

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1) วิสัยทัศน์ พันธภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “บิ๊ก คาเมร่า”) ดำเนินธุรกิจค้าปลีกกล้องถ่ายภาพและบริการเกี่ยวเนื่องอื่นๆ ภายใต้ชื่อ “BIG Camera”, “BIG Camera Galleria”, “Wonder Photo Shop by BIG Camera”, “Exclusif by BIG Camera” ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้จัดจำหน่าย(ค้าปลีก) อุปกรณ์ถ่ายภาพ อาทิเช่น Leica Canon Sony Fujifilm Panasonic DJI เป็นต้น และรวมถึงอุปกรณ์เกี่ยวเนื่องต่างๆ (Accessories) เช่น กล้องบันทึกภาพเคลื่อนไหว (Camcorder) เลนส์(Lens) แฟลช(Flash) กล้องส่องทางไกล(Binoculars) เมมโมรี่การ์ด(Memory Card) ฟิลเตอร์(Filter) กระเป๋ากล้อง ขาตั้งกล้อง แบตเตอรี่ และอุปกรณ์เสริมอื่นๆ โดยมีช่องทางการจำหน่าย ผ่านทางสาขาที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าชั้นนำในประเทศไทยที่มีสาขาคอบคลุมทั่วประเทศ มากกว่า 180 สาขา

นอกจากการจัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพแล้ว บิ๊ก คาเมร่า ร่วมมือกับบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด (“AWN”) ในการเข้าบริหารเอไอเอส ช็อป บาย พาร์ทเนอร์ (AIS Shop by Partner) ได้รับสิทธิในการบริหาร AIS Shop ภายใต้ชื่อ “AIS” และสิทธิในการบริหาร Telewiz Shop ภายใต้ชื่อ “Telewiz” ให้บริการด้านเครือข่ายโทรศัพท์และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยี่ห้อชั้นนำมากมายภายใต้ชื่อ อาทิเช่น Apple Samsung Huawei Oppo Vivo เป็นต้น โดยปัจจุบันมีการเปิดให้บริการทั้งหมด 7 สาขาด้วยกัน

อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีธุรกิจให้บริการทางด้านงานพิมพ์ภาพถ่ายคุณภาพสูง การบริการ-ขยายระยะเวลาการรับประกัน อุปกรณ์ถ่ายภาพ และบริการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ถ่ายภาพ รวมถึงมีบริษัทในเครือที่รองรับการขยายธุรกิจภาพพิมพ์ (Printing) เพื่อต่อยอดธุรกิจถ่ายภาพ ให้บริการด้านการพิมพ์ภาพถ่ายภายใต้ชื่อ “Image Plus by BIG Camera” อาทิเช่น Photobook การพิมพ์ภาพขนาดใหญ่ การพิมพ์ภาพลงบนวัสดุต่างๆ ที่นอกเหนือจากกระดาษ รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ประยุกต์ใช้ในงานภาพพิมพ์ เป็นต้น นอกจากนี้ปัจจุบันบริษัทฯ ยังมีธุรกิจที่รองรับการนำเข้าอุปกรณ์ถ่ายภาพโดยตรงจากผู้ผลิต เพื่อมาจัดจำหน่ายในประเทศ

1.2) วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

วิสัยทัศน์ (Vision)

บิ๊ก คาเมร่า มุ่งมั่นในการเป็นผู้นำในธุรกิจศูนย์รวมอุปกรณ์การถ่ายภาพแบบครบวงจร เป็นชื่อแรกในใจของลูกค้าเมื่อนึกถึงการเก็บบันทึกความทรงจำทั้งในรูปแบบภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว โดยมุ่งเน้นการนำเสนอประสบการณ์และบริการต่างๆ เพื่อการเก็บบันทึกภาพด้วยมาตรฐาน และคุณภาพ ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในสินค้าและบริการ

พันธกิจ (Mission)

- บิ๊ก คาเมร่า ตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้าด้านการเก็บบันทึกภาพ ด้วยสินค้าที่หลากหลายตอบโจทย์ทุกการใช้งาน และไลฟ์สไตล์ของทุกคน
- บิ๊ก คาเมร่า เข้าใจและใส่ใจทุกๆบริการ เพื่อเกิดความประทับใจทุกกระบวนการ เพื่อสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจสูงสุด

- บิ๊ก คาเมร่า ยึดมั่นในคำมั่นสัญญาที่จะนำเสนอสินค้าและบริการด้วยมาตรฐานคุณภาพ เพื่อรักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับลูกค้าและพันธมิตรร่วมค้าทุกท่านอย่างโปร่งใสและซื่อสัตย์ เพื่อให้เกิดความผูกพันและความจริงใจในการอยู่ร่วมกันตลอดไป

เป้าหมาย (Goal)

มุ่งสู่ความเป็นมืออาชีพนในการให้บริการอันเป็นเลิศแก่ลูกค้า มุ่งเน้นพัฒนารูปแบบการบริการและคัดสรรผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุด

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายฐานตลาดเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากที่สุด และยกระดับการเป็นผู้นำในตลาดอุปกรณ์ถ่ายภาพ โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการเพิ่มความหลากหลายของสินค้า อีกทั้ง ปัจจุบันบริษัทฯ ยังมีการนำเข้าสินค้าเข้ามาเพื่อจำหน่าย และได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้แทนจำหน่ายโดยตรงจากบริษัทผู้ผลิตอีกด้วย บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการรักษาฐานลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้าใหม่ผ่านเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่ายของ บิ๊ก คาเมร่า ทั้งผ่านทางสาขาที่มีอยู่ การขยายสาขาใหม่ไปพร้อมกับศูนย์การค้าที่มีการขยายตัว และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ อาทิเช่น ช่องทางการขายออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันช่องทางการขายออนไลน์ บิ๊ก คาเมร่า ได้มีการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มของ Shopee , Lazada , JD Central รวมถึงเว็บไซต์ของบิ๊ก คาเมร่า เอง เป็นต้น

ภายใต้ธุรกิจร้านค้าปลีกเพื่อจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพ ที่มีผู้แข่งขันจำนวนมากในตลาด และการขายสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกันหรือเกือบจะเหมือนกันนั้น ผู้บริหารของ บิ๊ก คาเมร่า ได้เลือกใช้กลยุทธ์ทางการแข่งขันโดยการสร้างความแตกต่างระหว่างคู่แข่งในตลาด โดยมุ่งเน้นให้ร้านสาขาของ บิ๊ก คาเมร่า ที่มีอยู่ทั่วประเทศให้มีบริการที่ครบวงจร หรือที่เรียกว่า “One Stop Service” โดยการจัดสรรความครบครันของสินค้าและบริการ ที่ครบวงจรตั้งแต่การจำหน่ายกล้อง อุปกรณ์การพิมพ์ภาพ การซ่อมแซม การดูแลรักษากล้อง รวมทั้งการให้บริการงานภาพพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนมุ่งเน้นที่จะเพิ่มคุณค่าแก่ผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่าน บิ๊ก คาเมร่า เช่น การเข้าคอร์สอบรมการใช้กล้องกับมืออาชีพด้านการถ่ายภาพ เป็นต้น

ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา นอกจากการถ่ายภาพเพื่อล้างเก็บเป็นความทรงจำแล้ว ปัจจุบันกระแสการถ่ายภาพเพื่อแชร์ลงสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ก็ได้รับความนิยมสูงมากขึ้น เช่น การถ่ายภาพเคลื่อนไหวเพื่อบันทึกเรื่องราวต่างๆ (Vlog) ลงแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Youtube เป็นต้น ก็เป็นกระแสนิยมที่เติบโตสูงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับกระแสการถ่ายทอดสดผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ (Social Media) เช่น การถ่ายทอดสด (Live) ผ่าน Facebook , การสร้างเรื่องราว (Story) ผ่าน Instagram เป็นต้น ทำให้เกิดความต้องการในกลุ่มสินค้าประเภทกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่มีฟังก์ชันบันทึกภาพเคลื่อนไหวสูงมากขึ้น รวมถึงอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพ เช่น ไฟส่องสว่าง , ขาตั้งกล้อง เป็นต้น ดังนั้น ในปีนี้เอง บิ๊ก คาเมร่า จึงได้ขยายแบรนด์เพิ่มเติม ได้แก่ Exclusif by BIG Camera ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า Central World ถือเป็น Flagship Store แห่งใหม่ซึ่งตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าเพื่องานภาพนิ่งและงานภาพเคลื่อนไหวระดับสูงไปจนถึงระดับมืออาชีพ รวมถึงอุปกรณ์เชื่อมต่อต่างๆ เพื่องานภาพนิ่งและงานภาพเคลื่อนไหวที่สมบูรณ์แบบ

จากสภาวะการแข่งขันในตลาดอุปกรณ์ถ่ายภาพ บิ๊ก คาเมร่า ได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับกลยุทธ์ระดับองค์กร เพื่อให้ บิ๊ก คาเมร่า ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดย บิ๊ก คาเมร่า ให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งของจุดให้บริการ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นอย่างดี การเลือกวางผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และการสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในแบรนด์ นอกจากนั้น บิ๊ก คาเมร่า ยัง

มีกิจกรรมเวิร์คช็อปสอนการใช้งานอุปกรณ์ถ่ายภาพเพื่อสร้างประสบการณ์การถ่ายภาพให้กับลูกค้าหรือผู้เข้ารับบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเติมเต็มความต้องการของผู้บริโภคให้ครบวงจร ทั้งนี้ บิ๊ก คาเมร่า ยังคงไม่จำกัดการลงทุนเฉพาะในกลุ่มอุปกรณ์การถ่ายภาพ แต่ บิ๊ก คาเมร่า ยังมีการลงทุนในกลุ่มธุรกิจภาพพิมพ์อีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงเพิ่มการขยายธุรกิจไปในแนวทาง โดยการเข้าถือหุ้นบริษัท พิคคาซัส จำกัด (“บริษัทย่อย”) ซึ่งประกอบธุรกิจนำเข้าสินค้าประเภทอุปกรณ์ถ่ายภาพเข้ามาเพื่อจำหน่ายรวมถึงการเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้า ซึ่งปัจจุบันบริษัทย่อยได้รับสิทธิในการเป็นผู้แทนจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพแบรนด์ชั้นนำที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย ซึ่งถือเป็นการเพิ่มความแข็งแกร่งในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าตั้งแต่การนำเข้าสินค้าจนถึงมือผู้บริโภค

1.3) การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญ

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
ปี 2540	1. บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด เริ่มต้นธุรกิจด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท และเริ่มขยายธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยมีห้างคาร์ฟูร์ สาขาสุวินทวงศ์ เป็นสาขาแรกของบิ๊ก คาเมร่า มีลักษณะการจัดตั้งแบบ Stand Alone บนพื้นที่ให้เช่าของห้างคาร์ฟูร์ในขณะนั้น
ปี 2547	2. บิ๊ก คาเมร่า ได้มีการขยายสาขาไปทั่วประเทศ มากกว่า 70 สาขา เพื่อตอบรับภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมกล้องถ่ายรูป และเพื่อการตอบรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากกล้องแบบฟิล์ม (Film Camera) มาเป็นในรูปแบบดิจิทัล (ปี 2547)
ปี 2556	3. บริษัทฯ ได้ขยายกิจการเข้าสู่ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์ต่างๆ เช่น Samsung, Alcatel, Asus, i-mobile, JVC, Nokia, Sony และ Lenovo ภายใต้ชื่อร้าน “BIG Mobile by BIG Camera”
ปี 2557	4. บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกิจการกับ บริษัท ชันวู้ด อินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มาตั้งแต่ปี 2534 ในขณะนั้นบริษัท ชันวู้ด อินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) อยู่ในกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่ดำเนินงานไม่ได้ตามกำหนด (Non- Performing Group : NPG) ถูกติดเครื่องหมาย "SP" (Suspension) และ "NC" (Non-Compliance) คุณชาญ เขียวกาญจน์วงศ์ และผู้ถือหุ้นของบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด จึงเข้าซื้อหุ้นของ บริษัท ชันวู้ด อินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) โดยชำระเป็นหุ้นสามัญของบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ซึ่งภายหลังการทำรายการดังกล่าว บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด จะมีสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ชันวู้ด อินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) 5. ภายหลังควบรวมกิจการ บริษัท ชันวู้ด อินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“BIG”) ดำเนินธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่น (Holding company) โดยมีบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ดำเนินธุรกิจเป็นบริษัทแกน 6. 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
ปี 2558	7. เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558 ตลาดหลักทรัพย์อนุมัติให้ บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“BIG”) พ้นเหตุอาถูกเพิกถอน โดยปลดเครื่องหมาย "SP" (Suspension) และ "NC" (Non-Compliance)

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
	<p>รวมทั้งย้ายหลักทรัพย์ BIG ออกจากกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่แก้ไขการดำเนินงานไม่ได้ตามกำหนด (Non-Performing Group : NPG) และอนุญาตให้เริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดพาณิชย์ ได้ตั้งแต่วันที่ 3 มีนาคม 2558 เป็นต้นไป</p> <p>8. เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้กลับเข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นวันแรก</p> <p>9. เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2558 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นมีมติการลดทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วของบริษัทฯ จากจำนวน 822,219,700 บาท เป็นจำนวน 352,887,880 บาท โดยการลดมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้น (Par Value) จากเดิมหุ้นละ 0.25 บาท เป็น 0.10 บาท และที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นยังมีมติการปรับโครงสร้างกิจการโดยบริษัทฯ จะรับโอนกิจการทั้งหมดของ บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย เพื่อให้ BIG เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเพียงบริษัทเดียว</p> <p>10. บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนลดทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2558</p> <p>11. บริษัทฯ ได้ดำเนินการรับโอนกิจการจาก บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยและถือหุ้นร้อยละ 100 โดยบริษัทฯ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2558 และได้ดำเนินการจดทะเบียนเลิกกิจการ บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2558</p>
ปี 2560	<p>12. เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2560 ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 2/2560 มีมติให้จัดตั้งบริษัทย่อยโดยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 เพื่อรองรับการขยายธุรกิจด้านภาพพิมพ์ ทั้งนี้ได้มีมติให้ดำเนินการโอนกิจการบางส่วนคือส่วนงานการผลิตภาพพิมพ์ให้แก่บริษัทย่อยดังกล่าวเมื่อได้จัดตั้งแล้วเสร็จ</p> <p>13. เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2560 บริษัทฯจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อบริษัท อิมเมจ โซลูชั่น พลัส จำกัด (“บริษัทย่อย”) โดยมีทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภาพพิมพ์ ให้บริการพิมพ์ภาพแบบครบวงจร โดยบริษัทฯถือหุ้นบริษัทย่อยในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน ต่อมาในวันที่ 1 สิงหาคม 2560 บริษัทฯได้โอนทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจภาพพิมพ์ หนี้สิน ตลอดจนสิทธิและหน้าที่ให้แก่บริษัทย่อย</p>
ปี 2561	<p>14. เมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2561 ที่ประชุมกรรมการครั้งที่ 3/2561 บริษัทฯ มีมติอนุมัติให้จัดตั้ง บริษัท บิ๊ก คาเมร่า โฮลดิ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 100 ของหุ้นทั้งหมด เพื่อรองรับการลงทุนในทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>15. เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2561 บริษัทจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อยชื่อบริษัท บิ๊ก คาเมร่า โฮลดิ้ง จำกัด (“บริษัทย่อย”) โดยมีทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ โดยบริษัทฯ ถือหุ้นบริษัทย่อยในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน</p> <p>16. เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2561 บริษัทย่อยฯ ได้เข้าร่วมลงทุนในและเป็นสมาชิกในบริษัทร่วมทุน ชื่อบริษัท บิ๊ก ดิจิเวิลด์ จำกัด (“บริษัทร่วมทุนฯ”) โดยบริษัทย่อย เป็นสมาชิกโดยลงทุนเป็นมูลค่า 11,500,000,000 ดองเวียดนาม (ประมาณ 500,000 เหรียญสหรัฐ) หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของบริษัทร่วมทุน</p>

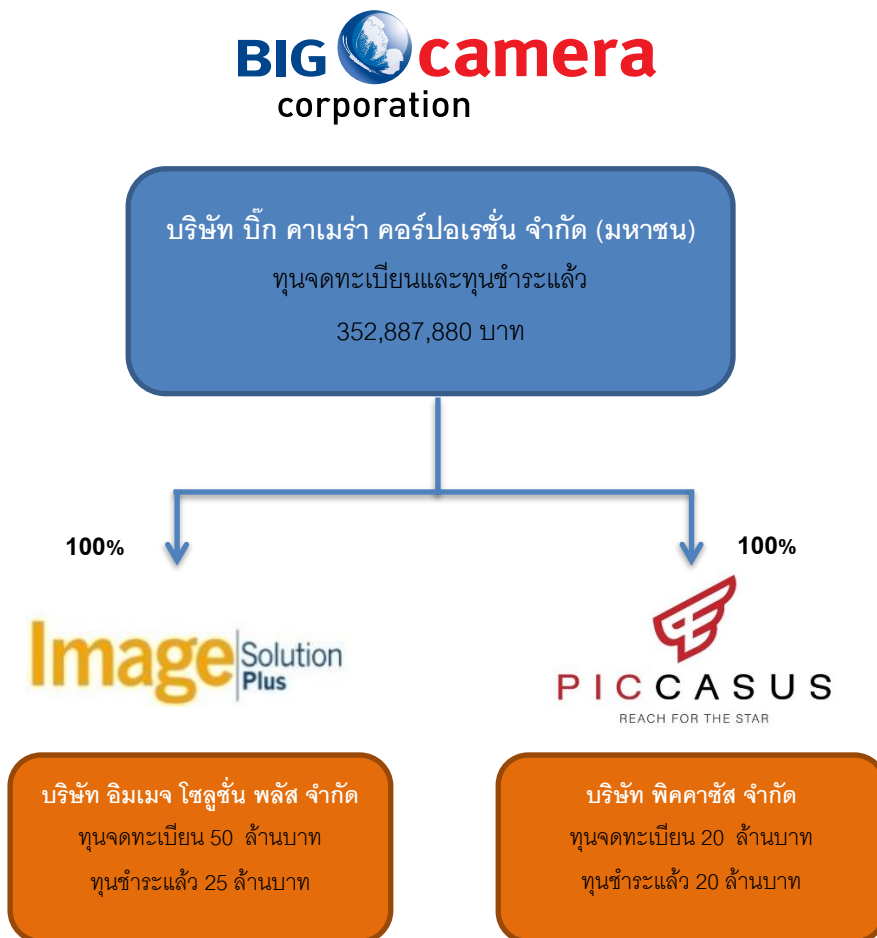
ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
	17. เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2561 บริษัทร่วมทุนฯ เปิดดำเนินการประกอบธุรกิจในวันแรก ณ เมืองโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม ภายใต้ชื่อร้าน "BIG Camera by Digiworld Hanoi"
ปี 2562	18. เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 3/2562 มีมติให้บริษัท บิ๊ก คาเมร่า โฮลดิ้ง จำกัด ("บริษัทย่อย") ถอนทุนทั้งหมดของบริษัท บิ๊ก ดิจิเวิลด์ จำกัด ("บริษัทร่วมทุนฯ") เนื่องจากความแตกต่างในเรื่องกลยุทธ์และนโยบายในการดำเนินธุรกิจ ทำให้เกิดความไม่สอดคล้องในการบริหารงานร่วมกัน
ปี 2563	<p>19. เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 บริษัท บิ๊ก คาเมร่า โฮลดิ้ง จำกัด ("บริษัทย่อย") ได้จดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชีต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และได้สิ้นสุดการเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ</p> <p>20. เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563 ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2563 มีมติให้เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท พิคคาซัส จำกัด ในอัตราส่วน ร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดจากผู้ถือหุ้นเดิม และมีมติอนุมัติเพิ่มทุนในบริษัท พิคคาซัส จำกัด เป็นจำนวนเงิน 20,000,000 บาท เพื่อรองรับการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าและการนำเข้าสินค้าเข้ามาเพื่อจำหน่าย</p> <p>21. เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2563 บริษัทฯได้ดำเนินการเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท พิคคาซัส จำกัด และจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงแก้ไขทางทะเบียนของบริษัท พิคคาซัส จำกัด ("บริษัทย่อย") ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์</p> <p>22. เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2563 บริษัทฯได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนในบริษัท พิคคาซัส จำกัด ("บริษัทย่อย") โดยมีการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 199,900 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นจำนวน 19,990,000 บาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 20,000,000 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าและการนำเข้าสินค้าเข้ามาเพื่อจำหน่าย</p>

