

การประกอบธุรกิจ

1. ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ทั้งคอมพิวเตอร์ ผลิตภัณฑ์ประเภท iOS (iPod, iPad, iPhone) และอุปกรณ์เสริมต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ เช่น ฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูลสำหรับงานวีดีโอ ฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูลแบบพกพา ผลิตภัณฑ์ประเภทสิ่งพิมพ์และกราฟิก รวมถึงอุปกรณ์ต่อพ่วงสำหรับสินค้าประเภท iOS (iPod, iPad, iPhone) เช่น ลำโพง หูฟัง รวมทั้ง Case ป้องกันการกระแทก และฟิล์มกันรอย เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ขยายธุรกิจการบริการให้แก่ลูกค้า โดยมีศูนย์บริการสำหรับสินค้าภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ Apple ในนาม Smart Bar รวมทั้งเปิดศูนย์ฝึกอบรมการใช้งานให้แก่ลูกค้าและองค์กร ตามมาตรฐาน Apple

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีสาขาทั้งหมดจำนวน 17 สาขา โดยสาขาของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น iStudio จำนวน 6 สาขา iShop จำนวน 1 สาขา iBeat จำนวน 1 สาขา U-Store จำนวน 9 สาขา และศูนย์บริการ Smart Bar จำนวน 3 สาขา โดยสาขาและศูนย์บริการของบริษัทฯ มีรายละเอียดสถานที่ตั้งดังนี้

ชื่อร้าน	สถานที่ตั้ง
iStudio	ห้อง 3C96 ชั้น 3 อาคารฟอร์จูนทาวน์ ห้อง 223 ชั้น 2 อาคารเอสพลานาด ห้อง 408 ชั้น 4 ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า แจ้งวัฒนะ ห้อง 1097 ชั้น G อาคารซีคอนสแควร์ ชั้น 4 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพระราม 9 ห้อง 1129-1130 และ 1133B ชั้น 1 ศูนย์การค้าเกตเวย์ เอกมัย
iShop	ห้อง 386-387 ชั้น 3 พันธ์ทิพย์พลาซ่า
iBeat	ห้อง 4P36 ชั้น 4 อาคารฟอร์จูนทาวน์
U-Store	ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์รังสิต ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์ ห้อง 27 ชั้น G อาคาร ABAC Plaza มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ชั้น 1 อาคารเซนต์ฟิลิปส์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิทยาเขตหัวหมาก ชั้น 1 อาคาร 10 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ชั้นใต้อาคารหอสมุดและคลังความรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา อาคารอเนกประสงค์ข้างอาคาร 10 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต ชั้น 1 อาคาร 7 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ด้านหน้าอาคารศูนย์ปฏิบัติการโรงแรมเทาทอง มหาวิทยาลัยบูรพา
Smart Bar	ห้อง 85-87C ชั้น 1 อาคารฟอร์จูนทาวน์ ห้อง 441 ชั้น 4 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า แจ้งวัฒนะ 1213/58-59 ซอยลาดพร้าว 94 ถนนศรีวิภา แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีจุดจำหน่ายสินค้า Apple ใน IT City และ Big C จำนวน 48 แห่ง ทั่วประเทศ โดยตั้งอยู่ที่ IT City จำนวน 22 สาขา และที่ Big C จำนวน 26 สาขา

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

วิสัยทัศน์

“มุ่งสู่ความเป็นผู้นำด้าน IT Solutions for New Generation เพื่อสร้างการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ และใส่ใจดูแล ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทให้ได้รับผลตอบแทนและประโยชน์อย่างคุ้มค่าตลอดจนการใส่ใจดูแลสังคมโดยเฉพาะด้านการศึกษา อย่างต่อเนื่อง”

พันธกิจ

1. มุ่งมั่นที่จะสรรหาบริการที่ดีและนวัตกรรมใหม่ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตที่ต้องการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์
2. มุ่งพัฒนาบุคลากร สร้างวัฒนธรรมในการทำงานของพนักงาน เพื่อมอบบริการอย่างมืออาชีพให้แก่ลูกค้า พร้อมให้ความสำคัญในการพัฒนาความรู้แก่พนักงาน ให้ก้าวทันกับนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่องค์กร

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเป็นผู้นำด้าน IT เพื่อการศึกษาและการพัฒนาแบบครบวงจร ด้วย Apple Education Solution เพื่อสร้างให้เกิดการเรียนรู้ในเชิง Creative Learning โดยบริษัทฯ จะเน้นในเรื่อง Edutivity คือการทำกิจกรรมเพื่อการศึกษา ด้วยประสบการณ์ของทีมบริหาร ทีมขาย และทีม Solution Engineer ของบริษัทฯ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย นับตั้งแต่ นักเรียน ในโรงเรียน นักศึกษา อาจารย์ในมหาวิทยาลัย องค์กรเอกชน และบุคคลทั่วไป โดยบริษัทฯ จะทำการต่อยอดความเป็นผู้นำกับกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ ทุกวิชาชีพ ซึ่งถือเป็นช่องทางการตลาดที่สามารถขยายตัวตามแนวโน้มของเศรษฐกิจโลก รวมทั้งการที่ประเทศไทยได้เริ่มใช้ 3G ทั่วประเทศและรองรับการเติบโตของ AEC ซึ่งมีคอมพิวเตอร์แท็บเล็ตและสมาร์ทโฟน เป็นตัวเชื่อมในโลกแห่ง Social Network เพราะกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในระดับบุคคล และองค์กร ต่างมีความต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพของตนเองอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะวิชาชีพต่างๆ ที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการประกอบอาชีพ และรวมทั้งบุคคลทั่วไปที่จะต้องใช้อุปกรณ์อย่างสร้างสรรค์ตลอดช่วงชีวิต (Creative Life Long Learning) บริษัทฯ ยังมีเป้าหมายที่จะขยายฐานลูกค้าสู่กลุ่มองค์กรอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น ด้วยผลิตภัณฑ์ และ Solution ต่างๆ ที่บริษัทฯ มี เช่น ระบบการจัดการสี (Color Management System) ระบบฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูลขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกับ File Server ขององค์กร เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มยอดขายโดยการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้า และการบริการหลังการขาย ในรูปแบบการขายสาขาและศูนย์บริการ ทั้งจุดขายในสาขาของ IT City รวมทั้งการเปิดร้าน iStudio, iBeat และ U-Store

1.2 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท เอส พี วี ไอ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งจากประสบการณ์การเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ Apple ของนายไตรสรณ์ และนางเพ็ชรรัตน์ วรรณโกศล ตั้งแต่ปี 2532 โดยเริ่มต้นจากการดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อบริษัทเอส พี วี บิสซิเนส เซ็นเตอร์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 3,000,000 บาทมีวัตถุประสงค์หลักในการประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ Apple เป็นสินค้าหลัก ต่อมาในปี 2537 เพื่อปรับปรุงโครงสร้างผู้ถือหุ้นให้สอดคล้องกับการขยายตัวของธุรกิจ

นายไตรสรณ์ และนางเพชรรัตน์ วรรณานโกศล จึงได้จดทะเบียนบริษัทใหม่ในนาม บริษัท เอส พี วี แอดวานซ์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 6,000,000 บาท

จากความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ประกอบกับการเติบโตของตลาด Apple ในประเทศไทย เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2554 นายไตรสรณ์ และนางเพชรรัตน์ วรรณานโกศล จึงได้ร่วมลงทุนกับบริษัทไอทีซีดี จำกัด (มหาชน) จัดตั้งบริษัท เอส พี วี ไอ จำกัด ขึ้นด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 120,000,000 บาท โดยรับโอนทรัพย์สินและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการเป็นตัวแทนจำหน่าย Apple ทั้งหมด จากบริษัท เอส พี วี แอดวานซ์ จำกัด ซึ่งจากการร่วมทุนในครั้งนี้ ทำให้บริษัทฯ สามารถขยายจุดจำหน่ายสินค้า Apple สู่พื้นที่ร้าน ITCity ทั่วประเทศ

บริษัทฯ ยังได้ขยายธุรกิจการให้บริการที่เป็นมาตรฐานให้แก่ลูกค้า โดยมีศูนย์บริการสินค้าภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ Apple ในนาม Smart Bar รวมทั้งเปิดศูนย์ฝึกอบรมการใช้งานให้แก่ลูกค้าและองค์กร ตามมาตรฐาน Apple ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็น Authorized Apple Training Center แห่งเดียวในประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ เพื่อใช้งานร่วมกับสินค้า Apple เป็นหลัก เพื่อที่รองรับความต้องการของลูกค้า

