

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### 1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ประกอบธุรกิจหลักในการค้าปลีกสินค้าไอทีเช่น คอมพิวเตอร์ แล็ปท็อปคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะโทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ตและอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้องโดยธุรกิจของบริษัทเริ่มต้นในปี 2539 จากการเป็นสำนักงานขายสินค้าไอทีและร้านค้าปลีกสินค้าไอทีในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่าต่อมากลุ่มผู้ก่อตั้งได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการเติบโตของธุรกิจสินค้าไอทีซึ่งในขณะนั้นประเทศไทยมีสัดส่วนประชากรที่เข้าถึงการใช้งานคอมพิวเตอร์ไม่ถึงร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศกลุ่มผู้ก่อตั้งจึงได้รวมตัวกันก่อตั้งบริษัทขึ้น เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2547 เพื่อจำหน่ายสินค้าไอทีในลักษณะขายส่งให้กับร้านค้าปลีกทั่วประเทศซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัทในขณะนั้น รวมทั้งขายปลีกผ่านหน้าร้านขายของตัวเองภายในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่าต่อมาผู้บริหารของบริษัทเห็นว่าธุรกิจขายปลีกสินค้าไอทีมีโอกาสในการเติบโตและมีข้อดีมากกว่าการขายส่งจึงได้ปรับนโยบายการทำธุรกิจของบริษัทให้เน้นการขายปลีกสินค้าไอทีมากกว่าการขายส่ง โดยการเพิ่มจำนวนช่องทางร้านค้าขายปลีกให้มากยิ่งขึ้นผ่านการขยายสาขาร้านค้าของบริษัทไปยังศูนย์การค้าต่างๆ

ร้านค้าของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ ร้านค้าที่ขายสินค้าไอทีทั่วไป (รวมถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต) และร้านค้าที่ขายสินค้าแบรนด์ Apple โดยร้านค้าของบริษัทในแต่ละลักษณะมีประวัติความเป็นมา ดังนี้

(1) **ร้านขายสินค้าไอทีทั่วไป**—จากนโยบายของบริษัทที่ต้องการเพิ่มช่องทางการขายปลีกไปยังศูนย์การค้าในปี 2552 บริษัทได้ทำการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ร้านค้าขายสินค้าไอทีทั้งหมด ซึ่งในขณะนั้นมีจำนวนประมาณ 100 สาขาจากเดิมที่มีชื่อร้านหลากหลายมาใช้ชื่อร้าน “Banana IT” เหมือนกันทั้งหมดเพื่อให้แบรนด์ของบริษัทเป็นที่จดจำ รวมทั้งปรับภาพลักษณ์และบรรยากาศภายในร้านให้การเลือกซื้อสินค้าไอทีเป็นเรื่อง “กล้วยๆ” ง่ายสำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยรองรับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มสุภาพสตรีที่มีแนวโน้มในการใช้งานสินค้าไอทีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และได้เพิ่มหมวดสินค้าไอทีให้มีความหลากหลายครอบคลุมถึงสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตสำหรับร้าน Banana IT บริษัทยังคงเน้นจำหน่ายสินค้าแล็ปท็อป และสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ทั่วไปเป็นหลัก

นอกจากนี้ การพัฒนาเทคโนโลยีในด้านการติดต่อสื่อสารอย่างรวดเร็วยังส่งผลให้สินค้าสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตได้รับความนิยมอย่างก้าวกระโดด ในปี 2556 บริษัทจึงได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตโดยเฉพาะภายใต้ชื่อร้าน “Banana Mobile” เพื่อให้ลูกค้าแบ่งแยกและจดจำแบรนด์ของร้านได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และบริษัทยังได้เปิดร้าน “Samsung Shop” เพื่อเสริมสร้างช่องทางจำหน่ายสินค้าสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตแบรนด์ Samsung ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงอีกช่องทางหนึ่ง

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีสาขา Banana IT 137 สาขา Banana Mobile 29 สาขา และ Samsung Shop จำนวน 4 สาขา

(2) **ร้านขายสินค้าแบรนด์ Apple** – สินค้าของ Apple ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และสินค้าไอทีนับตั้งแต่การเปิดตัวเครื่องเล่นเพลง iPod ในปี 2544 ต่อเนื่องมาถึงการเปิดตัว iPhone และ iPad ในปี 2550 และ 2553 ตามลำดับส่งผลให้การใช้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั่วโลกมาจนถึงปัจจุบันจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของสินค้าแบรนด์ Apple บริษัทจึงได้เข้าทำสัญญาเป็น Authorized Reseller กับ Apple South Asia (Thailand) Ltd. ในปี 2548 เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน iStudio ร้าน iBeat และร้าน U-Store by Comseven โดยร้าน iStudio จะเป็นร้านขนาดใหญ่ซึ่งมีขนาดพื้นที่และการตกแต่งร้านมากกว่าร้าน iBeat และบริษัทจะเป็นผู้บริหารงานร้าน iStudio เองทั้งหมด สำหรับร้าน iBeat นอกจากบริษัทจะดำเนินการเองบางส่วนแล้ว บริษัทยังให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีศักยภาพเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของ

สาขา iBeat ในลักษณะการให้ Franchise เพิ่มเติมด้วย และสำหรับร้าน U-Store จะเป็นร้านขายสินค้าแบรนด์ Apple ที่เปิดภายในบริเวณมหาวิทยาลัยเพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ให้กับนักเรียนและนักศึกษา มหาวิทยาลัยโดยเฉพาะ

นอกจากนี้ บริษัทเล็งเห็นว่าศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองจาก Apple ยังมีจำนวนศูนย์บริการน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการในการใช้บริการในปี 2555 บริษัทจึงได้เข้าสัญญาเป็น Apple Authorized Service Provider กับ Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อเปิดศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ขึ้นภายใต้ชื่อ “iCare” เพื่อให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ทั้งที่อยู่ในประกันและนอกประกันซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและไว้วางใจในการซื้อสินค้าแบรนด์ Apple จากบริษัท

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีสาขาร้าน iStudio จำนวน 34 สาขา ร้าน iBeat จำนวน 61 สาขา (เป็นร้าน iBeat ในลักษณะ Franchise จำนวน 15 สาขา) ร้าน U Store 2 สาขา และศูนย์ iCare 20 สาขา โดยบริษัท เป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนสาขาร้าน iStudio ร้าน iBeat และศูนย์บริการ iCare ที่ได้รับการรับรอง มากที่สุดในประเทศไทย

## 1.2 ภาพรวมช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของบริษัท

ช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัทแบ่งตามกลุ่มสินค้าขายได้ 3 ช่องทาง ดังนี้

- (1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ร้าน Banana IT
- (2) ร้านจำหน่ายสินค้าและศูนย์ซ่อมและบริการสินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่ ร้าน iStudio ร้าน iBeat ร้าน U Store และศูนย์บริการ iCare
- (3) ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ได้แก่ ร้าน Banana Mobile ร้าน Samsung Shop

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีร้านค้าปลีก (และศูนย์บริการ) จำนวน 287 สาขาครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด รวมกว่า 50 จังหวัด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทร้าน	ชื่อร้าน	จำนวนสาขา
		(ณ วันที่ 31 มีนาคม 2558)
(1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	Banana IT	137
(2) ร้านจำหน่ายสินค้าและศูนย์ซ่อมและบริการสินค้าแบรนด์ Apple	iStudio	34
	iBeat (บริหารเอง)	46
	iBeat (Franchised)	15
	U Store	2
	iCare (ศูนย์บริการ)	20
(3) ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม	Banana Mobile	29
	Samsung Shop <sup>/1</sup>	4
รวม		287

หมายเหตุ : ร้าน Samsung Shop ของบริษัท มีสาขาอยู่ที่ (1) ห้างพาราไดซ์ปาร์ค ถ.ศรีนครินทร์ (2) ห้างเซ็นทรัลสุราษฎร์ธานี (3) ห้างจังซีลอน จ.ภูเก็ต และ (4) ห้างเอ็มควอเทียร์ ถ.สุขุมวิท

นอกจากช่องทางการจำหน่ายสินค้าข้างต้นแล้ว บริษัทยังมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าในลักษณะการขายส่ง อุปกรณ์หรือชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ให้กับร้านคอมพิวเตอร์ทั่วไปกลุ่มลูกค้าองค์กรขนาดเล็กและกลาง หรือบริษัทจำหน่ายคอมพิวเตอร์ชั้นนำอีกช่องทางหนึ่งและบริษัทอยู่ระหว่างการพัฒนาช่องทางการให้บริการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ซึ่งคาดว่าจะเริ่มดำเนินการได้ภายในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2559