1.4) โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ปัจจุบัน บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อย ในกลุ่มรวม 2 บริษัท ได้แก่

1. บริษัท อิมเมจ โซลูชั่น พลัส จำกัด (Image Solution Plus Company Limited) ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100 มีทุนจดทะเบียนจำนวน 50 ล้านบาท ทุนชำระแล้วจำนวน 25 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภาพพิมพ์ให้บริการพิมพ์ภาพแบบครบวงจร
2. บริษัท พิคคาซัส จำกัด (Piccasus Company Limited) ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100 มีทุนจดทะเบียนจำนวน 20 ล้านบาท ทุนชำระแล้วจำนวน 20 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าและการนำเข้าสินค้าเข้ามาเพื่อจำหน่าย

แผนภาพโครงสร้าง



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

ปัจจุบันบริษัทฯ และบริษัทย่อยประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

(1) ธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ (Retailers)

บิ๊ก คาเมร่า ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพครบครัน ตั้งแต่อุปกรณ์ถ่ายภาพแบบดิจิทัล ยี่ห้อชั้นนำต่างๆ ได้แก่ Canon Sony Fujifilm Olympus Panasonic Leica เป็นต้น รวมไปถึงอุปกรณ์เกี่ยวเนื่องอื่นๆ อาทิเช่น เลนส์ ฟิวเตอร์ แผ่นบันทึกความจำ (Memory Card) ขาตั้งกล้อง เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบัน บิ๊ก คาเมร่า ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพผ่านสาขาของตนเอง ที่มีช่องทางการจำหน่ายมากกว่า 180 สาขา ครอบคลุมทั่วประเทศ ภายใต้ชื่อ “BIG Camera” ที่เน้นแนวคิดหลักคือ “บิ๊ก คาเมร่า คือศูนย์รวมกล้องดิจิทัลที่มีความสุขให้เลือกมากที่สุด” ซึ่งตั้งกระจายอยู่ตามศูนย์การค้าชั้นนำ และห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น เซ็นทรัล เดอะมอลล์ โรบินสัน มาบุญครอง สยามพารากอน ซีคอน ไอคอนสยาม รวมถึงบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และ เทสโก้โลตัส เป็นต้น

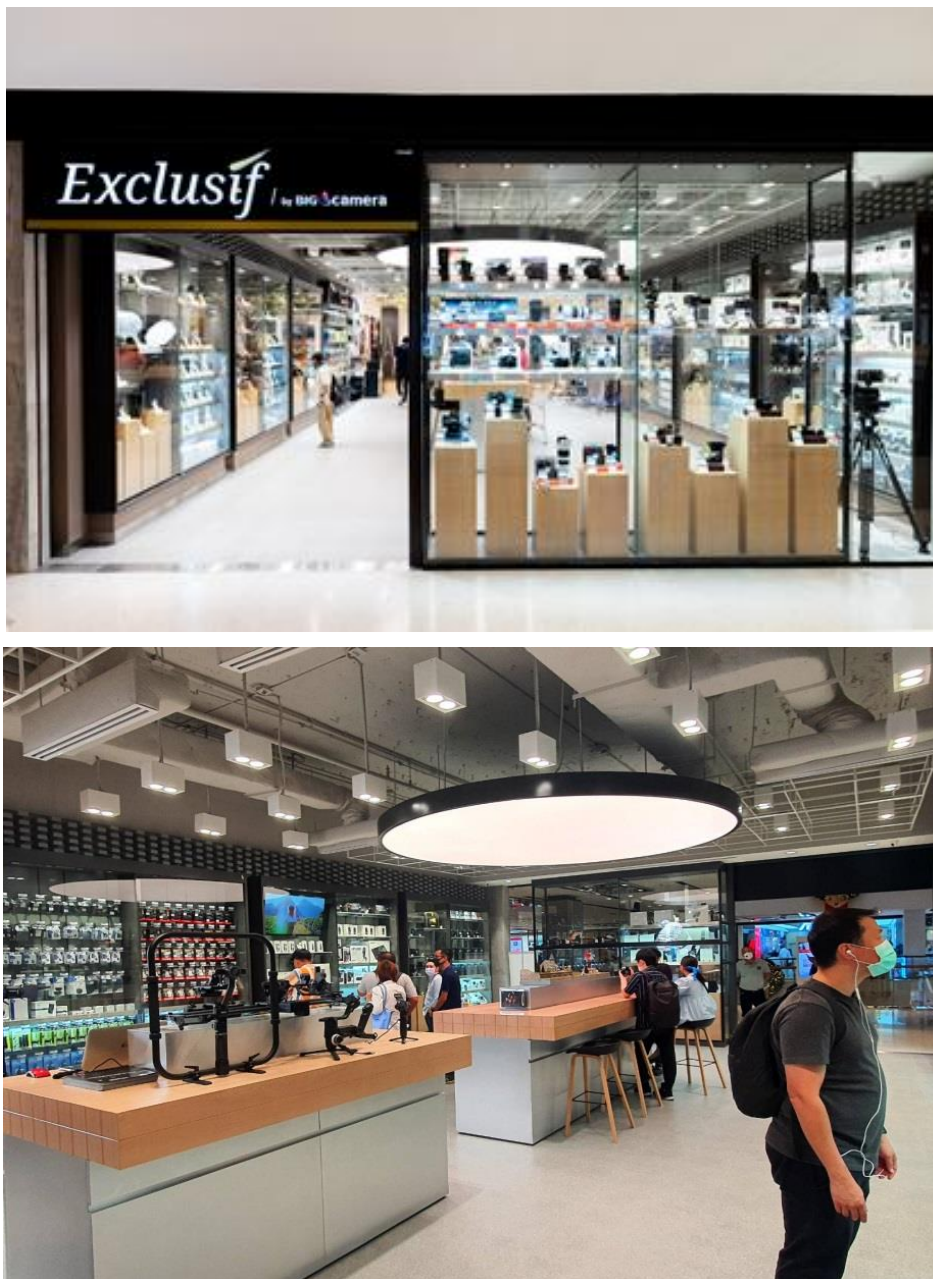
อย่างไรก็ตาม การที่ บิ๊ก คาเมร่า ประสบความสำเร็จและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมตามสาขาต่างๆ แล้ว บิ๊ก คาเมร่า ยังมีทีมขายที่มีประสบการณ์ มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้งานของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับ lifestyle และความต้องการใช้งานของลูกค้าในแต่ละช่วงวัย ทั้งนี้เนื่องมาจากบิ๊ก คาเมร่า ได้เล็งเห็นถึงปัจจัยของความสำเร็จในธุรกิจค้าปลีกที่เกี่ยวข้องกับทีมงานการขาย จึงได้ทุ่มเทและมุ่งเน้นการฝึกอบรมความรู้ให้แก่พนักงานขายของ บิ๊ก คาเมร่า อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องของผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมถึงศาสตร์ในงานบริการสำหรับลูกค้าทุกคนที่เข้ามาใช้บริการในร้านสาขาของ “BIG Camera” นอกจากนี้ บิ๊ก คาเมร่า ยังได้พัฒนาการบริการอีกขั้นเพื่อเพิ่มความเป็นผู้นำ และเชี่ยวชาญด้านกล้องถ่ายภาพ และอุปกรณ์ถ่ายภาพ ภายใต้ชื่อ “BIG Camera Galleria” เพื่อตอบสนองความต้องการของคนยุคใหม่

ภาพตัวอย่างร้าน BIG Camera สาขา เซ็นทรัลพลาซา ปิ่นเกล้า



นอกจากนี้ในช่วงปลายปี 2563 บิ๊ก คาเมร่า ได้เปิดให้บริการร้านสาขาใหม่ ภายใต้ชื่อ Exclusif By Big Camera ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เพื่อรองรับการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยภายในร้านจะมีการ Set Live Streaming, Vlog, Video Content และเป็นแหล่งรวมกล้องและอุปกรณ์สำหรับงาน Production แบบครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของการปรับตัวทางธุรกิจของกลุ่มลูกค้า SMEs และเหล่า Content Creator ให้สามารถสร้าง Content Online และสร้างสรรค์งาน Production ได้เองอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยกล้องและอุปกรณ์ที่ครบครันและทันสมัยที่สุดในประเทศไทย ที่จัดโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์แบบ Exclusive การให้บริการที่ดีเยี่ยม โดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญ ทั้งก่อนและหลังการให้บริการ

ภาพถ่ายร้าน Exclusif By Big Camera สาขา เซ็นทรัลเวิลด์



ประเภทของอุปกรณ์ถ่ายภาพ

รายละเอียดของอุปกรณ์ถ่ายภาพ (กล้อง) ประเภทต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งแยกประเภทหลักๆ ออกได้เป็น 5 ประเภทดังนี้

1. Compact Camera

เป็นกล้องถ่ายภาพที่มีขนาดเล็ก สะดวกในการพกพาและเป็นกล้องที่เหมาะสมกับนักถ่ายภาพที่เป็นมือใหม่ (Beginner Photographer) ไปจนถึงนักถ่ายภาพในระดับกลาง โดยคุณสมบัติสำหรับกล้องถ่ายภาพประเภทนี้คือ จะเหมาะกับกิจกรรมการถ่ายภาพ ที่ผู้ถ่ายไม่ต้องการขั้นตอนหรือวิธีการถ่ายภาพที่ซับซ้อนเหมือนกับกล้องถ่ายภาพประเภทอื่น อย่างไรก็ตาม กล้องถ่ายภาพประเภทนี้ค่อนข้างมีข้อจำกัดในเรื่องวัตถุประสงค์ของภาพถ่ายเนื่องจากเป็นกล้องที่ผู้ใช้ไม่สามารถเปลี่ยนเลนส์ได้ ดังนั้นเรื่องประเภทของผลผลิตภาพถ่ายจึงมีข้อจำกัด ปัจจุบันกล้องประเภทพกพายังคงได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคบางกลุ่มอยู่ เนื่องจากเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ราคาไม่สูงมากนัก ใช้งานง่าย พกพาสะดวก จึงยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดในปัจจุบัน

ตัวอย่างกล้องถ่ายภาพประเภทพกพา



2. 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 โดยปัจจุบันคุณภาพของภาพที่ถ่ายจากกล้องชนิดนี้สามารถเทียบเท่าได้ใกล้เคียงกับภาพถ่ายที่ถ่ายจากกล้องมืออาชีพขนาดใหญ่ (DSLR) ซึ่งกล้อง Mirrorless จัดว่าเป็นกล้องขนาดพกพาที่สามารถเปลี่ยนเลนส์ได้ ซึ่งหมายความว่าไม่เกิดข้อจำกัดของประเภทภาพถ่าย กล้องประเภทนี้ในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมากตั้งแต่ผู้ถ่ายภาพสมัครเล่นไปจนถึงช่างถ่ายภาพระดับมืออาชีพ ปัจจุบันกล้องประเภท Mirrorless มีอัตราการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง และเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุด เนื่องจากเป็นกล้องที่มีความตอบโต้อย่างดีกับผู้คนในยุคปัจจุบัน กล่าวคือ เป็นกล้องที่มีคุณภาพสูง ขนาดเล็ก พกพาสะดวก น้ำหนักเบา และยังมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย สามารถเปลี่ยนเลนส์ได้หลากหลายเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ซึ่งแบรนด์ที่กำลังเป็นที่นิยมในตลาดได้แก่ Fujifilm Olympus Sony Panasonic เป็นต้น ซึ่งบิ๊ก คาเมร่า ให้ความสำคัญกับการทำการตลาดกล้องประเภทนี้เป็นอย่างมาก

ตัวอย่างกล้องถ่ายภาพประเภท Mirrorless / Compact System Camera



3. Digital Single Lens Reflex : DSLR

กล้องประเภท DSLR เป็นกล้องสะท้อนเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัลมีลักษณะเหมือนกล้องฟิล์ม เพียงแต่ใช้เซนเซอร์ในการรับภาพแทนฟิล์มในอดีต กล้องประเภทนี้ค่อนข้างได้รับความนิยมสำหรับนักถ่ายภาพตั้งแต่ระดับกลางจนถึงนักถ่ายภาพระดับมืออาชีพ เนื่องจากมีคุณภาพสูง แข็งแรงทนทาน เหมาะสมกับการใช้งานจริงจัง และมีราคาสูงกว่ากล้องประเภท Compact และกล้อง Mirrorless ปัจจุบันกล้อง DSLR ยังคงเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้มีอาชีพถ่ายภาพ

ตัวอย่างกล้องถ่ายภาพประเภท DSLR



4. Action Camera

กล้องประเภท Action Camera เป็นกล้องที่มีขนาดเล็กกะทัดรัด พกพาสะดวก น้ำหนักเบา พร้อมทั้งยังสามารถเก็บบันทึกภาพได้ทั้งภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว(VDO) โดยคุณสมบัติอันโดดเด่นที่ทำให้กล้องชนิดนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากกล้องประเภทนี้บางรุ่นมีความสามารถในการกันน้ำ และสามารถถ่ายภาพใต้น้ำได้ เหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบการทำกิจกรรม Extreme โดย Action Camera ได้ออกแบบเพื่อให้ตอบสนองต่อการใช้งานในทุกสถานการณ์ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานเป็นกล้องติดหมวก หรือกล้องติดรถยนต์เพื่อสร้างความปลอดภัยในขณะที่อยู่บนท้องถนน หรือแม้กระทั่งใช้เก็บบันทึกภาพในขณะท่องเที่ยวในมุมมองที่กว้างขึ้น ซึ่งแบรนด์ที่กำลังเป็นที่นิยมในตลาดได้แก่ GoPro ,DJI เป็นต้น

ตัวอย่างกล้องถ่ายภาพประเภท Action Camera



5. Instax Camera

กล้องประเภท Instax เป็นกล้องดิจิทัลที่เมื่อถ่ายรูปเสร็จแล้วจะพิมพ์ภาพออกมาทันที เนื่องจากตัวกล้องมีกระบวนการล้างอัดภายในตัวฟิล์ม จึงทำให้ได้ภาพออกมาจากตัวกล้องภายใน 2-3 นาที นักถ่ายภาพที่ชื่นชอบการถ่ายภาพแบบ classic จึงนิยมพกพากล้องประเภทนี้ไว้ถ่ายเพื่อเก็บภาพความทรงจำต่างๆ โดยแบรนด์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันได้แก่ Fujifilm และ Polaroid เป็นต้น

ตัวอย่างกล้องถ่ายภาพประเภท Instax



ผลิตภัณฑ์เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ถ่ายภาพ

บิ๊ก คาเมร่า นอกจากการเป็นผู้ค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพแล้ว ยังรวมถึงเป็นผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์เสริมต่างๆที่ใช้ควบคู่กับกล้องถ่ายภาพอีกมากมาย อาทิเช่น

1. **เลนส์(Lens)** : เป็นอุปกรณ์ที่เป็นตัวช่วยในการสร้างสรรค์ภาพถ่ายให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ตัวอย่าง แบรנדคู่ค้า ได้แก่ Canon, Fuji, Olympus, Panasonic, Sigma, Sony, Tamron เป็นต้น

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกล้องถ่ายภาพ



2. **แฟลช(Flash) หรือ ไฟแอลอีดี(LED Light)** : เป็นอุปกรณ์ที่เป็นตัวช่วยในการเพิ่มแสงสว่างให้กับภาพถ่าย ส่วนใหญ่จะใช้เป็นตัวช่วยในการถ่ายภาพในที่ที่แสงสว่างไม่เพียงพอ ตัวอย่างแบรנדคู่ค้าได้แก่ Canon, Fuji, Olympus, Panasonic, Sony, Nissin, Flash q, Nanlite, Nicefoto, Viltrox, Elinchorme เป็นต้น

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกล้องถ่ายภาพ



3. **แผ่นบันทึกความจำ(Memory Card)** : อุปกรณ์ถ่ายภาพโดยทั่วไปล้วนแต่ต้องมีการใส่แผ่นบันทึกความจำเพื่อเก็บข้อมูล ซึ่งมีขนาดหลายความจุแตกต่างกันออกไป ตัวอย่างแบรנדคู่ค้าได้แก่ Sandisk, Sony เป็นต้น

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกล้องถ่ายภาพ



4. **ขาตั้งกล้อง (Tripod)** : เป็นอุปกรณ์ที่เป็นตัวช่วยในการถ่ายภาพนิ่ง หรือ การถ่ายภาพที่ต้องใช้การตั้งกล้องเพื่อถ่ายภาพเป็นเวลานาน ตัวอย่างแบรนด์ที่คุ้นหูได้แก่ Fotopro, Gopro, Joby, Manfrotto, Peakdesign, Slik smart, Sony เป็นต้น

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกล้องถ่ายภาพ



5. **ไมโครโฟน(Microphone)** : เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายบันทึกภาพเคลื่อนไหวที่ต้องการเก็บเสียงร่วมกับการเก็บภาพไปด้วย ดังนั้นเพื่อให้ได้ความชัดเจนในเรื่องของเสียงควบคู่ไปกับการถ่ายภาพแล้วนั้น เราต้องใช้ไมโครโฟนเป็นตัวช่วยหนึ่งในการบันทึกเสียงดังกล่าว ตัวอย่างแบรนด์ที่คุ้นหูได้แก่ Sony, Canon, Avermedia, Fifine, Fujii, Rode, Saramonic, Sennheiser เป็นต้น

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกล้องถ่ายภาพ



6. **แบตเตอรี่(Battery)** : อุปกรณ์ถ่ายภาพโดยทั่วไปต้องมีการใช้แบตเตอรี่เพื่อส่งกำลังไฟไปยังอุปกรณ์ ตัวอย่าง แบรนด์ที่คุ้นหูได้แก่ Canon, Fujii, Gopro, Nitecore, Olympus, Ouka, Panasonic, Profoto, Ricoh, Smart, Sony, Dji เป็นต้น

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกล้องถ่ายภาพ



7. อื่นๆ : เช่น กระจาเป่า ไม้กันสั่น(Gimbal) การ์ดจับภาพ(Capture Card) ฟิลเตอร์(Filter) เป็นต้น

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกล้องถ่ายภาพ



การให้บริการขยายระยะเวลาการรับประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพ

จากแนวความคิดของผู้บริหารที่ได้เล็งเห็นถึงการบริการหลังการขายอันเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์ถ่ายภาพ ภายใต้แนวคิด “ทุกปัญหากลายเป็นเรื่องเล็กได้ และพร้อมเติมเต็มความมั่นใจสำหรับคนรักกล้อง” เป็นบริการที่ บิ๊ก คาเมร่า คิดสรรค์ขึ้นมาเพื่อบริการลูกค้าคนสำคัญของเรา จึงเกิดเป็นความร่วมมือกับ บริษัท สยามคอสเมตส เซอร์วิส จำกัด ในการให้บริการขยายระยะเวลาการรับประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพดำเนินงานภายใต้ชื่อ “BIG Camera Care” โดยสามารถรองรับลูกค้าที่ซื้อกล้องถ่ายภาพในราคาสูงกว่า 5 พันบาทขึ้นไป การบริการชนิดนี้สามารถเติมเต็มความต้องการแก่ลูกค้าในการขยายระยะเวลาการรับประกันกล้องถ่ายรูปเพิ่มเติมจากการรับประกันมาตรฐาน (1 ปี) เป็นสูงสุด 3 ปี ภายใต้เงื่อนไขเดียวกันกับผู้ผลิต โดยไม่มีผลผูกพันกับบริษัทผู้ผลิตกล้องแต่อย่างใด นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงการคุ้มครองเพิ่มขึ้นอีก 4 กรณีคือ ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ลักทรัพย์ (โดยมีร่องรอย) และไฟฟ้าลัดวงจร

ภาพแสดง บริการขยายระยะเวลาการรับประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพ

เติมเต็มความมั่นใจ สำหรับ คนรักกล้อง

**ขยายระยะเวลา
คุ้มครองสูงสุด 3 ปี**

สำหรับการชำรุดเสียหายจากการใช้งานปกติ
ฟรีความคุ้มครองเพิ่มเติม ถึง 4 กรณี**
(ยกเว้นสินค้าในหมวดอุปกรณ์เสริม และการใช้เชิงพาณิชย์)

กระแสไฟฟ้า
ผิดปกติ

ไฟไหม้

ฟ้าผ่า

ลักทรัพย์
โดยมีร่องรอย***

ตารางวงเงินสูงสุดที่คุ้มครอง

ระยะเวลา การรับประกัน	วงเงินความคุ้มครอง	
	ความเสียหายจากการใช้งานปกติ	ความคุ้มครองเพิ่มเติม
ภายใน 6 เดือน	รับประกันตามเงื่อนไขผู้ผลิต	90% ของราคาที่ซื้อ
6 เดือนขึ้นไป - 1 ปี	รับประกันตามเงื่อนไขผู้ผลิต	80% ของราคาที่ซื้อ
1 ปีขึ้นไป - 2 ปี	70% ของราคาที่ซื้อ	70% ของราคาที่ซื้อ
2 ปีขึ้นไป - 3 ปี	60% ของราคาที่ซื้อ	60% ของราคาที่ซื้อ