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงานที่ผ่านมาของบริษัทฯ

เดือน / ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
มกราคม 2554	จัดตั้งบริษัทฯ ด้วยทุนจดทะเบียน 120,000,000 บาท
มีนาคม 2554	- รับโอนทรัพย์สินและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการเป็นตัวแทนจำหน่าย Apple ทั้งหมดของบริษัท เอส พี วี แอดวานซ์ จำกัด - รับโอนสาขาทั้งหมด จำนวน 15 สาขา ซึ่งได้แก่ iStudio จำนวน 4 สาขา iShop จำนวน 1 สาขา iBeat จำนวน 1 สาขา U-Store จำนวน 7 สาขา และ Smart Bar จำนวน 2 สาขา - เริ่มเปิดจุดจำหน่ายสินค้า Apple ใน IT City
กรกฎาคม 2554	เปิดสาขา U-Store ที่มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ตุลาคม 2554	เปิดจุดจำหน่ายสินค้า Apple ใน Big C เป็นแห่งแรก
ธันวาคม 2554	เปิดสาขา iStudio ที่ศูนย์การค้า เซ็นทรัลแกรนด์ พระราม 9
มกราคม 2555	เปิดสาขา U-Store ที่มหาวิทยาลัยบูรพา
กุมภาพันธ์ 2555	เปิด Smart Bar ที่ศูนย์การค้า เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ
มิถุนายน 2555	เปิดสาขา iStudio ที่ศูนย์การค้า เกตเวย์ เอกมัย
เมษายน 2556	- ดำเนินการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน - เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จาก 10.00 บาท เป็น 0.50 บาท ส่งผลทำให้จำนวนหุ้นสามัญของบริษัทฯ เพิ่มจากจำนวน 12,000,000 หุ้น เป็น 240,000,000 หุ้น - เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 80,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 120,000,000 ล้านบาท เป็น 200,000,000 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 160,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ซึ่งรายละเอียดการจัดสรรเป็นดังนี้ - หุ้นสามัญจำนวน 50,000,000 หุ้น จัดสรรให้กับผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งจัดสรรเรียบร้อยแล้ว ส่งผลทำให้ทุนชำระแล้วของบริษัทฯ เท่ากับ 290,000,000 หุ้น - หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 104,500,000 หุ้น เสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรก - หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5,500,000 หุ้น เสนอขายให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ
ธันวาคม 2556	จดทะเบียนเพิ่มทุนชำระแล้ว จากการเสนอขายหุ้นสามัญใหม่ จำนวน 160,000,000 หุ้น รวมเป็นจำนวนหุ้นทั้งสิ้น 400,000,000 หุ้น ละคร 0.50 บาท

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ

รายได้	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple						
- ผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์	1,298.19	58.48	846.65	33.60	640.11	27.77
- ผลิตภัณฑ์ประเภท IOS	621.69	28.00	1,380.08	54.76	1,315.11	57.06
- ผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์เสริม	75.09	3.38	91.78	3.64	125.79	5.46
รวมรายได้จากผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple	1,994.97	89.87	2,318.50	92.00	2,081.16	90.29
รายได้จากผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น						
- ผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์เสริม	159.22	7.17	133.90	5.31	134.52	5.84
- ผลิตภัณฑ์ประเภทกราฟิก	44.70	2.01	29.47	1.17	44.51	1.93
- ผลิตภัณฑ์ประเภทซอฟต์แวร์	7.60	0.34	20.35	0.81	15.25	5.84
- ผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์	0.77	0.03	1.96	0.08	1.76	0.08
รวมรายได้จากผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น	212.28	9.56	185.68	7.37	196.04	8.51
รวมรายได้จากการขาย	2,207.25	99.43	2,504.19	99.37	2,277.05	98.79
รายได้ค่าบริการ	12.21	0.55	13.55	0.54	19.62	0.85
รายได้อื่น	0.45	0.02	2.34	0.09	8.18	0.35
รายได้รวม	2,219.92	100.00	2,520.08	100.00	2,305	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ทั้งคอมพิวเตอร์ ผลิตภัณฑ์ประเภท iOS และอุปกรณ์เสริมต่างๆ รวมทั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ ที่สามารถนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ Apple เพื่อที่จะรองรับความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ขยายธุรกิจบริการให้แก่ลูกค้า โดยมีศูนย์บริการสำหรับสินค้าภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ Apple ในนาม Smart Bar รวมทั้งเปิดศูนย์ฝึกอบรมตามมาตรฐาน Apple ซึ่งได้รับการแต่งตั้งเป็น Authorized Apple Training Center แห่งเดียวในประเทศไทย

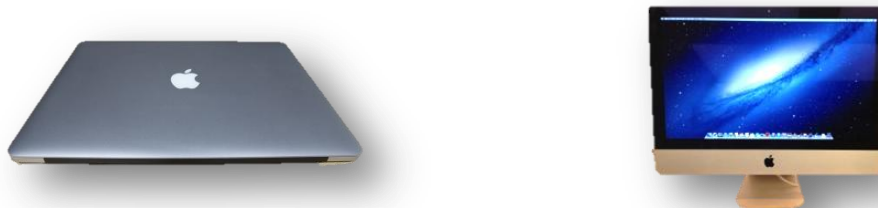
ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์และบริการหลักของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

2.1.1 ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple

บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งจาก Apple South Asia (Thailand) Limited ให้เป็นตัวแทนจำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ตามสัญญา Apple Premium Reseller, Authorized Apple Thailand Reseller Agreement และ Apple Campus Store Reseller Agreement ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1.1.1 ผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์ MAC OS (MAC Operating System)

บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์ทุกรุ่นภายใต้ตราสินค้าของ Apple (MAC OS) ซึ่งปัจจุบันระบบปฏิบัติการของ Apple เป็นระบบ MAC OSX (MAC Operating System Ten) ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการของเครื่องคอมพิวเตอร์ของ Apple ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายสำหรับผู้ใช้อุปกรณ์ในปัจจุบัน ซึ่งมีทั้งความสวยงามและความเสถียรที่สูงกว่าระบบอื่นๆ ผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์ที่บริษัทฯ จำหน่าย ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์ ไอแมค (iMac), คอมพิวเตอร์แบบพกพาทั้ง แมคบุ๊กโปร (MacBook Pro) และ แมคบุ๊กแอร์ (MacBook Air)



2.1.1.2 ผลิตภัณฑ์ประเภท iOS (iOS Devices)

ผลิตภัณฑ์ประเภท iOS หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทไอแพด (iPad) ไอพอด (iPod) และไอโฟน (iPhone) โดยเริ่มแรกระบบ iOS มีชื่อว่า iPhone Operating System (iPhone OS) ซึ่งเป็นระบบที่สร้างขึ้นมาเพื่อรองรับการทำงานของ iPhone แต่ในภายหลังผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของ Apple สามารถใช้งานบนระบบปฏิบัติการเดียวกันกับ iPhone ได้ ทำให้ในปี 2553 Apple ได้เปลี่ยนชื่อระบบปฏิบัติการ iPhone OS เป็น iOS เพื่อสะท้อนถึงความสามารถในการรองรับระบบปฏิบัติการของผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของ Apple ได้ โดยผลิตภัณฑ์ประเภท iOS ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายของ Apple โดยตรง ได้แก่ iPod และ iPad สำหรับ iPhone เนื่องจาก Apple South Asia (Thailand) Limited แต่งตั้งผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรง บริษัทฯ จึงได้ทำสัญญากับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 3 ราย ได้แก่ บริษัท ไวร์เลส ดีไวซ์ ซัพพลาย จำกัด (บริษัทย่อยของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)) บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทรู ดิจิทัล บิรชั่น แอนด์ เซลล์ จำกัด (บริษัทย่อยของบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)) เพื่อเป็นผู้จัดจำหน่ายของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ สามารถซื้อ iPhone มาจำหน่ายได้



2.1.1.3 ผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์เสริมภายใต้ตราสินค้า Apple (Apple Accessories)

อุปกรณ์เสริมภายใต้ตราสินค้า Apple ที่บริษัทฯ จำหน่ายได้แก่ ที่ชาร์จแบตเตอรี่ (Battery Charger) สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ MacBook Pro, MacBook Air, iPod, iPad และ iPhone, หูฟัง (Headphone) เมาส์ (Mouse) สายพ่วง (Devices Connector) เครื่องส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet Router) แผนความคุ้มครอง AppleCare (AppleCare Protection Plan) เป็นต้น

2.1.2 ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-Apple Products)

เพื่อที่จะรองรับความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจร บริษัทฯ ยังได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นๆ ที่สามารถนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ Apple เป็นหลัก ทั้งอุปกรณ์เสริมต่างๆ เช่น ฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูล สำหรับงานวีดีโอ ฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูลแบบพกพา ผลิตภัณฑ์ประเภทสิ่งพิมพ์และกราฟิก รวมถึงอุปกรณ์ต่อพ่วงสำหรับสินค้าประเภท iOS (iPod, iPad, iPhone) เช่น ลำโพง หูฟัง รวมทั้ง Case ป้องกันการกระแทก และฟิล์มกันรอย เป็นต้น โดยสามารถจำแนกได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

2.1.2.1 ผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์เสริม (Accessories)

บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายหลายราย เพื่อให้ได้สินค้าที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า และเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าประเภทอุปกรณ์เสริมหลังจากการขายผลิตภัณฑ์ของ Apple โดยอุปกรณ์เสริมภายใต้ตราสินค้าอื่นที่บริษัทฯ จำหน่าย ได้แก่

- ฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูลแบบพกพา

บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายฮาร์ดดิสก์ของ LaCie Limited จากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งจำหน่าย ฮาร์ดดิสก์สำหรับลูกค้าทั่วไปและลูกค้าองค์กร มีขนาดหลากหลายตั้งแต่ขนาดเล็กสำหรับสำนักงาน ซึ่งมีความสามารถที่จะต่อเชื่อมกับระบบเครือข่าย (NAS) จนถึงขนาดพกพา โดยมีจุดเด่นที่เป็นบริษัทที่พัฒนาสินค้าประเภทอุปกรณ์สำรองข้อมูลคุณภาพสูงชนิดพกพาสำหรับสินค้า Apple มาเนิ่นนานกว่า 10 ปี และมีความรู้ในระบบปฏิบัติการของ Apple ทำให้การพัฒนาสินค้าของ LaCie มีประสิทธิภาพดีกว่าสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาด



- อุปกรณ์เสริมต่างๆ

นอกจากสินค้าที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทฯ ยังมีสินค้าที่เป็นอุปกรณ์เสริม ประเภท Case สำหรับ iPhone, iPad เพื่อเป็นการปกป้องอุปกรณ์ และเพิ่มสีสันในการใช้งาน สำหรับอุปกรณ์เหล่านั้น บริษัทฯ จะทำการคัดสรรสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า รวมถึงจัดหาสินค้าใหม่ๆ เข้ามาตลอดเวลา เพื่อเป็นการสร้างทางเลือกที่มากขึ้นให้กับลูกค้า จากแนวโน้มของตลาดอุปกรณ์สำหรับพกพาซึ่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้สรรหากลุ่มสินค้าใหม่ๆ เข้ามาตอบสนองความต้องการ เช่น หูฟังไร้สายสำหรับการสนทนาทางโทรศัพท์ (Bluetooth) ลำโพงไร้สาย และแบตเตอรี่สำรองที่รองรับอุปกรณ์ Apple หลากหลายชนิดที่กำลังได้รับความนิยม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าเป็นอย่างมาก จึงได้คัดเลือกสินค้าจากบริษัทที่มีชื่อเสียง และมีมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับ เช่น Beats by Dr. Dre, Bose, JBL, Jawbone, Jabra เป็นต้น

2.1.2.2 ผลิตภัณฑ์ประเภทกราฟิก (Professional Graphics)

บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทสิ่งพิมพ์และกราฟิก จากบริษัทชั้นนำในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และกราฟิก ทำให้บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้นำด้านสิ่งพิมพ์ในระบบดิจิทัลในประเทศไทย โดยรายละเอียดผลิตภัณฑ์ประเภทกราฟิกมีดังนี้

- เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทหน้ากว้าง

บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทระดับโปร (Pro Series) (เครื่องพิมพ์ขนาด A3 ขึ้นไป) จาก บริษัท เอปสัน (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายทั้งเครื่องพิมพ์ขนาดใหญ่และเล็กที่ให้สีสันที่ตรงแม่นยำ เหมาะสำหรับงานสตูดิโอ แกลเลอรี กราฟิก และดิจิทัลพริ้นท์



- กระดาษสำหรับงานพิมพ์

บริษัทฯ นำเข้ากระดาษสำหรับงานพิมพ์ซึ่งผลิตในประเทศญี่ปุ่น เพื่อทำการจัดจำหน่ายในประเทศไทยภายใต้ยี่ห้อ iPaper นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้สั่งกระดาษคุณภาพสูงจากบริษัท Tecco GmbH จากประเทศเยอรมัน ซึ่งเป็นผู้ผลิตกระดาษสำหรับเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทและเลเซอร์ ที่มีความหลากหลายทั้งงานพิมพ์ทั่วไป และงานพิมพ์ชนิดพิเศษที่ต้องการความคมชัดและความถูกต้องของสี และคุณภาพที่สม่ำเสมอ



- อุปกรณ์วัดคุณภาพการพิมพ์

บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ายี่ห้อ X-Rite สำหรับสินค้า 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) Digital Imaging ได้แก่ เครื่องมือวัดค่าสี เครื่องมือปรับวัตถุภาพสี และซอฟต์แวร์สำหรับการสร้างไฟล์ของอุปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น และ (2) Graphics Art ได้แก่ เครื่องมือวัดค่าสีและวัดค่ามาตรฐานไว้สำหรับควบคุมคุณภาพงานสิ่งพิมพ์ เพลท และฟิล์ม



2.1.2.3 ผลิตภัณฑ์ประเภทซอฟต์แวร์ (Software) โดยบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายซอฟต์แวร์ให้กับ

- Adobe โดยบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท Adobe Systems Incorporate หลากหลายชนิด เช่น InDesign, Illustrator, Photoshop, Lightroom4 และ SpeedGrade สำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไป และสถาบันศึกษา



- Electronics for Imaging (EFI) – บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายของ บริษัท EFI Singapore Pte Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทที่พัฒนาโปรแกรม Colorproof XF เพื่อที่จะตรวจสอบคุณภาพและความสมดุลของสีบนสิ่งพิมพ์ รวมทั้งยังสามารถตรวจสอบคุณภาพได้ทั้งงานภาพถ่าย งานดิจิตอลพริ้นท์ หรืองานพิมพ์ภาพโปสเตอร์ขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ใช้กันแพร่หลายที่สุดในประเทศไทย



2.1.2.4 ผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์ โดยบริษัทฯ จำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ของบริษัท เดลล์ คอมพิวเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อเป็นทางเลือกเสริม สำหรับลูกค้าที่ต้องการสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ภายใต้ตราสินค้าอื่น

2.1.3 งานบริการ (Services)

บริษัทฯ เปิดศูนย์บริการลูกค้า เพื่อที่จะอำนวยความสะดวก คอยให้คำปรึกษาและสร้างความมั่นใจในการบริการให้แก่ลูกค้า ภายใต้ชื่อ Smart Bar ซึ่งได้รับการแต่งตั้งเป็น Apple Authorized Service Provider โดยพนักงานของบริษัทฯ ได้รับการอบรมจากทาง Apple เพื่อเรียนรู้การซ่อมบำรุงเครื่องรุ่นใหม่ ๆ ตลอดเวลา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เปิดศูนย์อบรมการใช้งานแก่ลูกค้าทั่วไปและองค์กร ตามมาตรฐาน Apple และได้รับการแต่งตั้งเป็น Authorized Apple Training Center แห่งเดียวในประเทศไทยที่ IT Mall Fortune Town ชั้น 3



2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

1. การบริหารช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสม

เนื่องจากรายได้ของบริษัทส่วนใหญ่มาจากการขายปลีกให้แก่ลูกค้ารายย่อยทั่วไป (Retail) คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 74.15 ร้อยละ 82.52 และร้อยละ 78.02 ของรายได้รวม ในปี 2554-2555 และ ปี 2556 ตามลำดับ บริษัทฯ จึงมีนโยบายที่จะเน้นการเลือกเปิดสาขาเฉพาะในแหล่งชุมชนที่มีกำลังซื้อ และมีความสะดวกสบายในการไปใช้บริการ รวมถึงทำเลที่ตั้งของร้านในแต่ละอาคาร หรือศูนย์การค้า จะคำนึงถึงความเด่น และสะดวก ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเข้ามาเลือกซื้อสินค้าได้สะดวก โดยจะเห็นได้จากสาขาทั้งหมดของบริษัทฯ จะตั้งอยู่ในศูนย์การค้า หรืออาคารที่อยู่ในแหล่งชุมชนที่มีกำลังซื้อทั้งสิ้น ในขณะเดียวกันการเลือกเปิดจุดจำหน่ายสินค้า Apple ใน IT City และ Big C บริษัทฯ จะเลือกเปิดเฉพาะสาขา IT City และ Big C ที่เป็นแหล่งชุมชนที่มีกำลังซื้อเท่านั้น และเพื่อให้การบริหารจุดจำหน่ายสินค้า Apple เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ จะมีการติดตามและตรวจสอบผลประกอบการของจุดจำหน่ายสินค้า Apple ที่ตั้งอยู่ใน IT City และ Big C อย่างใกล้ชิด

2. การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยเฉพาะผู้ผลิตสินค้า

จากการที่นายไตรสรณ์ และนางเพ็ชรรัตน์ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า Apple จนถึงปัจจุบันนับเป็นเวลาว่า 20 ปี และตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้การบริหารของนายไตรสรณ์และนางเพ็ชรรัตน์ได้รับรางวัลต่างๆ จาก Apple อย่างดี ส่งผลทำให้บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีและได้รับการสนับสนุนจาก Apple อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งการจะได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายของ Apple จะต้องผ่านการตรวจสอบ ทั้งในด้านความแข็งแกร่งทางการเงิน รวมทั้งความสามารถและศักยภาพในการจัดจำหน่ายสินค้า และบริษัทฯ ยังได้รับการสนับสนุนจาก Apple ในด้านฝึกอบรมพนักงานของบริษัทฯ ซึ่งเป็นการเพิ่มทักษะและความเข้าใจในตัวสินค้าเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตสินค้าอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น Epson, EFI, Adobe รวมทั้ง ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 3 บริษัทฯ ส่งผลทำให้บริษัทฯ มีสินค้าที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ จากการที่มีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าต่างๆ ทำให้บริษัทฯ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าใหม่ สินค้าเสื่อมความนิยม แนวโน้มหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ของลูกค้าเหล่านี้ตลอดเวลา ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีส่วนช่วยให้บริษัทฯ สามารถประเมินสถานการณ์ต่างๆ อย่างทันต่อเหตุการณ์ รวมทั้งสามารถวางแผนการสั่งซื้อสินค้าได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

3. การเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ และครบวงจร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของบริการ โดยเฉพาะพนักงานขายซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการแก่ลูกค้าที่เข้ามาในร้าน โดยบริษัทฯ จะเน้นเรื่องความสุภาพ ความเอาใจใส่ และความรู้ในตัวสินค้าของพนักงานขายเป็นหลัก ซึ่งจะช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และลูกค้าจะแนะนำบริษัทฯ ให้แก่ผู้อื่น (Word of mouth)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า โดยบริษัทฯ มี Smart Bar ทั้งหมด 3 แห่ง เพื่อให้บริการซ่อมสินค้า Apple หรืออุปกรณ์ทั้งที่อยู่ในระหว่างการรับประกันและที่สิ้นสุดระยะเวลาการรับประกัน โดยศูนย์บริการนี้เปิดให้บริการทุกวัน (ยกเว้นศูนย์บริการสำนักงานใหญ่เปิดวันจันทร์-ศุกร์) ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้สะดวก และรวดเร็ว จะเห็นว่าการให้บริการของบริษัทฯ จะเน้นการให้บริการที่ครบวงจร เป็นการให้บริการที่มีคุณภาพ รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ

4. คุณภาพและความสามารถของบุคลากร

จากการที่บริษัท เน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถและมีความพร้อมที่จะให้บริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย ทั้งนี้ พนักงานทุกคนในทุกสาขาของบริษัทฯ จะต้องผ่านการอบรมพื้นฐานให้มีความรู้ ความสามารถและมีคุณภาพในการให้บริการที่มีมาตรฐาน โดยจะได้รับการฝึกอบรมเพื่อให้เข้าใจถึงศักยภาพ และวิธีการใช้ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งมีการ Update ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ อยู่เป็นระยะเพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดให้แก่ลูกค้าได้เข้าใจอย่างถ่องแท้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการลงทุนระบบห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ (eLearning System) ซึ่งช่วยให้พนักงานที่ประจำสาขาทุกแห่งสามารถเข้ามาค้นหา เรียนรู้ ได้ทุกที่ตลอดเวลา โดยข้อมูลที่ได้อยู่จะมีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา และ Update ข่าวสาร สินค้าใหม่ หรือปัญหาทางด้านเทคนิคที่ได้พบในร้าน ซึ่งเป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในด้านการแบ่งปันความรู้อย่างทั่วถึง ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย ในส่วนพนักงานที่ให้บริการหลังการขาย โดยเฉพาะช่างซ่อมประจำร้าน Smart Bar จะได้รับการฝึกอบรมจากระบบการเรียนรู้ของ Apple และได้รับคำแนะนำจากช่างรุ่นพี่ ให้มีความรู้ ความชำนาญ รวมทั้งทักษะต่างๆ รวมทั้งต้องผ่านการทดสอบของ Apple เพื่อให้ได้ใบรับรองมาตรฐานช่างเทคนิคจาก Apple นอกจากนี้ยังมีระบบสุ่มสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้ารับบริการ เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้า

5. การบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารสินค้าคงคลังเป็นอย่างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น บริษัทฯ อาจประสบกับปัญหาอันเกิดจากสินค้าล้าสมัยหรือสินค้าเสื่อมความนิยม บริษัทฯ จึงมีการพัฒนาระบบการจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยใช้ระบบ Inventory Online ที่เชื่อมโยงข้อมูลสินค้าคงคลังของทุกสาขา ช่วยให้บริษัทฯ สามารถวิเคราะห์การสั่งซื้อในปริมาณที่เหมาะสม ตามความต้องการสินค้าของบริษัทฯ รวมถึงสามารถตรวจสอบอายุของสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการสินค้าที่มีการหมุนเวียนช้าได้ทันเวลา นอกจากนี้บริษัทฯ ให้แต่ละสาขาทำการตรวจนับสินค้า และรายงานผลการตรวจนับกับสำนักงานใหญ่เป็นประจำทุกวัน ทำให้บริษัทฯ ติดตามการหมุนเวียนของสินค้าในแต่ละสาขาได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจากมาตรการดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมปริมาณ และอายุของสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. กลยุทธ์การตลาด

บริษัทฯ จะเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป

- ลูกค้าร้าน iStudio, iBeat และ iShop โดยเฉพาะ iStudio จะมีกิจกรรมประจำในร้าน คือ การสาธิตการใช้งาน (Demo) ให้ลูกค้าได้ทดลองใช้งาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าก่อนการตัดสินใจ บริษัทฯ จะเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อนิตยสาร IT และ Social Media โดยจะเน้นการใช้ Social Media เป็นหลัก เพื่อเป็นการสื่อสารกับลูกค้า ต่อยอด Brand SPVI การเปิดตัวสินค้าใหม่ ส่งข่าวกิจกรรมภายในร้าน การส่งข่าว Promotion จะทำผ่าน Social Media และ email รวมทั้งการร่วมงานแสดงสินค้า เช่น Commart ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าที่ผู้เข้าชมงานส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้คอมพิวเตอร์ เป้าหมายของการร่วมงานคือประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้อคอมพิวเตอร์ในระบบปฏิบัติการอื่น ให้อัปเดตบริษัทฯ และเปลี่ยนความคิดของกลุ่มลูกค้าที่มาในงาน ว่าการใช้ Mac ไม่ยากอย่างที่คิด และได้มีโอกาสเลือกซื้อสินค้า Apple และ Accessories ในงาน
- ลูกค้าจุดหมายปลายทางสินค้า Apple ใน IT City และ Big C บริษัทฯ จะเน้นการจัด Promotion ร่วมกับเจ้าของพื้นที่ และใช้สื่อภายในห้าง เช่น Poster, Standy, Way Finding หรือ Window Graphic โดยวางตามตำแหน่งที่เด่น และมีลูกค้าเดินเข้ามาในห้าง เช่น ป้ายโฆษณาหน้าห้าง ป้ายบริเวณ

- ที่จอดรถ บันไดเลื่อน ลิฟท์ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเข้ามาที่ร้าน และประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในร้าน เพื่อให้แตกต่างจากร้านอื่นๆ ในพื้นที่ และมีการส่งเสริมการขายร่วมกับ IT City และ Big C
- ลูกค้า U-Store ในมหาวิทยาลัย จะเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านบอร์ดที่อยู่ในตึกของแต่ละคณะ ที่มีนักศึกษาเดินผ่านจำนวนมาก รวมทั้งผ่านสื่อภายในมหาวิทยาลัย Social Media และการทำกิจกรรมร่วมกับทางมหาวิทยาลัย ทั้งนำเสนอเทคโนโลยี ของ Apple เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย

กลุ่มลูกค้าองค์กร

- ลูกค้าสถานศึกษา บริษัท มีทีมขายเข้าไปติดต่อโดยตรงกับสถาบันการศึกษา ซึ่งกลยุทธ์หลักคือการเข้าไปนำเสนอ และทำกิจกรรม เพื่อให้ผู้บริหาร ครู มั่นใจในเทคโนโลยี และวิธีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการสอน รวมทั้งจะมีการนำครูและผู้บริหารไปเยี่ยมชมโรงเรียนที่เป็นลูกค้าของบริษัท เพื่อพบปะ พูดคุยกับผู้บริหาร และครูในโรงเรียนที่เป็นลูกค้าของบริษัท ซึ่งเป็นวิธีการสร้างความมั่นใจในความสามารถ ประสิทธิภาพ และบริการของบริษัท นอกจากนี้ บริษัท ยังร่วมทำกิจกรรมกับทางโรงเรียนในวันวิชาการของโรงเรียน และช่วยให้นักเรียนทั้งโรงเรียนได้เห็นและสัมผัสเทคโนโลยี เป็นการสร้าง Brand SPVI ให้แก่นักเรียนและครู ว่า “SPVI เป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีการศึกษา ด้วยเทคโนโลยีของ Apple”
- ลูกค้าบริษัทและรัฐวิสาหกิจ บริษัท มีทีมงานขายที่รับผิดชอบแต่ละกลุ่มธุรกิจ ซึ่งเข้าไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง พร้อมกับเจ้าหน้าที่เทคนิค นำเสนอ วิเคราะห์ หรือบางกรณีมีการจัดอบรมเพื่อเป็นการสร้างความต้องการให้แก่ลูกค้า ในส่วนของการนำเสนอทางบริษัท จะเน้นย้ำ เรื่องการบริการซึ่งเป็นจุดแข็งของทีมนี้ ซึ่งมีความแตกต่างจากการขายหน้าร้าน เนื่องจากความต้องการของลูกค้ามีความซับซ้อนมากกว่า และต้องการการบริการ ณ สถานที่ของลูกค้า โดยบริษัท มีบริการเสนอให้แก่ลูกค้าในเรื่อง บริการการจัดส่ง ติดตั้ง เชื่อมต่อเข้ากับระบบของลูกค้า การแก้ปัญหาทางโทรศัพท์ หรือ การบริการนอกสถานที่

2.2.2 ลักษณะลูกค้า

ลูกค้าของบริษัท สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าองค์กร

กลุ่มลูกค้าองค์กร สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 ลูกค้าสถานศึกษา

บริษัท มีการจำหน่ายสินค้าให้กับสถานศึกษาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถาบันอุดมศึกษา โรงเรียนมัธยมศึกษา และโรงเรียนนานาชาติ โดยบริษัท มีการทำโครงการร่วมกับสถานศึกษาต่างๆ เรียกว่า “โครงการหนึ่งนักเรียน หนึ่งคอมพิวเตอร์” (One to One Project) ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้นักเรียนมีคอมพิวเตอร์ของตัวเองที่โรงเรียน และยังมีโครงการสนับสนุนสถานศึกษาในการเปิดห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ อาทิเช่น ห้องปฏิบัติการสำหรับการเรียนการสอนด้านวิชาภาพยนตร์ ซึ่งบริษัท เป็นผู้ติดตั้งระบบให้กับมหาวิทยาลัยกรุงเทพ เพื่อจัดเก็บไฟล์วิดีโอต่างๆ บนเครื่องแม่ข่ายโดยอัตโนมัติ และสามารถดูแลเครื่องลูกข่ายโดยอัตโนมัติ โดยบริษัท จะให้บริการในลักษณะของผู้ส่งมอบ ติดตั้ง และดูแลระบบอุปกรณ์ภายในสถานศึกษา บริษัท มีนโยบายที่จะเน้นการบริการให้กับลูกค้าสถานศึกษา เพื่อที่จะเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและผลักดันให้บริษัท เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

1.2 ลูกค้านับและรัฐวิสาหกิจ

ฐานลูกค้าในกลุ่มนี้ ถือว่ามีความหลากหลายสูง เนื่องจากบริษัทฯ มีฐานลูกค้าอยู่หลายประเภททั้งที่เป็นบริษัทขนาดกลางหรือขนาดย่อม (SME) บริษัทขนาดใหญ่และรัฐวิสาหกิจ ซึ่งบริษัทฯ จะมีพนักงานที่มีประสบการณ์ด้านการขายที่เข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มเป็นอย่างดี ลูกค้ากลุ่มนี้จะมีความต้องการมากกว่าสินค้า Apple ซึ่งรวมถึงระบบเครือข่าย ระบบแม่ข่าย ซอฟต์แวร์เฉพาะทาง และต้องการบริการนอกสถานที่ รวมทั้งคำปรึกษาในการวางระบบ

2. กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป

กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป มีลักษณะเป็นการขายปลีก โดยบริษัทฯ จำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายย่อยทั่วไป ผ่านสาขาต่างๆ ของบริษัทฯ โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1 ลูกค้าร้าน iStudio / iBeat / iShop

ลักษณะลูกค้าในกลุ่มนี้จะเป็นลูกค้ารายย่อยทั่วไป ที่ซื้อสินค้าของบริษัทฯ ผ่านสาขาของบริษัทฯ ในศูนย์การค้าและอาคารสำนักงาน โดยลูกค้ากลุ่มนี้มีความตั้งใจจะซื้อสินค้า Apple โดยตรง

2.2 ลูกค้า CES (Consumer Electronic Shop)

ลักษณะลูกค้าในกลุ่มนี้ จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เดินทางไปยังร้านค้าของคู่ค้าของบริษัทฯ โดยที่บริษัทฯ เปิดจุดจำหน่ายสินค้า Apple ในพื้นที่ของคู่ค้าดังกล่าว เพื่อจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

- ลูกค้า IT City คือ ผู้บริโภคที่มีความตั้งใจที่จะเลือกซื้อสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โดยตรง
- ลูกค้า Big C คือ ผู้บริโภคสินค้าทั่วไปในร้านค้าประเภทซูเปอร์เซ็นเตอร์(Hypermarket) ซึ่งมีโอกาสได้เดินเข้ามาชมสินค้าของบริษัทฯ ในพื้นที่จัดจำหน่าย โดยลูกค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสินค้าประเภทอุปกรณ์เสริมต่างๆ หรือสินค้าที่ราคาไม่แพงจนเกินไป

2.3 ลูกค้า U-Store

ลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นนักศึกษา อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ของสถาบันการศึกษา ซึ่งมีจุดประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อใช้เป็นสื่อในการศึกษา โดยลูกค้าจะซื้อสินค้าผ่าน U-Store ซึ่งเป็นร้านค้าของบริษัทฯ เปิดทำการอยู่ภายในมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อจำหน่ายสินค้า โดยเน้นการให้บริการที่สะดวกสบาย ไม่จำเป็นต้องออกไปนอกเขตสถาบันการศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนรายได้จากการขายแยกตามประเภทลูกค้า

ประเภทลูกค้า	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มลูกค้าองค์กร						
- ลูกค้าสถานศึกษา	92.04	4.17	95.91	3.83	111.86	4.91
- ลูกค้าบริษัทและรัฐวิสาหกิจ	478.45	21.68	341.79	13.65	388.64	17.07
รายได้จากกลุ่มลูกค้าองค์กร	570.49	25.85	437.70	17.48	500.50	21.98
กลุ่มลูกค้ารายย่อย						
- ลูกค้า iStudio	1,110.10	50.29	1,349.29	53.88	1,091.26	47.92
- ลูกค้า CES	287.13	13.01	495.19	19.77	524.54	23.04
- ลูกค้า U-Store	239.53	10.85	222.01	8.87	160.75	7.06
รายได้จากกลุ่มลูกค้ารายย่อย	1,636.76	74.15	2,066.49	82.52	1,776.55	78.02
รวมรายได้จากการขาย	2,207.25	100.00	2,504.19	100.00	2,277.05	100.00

2.2.3 นโยบายราคา

ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple

บริษัทฯ จะตั้งราคาขายของหน้าร้าน โดยอิงราคาขายบน Website ของ Apple สำหรับสินค้าแต่ละรายการ บริษัทฯ จะยึดราคาดังกล่าวเป็นราคาขายปลีกสำหรับสินค้าใหม่ที่ยังไม่ออกสู่ตลาด และจะเป็นราคาที่เสนอขายแก่ลูกค้าจางกว่า Apple จะออกสินค้าใหม่เพื่อทดแทนรุ่นเดิม โดยบริษัทฯ จะได้รับการชดเชยราคาตามรุ่น เงื่อนไข และตามเวลาที่ตกลงกัน เพื่อให้บริษัทฯ สามารถปรับราคาขายลงมาได้ ยกเว้น iPhone ซึ่งบริษัทฯ ต้องสั่งซื้อจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายจะเป็นผู้แจ้งราคาพร้อมกับแพคเกจบริการมาให้บริษัทฯ

ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น

สำหรับสินค้าที่บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย ราคาขายปลีกจะเป็นราคาที่แนะนำโดยเจ้าของผลิตภัณฑ์ ยกเว้นสินค้าที่บริษัทฯ เป็นผู้นำเข้าจำหน่ายเอง บริษัทฯ จะเป็นผู้กำหนดราคาขาย โดยมีนโยบายที่ต้องสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ได้

2.2.4 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ผ่าน 2 ช่องทางหลัก คือ

1. ช่องทางจำหน่ายผ่านสำนักงานใหญ่ เป็นการติดต่อซื้อขายสินค้าโดยตรงระหว่างเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทฯ กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งบริษัทฯ ได้จำแนกเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายออกเป็นกลุ่มตามลักษณะของลูกค้า โดยเจ้าหน้าที่แต่ละกลุ่มจะดูแลรับผิดชอบลูกค้าตามประเภทลูกค้าที่กำหนดไว้ในแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มลูกค้าสถานศึกษา และกลุ่มลูกค้าประเภทบริษัทและรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น ซึ่งรวมถึง IT City และ Big C ที่พนักงานขายสำนักงานใหญ่จะเป็นผู้ติดต่อขายสินค้าเพื่อจำหน่ายในจุดจำหน่าย Apple ใน IT City และ Big C

2. ช่องทางจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก เป็นช่องทางจำหน่ายโดยตรงกับลูกค้ารายย่อย โดยบริษัทฯ มีช่องทางจำหน่ายครอบคลุมในพื้นที่ที่หลากหลาย ทั้งสาขา iStudio / iBeat / iShop จำนวน 8 สาขา ที่ตั้งในศูนย์การค้า และอาคารสำนักงาน รวมทั้งสาขาในมหาวิทยาลัย (U-Store) จำนวน 9 สาขา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในวงกว้างและอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า ซึ่งบริษัทฯ จะพิจารณาองค์ประกอบต่างๆ ที่เหมาะสมให้การจัดตั้งร้านค้าปลีกในแต่ละพื้นที่แตกต่างกันตามประเภทของร้านค้าปลีก เช่น สถานที่ตั้ง ประเภทของลูกค้าในบริเวณนั้นๆ หรือความหนาแน่นของพื้นที่ เป็นต้น

ประเภทของสาขาและศูนย์บริการของบริษัทฯ

โลโก้	ชื่อร้านค้า	ลักษณะร้าน
สัญญา Apple Premium Reseller (APR)		
	iStudio	- ผู้ประกอบในประเทศไทยที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็น Apple Premium Reseller ร่วมกันตั้งชื่อ iStudio - สถานที่ตั้ง : Prime Area - พื้นที่ร้าน : ไม่น้อยกว่า 100 ตารางเมตร - ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย : สินค้า Apple ทุกประเภท

โลโก้	ชื่อร้านค้า	ลักษณะร้าน
สัญญา Authorized Apple Thailand Reseller (AAR)		
 Authorised Reseller	iBeat	- ผู้ประกอบในประเทศไทยที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็น Apple Authorized Reseller ร่วมกันตั้งชื่อ iBeat - สถานที่ตั้ง : Community Mall หรือ อาคารสำนักงาน - พื้นที่ร้าน : ไม่น้อยกว่า 50 ตารางเมตร - ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย : สินค้า Apple ทุกประเภท
	iShop	- มีเพียงร้านเดียว โดยทางบริษัท เป็นผู้ตั้งชื่อ iShop ไม่สามารถเป็น iBeat ได้เนื่องจากพื้นที่น้อยกว่า 50 ตารางเมตร - ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย : สินค้า Apple ทุกประเภท
	จุดจำหน่ายสินค้า Apple ใน IT City และ Big C	- ต้องมีพนักงานประจำร้านตลอดเวลา - ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย : iPad จะเป็นสินค้าหลัก ส่วนสาขาที่มีขนาดใหญ่จะมีการจำหน่าย Apple Computer และ iPod ควบคู่ไปด้วย
สัญญา Apple Campus Store Reseller		
 Campus Experience Centre	U-Store	- ผู้ประกอบในประเทศไทยที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็น Apple Campus Store Reseller ร่วมกันตั้งชื่อ U-Store - สถานที่ตั้ง : มหาวิทยาลัย - ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย : สินค้า Apple ทุกประเภท
สัญญา Apple Authorized Service Provider		
 Authorised Service Provider	Smart Bar	- เป็นศูนย์บริการที่บริษัท ตั้งขึ้น - ให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของ Apple
สัญญา Apple Authorized Training Center		
 Authorised Training Center		- ให้บริการสอบ OS X Support Essential - ตั้งอยู่ที่ศูนย์บริการ Smart Bar สาขา IT Mall ฟอรั่ม ทาวน์

ตารางแสดงสัดส่วนรายได้จากการขายแยกตามประเภทช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่าย	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สำนักงานใหญ่	857.62	38.85	932.89	37.25	1,025.04	45.02
ร้านค้าปลีก	1,349.63	61.15	1,571.29	62.75	1,252.01	54.98
รวมรายได้จากการขาย	2,207.25	100.00	2,504.19	100.00	2,277.05	100.00