สินค้าที่บริษัทจำหน่ายแบ่งออกเป็น 5 ประเภทหลักดังนี้

ประเภทสินค้า	ตัวอย่างรูปภาพสินค้า
1. คอมพิวเตอร์แล็ปท็อป (Laptop)	
2. คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (Desktop)	
3. โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone)	
4. สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)	
5. สินค้าอุปกรณ์เสริมและอื่นๆ (Accessories and Others)	

### วิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

#### **วิสัยทัศน์(Vision)**

บริษัทมุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้วยบริการที่เป็นเลิศโดยการบริหารจัดการจากทีมงานที่มีประสิทธิภาพ

#### **พันธกิจ (Mission)**

- พัฒนาคุณภาพ ประสิทธิภาพ และยุทธวิธีการบริการของแต่ละธุรกิจ ให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนาระบบการบริหารจัดการและระบบการให้บริการ โดยเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด
- ให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพ ประสิทธิภาพ ของพนักงานและบุคลากร ให้มีศักยภาพและความรับผิดชอบต่องานและลูกค้า
- มุ่งเน้นขยายช่องทางการให้บริการที่เข้าถึงลูกค้าทุกพื้นที่ทั่วประเทศ โดยร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพรอบด้าน และสร้างสรรค์ความสำเร็จร่วมกัน
- แสวงหาโอกาสใหม่ทางธุรกิจ เพื่ออนาคต และการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เหมาะสม

ปรัชญาในการดำเนินงานของบริษัท		วัฒนธรรมองค์กร	
S = Stability	ความมั่นคง	S = Simple	เป็นคนเรียบง่าย
E = Efficiency	ความสามารถและประสิทธิภาพ	E = Energized	เป็นผู้มีความกระตือรือร้น
V = Velocity	ความรวดเร็ว	R = Relationship	เป็นผู้มีความเป็นมิตร
E = Economy	ความคุ้มค่าในด้านราคา	V = Valiant	เป็นผู้มีความกล้า
N = Novelty	ความแปลกใหม่และความหลากหลาย	I = Integrity	เป็นผู้มีคุณธรรม
		C = Commitment	เป็นผู้มีความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ
		E = Entertaining	เป็นผู้มีความสนุกสนาน

### เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญที่สุดของกลุ่มบริษัท คือ การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพดี การพัฒนาระบบการให้บริการที่ดีเลิศ และการทำงานเพื่อสร้างประสบการณ์ความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า รวมทั้งการรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอที สมาร์ทโฟน และสินค้าดิจิทัล ควบคู่ไปกับการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดสินค้าไอที สมาร์ทโฟน และสินค้าดิจิทัล บริษัทยังมีเป้าหมายที่จะขยายช่องทางการขายสินค้าของบริษัทผ่านช่องทางใหม่ๆ เช่น ระบบ E-Commerce หรือการสั่งซื้อสินค้า online ซึ่งบริษัทเป็นเจ้าของ โดยบริษัทตั้งเป้าหมายภายในปี 2560 บริษัทจะมียอดการสั่งซื้อสินค้า online ผ่านทางเว็บไซต์มูลค่าไม่น้อยกว่า 2,000 ล้านบาท

จากการที่ในปี 2558 บริษัทมีเป้าหมายขยายสาขาเพิ่มเติม โดยเริ่มขยายฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้านิติบุคคล เช่น ผู้ประกอบการขนาดเล็ก (SME หรือ SMB) สถานศึกษา หรือหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ ซึ่งคาดว่าจะเริ่มในไตรมาสที่ 1 ของปี 2559 ซึ่งตลาดดังกล่าวมีมูลค่าประมาณ 44,000 ล้านบาท และจากการขยายช่องทางการขายสินค้าผ่านช่องทาง E-Commerce ซึ่งจะเริ่มในช่วงครึ่งหลังของปี 2559 รวมถึงการขยายธุรกิจศูนย์บริการ iCare เพิ่มเติมโดยใช้ร้านแบรนด์ Apple ซึ่งได้แก่ iStudio iBeat และ U Store ที่ปัจจุบันมีอยู่ จำนวน 97 สาขา เป็นจุดรับสินค้า (Drop Point) เมื่อรวมกับการเติบโตของยอดขายของบริษัทซึ่งในช่วงปี 2557 - 2558 ที่มีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.29 ต่อปีบริษัทจึงคาดว่าจะทำรายได้รวมของกลุ่มบริษัทเพิ่มขึ้นได้ประมาณ ร้อยละ 11 จากรายได้ในปี 2559

สำหรับในปี 2560 ผลจากการขยายฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้านิติบุคคล เช่นผู้ประกอบการขนาดเล็ก (SME หรือ SMB) สถานศึกษา หรือหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ การขยายช่องทางการขายสินค้าผ่านช่องทาง E-Commerce และการขยายธุรกิจศูนย์บริการ iCare เพิ่มเติม จะส่งผลต่อรายได้เต็มปีในปี 2559 เมื่อรวมกับการเติบโตของยอดขายของบริษัทซึ่งในช่วงปี 2556-2558 ที่มีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.3 ต่อปี บริษัทจึงคาดว่าจะทำรายได้รวมของกลุ่มบริษัทเพิ่มขึ้นได้ประมาณ ร้อยละ 11จากรายได้ในปี 2559

จากการขยายช่องทางธุรกิจใหม่ๆ ที่เป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่าอัตรากำไรขั้นต้นในปัจจุบันของบริษัท โดยเฉพาะธุรกิจบริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple “iCare” ซึ่งโดยปกติมีอัตรากำไรขั้นต้นประมาณร้อยละ 40 ประกอบกับแผนการปรับปรุงการดำเนินงานภายในของบริษัท เช่น การปรับประเภทผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน การลดระยะเวลาในการขนส่ง และการปรับปรุงการจัดการคลังสินค้าเป็นต้น บริษัทจึงคาดว่าจะสามารถเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นได้ร้อยละ 13 ต่อปีในปี 2559

การต่อยอดจากศูนย์รวมสินค้าและบริการด้านไอที “BaNANA IT” สู่ “BaNANA Business” เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้า SME ในยุคปัจจุบันด้วยโซลูชันส์โดย BaNANA Business จะเน้นให้บริการด้านสินค้า ตลอดจนให้คำปรึกษาด้านระบบไอทีแก่กลุ่ม SME เป็นหลักโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ทั้งยังเน้นการให้บริการ Onsite Service ที่มีการให้บริการแบบรายครั้ง รายเดือน และรายปี โดยโซลูชันส์ ที่เปิดให้บริการประกอบด้วย

1. Product Solutionเน้นโซลูชันเพื่อตอบสนองการให้บริการตามประเภทของธุรกิจ โดยแบ่งเป็น5 โซนหลักๆได้แก่ Retail Solution, Office Solution, Home Automation, Hotel Solution และ Education Solution และ

2. Brand Solution เน้นการโซลูชันจากแบรนด์ไอทีชั้นนำของโลก ที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละธุรกิจให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมี BaNANA IT ศูนย์รวมสินค้าไอทีสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปอีกด้วย

บริษัทยังเตรียมพร้อมไปกับนวัตกรรมของเทคโนโลยีใหม่ๆที่จะมีเพิ่มเติมอีกในอนาคต ตลอดจนการจัดสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าในพื้นที่ต่างๆในสาขาของบริษัททั่วประเทศ การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยให้พนักงานได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว เพื่อที่จะบริการแก่ลูกค้าให้ได้มีประสบการณ์ความพึงพอใจสูงสุด เพื่อรองรับการเติบโตของบริษัทที่มั่นคง และ ยั่งยืน