พร้อมสิทธิประโยชน์มากมายที่คุณจะได้รับ

- ขยายระยะเวลาประกันสินค้า
ภายใต้เงื่อนไขผู้ผลิต
- ฟรีค่าแรง ค่าอะไหล่
- รับสินค้าเครื่องใหม่* หากความ
เสียหาย ที่เกิดขึ้นไม่สามารถซ่อมได้
หรือค่าซ่อมเกินวงเงินความคุ้มครอง
- บริการให้คำแนะนำการแก้ปัญหาเบื้องต้น
Call Center 02-257-4188

- ซ่อมไม่จำกัดจำนวนครั้ง
(วงเงินจำกัดตาม % ที่คุ้มครองต่อปี)
- บริการด้วยศูนย์มาตรฐาน
และอะไหล่คุณภาพจากผู้ผลิต
- ส่งซ่อมได้ที่ BIG Camera
ทุกสาขาทั่วประเทศ

เงื่อนไขการสมัคร สินค้าหมวดกล้องและเลนส์ ที่มีใบรับประกันจากผู้ผลิต

* รับสินค้าเครื่องใหม่ที่มีคุณสมบัติเทียบเท่า หรือใกล้เคียงกับสินค้าเดิม

** ความเสียหายใดๆ ของเครื่องใช้ไฟฟ้าจะเกิดขึ้นภายในประเทศไทยเท่านั้น

*** ร่องรอยจะเกิดจากการใช้กำลังอย่างรุนแรง และทำให้เครื่องเสียหายอย่าง
ที่เห็นได้อย่างชัดเจน ต่อประตู่, หน้าต่าง หรือทางเข้าออกของตัวอาคารที่พิกัด

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่งานศูนย์ BIG Camera ทุกสาขาทั่วประเทศ หรือ Call Center 02-257-4188

การให้บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ถ่ายภาพ

การให้บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ถ่ายภาพ เริ่มต้นมาตั้งแต่ปี 2552 เนื่องจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่มองธุรกิจการให้บริการของ บิ๊ก คาเมร่า ควรจะมีการให้บริการที่ครบวงจร (one-stop-service) และมีใช้เพียงแค่ธุรกิจซื้อมาขายไปเท่านั้น ดังนั้นเพื่อเป็นการดูแลลูกค้าหลังการขาย (After Sales Service) และเป็นการเอาใจใส่ลูกค้าในเรื่องการดูแลรักษากล้องรวมถึงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง จึงได้ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการซ่อมแซมและบำรุงรักษาอุปกรณ์ถ่ายภาพ ซึ่งให้บริการทั้งลูกค้าที่ซื้อสินค้าจาก BIG Camera และลูกค้าทั่วไป โดยสามารถเข้ารับบริการได้ทุกสาขาของ บิ๊ก คาเมร่า โดยในปัจจุบันลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้ใน 2 ลักษณะ คือ สินค้าที่ยังอยู่ในอายุรับประกัน บิ๊ก คาเมร่า จะเป็นผู้ดำเนินการจัดส่งซ่อมให้แก่ลูกค้า (ภายใต้เงื่อนไขการรับประกัน) ในกรณีที่สินค้าหมดอายุรับประกัน บิ๊ก คาเมร่า จะดำเนินการส่งซ่อม โดยคิดค่าใช้จ่าย หรือดำเนินการกับลูกค้า ทั้งนี้ โดยมีเงื่อนไขต่างๆ อาทิเช่น รับประกันผลงานการซ่อมแซม 120 วัน ในอาการเสียและอะไหล่ตัวเดิม เป็นต้น อีกทั้ง การซ่อมและอุปกรณ์อะไหล่ที่ บิ๊ก คาเมร่า ใช้ในการให้บริการซ่อมนั้นมีคุณภาพเช่นเดียวกับผู้ผลิตแบรนด์ที่มีชื่อต่างๆ

Workshop สอนการใช้งานกล้องถ่ายภาพ

เพื่อเป็นการดูแลลูกค้าของ Big camera อย่างครบวงจรให้ลูกค้าได้สัมผัสและเรียนรู้การถ่ายภาพอย่างสร้างสรรค์แบบมีประสิทธิภาพ พร้อมแต่งเติมจินตนาการด้วยประสบการณ์แบบมืออาชีพโดย บิ๊ก คาเมร่า ได้จัดบริการ Workshop สำหรับลูกค้าที่สนใจรับคำแนะนำ และเทคนิคการถ่ายภาพทั้งแบบเบื้องต้น และเจาะลึกโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่ง บิ๊ก คาเมร่า ได้รับเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ และบล็อกเกอร์ชื่อดังในแวดวงการถ่ายภาพ อาทิเช่น คุณหม่อมพร ลัทธिरธรรม (น้ำกรม) ,คุณศุภสิริ ศรีสวัสดิ์ศักดิ์ ,คุณพศิน อธิยาตมวิทยา เป็นต้น เนื่องจากบิ๊ก คาเมร่า ตระหนักถึงความต้องการและประสบการณ์การใช้กล้องที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มลูกค้า บิ๊ก คาเมร่า จึงจัดกิจกรรม Workshop ออกเป็น 4 รูปแบบ เพื่อให้ครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้า ดังนี้

1. กิจกรรม The Master Of Premium Photo Workshop

คอร์สอบรมการถ่ายภาพสุด exclusive จากแบรนด์ชั้นนำได้แก่ Fujifilm, Sony, Olympus, Panasonic และ Canon ที่จะเผยเคล็ดลับการใช้งานกล้องเพื่อเข้าถึงประสิทธิภาพ และผ่านเทคนิคการถ่ายภาพอย่างสร้างสรรค์จากช่างภาพชั้นนำตัวจริงในโลกของการถ่ายภาพ โดยเข้าร่วมเจาะลึก lifestyle ทางถ่ายภาพผ่านฐานกิจกรรมระดับมืออาชีพได้แก่ Portrait Photography, Deep of field Photography, Speed shutter Photography และ Close up Photography เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การใช้งานกล้องถ่ายภาพขั้นพื้นฐานและสามารถนำไปสร้างสรรค์ภาพถ่ายได้ตรงตามจินตนาการ

ตัวอย่างภาพ กิจกรรม The Master Of Premium Photo Workshop





2. กิจกรรม The Advanced Of Premium Experience Photo Workshop

คอร์สอบรมการถ่ายภาพอย่างมืออาชีพกับประสบการณ์การถ่ายภาพของช่างภาพรับเชิญที่มากด้วยประสบการณ์ และเทคนิคการถ่ายภาพจากแบรนด์ชั้นนำได้แก่ Fujifilm, Sony, Olympus, Panasonic และ Canon ที่จะพาก้าวไปอีกขั้นของการถ่ายภาพเพื่อยกระดับจินตนาการ และเปิดมุมมองของการถ่ายภาพในทุกขั้นตอนแบบเจาะลึกผ่านฐานกิจกรรมระดับมืออาชีพที่แตกต่าง

ตัวอย่างภาพ กิจกรรม The Advanced Of Premium Experience Photo Workshop





3. กิจกรรม Big Camera Photo Trip

ทริปการถ่ายภาพนอกสถานที่สุด Unseen ของเมืองไทย เป็นการจัดคอร์สอบรมการถ่ายภาพในสถานที่ท่องเที่ยวแบบ Exclusive ที่จะทำให้หลงรักการถ่ายภาพผ่านประสบการณ์ Photo Workshop นอกสถานที่กับช่างภาพชั้นนำของการถ่ายภาพ เป็นการจัดคอร์สอบรมการถ่ายภาพผ่านการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้สัมผัสประสบการณ์การถ่ายภาพจากสถานที่จริงที่นอกเหนือจากใน studio ซึ่งนอกจากจะได้ความรู้และได้รับการถ่ายทอดประสบการณ์จากช่างภาพมืออาชีพชั้นนำของประเทศไทยแล้ว ยังได้ท่องเที่ยวพักผ่อนตามสถานที่ unseen ของประเทศไทย

ตัวอย่างภาพ กิจกรรม Big Camera Photo Trip



4. กิจกรรม The Master Of Premium Photo Workshop On tour

ยกขบวนแห่งความสุขให้กับลูกค้าได้สัมผัสทั่วภูมิภาคของเมืองไทยได้แก่จังหวัด เชียงใหม่, ขอนแก่น, นครราชสีมา, ชลบุรี และ หาดใหญ่ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงคอร์สอบรมสุด Exclusive ตามสถานที่สุดประทับใจของเมืองไทย พร้อมเรียนรู้เทคนิคการถ่ายภาพจากช่างภาพผู้มีประสบการณ์ในด้านการถ่ายภาพอย่างเชี่ยวชาญ เพื่อสร้างการเรียนรู้ให้กับลูกค้า และเพื่อเป็นการกระตุ้นการซื้อแก่ลูกค้าส่วนภูมิภาค

ตัวอย่างภาพกิจกรรม The Master Of Premium Photo Workshop On tour



จากการจัดกิจกรรม Workshop เพื่อเป็นการถ่ายทอดประสบการณ์การถ่ายภาพอย่างมืออาชีพให้แก่ลูกค้านั้น ส่งผลให้ลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมสามารถสร้างสรรค์ผลงานโดยการถ่ายทอดออกมาเป็นภาพถ่ายเพื่อเผยแพร่และเป็นการสร้างผลงานให้กับลูกค้า

ตัวอย่างภาพผลงานลูกค้าที่มีประสบการณ์ได้กับ Big Camera

(2) ธุรกิจค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Retailers)

บิ๊ก คาเมร่า ร่วมมือกับบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (“AWN”) มาตั้งแต่ปี 2559 ในการเข้าบริหารเอไอเอส ช็อป บาย พาร์ทเนอร์ (AIS Shop by Partner) ซึ่งเป็นร้านที่บริหารงานโดยบริษัทแบบครบวงจร พร้อมนำเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ด้วยมาตรฐานการให้บริการที่ดีที่สุด เนื่องจากปัจจุบันลูกค้ามีการยึดติดในตราสัญลักษณ์ รวมถึงโลโก้ต่างๆของแบรนด์ดังกล่าว อันส่งผลให้ลูกค้าส่วนใหญ่ยังคงเข้ารับบริการผ่านร้านดังกล่าว โดย บิ๊ก คาเมร่า มีทีมงานที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารการขาย การให้บริการลูกค้า

การเปิดเอไอเอส ช็อป โดยบิ๊ก คาเมร่า ปัจจุบัน บริษัทฯได้รับสิทธิในการบริหาร AIS Shop จากเอไอเอส จำนวน 3 สาขา ภายใต้ชื่อ “AIS” ได้แก่ สาขาเซ็นทรัล มารีน่า พัทยา ,สาขาโรบินสัน เพชรบุรี และสาขา Terminal 21 พัทยา และสิทธิในการบริหาร Telewiz Shop จำนวน 4 สาขา ภายใต้ชื่อ “Telewiz” ได้แก่ สาขา เทสโก้ โลตัส นิคมพัฒนา ,สาขาแปซิฟิค พาร์ค ศรีราชา ,สาขาเทสโก้ โลตัส พันธ์นิคม และสาขาเทสโก้ โลตัส มาบตาพุด

ปัจจุบัน บิ๊ก คาเมร่า ยังคงร่วมมือกับ AWN ในการเข้าบริหารร้าน AIS และ Telewiz โดยบิ๊ก คาเมร่าได้พยายามคัดสรรสินค้าให้ครอบคลุมครบทุกแบรนด์ดังเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟนรุ่นพรีเมียม สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ ๆ ที่สามารถรองรับเทคโนโลยี 5G รวมถึงกลุ่มผลิตภัณฑ์ราคาระดับกลาง รวมถึงสินค้าที่มีระดับราคาที่ทุกคนจับต้องได้ และสมาร์ทโฟนในโครงการพิเศษของเอไอเอส รวมทั้งมีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพในการคัดเลือกสินค้าที่จัด

จำหน่ายในแต่ละร้าน (Product assortment) ให้สอดคล้องกับทำเลที่ตั้งและพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคของสาขานั้นๆ ได้อย่างดี รวมถึงงานบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตแบบดิจิทัลเต็มรูปแบบให้แก่ลูกค้าครบจบภายในร้านเดียว อาทิ เบอร์สวอย เบอร์มิงคล อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงด้วยเทคโนโลยีไฟเบอร์ อัจฉริยะและ Digital Services ต่างๆ โดยทางบริษัทมีทีมงานที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารการขาย การให้บริการลูกค้า รวมถึงการสรรหาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ และพัฒนาการฝึกอบรมความรู้ให้แก่พนักงานขายอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรมร่วมกับทางไอเอส การฝึกอบรมภายใน (In house training) รวมทั้งการส่งพนักงานขายเข้าร่วมอบรมกับทางแบรนด์สินค้าเพื่อให้ทันต่อเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันและอนาคต และเพื่อให้พร้อมสำหรับการดำเนินงานท่ามกลางกระแสดิจิทัล ดิสรัปชัน และการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19

รายละเอียดของผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

1. โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต (Smartphones and tablets)

โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในปัจจุบันได้กลายมาเป็นปัจจัยหลักที่ขาดไม่ได้ในการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งนอกเหนือจากใช้โทรออก-รับสาย หรือรับ-ส่งข้อความแล้ว สมาร์ทโฟนยังสามารถรองรับการท่องอินเทอร์เน็ตผ่านการเชื่อมต่อผ่าน 4G /5G และการเชื่อมต่อไร้สาย Wifi ภายในที่พักอาศัยหรือสำนักงาน รวมถึงการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์คและแอปพลิเคชัน สนทนาชั้นนำและการจัดการ e-mail โดยที่ผู้ใช้สามารถโหลดแอปพลิเคชันการใช้งานสมาร์ทโฟนให้ตรงกับความต้องการได้หลากหลายตามแพลตฟอร์มของโทรศัพท์และระบบปฏิบัติการ (IOS หรือ Android OS) สมาร์ทโฟนถูกมองว่าเป็นคอมพิวเตอร์พกพา และกล้องขนาดเล็กที่สามารถพกพาไปได้ทุกที่ โดยในปัจจุบันแบรนด์ผู้ผลิตต่างเน้นไปที่ความเร็วในการประมวลผล สมาร์ทโฟนใหม่ๆ ที่สามารถรองรับ 5G การออกแบบหน้าจอให้มีขนาดใหญ่และมีความละเอียดสูง การพัฒนาคุณภาพของกล้องถ่ายภาพทั้งกล้องหน้า กล้องหลัง และโหมดในการถ่ายภาพ ความจุแบตเตอรี่ และฟีเจอร์ที่น่าสนใจอีกมากมาย โดยสมาร์ทโฟนในตลาดมีครอบคลุมทุกช่วงราคาตั้งแต่ Smart Entry จนถึงรุ่น Premium (Hi-End) เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์สมาร์ทโฟน และ แท็บเล็ต



2. บริการด้านการเปิดเบอร์สำหรับเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Operators)

ในปัจจุบัน AIS เป็นผู้นำในการให้บริการด้านเครือข่ายในตลาดได้มีการพัฒนาเครือข่ายมีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถรองรับเทคโนโลยี ในคลื่นความถี่ต่างๆ ทั้ง 4G และ 5G รวมทั้ง WiFi เพื่อตอบสนองต่อการใช้งานสมาร์ทโฟนที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยผู้บริโภคสามารถเลือกสมัครใช้บริการทั้งในรูปแบบของการเติมเงิน (Prepaid) หรือ การจดทะเบียนใช้บริการรายเดือน (Postpaid) รวมถึงบริการเปลี่ยนระบบจากเติมเงินเป็นรายเดือน (Pre-to-Post) และย้ายเครือข่ายเบอร์เดิม (MNP)

รูปภาพของผู้ให้บริการด้านเครือข่ายหลัก



ภาพแสดง สาขา AIS Shop by Partner และ Telewiz Shop



อุปกรณ์เสริม และนวัตกรรมทางเทคโนโลยีต่างๆ (Accessories & Gadgets)

บิ๊ก คาเมร่า นอกจากการเป็นผู้ค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตแล้ว ยังรวมถึงเป็นผู้จำหน่ายอุปกรณ์เสริม (accessories) และนวัตกรรมทางเทคโนโลยีต่างๆ (gadgets) ที่ใช้คู่กับสมาร์ทโฟน อาทิเช่น สมาร์ทวอตช์ อุปกรณ์เสริมสำหรับ Apple ฟิล์มและกระจกกันรอย Focus ลำโพงบลูทูธ JBL, Marshall หูฟัง JBL, Sony, Shure สายชาร์จ Belkin สมอลทอว์คบลูทูธ Jabra และอุปกรณ์เสริมต่างๆจากแบรนด์ชั้นนำ

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อุปกรณ์เสริมฯ



(3) ธุรกิจให้บริการพิมพ์ภาพถ่าย

ดำเนินงานภายใต้ชื่อ “Image Plus by BIG Camera” ภายใต้แนวคิดที่ว่า Image Plus จะเป็นผู้ตอบสนองจินตนาการในการบันทึกเรื่องราวเพื่อให้เป็นของขวัญในโอกาส หรือเทศกาลพิเศษต่างๆ โดยเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวส่วนบุคคลเหล่านั้นออกมาด้วยบริการพิมพ์ภาพถ่ายคุณภาพสูงที่หลากหลาย รวมถึงการสร้างสรรค์งานพิมพ์ภาพถ่ายในรูปแบบพิเศษต่างๆ ภายใต้ระบบการพิมพ์แบบดิจิทัลด้วยมาตรฐานการพิมพ์ระดับมืออาชีพ ด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัย เทียบเท่ากับต่างประเทศ และเลือกการพิมพ์แต่ละแบบให้เหมาะสมกับแต่ละสินค้า โดยผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ Image Plus โดยมีการจำหน่ายผ่านหลายช่องทาง เช่น หน้าร้านสาขาของ บิ๊ก คาเมร่า Wonder Photo Shop และทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.image-plus.co.th เป็นต้น

รายละเอียดของผลิตภัณฑ์และบริการโดย Image plus by BIG Camera

สินค้าภายใต้การดำเนินงานของ Image Plus by BIG Camera มีให้เลือกสรรหลากหลายรูปแบบ รวมถึง

1. บริการทำสมุดภาพโฟโต้บุ๊ก (Photobook)

โฟโต้บุ๊ก (Photobook) คือการรวบรวมภาพถ่ายที่ประทับใจจากกล้องดิจิทัล, สมาร์ทโฟน หรืออื่นๆ มาจัดหน้า เรียบเรียงเรื่องราวและเหตุการณ์เป็นรูปเล่ม ในรูปแบบของสมุดภาพ เพื่อเก็บบันทึกภาพเรื่องราว เตือนความทรงจำกับเหตุการณ์บันทึกภาพความประทับใจ ผ่านการจัดทำรูปเล่มสมุดภาพตามสไตล์ที่ไม่จำกัด ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกขนาดรูปเล่มได้หลากหลาย อาทิ โฟโต้บุ๊กแบบพรีเมียมที่สามารถออกแบบได้เอง ด้วยรูปแบบธีการจัดวางภาพที่พิถีพิถัน ปรี้นท์บนกระดาษอัดภาพโฟโต้สั่นคมชัด เปิดกางได้ 180 องศา แบบไร้รอยต่อ พร้อมปกอศลิค หรือ โฟโต้บุ๊กแบบควอลิตี้ รูปแบบที่ทันสมัย ที่มาพร้อมปกกระดาษเคลือบลามิเนตทุกหน้า หุ้มด้วยปกแข็ง และแฉีกเปิดรูป (ถอดออกได้) รวมถึงสามารถเลือกธีม และเพิ่มข้อความส่วนบุคคลได้ เพื่อเก็บรวบรวมทุกภาพความประทับใจในทุกโอกาส อาทิ เช่น ภาพถ่ายท่องเที่ยว, บันทึกภาพครอบครัว, บันทึกภาพลูกน้อย ทารกแรกเกิด, งานมงคลสมรส, งานบวช, ภาพความสำเร็จ รับปริญญา, รับรางวัลต่าง ๆ และสำหรับของขวัญที่ระลึก งานเกษียณ อลาอาลัย วันเกิด ฯลฯ

ตัวอย่างสินค้า Photobook



2. บริการทำภาพพิมพ์แคนวาส (Canvas)