2.2.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรม

จากการสรุปมูลค่าตลาดการสื่อสารและตลาดฮาร์ดแวร์ปี 2556 ของ สวทช. และ กสทช. พบว่าภาพรวมตลาดคอมพิวเตอร์หดตัวจากปีก่อน 4% เนื่องจากเศรษฐกิจภายในประเทศที่ซบเซา และภาคครัวเรือนลดการใช้จ่ายลง คาดการณ์ว่าในปี 2557 ตลาดจะสามารถเติบโตได้ 4.3% โดยส่วนที่เติบโตตามกระแสอุปกรณ์พกพา รวมถึงปัจจัยด้านการใช้งานเทคโนโลยีสูงขึ้น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางธุรกิจ เช่น Cloud Computing , Big Data เพื่อจัดการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งต้องลงทุนด้านอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ และ โซลูชันต่างๆ ที่สูงขึ้น สำหรับตลาดสมาร์ทโฟน เติบโต 24.2%

ภาวะการแข่งขัน

จากการที่บริษัท ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple เป็นหลัก ดังนั้นการแข่งขันของผู้ผลิตสินค้า ICT โดยเฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และ Tablet PC ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยตรง โดยเฉพาะในส่วนของผู้ผลิตไม่ว่าจะเป็น Apple, Samsung, Nokia ที่จะออกสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด อย่างไรก็ตาม ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ Apple ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรม ระบบปฏิบัติการ Mac OS X สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์, iOS สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ Tablet, Clouding System, Retina Display สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์พกพาที่แสดงผลภาพได้คมชัดกว่าจอคอมพิวเตอร์ทั่วไป ความหลากหลายของ Application ความปลอดภัยของระบบ ประกอบกับการออกแบบสินค้าที่ทันสมัย และความง่ายในการใช้งานคาดว่าผลิตภัณฑ์ Apple จะยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค โดยสามารถพิจารณาได้จากข้อมูลของ StatCounter Global Stats ที่แสดงให้เห็นถึงส่วนแบ่งตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ Apple ในประเทศไทย เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.54 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 13.18 ในปี 2554 ในขณะที่ปี 2555 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30.03 และร้อยละ 35.30 ในปี 2556

ในส่วนของผู้ประกอบการรายอื่นที่ได้รับการแต่งตั้งเป็น Reseller ในประเทศไทยจาก Apple เช่นเดียวกับบริษัท ทำให้สามารถเปิดร้าน iStudio, iBeat, U-Store หรือ จุดขายสินค้า Apple ในร้าน Retail ของผู้ประกอบการดังกล่าว หรือห้างสรรพสินค้าต่างๆ ได้เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม แต่ละศูนย์การค้า หรืออาคารสำนักงาน หรือ Community Mall จะไม่มีร้านของ Apple ประเภเดียวกัน อยู่ในที่เดียวกัน และการเปิดสาขาใหม่จะต้องผ่านการอนุมัติจาก Apple ก่อน Reseller ทุกรายจะต้องบริหารช่องทางการจำหน่ายของตนเอง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้น ความสำเร็จของ Reseller คือการมีช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง และรวดเร็ว มีการบริการที่มีคุณภาพและครบวงจร และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

รายละเอียดการจัดหาผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถสรุปได้ดังนี้

2.3.1 ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple

จากการที่บริษัท ได้รับการแต่งตั้งจาก Apple South Asia (Thailand) Limited ให้เป็นตัวแทนจำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ตามสัญญา Apple Premium Reseller Agreement Authorized Apple Thailand Reseller และ Apple Campus Store Reseller บริษัทฯ จึงสามารถสั่งซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ประเภทคอมพิวเตอร์ทุกรุ่น รวมทั้งอุปกรณ์เสริมภายใต้ตราสินค้า Apple ต่างๆ เช่น ที่ชาร์จแบตเตอรี่ (Battery Charger) หูฟัง (Headphone) เมาส์ (Mouse) สายพ่วง (Devices Connector) เครื่องส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet Router) แผนความคุ้มครอง AppleCare (AppleCare Protection Plan) เป็นต้น จาก Apple โดยตรง รวมทั้งผลิตภัณฑ์ประเภท iOS ในส่วนของไอแพด (iPad) และไอพอด (iPod) บริษัทฯ สามารถสั่งซื้อจาก Apple ได้โดยตรง แต่สำหรับ iPhone บริษัทฯ จะสั่งซื้อจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 3 ราย

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ประเภท	ผู้ผลิต / ตัวแทนจำหน่าย
คอมพิวเตอร์	คอมพิวเตอร์ iMac, Mac Mini, Mac Pro	Apple South Asia (Thailand) Limited
	คอมพิวเตอร์แบบพกพา MacBook Pro, MacBook Air	Apple South Asia (Thailand) Limited
IOS	iPod	Apple South Asia (Thailand) Limited
	iPad	Apple South Asia (Thailand) Limited
	iPhone	บริษัท ไวร์เลส ดีไวซ์ ซัพพลาย จำกัด บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ทูริสทริบิวชั่น แอนด์ เซลล์ จำกัด
อุปกรณ์เสริม	ที่ชาร์จแบตเตอรี่ / หูฟัง / สายพวง Internet Router / Apple Care Protection	Apple South Asia (Thailand) Limited

2.3.2 ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-Apple Products)

บริษัทฯ ยังมีการซื้อสินค้าตราสินค้าอื่นๆ โดยสามารถจำแนกผู้ผลิต / ตัวแทนจำหน่าย ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ประเภท	ยี่ห้อ	ผู้ผลิต / ตัวแทนจำหน่าย
อุปกรณ์เสริม	ฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูลพกพา	LaCie	LaCie Asia Limited
	หูฟังและลำโพงขนาดเล็ก	Bose	บริษัท อัสวโสภณ จำกัด
		JBL	บริษัท มหาจักรดีเวลอปเม้นท์ จำกัด
		Beats	บริษัท อาร์ ที บี เทคโนโลยี จำกัด
		Jabra	บริษัท อาร์ ที บี เทคโนโลยี จำกัด
		Jawbone	บริษัท ดับบลิวแก๊ดเจท จำกัด
	Case iPhone / iPad / iPod		ตัวแทนจำหน่ายหลายราย
กราฟิก	เครื่องพิมพ์	EPSON	EPSON (Thailand) Company Ltd.
	กระดาษสำหรับงานพิมพ์	Tecco	Tecco GmbH
	อุปกรณ์วัดคุณภาพการพิมพ์	X-Rite	Union TSL Limited
ซอฟต์แวร์		Adobe	Adobe Systems Software Ireland Ltd.
		EFI	EFI Singapore Pte Ltd.
คอมพิวเตอร์		Dell	Dell Corporation Limited

2.3.3 งานบริการ

บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งจาก Apple South Asia (Thailand) Limited ให้เป็น Authorized Service Provider ทำให้บริษัทฯ สามารถเปิดศูนย์บริการภายใต้ชื่อ Smart Bar เพื่อให้บริการต่างๆ สำหรับสินค้า Apple ได้ โดยสามารถซื้ออะไหล่ต่างๆ จาก Apple ได้โดยตรง

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จำหน่ายสินค้ารายใหญ่

บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งจาก Apple South Asia (Thailand) Limited เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของ Apple รวมทั้งเปิดศูนย์บริการเพื่อให้บริการหลังการขายสินค้า Apple โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนการซื้อสินค้าจาก Apple คิดเป็นร้อยละ 75.75 ร้อยละ 73.65 และร้อยละ 75.37 ของยอดสั่งซื้อทั้งหมดในปี 2554 - 2556 ตามลำดับดังนี้ หากบริษัทฯ ถูกยกเลิกการแต่งตั้งจาก Apple ในการจำหน่ายสินค้า Apple จะเกิดผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญถึงแม้สัญญาในการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า Apple เป็นสัญญาปีต่อปี แต่จากการที่นายไตรสรณ์ และนางเพ็ชรรัตน์ วรรณานโกศล และทีมงานผู้บริหาร ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้กับ Apple มากกว่า 20 ปี อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้รับรางวัลต่างๆ จาก Apple มาโดยตลอด รวมทั้งสร้างยอดขายจำนวนมาก และปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญากับ Apple อย่างเคร่งครัด ทำให้ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ จะได้รับการสนับสนุนและความไว้วางใจจาก Apple อย่างต่อเนื่อง

3.2 ความเสี่ยงจากการล้าสมัยของสินค้า

สินค้าของ Apple เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว Apple จึงต้องทำการพัฒนาและออกสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีความทันสมัยและมีหน้าที่การใช้งานเพิ่มเติมให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เช่นเดียวกับสินค้า IT อื่นๆ ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่าย บริษัทฯ จึงอาจประสบปัญหาในเรื่องการบริหารสินค้าคงคลัง กล่าวคือ สินค้าที่มีอยู่อาจเสื่อมความนิยมและล้าสมัย ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าดังกล่าวได้

จากการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้า Apple มานาน ทำให้มีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างดี โดยบริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่ดูแลสินค้า (Product Management) คอยติดตามสต็อกสินค้า คัดเลือกสินค้า และสั่งซื้อสินค้าจำนวนที่เหมาะสม เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัย สำหรับการคัดเลือกสินค้าเข้ามาจำหน่าย เจ้าหน้าที่ดูแลสินค้าจะมีการสำรวจความคิดเห็น ความต้องการผ่านทางพนักงานหน้าร้าน และผู้จัดการสาขาอย่างสม่ำเสมอ ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ แนวโน้ม หรือเทคโนโลยีต่างๆ จาก Apple รวมทั้งผู้จัดจำหน่ายรายอื่นส่งผลทำให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรสินค้าได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ มีการบริหารสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยระบบ Inventory Online ที่เชื่อมโยงข้อมูลสินค้าคงคลังของทุกสาขา โดยทุกสิ้นวันจะมีการสุ่มตรวจเช็คสินค้าคงคลังของแต่ละสาขา เพื่อการเปรียบเทียบยอดสินค้าคงเหลือกับรายงานสินค้าคงคลังจากระบบ Inventory ของบริษัท ในสาขาที่มีการหมุนเวียนสินค้าคงเหลือช้า ก็จะดำเนินการโอนไปยังสาขาอื่นพร้อมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อช่วยในการจำหน่ายให้เร็วขึ้นหากสาขาใดมีสินค้าไม่พอกับความต้องการ ก็จะสามารถตรวจเช็คสินค้าคงคลังจากสาขาอื่นได้ในทันที ส่งผลทำให้บริษัทฯ สามารถระบายสินค้าได้รวดเร็วก่อนที่สินค้าที่มีอยู่จะเสื่อมความนิยม นอกจากนี้ ในกรณีที่ Apple ออกสินค้านวัตกรรมเพื่อทดแทนรุ่นเดิม บริษัทฯ จะได้รับการชดเชยส่วนต่างราคาตามรุ่น เกือวไซ และตามเวลาที่ตกลงกัน เพื่อให้บริษัทฯ สามารถปรับราคาขายลงมาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้