### 1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
ปี 2547	▪ จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทคอมเซเวน อินเทอร์เน็ต จำกัด(ชื่อเดิมของบริษัท)เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2547 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท
ปี 2548	▪ บริษัทเข้าทำสัญญาเป็น Authorized Reseller กับบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน iStudio , iBeat และ U Store by Comseven
ปี 2551	▪ ในเดือนเมษายน 2551 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 1 ล้านบาทเป็น20 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท
ปี 2552	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ในเดือนมกราคม 2552 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 20 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท</li> <li>▪ บริษัทมีสาขารอบ 100 สาขา และมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์และบรรยากาศ(Rebranding)ภายในร้านค้าให้ทันสมัยรองรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย และทำการเปลี่ยนชื่อร้านค้าของบริษัททั้งหมดเป็นร้าน"Banana IT"</li> </ul>
ปี 2553	▪ ในเดือนธันวาคม 2553 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 100 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท
ปี 2554	▪ บริษัทมีจำนวนสาขารอบ 200 สาขา
ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ในเดือนพฤษภาคม 2556 บริษัทได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต โดยเฉพาะภายใต้ชื่อร้าน "Banana Mobile "และขยายสาขาเพิ่มเติมไปยังจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงในภาคเหนือ</li> <li>▪ ในเดือนธันวาคม 2556 บริษัทได้เพิ่มช่องทางธุรกิจโดยการเปิดร้าน "Samsung Shop"</li> </ul>

ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> <li>เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2557 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท แมงโก้ ซุปเปอร์ จำกัด (“บ.แมงโก้”) โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 20 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มชุมชนในต่างจังหวัดโดยบริษัทถือหุ้น บ.แมงโก้ ในสัดส่วนร้อยละ 76 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว</li> <li>ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 4/2557 เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2557 มีมติดังนี้             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) อนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.25 บาท</li> <li>(2) อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทอีก 75 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 300 ล้านหุ้นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท/หุ้น จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 225 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาทโดยเห็นชอบให้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ดังกล่าว เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO)</li> </ol> </li> <li>เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2557 บริษัทแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท คอมเซเว่น อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)</li> </ul>
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทได้ดำเนินการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) โดยเปิดให้จองซื้อระหว่างวันที่ 31 กรกฎาคม 2558 และ 3 - 4 สิงหาคม 2558 ในราคาเสนอขายหุ้นละ 3.35 บาทจำนวนหุ้นที่เสนอขายทั้งหมด 300,000,000 หุ้นรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 1,005,000,000 บาทและตลาดหลักทรัพย์ฯได้ประกาศรับหลักทรัพย์ของบริษัทเข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2558 และหุ้นของบริษัทเริ่มทำการซื้อขายเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2558 เป็นวันแรกเช่นเดียวกัน</li> <li>เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 บริษัทได้ซื้อหุ้นทั้งหมดจาก นายทรงธรรม บุญะทรัพย์ (บริษัท แมงโก้ ซุปเปอร์ จำกัดปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัทบานาน่า กรุ๊ป จำกัด) จำนวน 47,999 หุ้นเป็นเงินจำนวน 6,000,000 บาท บริษัทจึงมีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด เป็นจำนวน 199,998 หุ้นซึ่งเป็นอัตราร้อยละ 99.98 ของหุ้นในบริษัท ดำเนินการตามมติในที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 10/2558 ณ วันที่ 10 พฤศจิกายน 2558</li> <li>ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 11/2558 เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2558 ได้มีมติให้บริษัทเข้าลงทุนในบริษัท ฮอปบี้ พลัส จำกัดโดยการซื้อหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 3,500 หุ้นในราคา 10,000,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.5 ของทุนจดทะเบียนของบริษัท ฮอปบี้ พลัส จำกัดโดยบริษัท ฮอปบี้ พลัส จำกัด ประกอบธุรกิจขายของเล่น ของที่ระลึกการจัดอีเวนต์ต่างๆเนื่องจากบริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจกลุ่มนี้ที่มีอัตราการแข่งขันน้อยและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆจึงพิจารณาเห็นว่าได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในครั้งนี้</li> <li>ในปี 2558 บริษัทได้ดำเนินการขยายสำนักงานสาขาศูนย์ซ่อมสินค้ายี่ห้อ Apple ในชื่อร้านว่า “iCare” โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 20 สาขา</li> <li>ในปี 2558 บริษัทมีการจัดตั้งแผนกBanana Business เพื่อขายสินค้าไอทีซอฟต์แวร์ติดตั้งและดูแลระบบให้กับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กถึงปานกลาง (SME) หรือหน่วยงานราชการ</li> </ul>

#### 1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ตามที่บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้มีการเข้าทำสัญญาร่วมลงทุนกับนายทรงธรรม บุญะทรัพย์ (“นายทรงธรรม”) เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2557 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดตั้งบริษัท แมงโก้ ซุปเปอร์ จำกัด (“แมงโก้ ซุปเปอร์”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยร้อยละ 76 เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ สินค้าไอที อุปกรณ์ต่อพ่วงหรืออุปกรณ์เสริมต่างๆ และรับบริการชำระเงินรวมทั้งการให้สิทธิการค้าแก่ผู้อื่นซึ่งในรอบปี 2558 ได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นดังต่อไปนี้

1. เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2558 ได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัทจากเดิมชื่อ “บริษัท แมงโก้ ซุปเปอร์ จำกัด” เปลี่ยนใหม่เป็นชื่อ “บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด”

2. เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ซื้อหุ้นทั้งหมดจากนายทรงธรรมบุญะทรัพย์ ที่มีอยู่ในบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัดจำนวน 47,999 หุ้นดังนั้น บริษัท คอมเซเว่น จำกัด(มหาชน) จึงถือหุ้นใน

บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัดเป็นจำนวน 199,998 หุ้น ซึ่งเป็นอัตราร้อยละ 99.98 ของหุ้นในบริษัท ดำเนินการตามมติในที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 10/2558 ณ วันที่ 10 พฤศจิกายน 2558

3. เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 ได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงกรรมการบริษัท โดย นายวุฒิชัย นาควิเชียร เข้ามาเป็นกรรมการแทนที่ นายทรงธรรมบุญะทรัพย์

ดังนั้นจึงถือว่าสัญญาร่วมลงทุนระหว่างบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) กับ นายทรงธรรมบุญะทรัพย์ ได้สิ้นสุดลง เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558

#### โครงสร้างผู้ถือหุ้นใหม่ดังนี้



#### 1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจหลักจำหน่ายสินค้าไอทีประเภทคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการให้บริการซ่อมแซมสินค้าโดยบริษัทและบริษัทย่อยมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าและช่องทางการให้บริการดังนี้

- (1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ร้าน Banana IT
- (2) ร้านจำหน่ายสินค้าศูนย์ซ่อมและบริการสินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่ ร้าน iStudio ร้าน iBeat ร้าน U Store และศูนย์บริการ iCare
- (3) ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ได้แก่ ร้าน Banana Mobile ร้าน Samsung Shop

บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. สินค้าแล็ปท็อป	4,201	30.2	3,507	24.9	3,650	24.4
2. คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ	1,301	9.3	771	5.5	707	4.17
3. สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่	2,503	18.0	4,096	29.1	5,577	37.3
4. สินค้าแท็บเล็ต	3,481	25.0	3,195	22.7	2,493	16.7
5. สินค้าอุปกรณ์เสริมและอื่นๆ	2,380	17.1	2,408	17.1	2,431	16.2
<b>รายได้จากการขายสินค้า</b>	<b>13,866</b>	<b>99.6</b>	<b>13,977</b>	<b>99.3</b>	<b>14,858</b>	<b>99.3</b>
รายได้จากการให้บริการ*	55	0.4	103	0.7	108	0.7
<b>รวมรายได้จากการขายและให้บริการ</b>	<b>13,921</b>	<b>100.0</b>	<b>14,080</b>	<b>100.0</b>	<b>14,966</b>	<b>100.0</b>

\*รายได้จากการให้บริการ ประกอบด้วย รายได้จากการขายประกันสินค้า และรายได้จากการให้บริการซ่อมแซมสินค้าชำรุด

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

#### (1) บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)

ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางการจำหน่ายหลักได้แก่

- 1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเช่น ร้าน Banana IT
- 2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ซึ่งครอบคลุมร้าน iStudio by Comseven ร้าน iBeat by Comseven และร้าน U Store by Comseven
- 3) ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ("Mobile") ซึ่งครอบคลุมร้าน Banana Mobile, ร้าน Samsung Shop

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทและบริษัทย่อยมีสาขาจำหน่ายสินค้ารวม 287 สาขาตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำและห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด อาทิ เช่น ห้างสยามพารากอน ห้างเอ็มโพเรียม ห้างเซ็นทรัลทุกสาขา ห้างเดอะมอลล์ทุกสาขา ห้างโรบินสัน ห้างแฟชั่น