แคนวาส (Canvas) คือ ภาพพิมพ์บนผ้าใบแคนวาส แบบเดียวกับที่ใช้ในงานศิลปะ ด้วยมาตรฐานการพิมพ์คุณภาพสูง ด้วยคุณภาพหมึกพิมพ์ชนิดพิเศษ และอิงด้วยเฟรมไม้สนคุณภาพดีจากต่างประเทศ สำหรับตกแต่งผนังให้แตกต่างด้วยสไตล์ใน

รูปแบบเฉพาะบุคคล ช่วยสร้างแรงบันดาลใจและเติมสีสันให้กับชีวิตภาพถ่าย หรือจะส่งมอบต่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษต่างๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้ ลูกค้าสามารถเลือกผลิตได้หลายขนาดทั้งรูปแบบปกติ แบบสี่เหลี่ยมด้านเท่า หรือแบบพาโนรามา

ตัวอย่างสินค้า Canvas



3. ภาพพิมพ์กรอบลอย (Modern Frame และ Frame Décor)

ภาพพิมพ์กรอบลอย (Wall Décor Frame) คือการพิมพ์ภาพลงบนกระดาษภาพคุณภาพสูงจากฟูจิฟิล์ม เคลือบสติกเกอร์แบบด้าน หรือแบบเมตทราย และนำมาติดลงบนกรอบลอยที่ทำจากไม้ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีเนื้อสัมผัสเรียบเนียน ภาพและสีสันสดใสคมชัดเหมือนต้นฉบับ เหมาะสำหรับตกแต่งห้อง หรือมอบเป็นของขวัญให้คนพิเศษในวันพิเศษต่างๆ

กรอบรูปลอย (Modern Frame) เป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติพิเศษที่มีน้ำหนักเบา ติดตั้งง่าย ขนาดกะทัดรัด เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญให้คนพิเศษ ในวันพิเศษต่างๆ หรือใช้ตกแต่งห้อง บ้าน หรือคอนโด โดยไม่ต้องเจาะผนัง เพียงติดกระดาษกาวสองหน้า ก็สามารถติดผนังได้ง่ายๆ หรือใช้ขาตั้งที่มีให้ทำเป็นกรอบรูปตั้งโต๊ะได้

ตัวอย่างสินค้า (Modern Frame และ Frame Décor)



4. กรอบรูปไม้ (Picture Frame)

เพื่อให้ร้านบิ๊ก คาเมร่า เป็นศูนย์กลางของทุกเรื่องเกี่ยวกับการถ่ายภาพ ทาง Image Plus ได้มีการคัดสรรกรอบรูปไม้คุณภาพสูงมาจัดจำหน่ายภายในร้าน เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการพิมพ์ภาพถ่ายภายในร้าน สามารถเลือกซื้อกรอบรูปสำหรับใช้งาน หรือมอบให้เป็นของขวัญได้โดยทันที ครบจบในร้านเดียว

5. งานพิมพ์ภาพถ่ายรูปแบบต่างๆ (Postcard, Square และ Insta print)

งานพิมพ์ภาพถ่ายรูปแบบต่างๆ (Postcard, Square และ Insta print) คือการพิมพ์ภาพลงบนกระดาษคุณภาพสูงหนา 350 แกรม พร้อมเคลือบผิวด้วยลามิเนต เพื่อเก็บภาพความทรงจำเป็นเซตภาพที่สามารถออกแบบ และเพิ่มข้อความได้เองในรูปแบบของโปสการ์ด รูปภาพขนาดจัตุรัส หรือ รูปสไควเผลิลลายด์ (Insta Print)

ตัวอย่างสินค้าภาพถ่ายรูปแบบต่างๆ



6. งานพิมพ์สติ๊กเกอร์ (sticker print)

งานพิมพ์สติ๊กเกอร์ (sticker print) คือ การพิมพ์ภาพลงบนกระดาษสติ๊กเกอร์คุณภาพสูง สวย คมชัดทุกรายละเอียด โดยกระดาษที่ใช้เป็นกระดาษกันน้ำ ที่สามารถลอกออกได้ โดยไม่ต้องรบกวนบนพื้นผิว เพื่อเก็บภาพความทรงจำเป็นเซตภาพที่สามารถออกแบบ และเพิ่มข้อความได้เอง ในรูปแบบของสติ๊กเกอร์ได้คัทวงกลม สีเหลี่ยมเล็ก หรือ นามบัตร

7. การพิมพ์ภาพติดบัตร (photo ID)

บริการถ่ายภาพติดบัตรด่วน รอรับได้เลย พร้อมบริการรีทัชภาพ บนกระดาษภาพคุณภาพสูงจากฟูจิฟิล์ม ไม่ว่าจะเป็นรูปติดบัตรสมัครงาน พาสปอร์ต/วีซ่า นักเรียน/นักศึกษา มีให้เลือกทั้งแบบรับเฉพาะภาพถ่าย หรือ รับภาพถ่ายพร้อมไฟล์ภาพ

ตัวอย่างสินค้าภาพติดบัตร



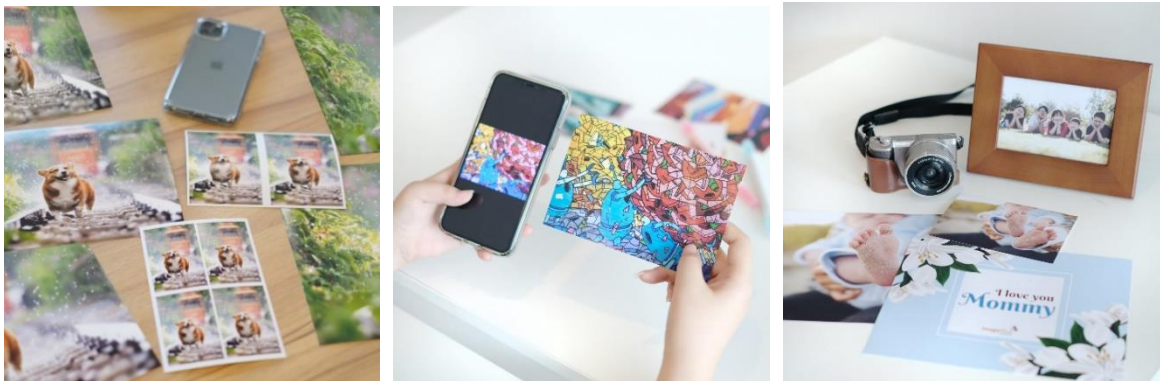
8. การพิมพ์ภาพถ่ายทั่วไปจากสมาร์ทโฟน (smart print)

การถ่ายภาพผ่านสมาร์ทโฟนถือเป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่คนทั่วไปนิยมปฏิบัติกันในปัจจุบัน บริการพิมพ์ภาพถ่ายทั่วไปจากสมาร์ทโฟน (smart print) จะช่วยเปลี่ยนภาพที่ถ่ายด้วยสมาร์ทโฟน หรือที่ถูกเก็บบันทึกอยู่ในเมมโมรี่ของอุปกรณ์ถ่ายภาพต่างๆ ถ่ายทอดออกมาเป็นชิ้นงานที่จับต้องได้บนผืนกระดาษภาพคุณภาพสูงจากฟูจิฟิล์ม เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการเล่าเรื่องที่ช่วยสะท้อนความรู้สึก ย้ำเตือนความทรงจำ เล่าเรื่องผ่านภาพถ่าย และยังเป็นไอเดียในการมอบของขวัญสุดพิเศษให้กับคนพิเศษในเทศกาลต่างๆ โดยผ่านเพียง 3 ขั้นตอนง่ายๆ เพียงโหลดแอป เชื่อมต่อ และสั่งพิมพ์ ตามไซส์มาตรฐานหลากหลายขนาด โดยสามารถใช้บริการผ่านเครื่อง wonder print station ที่หน้าร้าน BIG Camera และ Wonder Photo Shop ทุกสาขาทั่วประเทศ

9. การพิมพ์ภาพถ่ายทั่วไปพร้อมตกแต่งภาพ หรือใส่ข้อความ (DIY print)

เพื่อให้การพิมพ์ภาพถ่ายพิเศษยิ่งขึ้น ทางเรายังมีบริการการพิมพ์ภาพถ่ายทั่วไปพร้อมตกแต่งภาพ หรือใส่ข้อความ (DIY print) ซึ่งลูกค้าสามารถตกแต่ง ใส่ข้อความ หรือเพิ่มเลเอาท์ต่างๆ ได้เองผ่านเครื่อง Wonder Print Station ก่อนทำการสั่งพิมพ์ เพื่อให้ภาพถ่ายนั้นเป็นภาพที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ตัวอย่างสินค้าพิมพ์ภาพถ่ายแบบต่างๆ



โดยบริษัทได้เปิดร้าน Flagship Store ภายใต้ชื่อ Wonder Photo Shop ซึ่งเป็นร้านที่ให้บริการงานล้างอัดรูปครบวงจร สามารถให้บริการล้างอัดรูป รวมถึงจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งภาพถ่าย เช่น สติกเกอร์ เฟรมรูปภาพสไลด์ญี่ปุ่น นาฬิกา พวงกุญแจ การ์ด เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างสถานที่ให้บริการในลักษณะการจัดทำภาพเพื่อเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ หรือใช้เป็นของตกแต่งบ้านตามไลฟ์สไตล์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคล ในรูปแบบ DIY และรองรับการส่งข้อมูลไฟล์ภาพจาก Smart phone ด้วยระบบ Wifi ผ่าน Application บน Smart phone

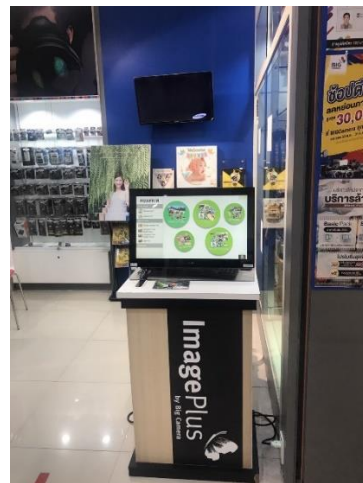
ภาพแสดงร้าน Wonder Photo Shop





นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ร่วมมือทางการตลาดกับ บริษัท ฟุจิฟิล์ม ประเทศไทย จำกัด ติดตั้งศูนย์แลป ดิจิทัล FDI Station (Fuji Digital Image Station) และเครื่อง Wonder Print Station ในร้าน BIG Camera ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ภายใต้แนวคิด “BIG Printing Solution” เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการเก็บภาพประทับใจ ภาพสำคัญในงานพิธีต่างๆ โดยลูกค้าผู้ใช้บริการสามารถสั่งพิมพ์งานได้จากสื่อบันทึกดิจิทัลทุกชนิด สามารถพิมพ์งานที่บันทึกได้จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านระบบ Wireless ไม่ว่าจะเป็น WiFi - Bluetooth หรือการเลือกพิมพ์ภาพจาก Social Media

ภาพแสดงเครื่องพิมพ์ภาพ Fuji Digital Image



เครื่องหมายการค้าภายใต้การประกอบธุรกิจของกลุ่มกิจการ



2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(1) ธุรกิจอุปกรณ์ถ่ายภาพ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ จะครอบคลุมตั้งแต่ผู้รักการถ่ายภาพระดับมือสมัครเล่นไปจนถึงระดับมืออาชีพ โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินกลยุทธ์การขายในการสร้างความหลากหลายในสินค้าและบริการเพื่อรองรับลูกค้าในทุกๆกลุ่ม กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลักดังนี้

● **กลุ่มวัยรุ่นและนักศึกษา** ลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่เริ่มใช้กล้องเป็นครั้งแรก มักเป็นกลุ่มที่มีอายุเฉลี่ยน้อย และรายได้ไม่มากนัก ส่วนใหญ่แล้วจะใช้กล้องถ่ายภาพเพื่อการบันทึกภาพเหตุการณ์ต่างๆ ควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยีกับชีวิตประจำวัน อาทิ การบันทึกภาพถ่ายผ่านทางสังคมออนไลน์หรือสื่อดิจิทัลต่างๆ ลูกค้ากลุ่มนี้มีความเป็นไปได้สูงที่จะมีโอกาสผันตนเองจากการใช้กล้องถ่ายภาพเพื่อชีวิตประจำวันไปเป็น ผู้ถ่ายภาพที่มีความมุ่งมั่นในงานถ่ายภาพต่อไปในอนาคต

● **กลุ่มครอบครัว** ผู้ใช้กล้องถ่ายภาพในกลุ่มนี้นิยมใช้กล้องถ่ายภาพเพื่อการบันทึกภาพถ่ายความทรงจำของกิจกรรมภายในครอบครัวโดยส่วนมากจะเลือกใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพที่ใช้งานง่าย สะดวกแต่ยังคงได้ผลผลิตภาพถ่ายที่มีคุณภาพดีเพื่อการบันทึกภาพในกิจกรรมสำคัญของครอบครัว โดยปกติลูกค้ากลุ่มนี้จะมีความต้องการหลากหลาย ขึ้นอยู่กับกำลังซื้อ ช่วงอายุ และรายได้ เป็นต้น

● **กลุ่มผู้มีความมุ่งมั่นต่อการถ่ายภาพ (Serious Amateur / Professional Photographer)** ลูกค้ากลุ่มนี้ส่วนมากจะเป็นผู้ใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพที่ต้องการความสมบูรณ์แบบของการผลิตงานศิลปะภาพถ่าย หรืออาจใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพเพื่อหวังผลในเชิงพาณิชย์ ลูกค้าในกลุ่มนี้จัดว่าเป็นกลุ่มที่ลงทุนในอุปกรณ์ถ่ายภาพและอุปกรณ์เสริมเพื่อคุณภาพในผลผลิตงานภาพถ่าย อันเป็นที่พอใจและเป็นที่ยอมรับ ผู้ใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพในกลุ่มนี้จะมีอัตราการซื้อสูงเนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มักจะเลือกใช้งานกล้องในประเภทเปลี่ยนเลนส์ได้ทั้งประเภท DSLR หรือ Mirrorless ที่มีราคาค่อนข้างสูง รวมทั้งมีพฤติกรรมการใช้เลนส์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ อยู่เสมอ ซึ่งมีราคาตั้งแต่หลักหมื่นบาทจนถึงแสนบาท อย่างไรก็ตามปัจจุบันมีนักถ่ายภาพชั้นนำได้เริ่มใช้กล้องประเภท Mirrorless ควบคู่กับกล้อง DSLR เนื่องจากสามารถผลิตงานภาพถ่ายที่ได้คุณภาพสูงเทียบเท่า DSLR แล้วยังได้รับความนิยมและการพกพา

● **กลุ่มผู้ประกอบการและหน่วยงานองค์กร (SME)** ลูกค้ากลุ่มนี้ใช้กล้องถ่ายภาพเพื่อถ่ายสินค้าและบริการเพื่อการสื่อสารทางการตลาดและเพื่อหวังผลในเชิงพาณิชย์ มีความต้องการอุปกรณ์ถ่ายภาพและอุปกรณ์เสริมที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพดีเพื่อคุณภาพในการสื่อสารข้อมูลสินค้า และบริการของตนเองให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากการทำคอนเทนต์มีความหลากหลาย และสามารถทำได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับขนาดของตลาดและอุตสาหกรรม ซึ่งผู้ที่ใช้กล้องและอุปกรณ์ในกลุ่มนี้จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องการใช้กล้องและอุปกรณ์เบื้องต้นอยู่แล้ว กล้องและอุปกรณ์ที่กลุ่มนี้ต้องการจึงเป็นกลุ่มระดับกลางไปถึงระดับมืออาชีพ

นโยบายการตลาดและกลยุทธ์การขาย

- การรักษาราคาอำนาจการต่อรองด้านราคา (Pricing leverage) หลังจากช่วงปี 2547 ตั้งแต่ต้นวัตรกรรมอุปกรณ์ถ่ายภาพเริ่มเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบกล้องถ่ายภาพชนิดฟิล์ม มาเป็นกล้องถ่ายภาพดิจิทัล สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการอย่าง บิ๊ก คาเมร่า เริ่มให้ความสำคัญคือเรื่องความสามารถในการทำกำไร หลังจากที่มีผู้บริหารของ บิ๊ก คาเมร่า ได้เล็งเห็นว่าอัตราการทำกำไรของกล้องดิจิทัลนั้นต่ำกว่ามากเมื่อเปรียบเทียบกับกล้องถ่ายภาพประเภทฟิล์มในอดีต ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงได้พยายามกำหนดกลยุทธ์ทางการขายที่มุ่งเน้นในการได้มาของสินค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งด้วยความพยายามที่จะสร้างยอดขายซึ่งมีปริมาณสูงกว่าคู่แข่งซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างอำนาจการต่อรองกับตัวแทนจำหน่าย (Brand Supplier) ในการได้ต้นทุนสินค้าที่ต่ำ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการขายได้หลากหลายยิ่งขึ้น
- กลยุทธ์การเน้นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Full Coverage) บิ๊ก คาเมร่า มีกลยุทธ์ในการให้บริการที่มากกว่าคู่แข่ง โดยการวางขายผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายทั้งในส่วนของ แปรนด รุ่น และการใช้งานที่แตกต่างกัน โดย บิ๊ก คาเมร่า มีนโยบายการวางขายสินค้าให้ครบทุกแบรนด์หลัก เน้นความหลากหลายของรุ่นเพื่อครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าโดยจำนวนรุ่น ชนิดรุ่น และปริมาณที่วางขายจะขึ้นกับขนาดของสาขา และทำเลที่ตั้งของสาขาเป็นสำคัญ บริษัทฯจะคัดเลือกสินค้าที่วางขายให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาให้เหมาะสม โดยมีการร่วมมือกับ ตัวแทนผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศ (Brand Suppliers)
- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy) บิ๊ก คาเมร่า ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพผ่านสาขาของตนเอง ที่มีช่องทางการจำหน่ายมากกว่า 180 สาขา ครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่งตั้งกระจายอยู่ตามศูนย์การค้าชั้นนำ และห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ในประเทศ เช่น เซ็นทรัล เดอะมอลล์ โรบินสัน มานูญครอง ซีคอน ไอคอนสยาม รวมถึง บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และ เทสโก้โลตัส เป็นต้น ซึ่งทาง บิ๊ก คาเมร่า มีการสำรวจความต้องการของตลาดอยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เป็นไปอย่างทั่วถึง อีกทั้ง ในปัจจุบันผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยเปลี่ยนช่องทางการซื้อสินค้าจากหน้าร้านสาขาเป็นช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งทางบริษัทฯก็ได้มีการจัดจำหน่ายออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มของ Shopee , Lazada เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด
- นอกจากนี้ยังมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะกำหนดทิศทางการแสวงหาสินค้าในตลาดในช่วงเวลาหนึ่งๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นช่วงฤดูกาลที่ขายดี (High Season) ซึ่งอยู่ในไตรมาส 1 และไตรมาส 4 ของแต่ละปี โดย บิ๊ก คาเมร่า จะอาศัยจุดแข็งในการบริหารการขายผ่านจำนวนสาขาที่มีครอบคลุมทั่วประเทศ และพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้และการบริการแก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้ บิ๊ก คาเมร่า สามารถผลักดันยอดขายที่เกิดจากสินค้าทุกประเภทและทุกแบรนด์ได้ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า หรือแบรนด์ที่กำลังอยู่ในกระแสนิยมหรือไม่ก็ตาม
- กลยุทธ์การให้พนักงานขาย (Personal Strategy) บิ๊ก คาเมร่า มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการในผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำการใช้งานของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับ lifestyle และความต้องการใช้งานของลูกค้าในแต่ละช่วงวัย และด้วยความต้องการของตลาดที่เกิดขึ้นได้ในทุกช่วงวัยประกอบกับการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทฯจึงได้ทุ่มเทและมุ่งเน้นการฝึกอบรมความรู้ให้แก่พนักงานขายของบิ๊ก คาเมร่า อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความรู้

ความเข้าใจเรื่องของผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมถึงศาสตร์ในงานบริการสำหรับลูกค้าทุกคนที่เข้ามาใช้บริการในร้านสาขาของ “BIG Camera”