3.3 ความเสี่ยงจากการการแข่งขัน

การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาด ICT โดยเฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตพีซี ส่งผลทำให้การแข่งขันที่สูง โดยเฉพาะในส่วนของผู้ผลิตไม่ว่าจะเป็น Apple, Samsung, Nokia, HTC ที่จะออกสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด อย่างไรก็ตาม ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ Apple ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรม ระบบปฏิบัติการ Mac OSX สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์, iOS สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ Tablet, Clouding System, Retina Display สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์พกพาที่แสดงภาพได้คมชัดกว่าจอคอมพิวเตอร์ทั่วไป ความหลากหลายของ Application ความปลอดภัยของระบบ

ประกอบกับการออกแบบสินค้าที่ทันสมัย และความง่ายในการใช้งานคาดว่าผลิตภัณฑ์ Apple จะยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค จากข้อมูลของ StatCounter Global Stats ที่แสดงให้เห็นถึงส่วนแบ่งตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ Apple ในประเทศไทย โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.54 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 13.18 ในปี 2554 ในขณะที่ปี 2555 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30.03 และร้อยละ 34.29 ในปี 2556 ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากผู้ประกอบการรายอื่นที่ได้รับการแต่งตั้งจาก Apple ให้เป็น Reseller ในประเทศไทย เช่นเดียวกัน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเปิดร้าน iStudio, iBeat, U-Store หรือ จุดขายสินค้า Apple ในร้าน Retail ของผู้ประกอบการดังกล่าว หรือห้างสรรพสินค้าต่างๆ ได้เช่นเดียวกับบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม แต่ละศูนย์การค้าหรืออาคารสำนักงาน หรือ Community Mall จะไม่มีร้าน Apple ประเภทเดียวกันอยู่ในที่เดียวกัน (แต่อาจมีจุดจำหน่ายอื่นๆ ที่จำหน่ายสินค้า Apple เช่น ใน Power Buy หรือ Power Mall) Reseller ทุกรายจะต้องบริหารช่องทางการจำหน่ายของตนเอง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้น ความสำเร็จของ Reseller คือการมีช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และรวดเร็วการบริการที่มีคุณภาพและครบวงจร และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

จากการที่บริษัทฯ เป็นร้านตัวแทนจำหน่าย Apple ที่มีช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมและทั่วถึงทั้งในส่วนสาขาซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใน Prime Area ทั่วกรุงเทพมหานคร และจุดขายสินค้า Apple จำนวน 48 แห่งทั่วประเทศ โดยตั้งอยู่ที่ IT City จำนวน 22 สาขาและที่ Big C จำนวน 26 สาขา บริษัทฯ ยังมีศูนย์บริการที่มีคุณภาพและครบวงจร สามารถให้บริการหลังการขายสำหรับสินค้าต่างๆ ของบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ในบรรดาคู่แข่งที่เป็น Reseller ของ Apple ส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่ตลาดค้าปลีก โดยการเปิดสาขาเพื่อครอบคลุมพื้นที่จำหน่ายทั่วไป เนื่องจากผู้บริหารของบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ Apple มานาน ทำให้มีฐานลูกค้าที่เป็นองค์กร และการศึกษา ซึ่งคู่แข่งไม่มีความถนัดหรือทีมงานที่จะเข้ามาทำตลาดในส่วนนี้ ประกอบกับบริษัทฯ มีกลยุทธ์ ในการนำสินค้าประเภทอื่นๆ เข้ามารวมกับสินค้า Apple สำหรับสร้างเป็น Solution ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการเรียนการสอน รวมทั้งบริษัทฯ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา และประสบความสำเร็จในการติดตั้งระบบต่างๆ ในโรงเรียนและมหาวิทยาลัยชั้นนำหลายแห่ง ทำให้บริษัทฯ สามารถรุกตลาดองค์กรและการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับสัญญาเช่าพื้นที่

เนื่องจากบริษัทฯ มีการจำหน่ายสินค้าและให้บริการให้แก่ลูกค้ารายย่อยทั่วไปโดยผ่านสาขาของบริษัทฯ ทั้งสิ้นจำนวน 17 สาขา (iStudio 6 สาขา iShop1 สาขา iBeat1 สาขา U-Store 9 สาขา) และศูนย์บริการ 3 สาขา ซึ่งตั้งอยู่ในศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน มหาวิทยาลัยทั่วกรุงเทพมหานคร ดังนั้นบริษัทฯ จะต้องทำการเช่าพื้นที่จากผู้ให้เช่าพื้นที่ทั้งในรูปแบบของสัญญาเช่าระยะสั้นและระยะยาว บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ หรืออาจมีความเสี่ยงจากการที่ผู้ให้เช่าขอเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในการต่อสัญญาที่ทำให้บริษัทต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าเดิม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีสาขาที่เป็นสัญญาเช่าพื้นที่ระยะยาวจำนวน 1 สาขา ซึ่งมีอายุการเช่าคงเหลือ 17 ปี สำหรับสาขาที่เหลือเป็นสัญญาเช่าพื้นที่ระยะสั้น ซึ่งมีอายุสัญญาไม่เกิน 3 ปี จึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ได้ แต่จากการที่ผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นคู่ค้าที่ดีของผู้ให้เช่าพื้นที่มาโดยตลอดกว่า 10 ปี จึงทำให้มีความเสี่ยงเกี่ยวกับต่อสัญญาเช่าพื้นที่ดังกล่าวค่อนข้างน้อย

3.5 ความเสี่ยงจากเงินทุนหมุนเวียน

เนื่องจากสินค้า Apple เป็นสินค้าที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะช่วงที่ออกสินค้ารุ่นใหม่ เพื่อให้มีสินค้าเพียงพอในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงที่ออกสินค้ารุ่นใหม่ ทำให้บริษัทฯ จำเป็นต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนจำนวนมากในการสั่งซื้อสินค้าเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการในช่วงดังกล่าว อย่างไรก็ตามในปัจจุบันบริษัทฯ มีวงเงินกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง รวมทั้ง บริษัทฯ อาจมีการขายลดลูกหนี้ เพื่อให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ เมื่อรวมกับเงินทุนจากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนในช่วงปลายปี 2556 ทำให้บริษัทฯ มีฐานะเงินทุนหมุนเวียนที่เข้มแข็งยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เนื่องจากการขายสินค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นการขายเงินสดให้กับผู้บริโภคทั่วไป ถึงแม้บริษัทฯ จะเน้นการขายลูกค้านักค้าปลีกเพิ่มมากขึ้น แต่ Cash Cycle ของบริษัทฯ ยังคงค่อนข้างสั้น โดยในปี 2556 Cash Cycle บริษัทฯ อยู่ที่ 11.38 วัน ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถบริหารเงินทุนหมุนเวียนได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.6 ความเสี่ยงจากการเกิดความเสียหายจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน

บริษัทฯ มีความจำเป็นที่จะต้องมีการกระจายสินค้าไปตามสาขาในพื้นที่ต่างๆ ประกอบกับสินค้ามีมูลค่าค่อนข้างสูง เคลื่อนย้ายสะดวกและเป็นที่ต้องการโดยทั่วไปจากลักษณะดังกล่าวบริษัทฯ อาจเผชิญความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงานบริษัทฯ จึงได้วางระบบควบคุมภายในและระบบสอบทานไว้เป็นอย่างดี รวมทั้งนำระบบสารสนเทศมาช่วยสนับสนุน ในส่วนระบบจัดเก็บสินค้า บริษัทฯ มีมาตรการตรวจสอบสินค้าโดยผู้จัดการสาขาจะดำเนินการสุ่มตรวจสอบสินค้าทุกวัน โดยเฉพาะสินค้าที่มีมูลค่าสูง นอกจากนั้นยังมีเจ้าหน้าที่จากแผนกบัญชีเข้าไปตรวจนับสินค้าในแต่ละสาขา อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง พนักงานในสาขานั้นๆจะต้องร่วมกันรับผิดชอบหากมีสินค้าสูญหาย โดยมาตรการต่างๆ และระบบงานที่บริษัทฯ วางไว้จะช่วยจำกัดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นไว้ในระดับที่ไม่เป็นสาระสำคัญต่อผลประกอบการ

3.7 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลัก ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