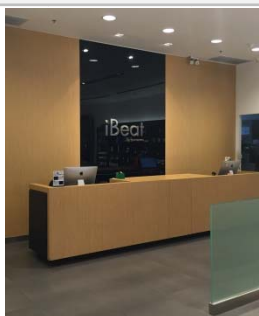
ไอแลนด์ ห้างซีคอนสแควร์ทุกสาขา ห้างฟิวเจอร์พาร์ค ห้างโลตัส ห้างบิ๊กซี และห้างท้องถิ่นในจังหวัดสำคัญต่างๆ โดยหากพิจารณาจำนวนหน้าร้านที่มีทั้งหมด บริษัทเป็นผู้ค้าปลีกสินค้าประเภทไอทีที่มีจำนวนสาขามากที่สุดในประเทศไทย

นอกจากนี้จากจำนวนผู้ใช้งานสินค้าแบรนด์ Apple ที่เพิ่มสูงขึ้นในช่วงที่ผ่านมา บริษัทจึงได้ขยายธุรกิจศูนย์บริการซ่อมแซมสินค้าภายใต้ชื่อ “iCare” โดยมีลักษณะเป็นการให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ซึ่งประกอบด้วย iPod, iPhone, iPad, iMac, MacBook และสินค้าอื่นๆ ภายใต้แบรนด์ Apple ที่มีการชำรุดเสียหายอันเกิดจากผู้ผลิตหรือจากการใช้งานของลูกค้าทั้งที่อยู่ในประกันและนอกประกันสำหรับสินค้าที่อยู่ในระยะเวลาประกันนั้น Apple จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้าให้ทั้งหมด รวมทั้งให้ผลตอบแทนค่าบริการกับบริษัท ส่วนสินค้าที่อยู่นอกระยะเวลาประกัน บริษัทสามารถทำการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้าให้กับลูกค้าโดยคิดค่าอะไหล่ และค่าบริการกับลูกค้าได้โดยตรง ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความสะดวกและได้รับการบริการที่รวดเร็วมากขึ้น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีศูนย์บริการ iCare จำนวน 20 แห่ง จัดว่าเป็นผู้ที่มีศูนย์ให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple มากที่สุดในประเทศไทย

รูปภาพร้าน Banana IT



รูปภาพร้าน Apple



รูปภาพศูนย์บริการ iCare



รูปภาพร้าน Banana Mobile



รูปภาพ Samsung Shop



### ก. สินค้าคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป (Laptop)

เครื่องคอมพิวเตอร์แล็ปท็อปถูกออกแบบมาให้มีขนาดเล็ก สามารถขนย้ายหรือพกพาได้สะดวก โดยปกติจะมีน้ำหนักอยู่ที่ประมาณ 1 - 3 กิโลกรัม การทำงานของแล็ปท็อปจะใช้พลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่ และในขณะเดียวกันก็ยังสามารถใช้พลังงานไฟฟ้าได้โดยตรงจากการเสียบปลั๊กไฟประสิทธิภาพของแล็ปท็อปโดยทั่วไปนั้นเทียบเท่ากับคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะแบบปกติ ในขณะที่ราคาของแล็ปท็อปจะสูงกว่า โดยส่วนที่แตกต่างจากคอมพิวเตอร์ทั่วไปคือจอภาพจะเป็นลักษณะจอแอลซีดี และจะมีทัชแพดที่ใช้สำหรับควบคุมการทำงานของลูกศรบริเวณหน้าจอ

บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแล็ปท็อปทุกรุ่นภายใต้แบรนด์ Apple, Lenovo, Acer, Asus, Microsoft, HP, Fujitsu และ Dell ผ่านช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายของบริษัทโดยสินค้าแล็ปท็อปที่จำหน่ายมีราคาตั้งแต่ 8,000 ถึง 90,000 บาท จุดเด่นของบริษัทคือ การมีสินค้าให้เลือกครบทุกแบรนด์และมีความหลากหลายตั้งแต่ราคาต่ำสุดถึงสูงสุดอีกทั้งมีสินค้านำใหม่พร้อมขายตลอดเวลา

ภาพตัวอย่างสินค้าแล็ปท็อป



**ข. สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ(Desktop)**

คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะเป็นคอมพิวเตอร์ที่ออกแบบมาเพื่อใช้งานตามบ้านหรือสำนักงานทั่วไป มีการแยกชิ้นส่วนประกอบเป็น ซีพียู จอภาพ และแป้นพิมพ์ เป็นต้น ปัจจุบันคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะมีการผลิตที่เน้นให้มีความสวยงาม น่าใช้มากขึ้น และได้รับความนิยมในการใช้งานอย่างมากเนื่องจากมีราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับคอมพิวเตอร์แล็ปท็อปที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน

บริษัทจำหน่ายชิ้นส่วนของคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะทุกประเภทครอบคลุมกว่า 50 แปรณต์รวมรายการสินค้ากว่า 500 รายการ อาทิเช่น Case, VGA, RAM, Monitor, M/B, PC Brand, Optical Drive, CPU, Hard Disk เป็นต้น โดยสินค้าดังกล่าวมีราคาตั้งแต่ 500 ถึง 50,000 บาท ทั้งนี้บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะที่มีความหลากหลายของคุณสมบัติส่งผลให้สามารถส่งมอบชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่เฉพาะเจาะจงได้ เช่น กลุ่มลูกค้าที่ชอบเล่นเกมกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานด้านกราฟฟิคดีไซน์เนอร์กลุ่มลูกค้าที่ใช้งานด้านสถาปนิก หรือวิศวกรรม กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานทั่วไป นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดหาสินค้ารุ่นใหม่มาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องในระดับราคาขายที่แข่งขันได้จากประสบการณ์ในการจัดหาและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าวของทีมงานมืออาชีพที่มีประสบการณ์ยาวนานกว่า 18 ปี

ภาพตัวอย่างสินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ

**ค. สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone)**

โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นอุปกรณ์พกพาที่ใช้สำหรับการสื่อสารสองทางกล่าวคือผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสามารถสื่อสารกันได้ในช่วงเวลาเดียวกัน โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบหลักคือ

- 1) โทรศัพท์เคลื่อนที่ธรรมดา (Feature Phone) เป็นโทรศัพท์รุ่นเก่าไม่สามารถประมวลผลข้อมูลต่างๆได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ Feature Phone มีระบบการใช้งานที่ไม่หลากหลายเช่น โทรออก, รับสาย และถ่ายภาพนิ่งแบบความละเอียดต่ำ
- 2) โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smartphone) เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีระบบประมวลผลความเร็วสูงภายในเครื่อง ส่งผลให้สามารถใช้งานได้หลากหลายนอกเหนือไปจากการโทรเข้าโทรออก เช่น การถ่ายภาพเคลื่อนที่ไฮการใช้งานอินเทอร์เน็ต การใช้งานผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ และการสื่อสารแบบเห็นหน้า (Face-to-face) เป็นต้น

บริษัทเน้นจำหน่ายสินค้า Smartphone เป็นหลัก โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้แบรนด์ Apple, Asus, Samsung, Lenovo, OPPO, Huawei, Wiko, Vivo, i-Mobile, Acer และ Nokia ในช่วงราคาตั้งแต่ 1,000 ถึง 40,000 บาท

ภาพตัวอย่างสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่





**ง. สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)**

แท็บเล็ตเป็นอุปกรณ์ที่มีหน้าจอระบบสัมผัสขนาดใหญ่ มีน้ำหนักค่อนข้างเบาเมื่อเทียบกับคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป และคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะทั่วไป ทำให้สามารถพกพาได้สะดวก สามารถใช้งานผ่านการสัมผัสหน้าจอได้โดยตรง นอกจากนี้ยังมีแอปพลิเคชันมากมายให้เลือกใช้ ไม่ว่าจะเป็นรับ-ส่งอีเมล ใช้งานอินเทอร์เน็ต ดูหนังฟังเพลง เล่นเกมส์ หรือแม้กระทั่งใช้ทำงานเอกสาร โดยข้อดีของแท็บเล็ตคือมีหน้าจอที่กว้าง ทำให้มีพื้นที่การใช้งานมาก สามารถใช้ทำงานทดแทนคอมพิวเตอร์แล็ปท็อปได้ในระดับหนึ่งและสามารถพกพาได้สะดวกกว่า แท็บเล็ตจึงได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในช่วงเวลาที่ผ่านมา

บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแท็บเล็ตภายใต้แบรนด์ Apple, Samsung, Lenovo, Acer, Microsoft, HP และ Asus ในช่วงราคาตั้งแต่ 4,000 ถึง 70,000 บาท