- การประชาสัมพันธ์และสร้างตราบริษัทให้เป็นที่รู้จัก บริษัทฯเล็งเห็นว่าการเลือกซื้อสินค้าครั้งหนึ่งๆ ผู้บริโภคหรือลูกค้าจะให้ความสำคัญกับแบรนด์ผู้จำหน่ายในระดับที่ไม่น้อยไปกว่าแบรนด์สินค้าและคุณภาพของสินค้า บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการสร้างตราสัญลักษณ์สินค้าของ บิ๊ก คาเมร่า ให้เป็นที่รู้จักและจดจำในกลุ่มลูกค้าโดยได้สร้างการรับรู้ในแบรนด์ผู้จำหน่ายผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ และการบริหารการตลาดโดยร่วมกับตัวแทนแบรนด์สินค้าต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้า อาทิเช่น การจัดงานแสดงสินค้าประจำปี BIG Pro Days , Big Festival การเข้าร่วมในงานแสดงอุปกรณ์ถ่ายภาพระดับประเทศ Photo Fair และการจัดอบรมถึงปฏิบัติการสำหรับผู้ชื่นชอบการถ่ายภาพ ได้แก่ workshop สำหรับบุคคลทั่วไปและ University roadshow กิจกรรมสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการเปิดประสบการณ์และทักษะการถ่ายภาพขั้นพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น ซึ่งการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ในรูปแบบดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างตราสัญลักษณ์สินค้า ของ บิ๊ก คาเมร่า ให้เป็นที่ยอมรับในความหลากหลายและครบครันของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ความน่าเชื่อถือและเป็นที่ไว้วางใจของลูกค้า ในการให้บริการและการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างดียอดเยี่ยมของพนักงานขาย รวมถึงการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ภาพจัดงาน BIG Pro Days ครั้งที่ 14



ช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญความสามารถในการกระจายสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคในประเทศไทย บิ๊ก คาเมร่า มีนโยบายบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยได้จำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าภายใต้ชื่อของตนเองจำนวนกว่า 180 สาขาทั่วประเทศ โดยแต่ละสาขที่ตั้งอยู่ในจุดที่เป็นพื้นที่ชุมชนทั่วประเทศ และมุ่งเน้นพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งในย่านนั้นๆ ซึ่งนอกจากจะเป็นพื้นที่ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้ว ยังเป็นจุดที่สามารถกระจายสินค้าได้รวดเร็ว อาทิเช่น ศูนย์การค้าชั้นนำประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต ศูนย์การค้ากลุ่ม IT เป็นต้น รายละเอียดช่องทางการจำหน่าย มีหลายช่องทางดังนี้

ตัวอย่างรายชื่อศูนย์การค้าที่เป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัท



บิ๊ก คาเมร่า มีช่องทางการจำหน่ายสินค้ามากมายโดยแบ่งออกเป็นการให้บริการผ่านหน้าร้านสาขาและช่องทางออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้โดยเร็วที่สุด แบ่งออกเป็นหลายประเภท ดังนี้

- ร้าน BIG Camera : จำหน่ายกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ที่เน้นแนวคิดหลัก “ศูนย์รวมกล้องดิจิทัลที่มีความสุขให้เลือกมากที่สุด” หรือ “Digital Camera Lifestyle Store” ที่ตอบทุกโจทย์ของคนรักการถ่ายภาพ นอกจากนี้ยังให้บริการเพิ่มเติมแก่ลูกค้าในงานบริการต่างๆเพื่อที่จะให้เป็น One Stop Service ในด้านการถ่ายภาพ อาทิ การให้บริการพิมพ์ภาพถ่ายในรูปแบบต่างๆ การให้บริการขยายระยะเวลาประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพ รวมถึงการให้บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ถ่ายภาพ ซึ่งปัจจุบัน บิ๊ก คาเมร่ามีจำนวนสาขามากกว่า 180 สาขาทั่วประเทศ โดยเป็นร้าน “BIG Camera” ทั้งสิ้น 157 สาขา

ภาพแสดง ร้าน BIG Camera (สาขาหัวหินมาร์เก็ตวิลเลจ)



● ร้าน BIG Camera Galleria : บิ๊ก คาเมร่า ได้ยกระดับการให้บริการ เพื่อตอบรับกลุ่มลูกค้าแบบ exclusive และเปิดสังคมใหม่ของผู้ชื่นชอบการถ่ายภาพ กับ BIG Camera Galleria ที่ตอบสนองทุกความต้องการด้านการถ่ายภาพ ด้วยภาพลักษณ์ใหม่ที่ทันสมัย คับคั่งไปด้วยกล้องดิจิทัลรุ่นต่างๆมากมาย และบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในทุกอุปกรณ์ ให้ลูกค้าทุกท่านได้รับความสะดวกสบายในการช้อปปิ้ง พร้อมด้วยโปรโมชั่นสุดพิเศษ และบริการหลังการขายที่ได้มาตรฐานและคุณภาพบนพื้นที่กว่า 200 ตารางเมตรในศูนย์กลางค้าชั้นนำขนาดใหญ่ของประเทศไทย อาทิเช่น สยามพารากอน เซ็นทรัลเวิลด์ เอ็มควอเทียร์ ไอคอนสยาม เป็นต้น ภายใต้ชื่อร้าน “BIG Camera Galleria” ซึ่งปัจจุบันมีทั้งสิ้น 7 สาขา

ภาพแสดง ร้าน BIG Camera Galleria (สาขาเซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว)



● ร้าน Wonder Photo Shop by Big Camera ทางบริษัทฯ ยังได้ร่วมมือกับ Fujifilm เปิด Wonder Photo Shop by BIG Camera เอกสิทธิ์เฉพาะจาก Fujifilm ประเทศไทย เป็นแห่งแรกในประเทศไทยที่ถ่ายทอดความเป็นร้านต้นแบบมาจากประเทศญี่ปุ่นได้อย่างครบวงจร เพื่อมุ่งตอบสนองไลฟ์สไตล์สุดคูลของเหล่าผู้ที่ชื่นชอบการตกแต่งภาพ โดยเป็นศูนย์รวมการให้บริการพิมพ์ภาพด้วยระบบที่ทันสมัยและครบทุก Solution แห่งการสร้างสรรค์ โดยภายในร้านจะประกอบไปด้วย

- บริการงานล้างอัดรูปครบวงจร (Quality Printing Service) และบริการพิมพ์ภาพจากกล้องดิจิทัลทุกรูปแบบ และรองรับการพิมพ์ภาพผ่าน Smart Phone โดยใช้เครื่องพิมพ์ภาพ Wide Format Acuity LED1600 เพื่อให้บริการการพิมพ์ภาพ แบบครบวงจรแห่งแรกของประเทศไทย
- Wonder Print Station การบริการอัดภาพโดยเครื่องพิมพ์ภาพแบบ Kiosk ที่ทันสมัยที่สุด สามารถเลือกพิมพ์ภาพได้ในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ การพิมพ์ภาพแบบ Mini Print, Square Print, Designer Print,

Wonder Collage, Shuffle Print ผ่านทาง กล้องดิจิทัล SD Card รวมถึง การรองรับผ่าน Smart Phone ทั้งระบบ Android และ IOS ที่ผู้ใช้งานสามารถ สร้างสรรค์ภาพได้ด้วยตัวเองผ่านระบบ (D.I.Y)

- โซนจัดจำหน่ายกล้องดิจิทัล เลนส์ และ อุปกรณ์เสริม ภายใต้แบรนด์ Fujifilm พร้อมระบบ touch & try ทดสอบการใช้งานจริง
- โซนจัดจำหน่ายกล้อง Instax และ ฟิล์ม Instax พร้อม อุปกรณ์ตกแต่งภาพ เช่น สติกเกอร์ เฟรมรูปภาพสไตล์ญี่ปุ่น การ์ดรูปแบบต่างๆ
- โซน Premium D.I.Y มุมที่จะเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นของขวัญสุดพิเศษเพื่อมอบให้คนพิเศษ ในเทศกาลต่าง ๆ อาทิ Can Clock, เข็มกลัด และ มุม D.I.Y ที่จัดเตรียมให้ ลูกค้าสามารถนำรูปภาพมา สร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ อาทิ Photo Album, Scrap Book, Photo Frame

ปัจจุบัน Wonder Photo Shop เปิดดำเนินการทั้งสิ้น 10 สาขา

ภาพแสดง ร้าน Wonder Photo Shop (สาขาเซ็นทรัลเฟสติวัลเชียงใหม่)



● **ร้าน Exclusif by Big Camera**

บิ๊ก คาเมร่า ได้มีการเปิดตัว Experience Store แห่งแรกในประเทศไทย ภายใต้ชื่อ Exclusif by Big Camera ณ ชั้น 4 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เพื่อรองรับลูกค้าที่มีความต้องการสัมผัสประสบการณ์เหนือระดับในโลกของการถ่ายภาพมากยิ่งขึ้น โดยเปิดเป็นร้านแรกและมีที่เดียวในประเทศไทย สำหรับสินค้าระดับมืออาชีพ ทั้งแบบภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ครอบคลุมทุก

สินค้าและบริการ ที่จะเชื่อมโลกของการถ่ายภาพร่วมกันไว้ในทีเดียว เพื่อตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ ของเหล่า Content Creator ยุคใหม่

สำหรับร้าน Exclusif by Big Camera นี้จะมีการให้บริการจำหน่ายสินค้าพร้อมมอบบริการพิเศษแบบ Exclusive ในการให้คำปรึกษาและทดลองใช้สินค้าจริงเพื่อให้ตรงกับไลฟ์สไตล์อย่างถูกต้องและแม่นยำ โดยเหล่า Product Specialists ระดับมืออาชีพจาก บิ๊ก คาเมร่า พร้อมทั้งมีการให้บริการติดตั้งระบบฟรีถึงบ้าน ไม่ว่าจะเป็น Set Live Streaming, การสอนและการอบรมออนไลน์ รวมถึงเหล่า Vdo Content และ Vlog หรือการจัดเซตโปรดักชั่นให้กับผู้ประกอบการ และเหล่า Content Creator ได้อย่างมีประสิทธิภาพแบบ Private Coaching ด้วยสินค้ารับประกันศูนย์ทุกประเภท พร้อมบริการพิเศษสำหรับการดูแลทำความสะอาดกล้องและเลนส์

นอกจากนี้ ร้าน Exclusif by Big Camera ยังมี Experience Production Zone เป็นพื้นที่สำหรับสรรสร้างประสบการณ์แบบ Exclusive ที่จะมอบประสบการณ์จากการทดลองใช้งานจริงกับสินค้าประเภทกล้องหลากหลายรูปแบบ รวมถึงอุปกรณ์ใหม่ล่าสุด และเลนส์ที่มีให้เลือกมากมายทุกช่วง ที่สาย Production ต้องไม่พลาด อาทิเช่น โชนกล้องและอุปกรณ์เพื่อการทำ Live สดแบบมืออาชีพ , โชนตัดต่อภาพหรือวิดีโอที่มาพร้อมอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมให้ลูกค้าได้เรียนรู้ถึงการตัดต่อวิดีโอแบบครบวงจร นอกจากนี้ยังมีโชนกล้องและอุปกรณ์สำหรับเหล่า Youtuber และ Vlogger ให้ได้เรียนรู้ถึงการใช้งานจริง และสามารถนำไปใช้ในการจัดทำวิดีโอได้อย่างลงตัว เพื่อสามารถตอบโจทย์การเป็น Content Creator ยุคใหม่แบบครบวงจร

ภาพแสดง ร้าน Exclusif (สาขาเซ็นทรัลเวิลด์)

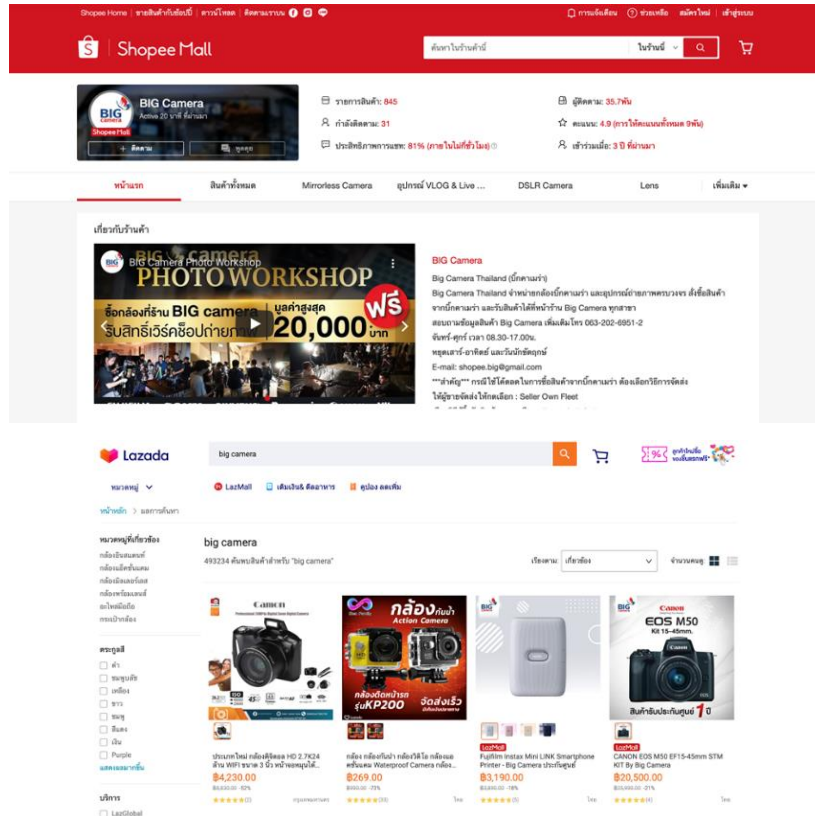


● ช่องทางการจำหน่ายออนไลน์

เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคนั้นเปลี่ยนแปลงไป โดยพบว่าการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์นั้นมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างรวดเร็ว แบบก้าวกระโดดมากขึ้น ผู้บริโภคซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นเพราะตอบโจทย์ทางด้านการอำนวยความสะดวก อีกทั้งผู้บริโภคมีสิทธิในการเลือกซื้อ การหาข้อมูลสินค้า และบริการอื่น ๆ จากสื่อออนไลน์ บิ๊ก

คาเมร่า ตระหนักถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจึงได้ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มตัวเลือกให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์โดยแพลตฟอร์มของบิ๊ก คาเมร่า เอง ที่ www.bigcamera.co.th และผ่านช่องทางแพลตฟอร์มอื่น อาทิเช่น Lazada , Shopee เป็นต้น

ภาพแสดงตัวอย่าง แพลตฟอร์ม Shopee , Lazada



ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

บิ๊ก คาเมร่า มีการจัดซื้อสินค้าผ่านช่องทางหลัก คือ จากตัวแทนจำหน่ายของแต่ละยี่ห้อ (Brand Suppliers) เช่น Canon, Olympus, Fuji, Sony, Leica, Panasonic, Pentax, Tamron, Ricoh, Sigma, Kenko, Hoya เป็นต้น โดย บิ๊ก คาเมร่า จะกระจายสินค้าผ่านสาขาทั่วทุกภูมิภาคในประเทศ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะจัดซื้อสินค้าตามการเคลื่อนไหวของสินค้า เช่น กลุ่มสินค้าที่เคลื่อนไหวเร็วจะมีการสั่งเป็นประจำ โดยบิ๊ก คาเมร่า จะมีการคำนวณระยะเวลาที่เหมาะสมในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละประเภทเพื่อให้มีปริมาณสินค้าคงคลังที่เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการของตลาดและผู้บริโภค เพื่อสนองต่อนโยบายการตลาดของ บิ๊ก คาเมร่า

ในการบริหารงานด้านการจัดซื้อผลิตภัณฑ์อุปกรณ์ถ่ายภาพต่างๆ นั้น บิ๊ก คาเมร่า จะมีการวางแผน การประมาณการ ยอดขายเพื่อกำหนดสินค้าคงคลังให้มีในปริมาณที่เหมาะสม และหากมีข้อผิดพลาดจากการประมาณการเกิดขึ้น ทางบริษัทตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่าย (Brand Suppliers) และฝ่ายบริหารของบริษัทฯ จะมีการร่วมกันหาแนวทางแก้ไขเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันโดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของแต่ละฝ่าย ซึ่งโดยปกติ บิ๊ก คาเมร่า จะมีการทำงานร่วมกับบริษัทตัวแทนผู้ผลิต

และจำหน่ายกล้องแต่ละแบรนด์สินค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นการวางแผนการขายและการบริหารสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เนื่องจาก บิ๊ก คาเมร่า เป็นผู้จัดจำหน่าย(ค้าปลีก)รายใหญ่ บริษัทตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายกล้องแต่ละแบรนด์ จึงมีการให้การสนับสนุนในรูปแบบของการส่งเสริมการขายต่างๆมากมายเพื่อผลักดันสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยจะสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดการขายสินค้าได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น การสนับสนุนการกระตุ้นยอดขาย การทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายต่างๆ รวมถึงการปรับราคาขายปลีกสินค้าให้เป็นไปตามสถานการณ์ โดยทุกครั้งที่มีการกำหนดการปรับราคาขายปลีก บิ๊ก คาเมร่า จะได้รับการชดเชยต้นทุนสินค้าทั้งหมดที่เกิดจากการปรับราคานั้นๆจากบริษัทตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายกล้องดังกล่าว

นอกจากนี้ บิ๊ก คาเมร่า มีนโยบายสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวกับบริษัทตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายกล้องหรือเจ้าของแบรนด์สินค้าที่ทาง บิ๊ก คาเมร่าเป็นตัวแทนจำหน่าย อาทิเช่น Canon Sony Fujifilm Olympus Panasonic เป็นต้น โดยเจ้าของแบรนด์เหล่านี้นับว่าเป็นพันธมิตรทางการค้าของ บิ๊ก คาเมร่า ที่มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนธุรกิจ ซึ่งนอกเหนือจากการทำธุรกรรมการซื้อขายสินค้าระหว่างกันแล้ว บิ๊ก คาเมร่า ยังสามารถแบ่งปันนโยบายกับพันธมิตรทางการค้าในการเกื้อหนุนซึ่งกันและกันเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการส่งเสริมการขายและการตลาด โดยมีการร่วมมือกันในการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดซึ่งกันละกัน ทำให้เกิดการกระตุ้นยอดขายได้อีกทางหนึ่ง

ในปีนี บิ๊ก คาเมร่า ได้รับสิทธิในการเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวของสินค้าภายใต้แบรนด์ Olympus ในประเทศไทย โดย บิ๊ก คาเมร่า เป็นผู้แทนจำหน่ายและผู้นำเข้าสินค้าเข้ามาเพื่อจำหน่ายในประเทศ และยังมีการให้บริการซ่อมบำรุงรักษากล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ของ Olympus อีกด้วย

ในปัจจุบัน บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายกล้องถ่ายภาพทุกแบรนด์ จะไม่ขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง แต่จะเป็นการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายเท่านั้น โดยบริษัทผู้ผลิตจะแต่งตั้งตัวแทนจัดจำหน่ายเพื่อกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทั้งตลาด โดยเลือกที่จะแต่งตั้งตัวแทนจัดจำหน่ายซึ่งแบ่งเป็น ตัวแทนจำหน่ายค้าปลีก (Retailer) และตัวแทนจำหน่ายค้าส่ง (Wholesaler) เพื่อจำหน่ายสินค้าภายในประเทศหรือตามขอบเขตที่กำหนดไว้ สำหรับร้านค้าที่ไม่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทผู้ผลิต จะต้องทำการซื้อสินค้าผ่านทางตัวแทนจำหน่ายค้าส่งอีกทอดหนึ่ง ทำให้ได้รับเงื่อนไขการค้าต่างๆ เช่น ต้นทุน การส่งเสริมการขายต่างๆ เครดิตการชำระเงิน ที่แตกต่างกันออกไป เป็นต้น

ตัวอย่างผู้จำหน่ายสินค้าที่เป็นคู่ค้าโดยตรงกับ บิ๊ก คาเมร่า



(2) ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เพราะว่าราคาสามารถจับต้องได้ครอบคลุมทุกช่วงราคา รองรับความต้องการของผู้บริโภคทุกระดับ โทรศัพท์มือถือในปัจจุบันจึงสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ถึง 90% ของประชากรทั้งหมดในประเทศไทย โดยคนไทยในกลุ่มผู้มีโทรศัพท์มือถือเกือบทุกคน ซึ่งจากข้อมูลพบว่าในปี 2563 นี้มีเบอร์โทรศัพท์มือถือ 92.33 ล้านเลขหมาย ซึ่งมากกว่าประชากรไทยทั้งหมด นั่นหมายความว่าหลายคนถือมากกว่า 1 เลขหมาย และคาดว่าจะมีการใช้โทรศัพท์มือถือมากกว่า 1 เครื่อง และมากถึง 49 ล้านคน ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ จึงทำให้โทรศัพท์มือถือกลายเป็นอุปกรณ์จำเป็นที่แทบทุกคนต้องมี (อ้างอิง: Hootsuite and Wearesocial)

