสำคัญ	<p>คู่สัญญาตกลงจัดตั้งโปรแกรมภายใต้ชื่อ “บิ๊ก คาเมร่า แคร่” ซึ่งอยู่ภายใต้กรรมสิทธิ์ประกันภัยการขยายการรับประกันคุณภาพสินค้านี้ภายใต้ความคุ้มครองที่ขยายออกไป ซึ่งบริษัทผู้ประกันออกให้แก่ผู้ถือกรรมสิทธิ์</p> <p>(ก) เป็นแบบเดียวกับเงื่อนไขการรับประกันคุณภาพสินค้านี้ภายใต้ความคุ้มครองที่ขยายออกไปซึ่งบริษัทผู้ประกันออกให้แก่ผู้ถือกรรมสิทธิ์</p> <p>(ข) ขยายการรับประกันครอบคลุมความเสียหายอันเกิดจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า ความเสียหายจากกระแสไฟฟ้าลัดวงจร ถูกขโมยโดยมีร่องรอยชัดเจนอันเกิดขึ้นกับอุปกรณ์กล้องถ่ายรูป</p>

ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้มีผลบังคับเป็นเวลา 3 ปี นับจากวันที่เริ่มมีผลบังคับ (ทำสัญญาเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2556) และต่อจากนั้นจะมีผลบังคับต่อไปโดยอัตโนมัติทุก 3 ปี เว้นแต่ว่าคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดจะแจ้งให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าว่าไม่มีความประสงค์จะต่ออายุสัญญาอย่างน้อย 3 เดือน ก่อนสิ้นสุดสัญญาในแต่ละช่วง
------------------	--

4.4.4 สัญญาประกันภัย

ก.) สัญญาประกันภัยระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับ บริษัท สามัคคีประกันภัย จำกัด (มหาชน)	
ระยะเวลาของสัญญา	22 ธันวาคม 2558 ถึง 22 ธันวาคม 2559
ความคุ้มครอง	ความสูญเสียหรือเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันสืบเนื่องมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยจากอากาศยาน ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากการเฉี่ยวหรือการชนของยานพาหนะ ภัยจากคว้น ภัยจากไฟฟ้า ภัยจากน้ำท่วม ภัยลมพายุ ภัยจากลูกเห็บ แผ่นดินไหว ฯลฯ
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	สิ่งปลูกสร้าง และปรับปรุงต่อเติม เพอร์เนเจอร์ เครื่องตกแต่ง สินค้า และ สต็อกสินค้า ฯลฯ ของบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด บนเลขที่ 115,115/1 ถ.สวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม. 10160 และสินค้าที่สาขา
วงเงินเอาประกันภัย	748.60 ล้านบาท
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลบริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ที่ตั้ง	115,115/1 ถนนสวัสดิการ1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร
โทรศัพท์	0 2809 9956-65
โทรสาร	0 2809 9950
Web site	www.bigcamera.co.th
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพและโทรศัพท์เคลื่อนที่
เลขทะเบียนบริษัท	010753001404
ทุนจดทะเบียน	3,528,878,800 หุ้น (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท)
ทุนชำระแล้ว	3,528,878,800 หุ้น

6.2 ข้อมูลบุคคลอ้างอิง

(1) ผู้สอบบัญชี

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

อาคารเลครัชดา ชั้น 33 193/136-137 ถ.รัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0 2264 0777

โทรสาร 0 2264 0789-90

(2) นายทะเบียนหุ้น

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 14 Tower A ถ.รัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0 20099999

โทรสาร 0 20099991