ภาพตัวอย่างสินค้าแท็บเล็ต

**จ. สินค้าอุปกรณ์เสริม (Accessories)**

อุปกรณ์เสริมเป็นสินค้าที่มีการใช้งานร่วมกับสินค้าหลัก 4 ประเภทข้างต้นซึ่งได้แก่ สินค้าคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสินค้าแท็บเล็ต โดยสินค้าอุปกรณ์เสริมจะทำหน้าที่เพิ่มเติมคุณสมบัติให้กับสินค้าหลัก อาทิเช่น การสวมใส่เพื่อความสวยงาม การให้แสงและเสียงเพิ่มเติมโดยเชื่อมต่อเข้ากับสินค้าหลักต่างๆ เป็นต้น โดยทั่วไปสินค้าอุปกรณ์เสริมจะถูกจำหน่ายแยกกับสินค้าหลักจึงเป็นที่มาของชื่อเรียกสินค้าอีกชื่อหนึ่งว่า สินค้าประเภท Beyond The Box (“BTB”)

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์เสริมภายใต้แบรนด์ชั้นนำกว่า 500 แบรนด์มีรายการสินค้ารวมกว่า 5,000 รายการบริษัทจัดหาสินค้าทั้งจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อสร้างความหลากหลายในรูปลักษณะ สีสัณและราคาที่เหมาะสม โดยสินค้ามีช่วงราคาตั้งแต่ 100 ถึง 20,000 บาท โดยสินค้าอุปกรณ์เสริมที่บริษัทจำหน่ายสามารถแยกประเภทตามการใช้งานออกเป็น 6 ประเภทดังนี้

(1) Mobile & Tablet Accessories เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตเช่น เคสสวมใส่ฟิล์มป้องกันรอยสายชาร์จไฟ สายเชื่อมต่อข้อมูล เป็นต้น

(2) Harddisk & Media เป็นอุปกรณ์เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่สามารถพกพาหรือนำติดตัวไปยังสถานที่ต่างๆได้

(3) ลำโพงและหูฟัง เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการขยายเสียงจากอุปกรณ์หลักอื่นๆ เช่น แล็ปท็อป โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต

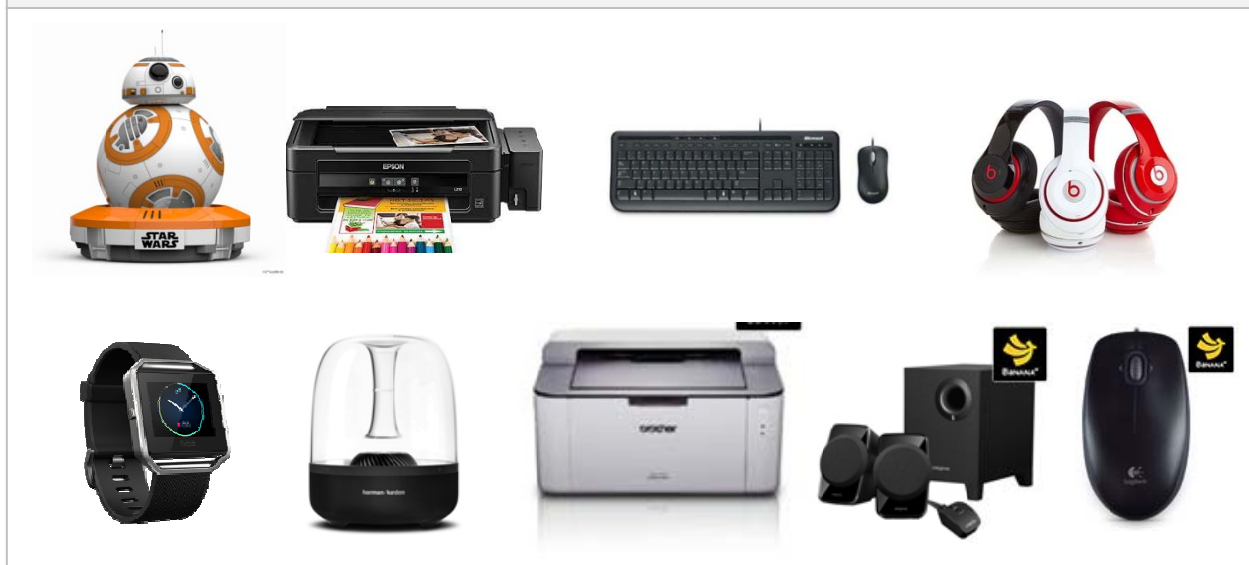
(4) Computer Accessories เป็นอุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ ทั้งที่เป็นคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป และคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ เช่น Mouse, Keyboard, Joystick, Network เป็นต้น

(5) Printers เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ออกมาในรูปของกระดาษ

(6) Others เป็นสินค้าจำพวกอื่นๆ เช่น UPS, Battery เป็นต้น

นอกจากการจำหน่ายสินค้าที่เป็นของแบรนด์ชั้นนำต่างๆแล้ว บริษัทได้มีการสั่งผลิต (OEM) สินค้าอุปกรณ์เสริมภายใต้ตราสินค้า ซิงค์ (Synz) เซเวนนิวยอร์ก (7NewYork) ซึ่งบริษัทเป็นเจ้าของแบรนด์เอง เพื่อนำมาจำหน่ายภายในสาขาของบริษัทอีกด้วย

### ภาพตัวอย่างสินค้าอุปกรณ์เสริม



## 2.2 ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ช่องทางการจำหน่ายหลักของบริษัทมี 3 ช่องทาง ได้แก่

- 1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเช่น ร้าน Banana IT
- 2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ซึ่งครอบคลุมร้าน iStudio by Comseven, ร้าน iBeat by Comseven และร้าน U Store by Comseven
- 3) ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ("Mobile") ซึ่งครอบคลุมร้าน Banana Mobile, ร้าน Samsung Shop

นอกจากการจำหน่ายสินค้าผ่านทางช่องทางข้างต้นแล้ว บริษัทยังได้มีการขยายช่องทางสำหรับให้บริการรับซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ผ่านทาง ศูนย์บริการ iCare โดยในปี 2556 – 2558 บริษัทและบริษัทย่อยมีจำนวนสาขา รวมทั้งสิ้น 217 สาขา 265 สาขา และ 287 ตามลำดับ

สำหรับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีสาขาทั้งหมดจำนวน 287 สาขาโดยรายละเอียดของสาขาแสดงดังตารางต่อไปนี้

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวนสาขา	ประเภทสินค้าและบริการ	สถานที่ตั้ง
<p>1.ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "Banana IT"</li> <li>- มีการจัดวางสินค้าแยกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย และมีสต็อกจัดเก็บสินค้าที่มีปริมาณเพียงพอในการให้บริการแก่ทางลูกค้าได้</li> <li>- ขนาดพื้นที่ร้าน 50 - 500 ตร.ม.</li> </ul>	137	<p><u>สินค้าหลัก</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• สินค้าแล็ปท็อป</li> <li>• สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ</li> <li>• สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่</li> <li>• สินค้าแท็บเล็ต</li> <li>• สินค้าแบรนด์ Apple</li> <li>• สินค้าแบรนด์ Samsung</li> </ul> <p><u>สินค้าเพิ่มเติม</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• อุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• กรุงเทพฯและปริมณฑล 33 สาขา</li> <li>• ภาคกลาง 31สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออก20 สาขา</li> <li>• ภาคเหนือ 9 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 22 สาขา</li> <li>• ภาคใต้ 18 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันตก 4สาขา</li> </ul>