นโยบายการตลาดและกลยุทธ์การขาย

- การประชาสัมพันธ์และสร้างตราบริษัทให้เป็นที่รู้จักในแวดวงธุรกิจคมนาคม

ช่องทางการจำหน่าย

ร้าน AIS Shop เป็นการร่วมมือกับ บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด ผู้นำตลาดด้านการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยภายใต้ชื่อ “AIS” โดยบริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจให้เข้าดำเนินการบริหารร้าน AIS Shop by Partner จำนวน 3 ร้าน ในปัจจุบันได้เปิดดำเนินการแล้ว ได้แก่ สาขาเซ็นทรัล มาร์เก็ต พัทยา ,สาขาโรบินสัน เพชรบุรี และสาขา Terminal 21 พัทยา และร้าน Telewiz เป็นความร่วมมือกับบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด เช่นเดียวกัน จำนวน 4 ร้าน ได้แก่ สาขาเทสโก้ โลตัส นิคมพัฒนา ,สาขาแปซิฟิค พาร์ค ศรีราชา ,สาขาเทสโก้ โลตัส พนัสนิคม และสาขาเทสโก้ โลตัส มาบตาพุด

ภาพแสดง สาขา AIS Shop by Partner



3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ระดับด้านล่างเป็นความเสี่ยงบางประการที่สำคัญซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน โอกาสทางธุรกิจ ตลอดจนมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัทฯ นอกจากนี้ อาจยังมีความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ ไม่อาจคาดการณ์ได้ ณ ปัจจุบัน หรือเป็นความเสี่ยงที่บริษัทฯ พิจารณาในขณะนี้แล้วเห็นว่าไม่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ข้อความในลักษณะที่เป็นการคาดการณ์ในอนาคตเช่น “เชื่อว่า” “คาดว่าจะ” “คาดว่า” “วางแผนว่า” “ประสงค์ว่า” “โดยประมาณ” หรือประมาณการทางการเงินโครงการในอนาคต ประมาณการผลการดำเนินงาน การประกอบธุรกิจ แผนการขยายธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ และปัจจัยอื่นๆ ซึ่งเป็นการคาดการณ์ในอนาคต เป็นความเห็นของบริษัทฯ ณ ปัจจุบัน และไม่เป็นการรับรองถึงการดำเนินงาน หรือเหตุการณ์ในอนาคต ไม่ว่าในลักษณะใด โดยผลหรือเหตุการณ์จริงอาจแตกต่างอย่างมาก จากการประมาณการหรือการคาดการณ์ดังกล่าว

ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับบริษัทฯ

3.1) ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่คือ ครอบครัว เขียวกาญจนวนวงศ์ ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69.41 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ นอกจากนี้คุณชาญ เขียวกาญจนวนวงศ์ ยังดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยเป็นกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันของบริษัทฯ จึงทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นดังกล่าว เป็นผู้ที่มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าในเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นในเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทที่กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง เช่น การเพิ่มทุน การลดทุน ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียง อาจจะไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบหรือถ่วงดุลการบริหารของกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีโครงสร้างการจัดการประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการตรวจสอบ โดยแต่ละคณะมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน ทำให้ระบบการทำงานของบริษัทฯ มีความเป็นมาตรฐานและสามารถตรวจสอบได้โดยง่าย อีกทั้ง โครงสร้างคณะกรรมการของบริษัทฯ ยังประกอบด้วยกรรมการอิสระเป็นจำนวน 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 7 ท่าน และมีคณะกรรมการตรวจสอบที่ประกอบด้วยกรรมการอิสระ 3 ท่าน ซึ่งแต่ละท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ทำให้สามารถสอบทานการทำงานของบริษัทฯ ให้มีความโปร่งใส ตลอดจนสามารถถ่วงดุลอำนาจในการนำเสนอเรื่องต่างๆ ให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้แล้ว บริษัทฯ ได้มีระเบียบปฏิบัติการที่มีการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับ กรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการ รวมทั้งบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง โดยบุคคลดังกล่าวจะไม่มีอำนาจอนุมัติในการทำรายการนั้นๆ ทำให้สามารถลดทอนความเสี่ยงอันอาจเกิดขึ้นได้อีกด้วย

3.2) ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันที่สูง

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพนั้นมีสภาพการแข่งขันที่สูง ทั้งจากผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบัน และผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาแข่งขันในธุรกิจมากขึ้น ซึ่งผู้ที่เข้ามาแข่งขันมีทั้งบริษัทขนาดกลางที่ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านบาท หรือบริษัทขนาดเล็กที่อยู่ในท้องถิ่นต่างๆ ตามจังหวัดหลักๆ ทั่วประเทศ ทำให้บริษัทฯ เผชิญกับภาวะการแข่งขันที่สูง

และอาจจะส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ นอกจากนั้น บิ๊ก คาเมร่า ยังมีความเสี่ยงจากการที่คู่แข่งในอุตสาหกรรมอาจขายสินค้าทดแทน อาทิเช่น สินค้ามือสอง สินค้าเลียนแบบ หรือสินค้าผิดกฎหมาย โดยที่สินค้าทดแทนดังกล่าวมีราคาถูก ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ อาจทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาซื้อสินค้าทดแทนมากขึ้น ทำให้ บิ๊ก คาเมร่า มีความเสี่ยงจากการที่ยอดขายลดลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ คาดว่าจะมีความเสี่ยงจากประเด็นดังกล่าวไม่มากนัก เนื่องจากการเข้ามาดำเนินธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพของผู้ประกอบการรายใหม่นั้นมีข้อจำกัดที่สำคัญอยู่หลายประการ อาทิเช่น การไม่มีอำนาจต่อรองกับตัวแทนจำหน่ายต่างๆ (Brand Supplier) ทั้งในส่วนของส่วนลดทางการค้า วงเงินเครดิต และระยะเวลาการจ่ายชำระ เนื่องมาจากปริมาณการสั่งซื้อของผู้ประกอบการรายใหม่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับ บิ๊ก คาเมร่า สำหรับกรณีที่เกรงว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ อาทิเช่น ธุรกิจขายกล้องมือสอง ธุรกิจขายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์ล้างอัดขยายภาพ จะเข้ามาดำเนินธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพเพิ่มขึ้น บริษัทฯ คาดว่าผู้ประกอบการรายใหม่อาจจะไม่เข้ามาดำเนินธุรกิจค้าปลีกเนื่องจาก ความไม่คุ้นเคยสภาพตลาด การไม่สามารถหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม และการไม่มีอำนาจเจรจาต่อรองทางการค้ากับตัวแทนจำหน่ายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มลูกค้า มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ รวมถึงยังมีการจัดการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการอบรมพนักงานฝ่ายขายให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับสาขาของ บิ๊ก คาเมร่า นอกจากนี้แล้วด้วยประสบการณ์ของผู้บริหารด้านค้าปลีกที่ยาวนานกว่า 20 ปี สามารถบริหารจัดการสาขาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในธุรกิจกล้องถ่ายภาพทำให้บริษัทฯ สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการแข่งขันได้เป็นอย่างดี และยังคงเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพจนถึงปัจจุบัน รวมถึงมีการบริหารจัดการด้านสินค้าคงคลังที่ดีอยู่เสมอซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมากในธุรกิจค้าปลีก

3.3) ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง

บริษัทฯ ต้องจัดเก็บสินค้าคงคลังในจำนวนที่เพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกในการกระจายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์กล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ จัดเก็บสินค้าคงคลังคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งสินค้าหลักของบริษัทฯ เป็นสินค้าเทคโนโลยีประเภทอุปกรณ์ถ่ายภาพที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งลักษณะการประกอบธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพและโทรศัพท์เคลื่อนที่ ล้วนมีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งจำเป็นที่บริษัทฯ จะต้องมีการบริหารสินค้าคงคลังเพื่อตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายประเภท ดังนั้น บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีหรือการออกผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ที่ดีกว่า หรือพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จนทำให้สินค้าคงคลังที่มีอยู่ไม่สามารถขายได้หรือมีมูลค่าลดลง

บริษัทฯ คาดว่าผลกระทบจากความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลังนี้จะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินในปัจจุบันค่อนข้างน้อย เนื่องจาก บริษัทฯ ได้ศึกษาและสำรวจความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างใกล้ชิด และจากประสบการณ์ของผู้บริหารที่อยู่ในธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง มาอย่างยาวนาน ประกอบกับมีความสัมพันธ์อันดีกับตัวแทนจำหน่าย (Brand Supplier) ทำให้สามารถเลือกรุ่นสินค้าในแต่ละยี่ห้อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าภายใต้สภาพของเงื่อนไขในการแข่งขันในขณะนั้น และทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง การที่ผู้บริหารมีการทำงานอย่างใกล้ชิดกับตัวแทนผู้ผลิตและจัดจำหน่าย แปรพันธุ์หลักๆ ของอุปกรณ์ถ่ายภาพ จะมีการควบคุมดูแลและบริหารสินค้าคงคลังร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การที่บริษัทฯ ได้ติดตามผลการขายและรายงานสินค้าคงเหลืออย่างใกล้ชิด โดยทีมผู้บริหารสามารถตรวจสอบและวิเคราะห์สินค้าคงคลังได้ตลอดเวลา ทำให้มั่นใจว่าบริษัทฯ จะควบคุมและจัดการความเสี่ยงดังกล่าวได้เป็นอย่างดี และจากนโยบายการตั้งค่าเผื่อการลดมูลค่าสำหรับสินค้าล้าสมัย เคลื่อนไหวช้า หรือเสื่อมคุณภาพ มีการแยกเป็นแต่ละประเภทของกลุ่มสินค้า โดยใน ปี 2563 มีการตั้งสำรองเพื่อผลขาดทุนจากสินค้าเสื่อมสภาพและล้าสมัยจำนวน 33 ล้านบาท คิดเป็นจำนวนเพียงร้อยละ 1 ของรายได้รวม

สำหรับการออกผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ ๆ นั้น บริษัทฯ และตัวแทนจำหน่ายจะร่วมกันวางแผนประมาณการยอดขายเพื่อกำหนดจำนวนสินค้าคงคลังที่เหมาะสม ในกรณีที่อาจมีข้อผิดพลาดจากการประมาณการดังกล่าว ตัวแทนผู้จำหน่าย (Brand Supplier) จะเข้ามาร่วมรับผิดชอบในรูปแบบต่างๆ เช่น การปรับลดราคาขายลงเพื่อเร่งยอดขายในผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ช้า ทั้งนี้ อาจมีการเจรจาขอส่วนลดสินค้าบางส่วนตามปริมาณสินค้าคงคลังที่เหลืออยู่

3.4) ความเสี่ยงจากการพึ่งพาทีมงานและผู้บริหาร

ผู้บริหารและทีมงานมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมาย และนโยบายการดำเนินธุรกิจ และกำกับธุรกิจให้เป็นไปในแนวทางที่กำหนด ซึ่งหากบริษัทฯ ขาดทีมผู้บริหารหลักโดยเฉพาะประธานเจ้าหน้าที่บริหารซึ่งเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินธุรกิจ ก็อาจเป็นเหตุให้ บริษัทฯ ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ และมีผลกำไรถดถอย ไม่เป็นไปตามเป้าหมายได้

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีมาตรการในการจัดสรรและกระจายอำนาจหน้าที่อย่างเหมาะสม ซึ่งในการดำเนินธุรกิจผู้บริหารและทีมงานก็มีส่วนร่วมในการกำหนดแผนธุรกิจ และกลยุทธ์ต่างๆ มาโดยตลอด นอกจากนี้ บริษัทฯ ก็มีแผนการพัฒนาเพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าจะมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาสืบทอดธุรกิจได้หากผู้บริหารท่านดังกล่าวลาออกหรือเกษียณอายุ

3.5) ความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีการกระจายสินค้าไปตามสาขาต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงตามจังหวัดหลักๆ ทั่วประเทศ ประกอบกับสินค้าดังกล่าวมีมูลค่าพอสมควร เคลื่อนย้ายสะดวกและเป็นที่ต้องการโดยทั่วไป จากลักษณะดังกล่าว บริษัทฯ อาจเผชิญความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน เช่น พนักงานขายประจำสาขา และพนักงานเก็บสินค้า เป็นต้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผลประโยชน์ของบริษัทฯ ได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ ตระหนักดีถึงโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว จึงได้วางระบบควบคุมภายในและระบบสอบทานไว้เป็นอย่างดีโดยการนำระบบสารสนเทศมาช่วยสนับสนุน เช่น ในส่วนการขายหน้าร้าน บริษัทฯ มีการบันทึกเลขประจำตัวเครื่องที่ขายทุกครั้งที่มีการขาย มีการโอนเงินได้ที่ได้จากการขายสินค้าทุกวัน มีการตรวจสอบปริมาณสินค้าโดยการเข้าตรวจนับสินค้าจากฝ่ายตรวจสอบระบบการควบคุมภายในอย่างสม่ำเสมอ ในส่วนระบบการจัดเก็บสินค้า บริษัทฯ ก็มีมาตรการการตรวจสอบสินค้าโดยละเอียดและมีการตรวจนับปริมาณจริงทุกเดือน โดยพนักงานดูแลสินค้าทุกรายจะต้องรับผิดชอบร่วมกันหากมีสินค้าสูญหาย นอกจากนี้ยังมีมาตรการลงโทษทางกฎหมายในเรื่องการทุจริตอย่างรุนแรงและโดยปกติพนักงานบริษัทฯ ต้องมีเงินประกันการทำงานจำนวนหนึ่ง ซึ่งจากมาตรการดังกล่าวทำให้ บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าถึงแม้ว่าเกิดการทุจริตขึ้นจริง ก็สามารที่จะตรวจพบได้ในเวลาอันรวดเร็ว โดยมาตรการต่างๆ และระบบงานที่บริษัทฯ วางไว้เป็นอย่างดีก็จะช่วยจำกัดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นไว้ในระดับที่ไม่เป็นสาระสำคัญต่อผลประโยชน์ประกอบกิจการ ทั้งนี้ ในปี 2562 และ 2563 มีความเสียหายจากการทุจริตของ

พนักงาน มูลค่าประมาณ 5.7 แสนบาท และ 0.2 แสนบาท ตามลำดับ โดยจะเห็นว่ามูลค่าความเสียหายจากการทุจริตของพนักงานมีจำนวนลดน้อยลงทุกปี นอกจากนี้ ยังคงมีความเสียหายเล็กน้อยที่เกิดจากการผิดพลาดในการขาย ซึ่งบริษัทฯ ก็ได้เรียกเก็บค่าเสียหายดังกล่าวจากพนักงานที่ปฏิบัติงานผิดพลาดซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงร่วมกันระหว่างพนักงานผู้ปฏิบัติงานกับบริษัทฯ

3.6) ความเสี่ยงจากการสูญเสียการเป็นผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพยี่ห้อชั้นนำ

จากการที่บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง จากตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่าย Brand ชั้นนำต่างๆ ในประเทศไทย อาทิ เช่น Fuji Olympus Panasonic Canon Sony Leica เป็นต้น ซึ่งภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในตราสินค้าต่างๆ ถือว่าเป็นส่วนสำคัญต่อความเชื่อมั่นในการตัดสินใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ในบางช่วงเวลาของกระแสความนิยมในผลิตภัณฑ์บางรุ่นบางยี่ห้อ อาจจะทำให้ยอดขายในผลิตภัณฑ์นั้นๆ ขายดีขึ้นกว่าภาพการณ์ปกติ ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียการเป็นผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพชั้นนำเนื่องจากสาเหตุต่างๆ เช่น ไม่ได้รับการต่อสัญญาแต่งตั้งเป็นผู้จัดจำหน่าย จากตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายของ Brand ต่าง ๆ บริษัทที่เป็นตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายในการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น อาจส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเป็นผู้จัดจำหน่ายกับตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพชั้นนำ บริษัทฯ ยังคงเป็นผู้จัดจำหน่ายในยี่ห้อชั้นนำต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง โดย บริษัทฯ สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขทางการค้าตามที่ตกลง จึงได้รับความไว้วางใจจากบริษัทที่เป็นตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพเรื่อยมา ประกอบกับปัจจุบัน บริษัทฯ มีช่องทางจำหน่ายที่มีสาขามากที่สุดในประเทศไทย และมีทีมขายที่มีประสิทธิภาพ บริษัทฯ จึงมีความเชื่อมั่นว่าบริษัทต่างๆ ที่เป็นตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพจะยังคงมอบความไว้วางใจให้ บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายหลักของผลิตภัณฑ์ไปอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ไม่ได้พึ่งพิงตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพรายใดรายหนึ่ง โดยปัจจุบัน บริษัทฯ ซื้อสินค้าจากตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายรวม 10 รายแรก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95% โดยในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ยอดการสั่งซื้อสินค้าจากตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายแต่ละรายมีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 20 ของยอดขายรวม แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายจะรักษายอดการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละรายไม่ให้เกินร้อยละ 25 ของยอดการสั่งซื้อรวม ดังนั้นด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ บริษัทฯ ลดผลกระทบความเสี่ยงจากการสูญเสียการเป็นผู้จัดจำหน่ายในอุปกรณ์ถ่ายภาพชั้นนำ

3.7) ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าพื้นที่/สัญญาเช่าร้านค้า

สินค้าส่วนใหญ่ของ บริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายผ่านสาขาต่างๆ อันเป็นช่องทางหลักในการสร้างรายได้ให้แก่ บริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เช่าที่บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าระยะสั้น (3 ปี) จากเจ้าของพื้นที่ อาทิเช่น ศูนย์การค้า หรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ทำให้มีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการต่อสัญญาหรือถูกปรับขึ้นอัตราค่าเช่าและค่าบริการพื้นที่เมื่อมีการต่อสัญญาใหม่ อันอาจส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรสุทธิของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตามในธุรกิจของ บริษัทฯ คงหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการทำสัญญาเช่าระยะสั้นจากเจ้าของพื้นที่ไม่ได้ เพราะเป็นธุรกิจที่กระทำกันโดยปกติ ประกอบกับ บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนาน มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับและต้องการของผู้ให้เช่า(เจ้าของพื้นที่) ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้รับสิทธิในการต่อสัญญาก่อนเสมอ และที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามสัญญาเช่าอย่างเคร่งครัดและไม่เคยถูกยกเลิกสัญญาเช่า จึงทำให้เชื่อว่า บริษัทฯ จะได้รับการต่อสัญญาเช่าต่อไปในอนาคต อีกทั้ง การทำสัญญาเช่าระยะสั้นดังกล่าว จะช่วยลดความเสี่ยง หากผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทั้งนี้ บิ๊ก คาเมร่า

อาจจะพิจารณาไม่ต่อสัญญาเช่าได้เช่นกัน หากเจ้าของพื้นที่บางรายที่เรียกร้องค่าเช่าและค่าบริการพื้นที่ที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงจน บริษัทฯ คาดว่าอาจไม่คุ้มค่ากับการลงทุนในสาขานั้นๆ

3.8) ความเสี่ยงจากการต่ออายุสัญญาเช่ากับบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบัน บริษัทฯ เช่าอาคารสำนักงาน (สำนักงานใหญ่¹) จากบริษัท ไมดาส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มีนางวรรณกมล เขียวกาญจนวนงศ์ และนายชิตชัย เขียวกาญจนวนงศ์ เป็นกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม) และเช่าอาคารสำนักงานพร้อมคลังสินค้า² จากนางสาวณัฐพร เขียวกาญจนวนงศ์ รวมถึงเช่าที่ดินเพื่อปลูกสร้างอาคารที่พักสำหรับพนักงาน³ (เพื่อให้พนักงานที่อยู่ต่างจังหวัดและต้องเข้ามาอบรมและทดสอบความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานขายได้พักอาศัยชั่วคราว) จาก นางสาวปริศรา เขียวกาญจนวนงศ์ นอกจากนี้ยังมีการเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้เป็นโกดังเก็บสินค้า⁴ จากนางสาวปริศรา เขียวกาญจนวนงศ์ ซึ่งการทำสัญญาเช่าดังกล่าวทั้ง 4 ฉบับ เป็นการทำการรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ และคลังสินค้า และการดำเนินธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ อนึ่ง บริษัทฯ ยังได้รับสิทธิในการต่ออายุสัญญาเช่าก่อนบุคคลอื่น (First right of refusal) ภายใต้เงื่อนไขที่ผู้ให้เช่าไม่สามารถปรับขึ้นราคาได้เกิน ร้อยละ 10 ของอัตราค่าเช่าในปีสุดท้ายของผู้ให้เช่า บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงการเช่าอาคารสำนักงานและที่ดินจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง (กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่และกรรมการ) โดยอาจมีความเสี่ยงจากการไม่ได้ต่ออายุสัญญาเช่า และความเสี่ยงจากราคาเช่าที่อาจปรับเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ในการต่อสัญญาเช่ารอบใหม่ซึ่งอาจกระทบกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต

ถึงแม้ว่า บริษัทฯ ได้เช่าอาคารสำนักงานและที่ดินจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง เป็นระยะเวลา 3 ปี ก็ตาม บริษัทฯ คาดว่าจะสามารถต่ออายุการเช่าดังกล่าวออกไปได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ก็ยังเป็นผู้มีสิทธิในการเลือกต่อสัญญาเช่าก่อนบุคคลอื่นอีกด้วย ทั้งนี้การทำสัญญาเช่าทั้ง 4 รายการดังกล่าว เป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าเช่าที่ต้องจ่ายให้กับบริษัทฯ และบุคคลที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้นรวมเท่ากับ 7.29 ล้านบาทต่อปี เมื่อเทียบกับรายได้ของบริษัทฯ ในปี 2563 จะคิดเป็นสัดส่วนเพียงแค่ร้อยละ 0.29 นอกจากนี้ ในการบริหารจัดการเรื่องสินทรัพย์ด้วยค่าเช่า ยังช่วยให้ บริษัทฯ สามารถรักษาสภาพคล่องทางการเงินที่สูงของบริษัทฯ ได้ โดยที่ไม่ต้องนำเงินสดในจำนวนที่สูงมาลงทุนในอาคารสำนักงาน และยังส่งผลดีต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานซึ่งสะท้อนจากอัตราส่วนทางการเงิน เช่น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่อยู่ในระดับที่สูง เป็นต้น

3.9) ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจต่อเนื่องในระยะยาว

บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการถ่ายภาพที่มีสาขาครอบคลุมมากที่สุดในประเทศไทย โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เป็นสินค้ากลุ่มเทคโนโลยี ซึ่งอาจจัดเป็นสินค้ากลุ่มแฟชั่น ที่มีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสสมัยนิยม ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงรสนิยมการบริโภค ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ และรูปแบบการใช้ชีวิต ทั้งนี้หากบริษัทฯ ไม่

¹ ที่ตั้งเลขที่ 115/1 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม. เป็นอาคารสำนักงานสูง 4 ชั้น (อาคารใหม่) มีเนื้อที่ใช้สอยรวม 1,240 ตารางเมตร โดยคิดราคาเช่าเดือนละ 334,800 บาท กำหนดระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

² ที่ตั้งเลขที่ 115 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม. เป็นอาคารสำนักงานและคลังสินค้า สูง 4 ชั้น มีเนื้อที่ 1,659 ตารางเมตร โดยคิดค่าเช่าเดือนละ 248,850 บาท กำหนดระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

³ ที่ตั้งเลขที่ 16/34 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม. เป็นอาคารห้องพัก เนื้อที่ 100 ตารางวา โดยคิดค่าเช่าเดือนละ 8,000บาท กำหนดระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

⁴ ที่ตั้งเลขที่ 107/1 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม. เป็นโกดังเก็บสินค้า เนื้อที่รวม 600 ตารางเมตร โดยคิดราคาเช่าเดือนละ 15,120 บาท กำหนดระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

สามารถที่จะปรับตัวให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคได้ทัน่วงที่ อาจจะส่งผลให้บริษัท ไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าต่างๆ โดยจะส่งผลกระทบต่อในแง่ลบต่อยอดขาย ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของ บิ๊ก คาเมร่า

แม้ว่าในอดีตกล้องถ่ายภาพได้มีการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีจากกล้องที่ใช้ฟิล์ม มาเป็นกล้องดิจิทัล และการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีของกล้องและสินค้าทดแทน ในปัจจุบันยากที่จะหลีกเลี่ยง อาทิเช่น จากการที่อัตราการเจริญเติบโตของตลาดกล้องคอมแพคที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ด้วยเหตุผลที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ (สมาร์ทโฟน) มีอัตราการเติบโตเพิ่มมากขึ้น โดยที่ผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมการถ่ายภาพด้วยกล้องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น และด้วยความสะดวกในการพกพา ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ มูลค่าตลาดเคลื่อนที่ (สมาร์ทโฟน) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการที่จำนวนยอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น กลับทำให้ยอดขายหน่วยของกล้องในกลุ่มที่มีเทคโนโลยีที่สูงกว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากจะเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในเรื่องการถ่ายภาพมากขึ้น จนทำให้กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการถ่ายภาพยังคงมีความต้องการกล้องในระดับที่มีความละเอียดมากขึ้น ซึ่งโดยภาพรวมแล้วมูลค่าของตลาดกล้องถ่ายรูป รวมถึงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องไม่ได้มีการลดมูลค่าลงแต่อย่างใดแต่กลับมีแนวโน้มความต้องการที่สูงขึ้น นอกจากนี้ผู้ผลิตกล้องดิจิทัลในแบรนด์ชั้นนำ ต่างก็มีการปรับตัว โดยมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และฟังก์ชันการทำงานในรูปแบบใหม่ๆ ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น การเพิ่มอุปกรณ์เชื่อมต่อที่สามารถแบ่งปันภาพถ่ายได้ง่ายขึ้น กล้องถ่ายภาพที่สามารถโทรศัพท์ได้ กล้องที่มีขนาดกะทัดรัดพกพาสะดวกขึ้น รวมถึงมีความคมชัดหรือความละเอียดที่สูงขึ้น

อย่างไรก็ตามจากปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องดังกล่าว และจากจุดเด่นของ บริษัทฯ ที่มีความใกล้ชิด และทำธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยาวนานกับตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่าย (Brand Suppliers) กล้องถ่ายภาพ ประกอบกับมีความชำนาญในธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ โดยมีทีมผู้บริหาร และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านการถ่ายภาพ จะยังคงความสามารถในการดำเนินธุรกิจต่อไปอย่างมั่นคง ซึ่งบริษัทฯ ไม่ได้ยึดติดกับตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายกล้องถ่ายภาพ หรือยึดติดกับตัวผลิตภัณฑ์ประเภทใดประเภทหนึ่ง และ บริษัทฯ พร้อมทั้งจะรองรับกับการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในเรื่องของเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค

นอกจากธุรกิจค้าปลีกกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการถ่ายภาพแล้ว บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับบริษัท แอดวานซ์ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด (“AWN”) ในการเข้าบริหารเอไอเอส ช็อป บาย พาร์ทเนอร์ (AIS Shop by Partner) โดยบริษัทฯ ได้รับสิทธิในการบริหาร AIS Shop จาก AWN ภายใต้ชื่อ “AIS” และธุรกิจการให้บริการงานล้างอัดรูปในรูปแบบใหม่ พร้อมประสบการณ์ในการเข้าใช้บริการในลักษณะตามความต้องการของผู้บริโภค (DIY) และรองรับการส่งข้อมูลไฟล์ภาพจาก Smart Phone ของผู้บริโภคเข้าสู่ระบบการบริการด้วยระบบ Wifi ผ่าน App ภายใต้ชื่อ “Wonder Photo Shop by BIG Camera” นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภาพพิมพ์ให้บริการด้านการพิมพ์ภาพแบบครบวงจรภายใต้ชื่อ “Image Plus by BIG Camera” โดยมีช่องทางจำหน่ายผ่านทุกสาขาของบิ๊ก คาเมร่า ทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์บริษัทฯ และขายตรงให้แก่หน่วยงานต่างๆ ซึ่งบริษัทฯ มั่นใจว่าจะช่วยลดความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจต่อเนื่องในระยะยาวได้อย่างแน่นอน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของ บริษัทและบริษัทย่อย มีดังนี้

4.1) อาคารและอุปกรณ์

มูลค่าตามบัญชีของอาคารและอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 แสดงได้ดังนี้

ประเภท(หน่วย :ล้านบาท)	ราคาทุน	ค่าเสื่อมราคา สะสม	ค่าเผื่อ การด้อยค่า	มูลค่าตาม บัญชีสุทธิ
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	5.89	2.39	-	3.50
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการ	180.51	142.37	-	38.14
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	379.31	301.53	-	77.78
ยานพาหนะ	36.43	24.40	-	12.03
คอมพิวเตอร์	73.19	64.99	-	8.2
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	2.07	-	-	2.07
รวม	677.40	535.68	-	141.72

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัท บิ๊ก คาเมร่า มีอุปกรณ์จำนวนหนึ่งซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้วแต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมของสินทรัพย์ดังกล่าว มีจำนวนเงินประมาณ 326 ล้านบาท

4.2) สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัท บิ๊ก คาเมร่า มีทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ลิขสิทธิ์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และค่าสิทธิอื่นๆ ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 36.08 ล้านบาท

4.3) สินทรัพย์สิทธิการใช้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัท บิ๊ก คาเมร่า มีสินทรัพย์สิทธิการใช้ เป็นสิทธิการใช้ที่เกิดจากการเช่าพื้นที่ในศูนย์การค้า และ อาคารสำนักงานใหญ่ รวมทั้งการเช่าซื้อยานพาหนะและคอมพิวเตอร์ 822.66 ล้านบาท ได้แก่

4.4) สินทรัพย์อื่น

ณ สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 บิ๊ก คาเมร่า มีสินทรัพย์อื่นจำนวน 130.25 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเงินประกันพื้นที่ เงินประกันการบริการ สาธารณูปโภคที่ บิ๊ก คาเมร่า ได้ทำการเช่าทรัพย์สินเพื่อใช้เป็นสถานที่ทำการสาขา ที่มีระยะเวลาการเช่า 1-3 ปี เป็นจำนวน 125.99 ล้านบาท

4.5) สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจของบิ๊ก คาเมร่า

4.5.1 สัญญาเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างสำนักงานใหญ่

ก.) สัญญาเช่าระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับ บริษัท ไมดาส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	
สาระสำคัญ	บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้ทำสัญญาเช่าอาคารเลขที่ 115/1 ถนนสวัสดิการ1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร จากบริษัท ไมดาส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เพื่อใช้เป็นสำนักงานใหญ่ (อาคารสำนักงานสูง 4 ชั้น (อาคารใหม่)) ขนาดพื้นที่ 1,240 ตรม.
ระยะเวลาของสัญญา	3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 – 31 ธันวาคม 2565
ค่าเช่า	ชำระเป็นรายเดือน เดือนละ 334,800 บาท
เงื่อนไขสำคัญ	ในกรณีหมดสัญญา ผู้เช่าได้รับสิทธิในการต่อสัญญาก่อนผู้เช่ารายอื่น
ข.) สัญญาเช่าระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับ นางสาวปริศรา เขียวกาญจนวงศ์	
สาระสำคัญ	บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินโฉนดเลขที่ 41755 เนื้อที่ 400 ตารางเมตร ตำบลหนองแขม อำเภอหนองแขม กรุงเทพมหานคร จากนางสาวปริศรา เขียวกาญจนวงศ์ เพื่อใช้เป็นที่ตั้งอาคารห้องพักเลขที่ 16/34
ระยะเวลาของสัญญา	3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 – 31 ธันวาคม 2565
ค่าเช่า	ชำระเป็นรายเดือน เดือนละ 8,000 บาท
เงื่อนไขสำคัญ	ในกรณีหมดสัญญา ผู้เช่าได้รับสิทธิในการต่อสัญญาก่อนผู้เช่ารายอื่น
ค.) สัญญาเช่าระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับ นางสาวณัฐพร เขียวกาญจนวงศ์	
สาระสำคัญ	บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้ทำสัญญาเช่าอาคารเลขที่ 115 ถนนสวัสดิการ1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร (อาคารสำนักงานและคลังสินค้าสูง 4 ชั้น) ขนาดพื้นที่ 1,659 ตารางเมตร
ระยะเวลาของสัญญา	3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 – 31 ธันวาคม 2565
ค่าเช่า	ชำระเป็นรายเดือน เดือนละ 248,850 บาท
เงื่อนไขสำคัญ	ในกรณีหมดสัญญา ผู้เช่าได้รับสิทธิในการต่อสัญญาก่อนผู้เช่ารายอื่น
ง.) สัญญาเช่าระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับ นางสาวปริศรา เขียวกาญจนวงศ์	
สาระสำคัญ	บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินโฉนดเลขที่ 41752 และ 41753 ตำบลหนองแขม อำเภอหนองแขม กรุงเทพมหานคร รวม 2 แปลงเนื้อที่ 600 ตารางเมตร (พร้อมโกดังเก็บสินค้า เลขที่ 107/1)
ระยะเวลาของสัญญา	3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 – 31 ธันวาคม 2565
ค่าเช่า	ชำระเป็นรายเดือน เดือนละ 15,120 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 หรือตามที่ตกลงกันหรือตามที่โอลิมปัสอนุญาตแก่ตัวแทนจำหน่ายเป็นลายลักษณ์อักษร
ระยะเวลาของสัญญา	1 เมษายน 2563 – 31 มีนาคม 2564 (ต่ออายุอัตโนมัติจากสัญญาฉบับแรกซึ่งเริ่มตั้งแต่ 1 เมษายน 2555 – 31 มีนาคม 2556) แต่เนื่องจากปัจจุบัน บริษัท โอลิมปัส (ประเทศไทย) จำกัด ได้ยุติการเป็นผู้แทนจำหน่ายกล้องและอุปกรณ์ภายใต้แบรนด์ Olympus แล้ว โดยมีกำหนดระยะเวลาสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นเหตุให้สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสิ้นสุดลง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
ข.) หนังสือยืนยันเป็นตัวแทนจำหน่ายจากบริษัท ฟุจิฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด	
สาระสำคัญ	บริษัท ฟุจิฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด ยืนยันว่า บิ๊ก คาเมร่า เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า FUJIFILM
ระยะเวลา	ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 (ไม่มีระยะเวลาสิ้นสุด)
ค.) สัญญาแต่งตั้งผู้จำหน่ายระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับบริษัท พานาโซนิค ชิว เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด	
สาระสำคัญ	บริษัท พานาโซนิค ชิว เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด “พานาโซนิค” แต่งตั้ง บิ๊ก คาเมร่า ให้เป็นผู้จำหน่ายสินค้าพานาโซนิคในราชอาณาจักรไทยภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดในสัญญา
ระยะเวลาของสัญญา	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 20 กันยายน 2563 - 19 กันยายน 2564 (ต่ออายุอัตโนมัติคราวละ 1 ปี)
ง.) สัญญาแต่งตั้งผู้จำหน่ายระหว่าง บิ๊ก คาเมร่า กับ บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด	
สาระสำคัญ	บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด “แคนนอน” แต่งตั้ง บิ๊ก คาเมร่า ให้เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “Canon” และ/หรือเครื่องหมายการค้าอื่นๆ ในอาณาเขตประเทศไทย ภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดในสัญญา

ระยะเวลาของสัญญา	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 - 31 ธันวาคม 2564 (ต่ออายุอัตโนมัติจากสัญญาฉบับแรกซึ่ง เริ่มตั้งแต่ 18 ธันวาคม 2561 - 31 ธันวาคม 2562)
จ.) สัญญาตัวแทนจำหน่ายจากบริษัท โซนี่ ไทย จำกัด	
สาระสำคัญ	บริษัท โซนี่ ไทย จำกัด แต่งตั้งให้บิ๊ก คาเมร่า เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “Sony” ในประเทศไทย
ระยะเวลาของสัญญา	31 มีนาคม 2561 – 30 มีนาคม 2564 (ต่ออายุอัตโนมัติคราวละ 3 ปี)
ข.) สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายจากบริษัท ทู ดิสทริบิวชั่น แอนด์ เซลส์ จำกัด	
สาระสำคัญ	บริษัท ทู ดิสทริบิวชั่น แอนด์ เซลส์ จำกัด แต่งตั้งให้บิ๊ก คาเมร่า เป็นตัวแทนจำหน่ายแบบ ทัวไป (Non-Exclusive Distributor) ซึ่งสินค้าและหรือบริการภายใต้เครื่องหมายการค้าของ TDS และหรือบริษัทในเครือกลุ่มทู
ระยะเวลาของสัญญา	1 ปี เริ่มตั้งแต่ 2 มิถุนายน 2563 – 1 มิถุนายน 2564 (ต่ออายุอัตโนมัติคราวละ 1 ปี)
ค.) สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายจากบริษัท แอดวานซ์ ไลฟ์สไตล์ เน็ตเวิร์ค จำกัด	
สาระสำคัญ	บริษัท แอดวานซ์ ไลฟ์สไตล์ เน็ตเวิร์ค จำกัด แต่งตั้งให้บิ๊ก คาเมร่า เป็นผู้ซื้อสินค้าจาก AWN เพื่อนำไปขายให้แก่ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก และ/หรือลูกค้าผู้ใช้บริการ
ระยะเวลาของสัญญา	เริ่มตั้งแต่ 29 มิถุนายน 2559 เป็นต้นไป เมื่อประสงค์จะเลิกสัญญาให้แจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน
ด.) สัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายจากบริษัท ไลฟ์สไตล์ ดีไวซ์ จำกัด	
สาระสำคัญ	บริษัท ไลฟ์สไตล์ ดีไวซ์ จำกัด แต่งตั้งให้บิ๊ก คาเมร่า เป็นผู้ซื้อสินค้า บัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์จาก WDS เพื่อนำไปขายให้แก่ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก และ/หรือลูกค้า
ระยะเวลาของสัญญา	เริ่มตั้งแต่ 29 มิถุนายน 2559 เป็นต้นไป เมื่อประสงค์จะเลิกสัญญาให้แจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน
ง.) หนังสือแต่งตั้งผู้แทนจำหน่ายของบริษัท อีสท์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด	
สาระสำคัญ	บริษัท อีสท์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ยืนยันว่า บิ๊ก คาเมร่า เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า CASIO ,PENTAX ,RICOH ,TANRON ,VANGUARD ,HAKUBA
ระยะเวลาของสัญญา	เริ่มตั้งแต่ 1 มกราคม 2564 - 31 ธันวาคม 2564 (ต่ออายุอัตโนมัติคราวละ 1 ปี)
จ.) หนังสือสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัท เมณฑาแกรม จำกัด	
สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้แทนจำหน่าย ตกลงยอมรับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าในพื้นที่ตามที่ผู้ขายกำหนด - ผู้แทนจำหน่าย ตกลงกับผู้ขายว่าจะไม่ทำการปลอม หรือเลียนแบบ หรือแปรรูปของสินค้าของผู้ขายเป็นอันขาด
ระยะเวลาของสัญญา	เริ่มตั้งแต่ 23 พฤษภาคม 2563 – 22 พฤษภาคม 2564 (ต่ออายุอัตโนมัติคราวละ 1 ปี)

ฎ.) สัญญาซื้อขายของบริษัท โทรियามา แบทเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	
สาระสำคัญ	ผู้ขายตกลงขายแบตเตอร์ แท่นชาร์จแบตเตอร์ สายชาร์จ สำหรับกล้องถ่ายภาพภายใต้เครื่องหมายการค้า “OSKA” ให้แก่ผู้จัดจำหน่าย
ระยะเวลาของสัญญา	เริ่มตั้งแต่ 1 มกราคม 2564 – 31 ธันวาคม 2564 (ต่ออายุอัตโนมัติคราวละ 1 ปี)

4.4.3 สัญญาโปรแกรมขยายการให้บริการรับประกันคุณภาพสินค้า

ก.) สัญญาโปรแกรมขยายการให้บริการรับประกันคุณภาพสินค้านี้ระหว่างบริษัทฯ กับ บริษัท สยามคอสโมส เซอร์วิส จำกัด	
สาระสำคัญ	คู่สัญญาตกลงจัดตั้งโปรแกรมภายใต้ชื่อ “บิ๊ก คาเมร่า แคร่” ซึ่งอยู่ภายใต้กรรมสิทธิ์ประกันภัยการขยายการรับประกันคุณภาพสินค้านี้ภายใต้ความคุ้มครองที่ขยายออกไป ซึ่งบริษัทผู้ประกันออกให้แก่ ผู้ถือกรรมสิทธิ์ (ก) เป็นแบบเดียวกับเงื่อนไขการรับประกันคุณภาพสินค้านี้ภายใต้ความคุ้มครองที่ขยายออกไปซึ่งบริษัทผู้ประกันออกให้แก่ผู้ถือกรรมสิทธิ์ (ข) ขยายการรับประกันครอบคลุมความเสียหายอันเกิดจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า ความเสียหายจากกระแสไฟฟ้าลัดวงจร ถูกขโมยโดยมีร่องรอยจัดแจ้งอันเกิดขึ้นกับอุปกรณ์กล้องถ่ายรูป
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญานี้มีผลบังคับเป็นเวลา 1 ปี นับจากวันที่เริ่มมีผลบังคับ (ทำสัญญาเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2563) และต่อจากนั้นจะมีผลบังคับต่อไปโดยอัตโนมัติทุก 1 ปี เว้นแต่ว่าคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดจะแจ้งให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าว่าไม่มีความประสงค์จะต่ออายุสัญญาอย่างน้อย 3 เดือน ก่อนสิ้นสุดสัญญาในแต่ละช่วง