บริษัทฯ ก่อตั้งโดย นายไตรสรณ์ และนางเพ็ชรรัตน์ วรรณโกศล ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในธุรกิจ Apple และมีความสัมพันธ์อันดีกับ Apple มาเป็นเวลานานกว่า 20 ปี ส่งผลทำให้ทั้ง 2 ท่านเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการบริหารบริษัทฯ บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารทั้ง 2 ท่าน อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 มกราคม 2557 กลุ่มวรรณโกศลจะยังคงสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 23.87 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทฯ ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่สูงและเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารทั้ง 2 ท่าน ในการบริหารงานให้บริษัทฯ เจริญต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายผลักดันให้มีการบริหารงานเป็นที่मानเพิ่มมากขึ้น มีการว่าจ้างบุคลากรมืออาชีพจากภายนอกเข้ามาช่วยบริหาร โดยคำนึงถึงการพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพของบริษัทเป็นสำคัญ และจากการที่ผู้บริหารทั้ง 2 ท่าน เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน เพื่อเป็นการป้องกันการมีอำนาจเบ็ดเสร็จ บริษัทฯจึงได้กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ไว้อย่างชัดเจนในอำนาจการดำเนินงานของบริษัทฯ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 รายละเอียดของทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธ.ค. 56 (ล้านบาท)
ส่วนต่อเติมอาคาร	เป็นเจ้าของ	ไม่ติดภาระผูกพัน	1.94
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	ไม่ติดภาระผูกพัน	0.51
อุปกรณ์สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	ไม่ติดภาระผูกพัน	2.91
เครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	ไม่ติดภาระผูกพัน	1.23
เครื่องตกแต่งและติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	ไม่ติดภาระผูกพัน	29.98
โปรแกรมคอมพิวเตอร์และโปรแกรมทางบัญชี	เป็นเจ้าของ	ไม่ติดภาระผูกพัน	8.1
คอมพิวเตอร์	เป็นเจ้าของ	ไม่ติดภาระผูกพัน	3.07
รวม			47.74

4.2 รายละเอียดของสัญญาเช่าทรัพย์สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีการเช่าพื้นที่และอาคารเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจจากผู้ให้เช่าหลายราย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ให้เช่า	วัตถุประสงค์ การเช่า	สถานที่ตั้ง	พื้นที่เช่า (ตร.ม.)	ระยะเวลาการเช่า
บริษัท ซี พี แลนด์ จำกัด (มหาชน)	iStudio	ห้อง 3C96 ชั้น 3 อาคารฟอร์จูนทาวน์	102	16 พ.ย. 56 – 15 พ.ย. 59
	iBeat	ห้อง 4P36 ชั้น 4 อาคารฟอร์จูนทาวน์	50	1 พ.ค.54 – 30 เม.ย.57
	Smart Bar	ห้อง 3C85-87 ชั้น3 อาคารฟอร์จูนทาวน์	431	16 พ.ย. 56 – 17 พ.ย. 59
บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด	iStudio	ห้อง 408 ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า แจ้งวัฒนะ	117	27 พ.ย.54 – 26 พ.ย.57
		ห้อง 409 ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า แจ้งวัฒนะ	69.11	25 ธ.ค.53 -24 ธ.ค.56
	Smart Bar	ห้อง 441 ชั้น 4 ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า แจ้งวัฒนะ	44.22	14 ก.พ. 55 – 13 ก.พ. 58
บริษัท ซีคอน ดีเวลล อปเม้นท์ จำกัด	iStudio	ห้อง 1097 ชั้น G อาคารซีคอน สแควร์	129.97	16 พ.ย.55 –15 พ.ย. 58
บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา ไลน์ สแควร์	iStudio	ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพระราม 9 ชั้น 4	230.45	14 ธ.ค.54 – 13 ธ.ค.57
บริษัท ทิพย์พัฒน์ อาร์ เขต จำกัด	iStudio	ห้อง 1129, 1130, 1133B อาคารเกต เวย์ เอกมัย ชั้น 1	172	1 มี.ค. 55 – 28 ก.พ. 58
	Smart Bar	ห้อง 4138-4140 อาคารเกตเวย์ เอกมัย ชั้น 4	57	1 มี.ค.55 – 28 ก.พ.58
บริษัท ทิพย์พัฒน์ อาร์ เขต จำกัด	iShop	ห้อง 386-387 ชั้น 3 อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า	34	1 ก.ค.56 –30 มิ.ย.58
มหาวิทยาลัย อัสสัมชัญ วิทยาเขต สุวรรณภูมิ	U•Store	ชั้น G ห้องเลขที่ 27 ของอาคาร ABAC Plaza	32.30	1 พ.ย.54 – 31 ต.ค.57
มหาวิทยาลัย อัสสัมชัญ วิทยาเขต หัวหมาก	U•Store	ชั้น 1 อาคารเซนต์ฟิลิปส์	16.50	1 มิ.ย.55 – 31 พ.ค.58
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	U•Store	อาคารอเนกประสงค์ข้างอาคาร 10 วิทยาเขตรังสิต	64.00	1 พ.ค.55- 30 เม.ย.57
มหาวิทยาลัย	U•Store	ชั้น 1 อาคาร 10 ชั้น คณะบริหารธุรกิจ	36.00	1 พ.ย.56 – 31 ต.ค.57

ผู้ให้เช่า	วัตถุประสงค์ การเช่า	สถานที่ตั้ง	พื้นที่เช่า (ตร.ม.)	ระยะเวลาการเช่า
เกษตรศาสตร์				
มหาวิทยาลัยมหิดล (ศาลายา)	U-Store	ชั้นใต้อาคารหอสมุดและคลังความรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล	65.00	1 ม.ค.54 – 31 ธ.ค.58
มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย	U-Store	ชั้น 1 อาคาร 7 ภายในมหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิตย	37.00	1 มิ.ย.56 – 31 ก.ค. 57
มหาวิทยาลัยบูรพา	U-Store	ด้านหน้าอาคารศูนย์ปฏิบัติการโรงแรม เทาทอง	48.00	21 ธ.ค.54 – 20 ธ.ค.57
บริษัท เอส พี วี แอด วานซ์ จำกัด	สำนักงาน Smart Bar	อาคารโฮมออฟฟิศ 4 ชั้น 3 คูหาเลขที่ 1213/58-60 (เฉพาะชั้น 1 และชั้น) และอาคารโฮมออฟฟิศ 4 ชั้น 1 คูหา เลขที่ 1213/21 โครงการทาวน์อินทาวน์ ถนนศรีวิภา แยกจากถนนประดิษฐ์มนู ธรรม แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กทม.	876	1 ม.ค.56 - 31 ธ.ค.58
บริษัท เอส พี วี ดิจิตอล เซอร์วิส จำกัด	สำนักงาน	อาคารโฮมออฟฟิศ 4 ชั้น 1 คูหา เลขที่ 1213/61 โครงการทาวน์อินทาวน์ ถนน ศรีวิภา แยกจากถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กทม.	320	1 ม.ค.56 - 31 ธ.ค.58

หมายเหตุ : U-Store 2 สาขาซึ่งตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ และรังสิต เป็นสัญญาและข้อตกลงร้านค้า ไม่มีกร
คิดค่าเช่า เป็นการแบ่งผลตอบแทนจากยอดขาย

4.3 รายละเอียดสิทธิการเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัท มีทรัพย์สินซึ่งเป็นสิทธิการเช่าพื้นที่ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ที่ตั้ง	วัตถุประสงค์	พื้นที่	ระยะเวลาการเช่า	ภาระผูกพัน	มูลค่าตามบัญชี 31 ธ.ค. 2556 (ล้านบาท)
ห้อง 223 ชั้น 2 อาคารเอสพลานาด	iStudio	100 ตรม.	11 ก.พ.54 – 4 ส.ค.74	ไม่ติดภาระ ผูกพัน	8.05

4.4 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ ไม่มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม อย่างไรก็ตาม ในอนาคตบริษัทฯ อาจพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและเอื้อประโยชน์ต่อการทำธุรกิจของบริษัทฯ หรือเป็นธุรกิจซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโต โดยจะคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะดำเนินการต่างๆ ให้เป็นไปตามข้อกำหนดและประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทฯ จะพิจารณาส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนเพื่อร่วมกำหนดนโยบาย และ/หรือส่งตัวแทนไปเป็นผู้บริหารเข้าร่วมการบริหารงานซึ่งในการพิจารณาดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและจำเป็นในแต่ละกรณี

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ ไม่เป็นคู่ความหรือคู่กรณี ในคดีดังต่อไปนี้

1. คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556
2. คดีที่ส่งผลกระทบต่อการทำดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้
3. คดีที่ไม่ได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ

6. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	บริษัท เอส พี วี ไอ จำกัด (มหาชน)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ประกอบธุรกิจหลักเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ทั้งคอมพิวเตอร์ ผลิตภัณฑ์ประเภท iOS (iPod, iPad, iPhone) และอุปกรณ์เสริมต่างๆ รวมทั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่น ๆ เพื่อใช้งานร่วมกับสินค้า Apple เป็นหลัก เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า เช่น ฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูลสำหรับงานวิดีโอ ฮาร์ดดิสก์เก็บข้อมูลแบบพกพา ผลิตภัณฑ์ประเภทสิ่งพิมพ์และกราฟิก รวมถึงอุปกรณ์ต่อพ่วงสำหรับสินค้าประเภท iOS (iPod, iPad, iPhone) เช่น ลำโพงหูฟัง รวมทั้ง Case ป้องกันการกระแทก และฟิล์มกันรอย เป็นต้น
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	1213/58-59 ซอยลาดพร้าว 94 ถนนศรีวิภา แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร
เลขทะเบียนบริษัท	0107556000264
เว็บไซต์	www.spvi.co.th
โทรศัพท์	0-2559-2901-10
โทรสาร	0-2559-2488

บุคคลอ้างอิง

1. นายทะเบียนหุ้น

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ชั้น 4, 6-7 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เลขที่ 62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย
เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ : 0-2359-1200 โทรสาร : 0-2359-1262

2. ผู้สอบบัญชี

นายวิชาติ โลเกศกระวี
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4451
บริษัทสำนักงาน เอ็นส์ แอนด์ ยัง จำกัด
ชั้น 33 อาคารเลครัชดา 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่
แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ : 0-2264-0777 โทรสาร : 0-2264-0789-90