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวนสาขา	ประเภทสินค้าและบริการ	สถานที่ตั้ง
2. ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple	100		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• iStudio</li> <li>- มีลักษณะรูปแบบของร้านและการจัดวางสินค้าตามมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "iStudio by Comseven"</li> <li>- ขนาดพื้นที่ 150 – 400 ตร.ม.</li> </ul>	34	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่</li> <li>- iPod</li> <li>- iPhone</li> <li>- iPad</li> <li>- Mac book</li> <li>- iMac</li> <li>- อุปกรณ์เสริมที่ใช้กับสินค้า Apple</li> </ul>	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• กรุงเทพฯและปริมณฑล 13 สาขา</li> <li>• ภาคกลาง 5 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออก 5 สาขา</li> <li>• ภาคเหนือ 4 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 สาขา</li> <li>• ภาคใต้ 3 สาขา</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• iBeat</li> <li>- มีลักษณะรูปแบบของร้านและการจัดวางสินค้าตามมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "iBeat by Comseven"</li> <li>- การบริหารงานของร้าน iBeat จะมีใน 2 รูปแบบ คือ 1) แบบบริษัทบริหารงานเอง 2) แบบให้ Franchisee เป็นผู้บริหารงาน สำหรับร้านในรูปแบบที่ Franchisee เป็นผู้บริหารงานนั้น Franchisee จะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการตกแต่งร้านรวมถึงการซ่อมบำรุงร้านทั้งหมด และเป็นผู้จัดหาพนักงานขายภายในร้านเอง โดยสินค้าที่วางขายจะเป็นสินค้าของบริษัทจนกว่าจะจำหน่ายออกไปได้ และบริษัทจะแบ่งรายได้ให้กับ Franchisee ตามสัดส่วนยอดขาย</li> <li>- ขนาดพื้นที่ระหว่าง 70 - 120ตร.ม.</li> </ul>	61	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่</li> <li>- iPod</li> <li>- iPhone</li> <li>- iPad</li> <li>- Mac book</li> <li>- iMac</li> <li>- อุปกรณ์เสริมที่ใช้กับสินค้า Apple</li> </ul>	<p>-ร้านที่มีการบริหารงานโดยบริษัทมีจำนวน 46 สาขาแบ่งตามภูมิภาคดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• กรุงเทพฯและปริมณฑล 1 สาขา</li> <li>• ภาคกลาง 11 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออก 5 สาขา</li> <li>• ภาคเหนือ 10 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 7 สาขา</li> <li>• ภาคใต้ 9 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันตก 3 สาขา</li> </ul> <p>- ร้านที่มีการบริหารงานโดย Franchisee มีจำนวน 15 สาขาแบ่งตามภูมิภาคดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ภาคกลาง 2 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออก 2 สาขา</li> <li>• ภาคเหนือ 1 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 7 สาขา</li> <li>• ภาคใต้ 2 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันตก 1 สาขา</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• U store</li> <li>- เป็นร้านจำหน่ายสินค้า Apple ที่มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "Ustore by Comseven" โดยตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยชั้นนำต่างๆ</li> <li>- ขนาดพื้นที่ระหว่าง 20 - 50 ตร.ม.</li> </ul>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่</li> <li>- iPod</li> <li>- iPhone</li> <li>- iPad</li> <li>- Mac book</li> <li>- iMac</li> <li>- อุปกรณ์เสริมที่ใช้สินค้า Apple</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ภาคเหนือ 1 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 สาขา</li> </ul>
3. ร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม	33		

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวนสาขา	ประเภทสินค้าและบริการ	สถานที่ตั้ง
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banana Mobile</li> <li>- มีการจัดวางสินค้าตัวอย่างเพื่อให้ลูกค้าทดลองใช้งานได้รวมทั้งมีสินค้าอุปกรณ์เสริมที่ใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อพร้อมกับอุปกรณ์ได้</li> <li>- มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "Banana Mobile"</li> <li>- ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 100 ตร.ม.</li> <li>• Samsung Shop</li> <li>- จัดวางสินค้าแบรนด์ Samsung รวมถึง Accessories สำหรับสินค้าแบรนด์ Samsung</li> <li>- มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดย Samsung (Thailand)</li> <li>- ขนาดพื้นที่ระหว่าง 80-200 ตร.ม.</li> </ul>	<p>29</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แท็บเล็ต และ อุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง</li> <li>• แท็บเล็ตและอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Samsung</li> </ul>	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• กรุงเทพฯและปริมณฑล 11 สาขา</li> <li>• ภาคกลาง 5 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออก 6 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 สาขา</li> <li>• ภาคใต้ 4 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันตก 1 สาขา</li> </ul> <p>• กรุงเทพฯและปริมณฑล 2 สาขา</p> <p>• ภาคใต้ 2 สาขา</p> <p>หมายเหตุ: ร้าน Samsung Shop ของบริษัท มีสาขาอยู่ที่ (1) ห้างพาราไดซ์ปาร์ค ถ.ศรีนครินทร์ (2) ห้างเซ็นทรัลสุราษฎร์ธานี (3) ห้างจังซีลอน จ.ภูเก็ต และ (4) ห้างเอ็มควอเทียร์ ถ.สุขุมวิท</p>
<p>4. iCare</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นศูนย์บริการรับซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple โดยจะไม่มีการวางจำหน่ายสินค้า</li> <li>- มีลักษณะรูปแบบ และมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd.</li> </ul>	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ซ่อมแซมสินค้า Apple</li> </ul>	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• กรุงเทพฯและปริมณฑล 5 สาขา</li> <li>• ภาคกลาง 5 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออก 2 สาขา</li> <li>• ภาคเหนือ 3 สาขา</li> <li>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สาขา</li> <li>• ภาคใต้ 2 สาขา</li> </ul>

นอกจากนี้เพื่อเตรียมรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่มีขึ้นในปี 2558 บริษัทได้ทดลองขยายสาขาเข้าสู่ประเทศเมียนมาร์ ซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีแนวโน้มและศักยภาพในการเติบโตของตลาดสินค้าประเภทไอทีค่อนข้างสูง ซึ่งบริษัทได้มีการให้สิทธิในการใช้แบรนด์ Banana IT ให้กับคู่ค้าสัญชาติพม่า โดยบริษัทจะเป็นผู้ให้แนวทางในการเปิดร้านค้ารวมถึง จำหน่ายสินค้าบางชนิดให้กับคู่ค้า ปัจจุบันคู่ค้าดังกล่าวมีการเปิดสาขาแล้วจำนวน 2 สาขา



## 2.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทแบ่งออกเป็น กลุ่มหลัก 3 กลุ่มได้แก่ ลูกค้าขายปลีก ลูกค้าขายส่ง และลูกค้านิติบุคคล

### (1) กลุ่มลูกค้าขายปลีก/ลูกค้ารายย่อยทั่วไป

1. ลูกค้าหน้าร้านทั่วไป ได้แก่ ลูกค้ารายย่อยที่ซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านสาขาของบริษัทซึ่งประกอบด้วย ร้าน Banana IT, iStudio, iBeat, Banana Mobile และ Samsung Shop
2. ลูกค้านักเรียน และนักศึกษาที่ซื้อสินค้าผ่านร้าน U Store ซึ่งตั้งอยู่ภายในบริเวณมหาวิทยาลัยโดยกลุ่มลูกค้าดังกล่าวจะสามารถซื้อสินค้า Apple ได้ในราคาที่มีส่วนลดพิเศษจากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ซึ่งมีนโยบายในการสนับสนุนนักเรียน นักศึกษาให้ใช้สินค้า Apple
3. ลูกค้าร้าน Mango Mobile ได้แก่ กลุ่มลูกค้าต่างจังหวัดที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณชุมชนใกล้เคียงกับที่ตั้งร้าน ตามอำเภอหลัก และอำเภอย่อย ในภูมิภาคต่างๆ

### (2) กลุ่มลูกค้านิติบุคคล

1. บริษัทเอกชนขนาดเล็กและขนาดกลาง
2. มหาวิทยาลัย หรือโรงพยาบาล
3. บริษัทเอกชนที่ต้องการซื้อสินค้าไอทีเพื่อจัดโปรโมชั่น

### (3) กลุ่มลูกค้าขายส่ง

1. ลูกค้าร้านคอมพิวเตอร์ทั่วไปที่ซื้อสินค้าไปเพื่อจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง
2. บริษัทจำหน่ายคอมพิวเตอร์ที่เป็นผู้จัดหาอุปกรณ์ไอทีให้กับ ภาครัฐรัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชนขนาดใหญ่

ปัจจุบันฐานลูกค้าส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าขายปลีกที่ซื้อสินค้าจากหน้าร้าน อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีฐานรายได้ที่หลากหลาย จึงได้เริ่มดำเนินนโยบายเพื่อขยายฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้านิติบุคคล ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการขยายตัวที่ดีในช่วงที่ผ่านมา โดยบริษัทได้มีแผนการที่จะอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว ทั้งในเรื่องของการประสานงานการขาย การขนส่งสินค้า การบริการ Onsite Service รวมไปถึงการให้เครดิตเทอมในซื้อขายอีกด้วย