4.4.4 สัญญาประกันภัย

ก.) สัญญาประกันภัยระหว่าง บิ๊ก คาเมร่าและบริษัท อิมเมจโซลูชั่น พลัส จำกัด กับ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)	
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มคุ้มครอง 22 ธันวาคม 2563 ถึง 22 ธันวาคม 2564
ประเภทประกันภัย	ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (All Risk Insurance)
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) ,บริษัท อิมเมจ โซลูชั่น พลัส จำกัด
ที่อยู่ผู้เอาประกันภัย	เลขที่ 115,115/1 ถ.สวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม. 10160
ความคุ้มครอง	ความสูญเสียหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันมีสาเหตุมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยจากอากาศยาน ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากการเฉี่ยวหรือการชนของยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยจากไฟฟ้า ภัยจากน้ำท่วม ภัยลมพายุ ภัยจากลูกเห็บ แผ่นดินไหว ภัยนัดหยุดงาน การจลาจล หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย ภัยจากการลักทรัพย์ และอุบัติเหตุต่างๆที่มีอาจคาดถึงจากปัจจัยภายนอก ฯลฯ

ทรัพย์สินที่เอา ประกันภัย	<p>หมวดที่ 1 : สิ่งปลูกสร้าง (เฉพาะคลังสำนักงานใหญ่) อาคารและสิ่งปลูกสร้างอื่นๆ (ไม่รวมรากฐาน) รวมตัวอาคารอื่นๆ ส่วนต่อเติมทั้งหมด โกดังเก็บของทุกหลัง ที่จอดรถ โรงจอดรถ ห้อง Server รวมถึงส่วนปรับปรุงต่อเติมทั้งภายในและภายนอกอาคาร ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ฯลฯ</p> <p>หมวดที่ 2 : เครื่องจักร เพอร์นิเจอร์ต่างๆ เครื่องตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ เครื่องคอมพิวเตอร์ (ไม่รวมข้อมูลและ Note Book) เครื่องใช้สำนักงาน ฯลฯ</p> <p>หมวดที่ 3 : สต็อกสินค้าและวัสดุทั้งหลาย รวมถึงวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป สินค้าตัวอย่าง สินค้ารอการส่งมอบ สินค้าคงคลัง ภาชนะที่ใช้บรรจุและวัสดุหีบห่อ และทรัพย์สินที่อยู่ใน การดูแลของผู้เอาประกันภัยในฐานะผู้ครอบครองทรัพย์สิน</p>
วงเงินเอาประกันภัย	1,156 ล้านบาท
เบี้ยประกันภัยสุทธิ	404,782 บาท
ข.) สัญญาประกันความรับผิดชอบต่อกรรมการและเจ้าหน้าที่บริหาร กับบริษัท เอไอจี ประกันภัย(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มคุ้มครอง 25 กุมภาพันธ์ 2563 ถึง 25 กุมภาพันธ์ 2564
ประเภทประกันภัย	ประกันความรับผิดชอบต่อกรรมการและเจ้าหน้าที่บริหาร (D&O)
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)
ที่อยู่ผู้เอาประกันภัย	เลขที่ 115,115/1 ถ.สวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม. 10160
ความคุ้มครอง	<p>ความรับผิดชอบต่อกรรมการและเจ้าหน้าที่บริหารโดยคุ้มครองในกรณีดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน 2. ดำเนินในกระบวนการพิจารณาทางแพ่ง ,การดำเนินการบุคคลที่สาม ตลอดจนการฟ้องแย้ง 3. การไกล่เกลี่ยในชั้นอนุญาโตตุลาการ และการระงับข้อพิพาท 4. ดำเนินคดีทางอาญา 5. ดำเนินการใดๆตั้งแต่การยื่นหนังสือบอกกล่าว การสืบสวน การสอบสวน ตลอดจนการดำเนินคดีถึงชั้นอุทธรณ์
ทรัพย์สินที่เอา ประกันภัย	กรรมการและเจ้าหน้าที่บริหาร
วงเงินเอาประกันภัย	100 ล้านบาท
เบี้ยประกันภัยสุทธิ	142,879 บาท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น แต่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่มีผลกระทบในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่

คดีสืบเนื่องมาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562 บริษัทฯได้รับหมายศาลเนื่องจากมีชื่อเป็นผู้ค้ำประกันตามสัญญาเบิกเงินเกินบัญชีของอดีตบริษัทย่อยแห่งหนึ่งของกิจการที่บริษัทฯได้เข้าซื้อธุรกิจแบบย้อนกลับในปี 2557 ซึ่งบริษัทย่อยดังกล่าวผิดนัดชำระหนี้ให้แก่เจ้าหนี้ธนาคาร เป็นเหตุให้บริษัทฯถูกฟ้องร้องให้ชำระหนี้ทั้งเงินต้นและดอกเบี้ยแก่เจ้าหนี้ในฐานะผู้ค้ำประกันเป็นจำนวน 9.7 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2563 ศาลได้มีคำพิพากษายกฟ้องโจทก์เป็นเหตุให้บริษัทฯหลุดพ้นจากความรับผิดในมูลหนี้ดังกล่าว

นอกจากนี้ ยังมีคดีที่บริษัทฯได้รับหมายศาลจากบริษัทคู่ค้าฟ้องร้องเรียกให้ชำระค่าสินค้าเป็นเงินจำนวน 4.5 ล้านบาท แต่เนื่องจากบริษัทคู่ค้าดังกล่าวมีมูลหนี้คงค้างที่ต้องชำระให้แก่บริษัทฯเป็นเงินจำนวนกว่า 12 ล้านบาท ซึ่งคดีดังกล่าว ปัจจุบันศาลชั้นต้นได้มีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2563 ให้บริษัทคู่ค้าชำระเงินให้แก่บริษัทฯเป็นเงินจำนวนกว่า 12 ล้านบาท ตามคำขอของบริษัทฯ

ทั้งนี้ ทั้งสองคดีดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงการพิพากษาของศาลชั้นต้น ซึ่งปัจจุบันยังอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์

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
Website	www.bigcamera.co.th
ประเภทธุรกิจ	ค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพและโทรศัพท์เคลื่อนที่
เลขทะเบียนบริษัท	0107537001404
ทุนจดทะเบียน	352,887,880 บาท (หุ้นสามัญ 3,528,878,800 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท)
ทุนชำระแล้ว	352,887,880 บาท

6.2 ข้อมูลบริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	บริษัท อิมเมจ ไซลูชั่น พลัส จำกัด
ที่ตั้ง	115 ซอยเพชรเกษม 77 ถนนสวัสดิการ1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร
โทรศัพท์	0 2809 9956-65
โทรสาร	0 2809 9950
Website	www.image-plus.co.th
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภาพพิมพ์ให้บริการด้านการพิมพ์ภาพแบบครบวงจร
เลขทะเบียนบริษัท	0105560112606
ทุนจดทะเบียน	50 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 5,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท)
ทุนชำระแล้ว	25 ล้านบาท
สัดส่วนการถือหุ้นของ BIG	100%

6.3 ข้อมูลบริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	บริษัท พิคคาซัส จำกัด
ที่ตั้ง	115 ถนนสวัสดิการ1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร
โทรศัพท์	0 2809 9956-65
โทรสาร	0 2809 9952
ประเภทธุรกิจ	เพื่อรองรับการเป็นผู้แทนจำหน่ายและเพื่อการนำเข้าสินค้าเข้ามาเพื่อจำหน่าย
เลขทะเบียนบริษัท	0105563131890
ทุนจดทะเบียน	20 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท)
ทุนชำระแล้ว	20 ล้านบาท
สัดส่วนการถือหุ้นของ BIG	100%

ร้านสาขา

บิ๊ก คาเมร่า ปัจจุบันมีร้านสาขาจำนวนทั้งหมด 181 สาขา แบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. BIG Camera : มีทั้งหมด 156 สาขา

กรุงเทพและปริมณฑล 44 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด	ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	บิ๊กซีเพชรเกษม	กรุงเทพฯ	23	บิ๊กซีนครปฐม	นครปฐม
2	บิ๊กซีพระราม 4	กรุงเทพฯ	24	โลตัสกำแพงแสน	นครปฐม
3	บิ๊กซีสุวินทวงศ์	กรุงเทพฯ	25	เซ็นทรัลศาลายา	นครปฐม
4	เซ็นทรัลพระราม3	กรุงเทพฯ	26	เดอะมอลล์งามวงศ์วาน	นนทบุรี
5	เซ็นทรัลพระราม2	กรุงเทพฯ	27	เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ	นนทบุรี
6	มาบุญครอง 2	กรุงเทพฯ	28	เซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์	นนทบุรี
7	เดอะมอลล์บางแค	กรุงเทพฯ	29	เซ็นทรัลเวสต์เกต บางใหญ่	นนทบุรี
8	เอ็มบีเคเซ็นเตอร์	กรุงเทพฯ	30	โรบินสัน ศรีสมาน	นนทบุรี
9	เดอะมอลล์บางกะปิ	กรุงเทพฯ	31	เชียร-รังสิต	ปทุมธานี
10	เซ็นทรัลบางนา	กรุงเทพฯ	32	บิ๊กซีรังสิตคลองหก	ปทุมธานี
11	แฟชั่นไอส์แลนด์	กรุงเทพฯ	33	ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต	ปทุมธานี
12	พาราไดซ์ ศรีนครินทร์	กรุงเทพฯ	34	โลตัสปทุมธานี	ปทุมธานี
13	ฟอร์จูนทาวน์	กรุงเทพฯ	35	ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต 2	ปทุมธานี
14	เซ็นทรัลพระราม 9	กรุงเทพฯ	36	ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต 3	ปทุมธานี
15	ซีคอนบางแค	กรุงเทพฯ	37	บิ๊กซีสุขสวัสดิ์	สมุทรปราการ
16	เดอะมอลล์ท่าพระ2	กรุงเทพฯ	38	เมกาบางนา2	สมุทรปราการ
17	ซีคอน ศรีนครินทร์	กรุงเทพฯ	39	ไอทีพลาซ่าสำโรง	สมุทรปราการ
18	เซ็นทรัลอีสต์วิลล์	กรุงเทพฯ	40	โรบินสันสมุทรปราการ	สมุทรปราการ
19	เซ็นทรัลปิ่นเกล้า	กรุงเทพฯ	41	มาร์เก็ต วิลเลจ สุวรรณภูมิ	สมุทรปราการ
20	โรบินสัน ลาดกระบัง	กรุงเทพฯ	42	บิ๊กซีบางพลี	สมุทรปราการ
21	สยามสแควร์วัน	กรุงเทพฯ	43	โลตัส สมุทรปราการ	สมุทรปราการ
22	ซีคอน ศรีนครินทร์	กรุงเทพฯ	44	เซ็นทรัลมหาชัย	สมุทรสาคร

ภาคกลาง 19 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด	ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	บิ๊กซีกำแพงเพชร	กำแพงเพชร	11	โลตัสเพชรบูรณ์	เพชรบูรณ์
2	โรบินสันกำแพงเพชร	กำแพงเพชร	12	บิ๊กซีลพบุรี	ลพบุรี
3	เทสโก้โลตัสนครนายก	นครนายก	13	โรบินสัน ลพบุรี	ลพบุรี
4	บิ๊กซีนครสวรรค์	นครสวรรค์	14	บิ๊กซีสมุทรสงคราม	สมุทรสงคราม
5	บิ๊กซีนครสวรรค์ 2	นครสวรรค์	15	โรบินสันสระบุรี	สระบุรี
6	อยุธยาพาร์ค 2	พระนครศรีอยุธยา	16	ไฮยาสเตอร์พาร์ทเมนต์ไฮโดร	สิงห์บุรี
7	แฮปปี้ฟาร์มฟิจิตร	ฟิจิตร	17	บิ๊กซีสุโขทัย	สุโขทัย
8	บิ๊กซีพิษณุโลก	พิษณุโลก	18	โรบินสันสุพรรณบุรี	สุพรรณบุรี
9	เซ็นทรัลพิษณุโลก	พิษณุโลก	19	บิ๊กซีอ่างทอง	อ่างทอง
10	โลตัสพิษณุโลก2	พิษณุโลก			

ภาคตะวันตก 10 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด	ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	โรบินสันราชบุรี	ราชบุรี	6	โลตัสประจวบฯ	ประจวบคีรีขันธ์
2	บิ๊กซีราชบุรี	ราชบุรี	7	บิ๊กซีกาญจนบุรี	กาญจนบุรี
3	บิ๊กซีเพชรบุรี	เพชรบุรี	8	โรบินสันกาญจนบุรี	กาญจนบุรี
4	โรบินสัน เพชรบุรี	เพชรบุรี	9	โรบินสัน แม่สอด	ตาก
5	หัวหินมาร์เก็ตวิลเลจ	ประจวบคีรีขันธ์	10	บิ๊กซีตาก	ตาก

ภาคเหนือ 11 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด	ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	เซ็นทรัลเชียงใหม่	เชียงใหม่	7	โลตัสอุดรดิตถ์	อุดรดิตถ์
2	บิ๊กซี เชียงราย 2	เชียงราย	8	ซูเปอร์สโตร์ พะเยา	พะเยา
3	เซ็นทรัลเชียงใหม่ (AIR PORT)	เชียงใหม่	9	มาร์คโพรพัร	แพร่
4	บิ๊กซีเชียงใหม่	เชียงใหม่	10	เซ็นทรัลลำปาง	ลำปาง
5	เม-ญา ไคฟัสสไตล์ เชียงใหม่	เชียงใหม่	11	บิ๊กซีลำพูน	ลำพูน
6	ศรีพงษ์อุดรดิตถ์	อุดรดิตถ์			

ภาคตะวันออก 27 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด	ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	โรบินสันจันทบุรี	จันทบุรี	15	โลตัสอมตะนคร	ชลบุรี
2	โลตัสจันทบุรี	จันทบุรี	16	เทอมินอล21พัทยา	ชลบุรี
3	บิ๊กซีฉะเชิงเทรา	ฉะเชิงเทรา	17	โรบินสัน ชลบุรี	ชลบุรี
4	โรบินสันฉะเชิงเทรา	ฉะเชิงเทรา	18	โรบินสัน บ่อวิน	ชลบุรี
5	ตึกคอมศรีราชา	ชลบุรี	19	โลตัสตราด	ตราด
6	บิ๊กซีพัทยาใต้	ชลบุรี	20	บิ๊กซีศรีมหาโพธิ์	ปราจีนบุรี
7	โลตัสพัทยาใต้	ชลบุรี	21	โรบินสันปราจีนบุรี	ปราจีนบุรี
8	แปซิฟิกพาร์ค-ศรีราชา	ชลบุรี	22	บิ๊กซีระยอง	ระยอง
9	ฮาเบอร์มอลล์	ชลบุรี	23	แหลมทองระยอง	ระยอง
10	เซ็นทรัลพลาซาพัทยาบีช	ชลบุรี	24	บิ๊กซีปลวกแดง	ระยอง
11	เซ็นทรัลชลบุรี	ชลบุรี	25	เซ็นทรัลพลาซา ระยอง	ระยอง
12	โลตัสบ้านโป่ง	ชลบุรี	26	บิ๊กซีสระแก้ว	สระแก้ว
13	เซ็นทรัล พัทยาเซ็นเตอร์	ชลบุรี	27	เมกา มาร์เก็ต อรัญประเทศ	สระแก้ว
14	บิ๊กซี สัตหีบ	ชลบุรี			

ภาคใต้ 16 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด	ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	โลตัสกระบี่	กระบี่	9	เซ็นทรัลภูเก็ต	ภูเก็ต
2	โลตัสชุมพร	ชุมพร	10	โลตัสระนอง	ระนอง
3	โรบินสันตรัง	ตรัง	11	โลตัสสงขลา	สงขลา
4	บิ๊กซีตรัง	ตรัง	12	เซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่	สงขลา
5	เซ็นทรัล นครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช	13	บิ๊กซีสตูล	สตูล
6	บิ๊กซี นครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช	14	เซ็นทรัลสุราษฎร์ธานี	สุราษฎร์ธานี
7	บิ๊กซี พังงา	พังงา	15	เซ็นทรัลเฟสติวัล สมุย	สุราษฎร์ธานี
8	บิ๊กซีภูเก็ต	ภูเก็ต	16	โลตัสสุราษฎร์ธานี	สุราษฎร์ธานี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 29 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด	ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	บิ๊กซีกาฬสินธุ์	กาฬสินธุ์	16	บิ๊กซียโสธร	ยโสธร
2	เซ็นทรัลขอนแก่น	ขอนแก่น	17	บิ๊กซีร้อยเอ็ด	ร้อยเอ็ด
3	โลตัสขอนแก่น 2	ขอนแก่น	18	โรบินสันร้อยเอ็ด	ร้อยเอ็ด
4	โรบินสัน ชัยภูมิ	ชัยภูมิ	19	บิ๊กซีศรีสะเกษ	ศรีสะเกษ
5	บิ๊กซี นครพนม	นครพนม	20	บิ๊กซีสกล	สกลนคร
6	เดอะมอลล์โคราช	นครราชสีมา	21	โรบินสันสกล	สกลนคร
7	โลตัสปากช่อง	นครราชสีมา	22	โรบินสันสุรินทร์	สุรินทร์
8	เทอมินอล2โคราช	นครราชสีมา	23	เจียง-ฟิวเจอร์ พลาซ่า	หนองคาย
9	เซ็นทรัลนครราชสีมา	นครราชสีมา	24	โลตัสหนองบัวลำภู	หนองบัวลำภู
10	บิ๊กซีเลย	เลย	25	บิ๊กซีอำนาจเจริญ	อำนาจเจริญ
11	ทวีกิจบุรีรัมย์	บุรีรัมย์	26	บิ๊กซีอุดรธานี	อุดรธานี
12	โรบินสัน บุรีรัมย์	บุรีรัมย์	27	เซ็นทรัลอุดรธานี	อุดรธานี
13	เสริมไทยคอมเพล็กซ์	มหาสารคาม	28	บิ๊กซีอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
14	บิ๊กซีมุกดาหาร	มุกดาหาร	29	เซ็นทรัลอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
15	โรบินสันสาขามุกดาหาร	มุกดาหาร			

2. Big Galleria : มีทั้งหมด 7 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	เซ็นทรัลลาดพร้าว	กรุงเทพฯ
2	เซ็นทรัลเวิลด์	กรุงเทพฯ
3	เอ็มควอเทียร์	กรุงเทพฯ
4	สยามพารากอน	กรุงเทพฯ
5	ไอคอนสยาม	กรุงเทพฯ
6	เซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่	เชียงใหม่
7	เซ็นทรัลภูเก็ต ฟลอเรสต้า	ภูเก็ต

3. Exclusif : มีทั้งหมด 1 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	เซ็นทรัล เวิลด์	กรุงเทพฯ

4. [Wonder Photo Shop](#) : มีทั้งหมด 10 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	เซ็นทรัลเวิลด์	กรุงเทพฯ
2	เซ็นทรัล อีสต์วิลล์	กรุงเทพฯ
3	แฟชั่นไอส์แลนด์	กรุงเทพฯ
4	เดอะมอลล์บางกะปิ	กรุงเทพฯ
5	ซีคอนสแควร์	กรุงเทพฯ
6	ไอคอนสยาม	กรุงเทพฯ
7	เซ็นทรัลนครราชสีมา	นครราชสีมา
8	เซ็นทรัลขอนแก่น	ขอนแก่น
9	เซ็นทรัลเฟสติวัลเชียงใหม่	เชียงใหม่
10	เซ็นทรัลอุดรธานี	อุดรธานี

5. [AIS](#) : มีทั้งหมด 3 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	เซ็นทรัล พัทยาเซ็นเตอร์	ชลบุรี
2	เทอมินอล พัทยา	ชลบุรี
3	โรบินสัน เพชรบุรี	เพชรบุรี

6. [Telewiz](#) : มีทั้งหมด 4 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	จังหวัด
1	โลตัส นิคมพัฒนา	ระยอง
2	แปซิฟิคพาร์ค ศรีราชา	ชลบุรี
3	โลตัสพนัสนิคม	ชลบุรี
4	โลตัส มาบตาพุด	ชลบุรี

- 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 แขวงดินแดง เขต
ดินแดง กรุงเทพฯ 10400.
โทรศัพท์ 0 2009 9999 โทรสาร 0 2009 9991