## 2.4 นโยบายในการกำหนดราคา

### (1) สินค้าไอที โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต

ราคาขายของสินค้าอุปกรณ์ไอทีประเภท สินค้าแบรนด์ Apple สินค้าแบรนด์ Samsung และแบรนด์ชั้นนำอื่นๆ จะถูกกำหนดโดยลูกค้าของบริษัทซึ่งเป็นราคาเดียวกันทั่วประเทศ สำหรับทุกรูปแบบหน้าร้านและทุกสาขายกเว้นบางสาขาที่มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษในบางช่วงเวลา ทั้งนี้บริษัทจะดำเนินการปรับราคาขายสินค้าทุกครั้งตามราคาและเงื่อนไขที่ลูกค้าของบริษัทกำหนด โดยหากภายหลังราคาสินค้ามีการลดลง บริษัทจะได้รับชดเชยส่วนต่างราคาของสินค้านั้นที่มีการปรับราคาตามเงื่อนไขและระยะเวลาที่กำหนดโดยลูกค้าแต่ละราย

## (2) สินค้าประเภทอุปกรณ์เสริมอื่น ๆ

โดยทั่วไปบริษัทมีนโยบายให้ Supplier มาฝากขาย และเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า โดยบริษัทจะได้กำไรจากส่วนต่างราคาของสินค้านั้นๆ สำหรับสินค้าอุปกรณ์เสริมอื่นที่มีใช้เป็นสินค้าฝากขาย บริษัทจะสามารถกำหนดราคาได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ราคาขายของสินค้าขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า และสภาพการแข่งขัน

## 2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

### (1) สินค้าไอทีทั่วไป (ไม่รวมสินค้าแบรนด์ Apple)

บริษัทและบริษัทย่อยมีแนวทางการจัดหาสินค้าดังนี้

#### 1. การจัดหาสินค้าจากต่างประเทศ

บริษัทได้มีการส่งผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ รวมถึงเยี่ยมชมร้านค้าที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับบริษัท เพื่อให้เกิดมุมมองและได้เห็นโอกาสจัดซื้อสินค้าที่ทันสมัยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และนำมาพิจารณาจัดซื้อสินค้าที่มีศักยภาพต่อไป

#### 2. การจัดหาสินค้าจากในประเทศ

ในการจัดหาสินค้าในประเทศโดยปกติจะมีผู้จำหน่ายสินค้าไอที (Supplier) นำสินค้ามาเสนอแก่บริษัท เนื่องจากบริษัทเป็นร้านจำหน่ายสินค้าไอทีรายใหญ่ที่มีสาขามากที่สุดในประเทศและมียอดขายสินค้าต่อปีที่สูง ส่งผลให้บริษัทมีอำนาจในการต่อรองกับ Supplier ในประเทศค่อนข้างสูง ดังนั้นบริษัทจึงสามารถทำการต่อรองและเลือกซื้อเสนอที่ดีที่สุดได้

#### 3. การจัดหาสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการจัดหาสินค้าของบริษัท โดยบริษัทมีทีมงานในการสืบค้นหาสินค้าและข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าที่น่าสนใจอยู่เสมอ เพื่อให้สินค้าที่บริษัทจำหน่ายสอดคล้องและตรงตามความต้องการของลูกค้า

ในการจัดหาสินค้า บริษัทจะพิจารณาถึงคุณภาพของตัวสินค้า เช่น คุณสมบัติและการออกแบบที่ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ร่วมกับการคัดเลือกคู่ค้าซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท โดยบริษัทจะพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของผู้จัดจำหน่าย จำนวนสั่งซื้อขั้นต่ำ โครงสร้างราคาสินค้า การขนส่ง เงื่อนไขการชำระเงิน ระยะเวลาการจัดส่งหรือระยะเวลาการผลิต การสนับสนุนและบริการหลังการขาย และการสนับสนุนด้านการตลาดต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้จากการที่บริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าไอทีชั้นนำมาเป็นระยะเวลานานกว่า 18 ปี บริษัทจึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าทั้งผู้จัดจำหน่ายและผู้ผลิตสินค้า ทำให้บริษัทได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้านวัตกรรม รวมถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรมในความเห็นของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์แนวโน้ม และกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท

### (2) สินค้าแบรนด์ Apple และการให้บริการที่เกี่ยวข้อง

1. บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็น Authorized Premium Reseller เพื่อดำเนินงานเปิดร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple อย่างเป็นทางการในประเทศไทย จากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd.
2. บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็น Apple Authorized Reseller เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Apple โดยบริษัทจะสามารถส่งซื้อสินค้าประเภท iPod, iPad, iMac, MacBook จากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. และ iPhone จากผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 3 ราย ได้แก่ AIS, Dtac และ True เพื่อวางจำหน่ายที่ร้านค้าของบริษัทได้โดยตรง

3. บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็น Authorized Service Provider จากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. โดยอนุญาตให้บริษัทสามารถให้บริการรับซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน "iCare" ได้ทั้งสินค้าที่อยู่ในระยะเวลาประกันและนอกระยะเวลาประกัน

สำหรับสาขา iBeat ที่บริหารงานโดย Franchisee ซึ่งในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้จัดหาสินค้าแบรนด์ Apple ให้หากกรณีที่บริษัทไม่สามารถต่อสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ในประเทศไทยได้อีกต่อไป บริษัทจะยังคงเป็นผู้จัดหาสินค้าแบรนด์ Apple จากตัวแทนจำหน่ายรายอื่น จนกระทั่งครบอายุสัญญา iBeat Franchise รายนั้นๆ ปัจจุบันบริษัทมีพันธมิตรคู่ค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท จำนวนมากกว่า 200 รายซึ่งบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีและได้ทำการค้าร่วมกันมาเป็นระยะเวลานาน โดยกลุ่มคู่ค้าหลักของบริษัทแบ่งตามประเภทและแบรนด์ของสินค้าได้ดังนี้

ตารางแสดงประเภทสินค้า ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายรายหลักของแต่ละประเภทสินค้า

ประเภทสินค้า	สินค้า	แบรนด์	ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย
1.คอมพิวเตอร์แล็ปท็อป (Laptop)	Laptop	Lenovo	Lenovo (Thailand) Limited
		Acer	บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ จำกัด
		Asus	บริษัท เอสไอเอสดีเอสทีวิชั่น(ประเทศไทย) จำกัด มหาชน
		Asus	The Value System Co.,Ltd.
		Apple	Apple South Asia (Thailand) Ltd.
		HP	บริษัท อินแกรมไมโคร (ประเทศไทย) จำกัด
		MSI	บริษัท ไมโคร สตาร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
		Dell	บริษัท เวลเทคกรุ๊ป จำกัด
2.คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop)	PC Brand	Lenovo	Lenovo (Thailand) Limited
		Acer	บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ จำกัด
		HP	บริษัท ฮิวเลตต์-แพคการ์ด (ประเทศไทย) จำกัด
	CPU	INTEL	บริษัท อินเทล ไมโครอิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
		AMD	AMD Thailand Limited
	Hard Drive	WD	บริษัท เวสเทิร์น ดิจิตอล (ประเทศไทย) จำกัด
		Seagate	บริษัท ซีเกท ประเทศไทย จำกัด
	Motherboard	GIGABYTE	บริษัท กิกะไบท์ เทคโนโลยี จำกัด
	Monitor	LG	บริษัท แอลจี อีเลคทรอนิกส์(ประเทศไทย) จำกัด
3.สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobilephone)	iPhone	Apple	Apple South Asia (Thailand) Ltd.
	Smart Phone	OPPO	บริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด
		i-Mobile	Samart I-Mobile Plc.
		WiKo	บมจ. เอสไอเอสดีเอสทีวิชั่น(ประเทศไทย)
		AIS	บริษัทแอตวันซ์ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด
		Huawai	บริษัท ฮินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
		DTAC	บริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด
	Smart Phone and Tablet	Acer	บมจ. เอสไอเอสดีเอสทีวิชั่น(ประเทศไทย)
		ASUS	The Value System Co., Ltd.
		True Smart	บริษัททรูดีเอสทีวิชั่นแอนด์เซลล์ จำกัด
		Lenovo	Lenovo (Thailand) Limited
		Samsung	บริษัท ไทยซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์จำกัด

ประเภทสินค้า	สินค้า	แบรนด์	ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย
4. สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)	iPad	Apple	Apple South Asia (Thailand) Ltd.
	Smart Phone and Tablet	Lenovo	Lenovo (Thailand) Limited
	Tablet	Acer	บมจ. เอสไอเอสดีเอสทีวีซี(ประเทศไทย)
		ASUS	The Value System Co., Ltd.
		True Smart	บริษัททรูดีเอสทีวีซีแอนด์เซลล์ จำกัด
5. สินค้าอุปกรณ์เสริม (Accessories)	Speaker	JBL, Harman Karnon, Denon	บริษัท มหาจักร ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด
	Accessories	Adonit	บริษัท เจนเนอเรชั่นเอส จำกัด
	Accessories	Wacom	บริษัท ไคเวอร์ซีเทคดีเอสทีวีเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
	Protection	Moshi	AEVOE INTERNATIONAL LTD.
	Cabling	Belkin	BELKIN ASIA PACIFIC LIMITED
	HDD Ext	Western Digital	WESTERN DIGITAL (S.E.ASIA) PTE LTD.
	Headphone	Jabra	บริษัท อาร์ ที บี เทคโนโลยี จำกัด
	Printer	Epson	บริษัท เอสวีโอเอ จำกัด (มหาชน)

## 2.6 การบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัทได้จ้างบริษัท อจิลิตี้ จำกัด ให้เป็นผู้บริหารจัดการคลังสินค้าตั้งแต่วันที่ 2 ของปี 2558 โดยบริษัท อจิลิตี้ จำกัด ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 2532 ดำเนินกิจการการบริหารจัดการการขนส่ง (Freight Management) คลังสินค้าและขนส่ง (Warehouse & Logistic) เป็นบริษัทที่มีศักยภาพและมีมาตรฐาน โดยให้บริการด้านต่างๆ กับบริษัทชั้นนำหลายบริษัท ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีลูกค้าสำคัญในหลายกลุ่มธุรกิจ เช่น ลูกค้ากลุ่มอุปกรณ์ไฮเทคและอิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้ากลุ่มยานยนต์ และอื่นๆ ซึ่งการที่บริษัทให้บริษัท อจิลิตี้ จำกัด เป็นผู้จัดการคลังสินค้าจะช่วยทำให้บริษัทสามารถประหยัดต้นทุนในการก่อสร้างคลังสินค้าและค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างพนักงานในคลังสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายการเข้าตรวจสอบการจัดการคลังสินค้าของบริษัท อจิลิตี้ จำกัด อย่างต่อเนื่อง โดยจะมีการตรวจนับสินค้าคงคลังทุก 3 เดือน และมีการตรวจนับร่วมกับฝ่ายบัญชีของบริษัทพร้อมกันมีประเมินผลการปฏิบัติงานทุกปี

ในการจัดการคลังสินค้าและการขนส่งสินค้าของบริษัทจะใช้ระบบคอมพิวเตอร์และระบบออนไลน์เชื่อมต่อกับทุกช่องทางของการจำหน่ายของบริษัท ซึ่งจะทำให้เจ้าหน้าที่ส่วนกลางสามารถรับรู้ข้อมูล การสั่งซื้อ การรับเข้า การจัดส่ง การโอนย้ายสินค้า รวมไปถึงยอดคงเหลือของสินค้าคงคลังได้ตลอดเวลา (Real-time) อีกทั้งการขายสินค้าของบริษัทจะใช้ระบบการสแกนบาร์โค้ดสินค้าและใช้ระบบการจัดสินค้าเข้าออกแบบ FIFO ทำให้ฝ่ายบริหารสามารถรับรู้ถึงอายุของสินค้าทุกรุ่น และสามารถกำหนดกลยุทธ์จัดการกับสินค้าคงคลังได้อย่างทันเวลา

### กระบวนการบริหารสินค้าคงคลัง

#### 1) การตรวจรับเข้าสินค้าและการจัดเก็บสินค้า

- การรับสินค้าจะมีการตรวจสอบเบื้องต้นก่อนการรับสินค้าเข้าระบบและจัดเก็บทุกครั้ง โดยหลังจากที่สินค้าผ่านการตรวจสอบและรับจัดเก็บแล้ว ผู้ให้บริการบริหารคลังสินค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายหรือสูญหายของสินค้าดังกล่าวทั้งหมด

#### 2) การกระจายสินค้าให้สาขา

- การกระจายสินค้าจะมีการวางแผนล่วงหน้า โดยคำนวณจากสถิติยอดขายของแต่ละสาขา เพื่อประมาณการยอดคงเหลือที่แต่ละสาขาควรมี (Run Rate) ในกรณีที่ปริมาณสินค้าคงเหลือที่หน้าร้านแต่ละช่องทางต่ำกว่าจุดสั่งซื้อสินค้าที่กำหนดไว้ ระบบจะทำการสั่งสินค้าให้เข้าไปเติมที่หน้าร้านได้อย่างทันเวลา

#### 3) การตรวจปล่อยและบรรจุสินค้า

- ก่อนขนส่งสินค้าออกจากคลังสินค้าจะมีการตรวจเช็คสินค้าก่อนนำสินค้าไปบรรจุกล่อง ทั้งจำนวนและสภาพสินค้า เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าที่บรรจุลงกล่องทุกกล่องมีจำนวนตรงและอยู่ในสภาพปกติ หลังจากตรวจสอบผ่านกระบวนการข้างต้น แผนกคลังสินค้าจะทำการบรรจุสินค้าและติดสติ๊กเกอร์ Carton No.

เพื่อระบุชนิด และจำนวนสินค้าภายใน (Packing List)

#### 4) การจัดส่งสินค้า

- การจัดส่งสินค้ารถยนต์ขนส่งทุกคันก่อนออกจากคลังสินค้าจะต้องทำการตรวจสอบจำนวนกล่องและปลายทางเพื่อให้ตรงกับผู้รับ และทุกครั้งที่มีแผนขนส่งทำการส่งสินค้าไปยังปลายทางจะต้องมีการยืนยันการรับสินค้าทุกครั้งโดยยืนยันทั้งผ่านการเซ็นรับและผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ความรับผิดชอบต่อการสูญหายของสินค้าจะอยู่กับบริษัทที่ต่อเมื่อมีการเซ็นรับสินค้าจากพนักงานของบริษัทแล้วเท่านั้น

### ระยะเวลาการส่งสินค้า

- การส่งสินค้าในกรุงเทพและปริมณฑล ภายใน 2 วัน จัดส่งโดยบริษัทคอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
- การส่งสินค้าในต่างจังหวัดทั่วประเทศ ภายใน 3 วัน จัดส่งโดยบริษัท อจิลิตี้ จำกัด

## 2.7 การเลือกทำเลในการเปิดสาขา

บริษัทมีนโยบายการขยายสาขา โดยมุ่งเน้นในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้าต่างๆ การเลือกพื้นที่ที่จะพิจารณาจากลักษณะสำคัญโดยรอบของห้างสรรพสินค้านั้นๆ ดังต่อไปนี้

- (1) ความหนาแน่นของจำนวนประชากร ในระดับจังหวัดหรืออำเภอ
- (2) รายได้ต่อหัวของประชากรและอัตราการเติบโตของรายได้ประชากรในพื้นที่
- (3) ปริมาณของคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจคล้ายกันในพื้นที่
- (4) ข้อมูลสถิติการขายจากสาขาของบริษัทที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเปรียบเทียบกับกำลังซื้อในพื้นที่
- (5) การคมนาคมขนส่ง และความสะดวกในการจัดการของบริษัท ในเรื่องของเส้นทางการส่งสินค้า และการจัดหาพนักงานสาขา

โดยภายหลังจากเลือกพื้นที่และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดและการลงทุนแล้ว บริษัทจะนำแผนศึกษาความเป็นไปได้เสนอคณะกรรมการบริหารเพื่อพิจารณา หากสาขาใดที่เปิดแล้วมีผลประกอบการไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ บริษัทจะติดตามผลการดำเนินงานของสาขาดังกล่าวอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งหาสาเหตุที่ทำให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือดำเนินการปรับสินค้าที่ขายในสาขาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพด้านพนักงานและบริการ หากยังไม่สามารถปรับปรุงให้เป็นไปตามเป้าหมายได้ บริษัทมีนโยบายที่จะย้ายสาขาไปยังทำเลอื่นที่เหมาะสมต่อไป

นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายที่จะเป็นพันธมิตรกับผู้พัฒนาและบริหารพื้นที่ค้าปลีกเพื่อหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน อีกทั้งยังมีการกระจายการเข้าพื้นที่ที่มีความหลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงเจ้าของพื้นที่เช่ารายใดรายหนึ่ง

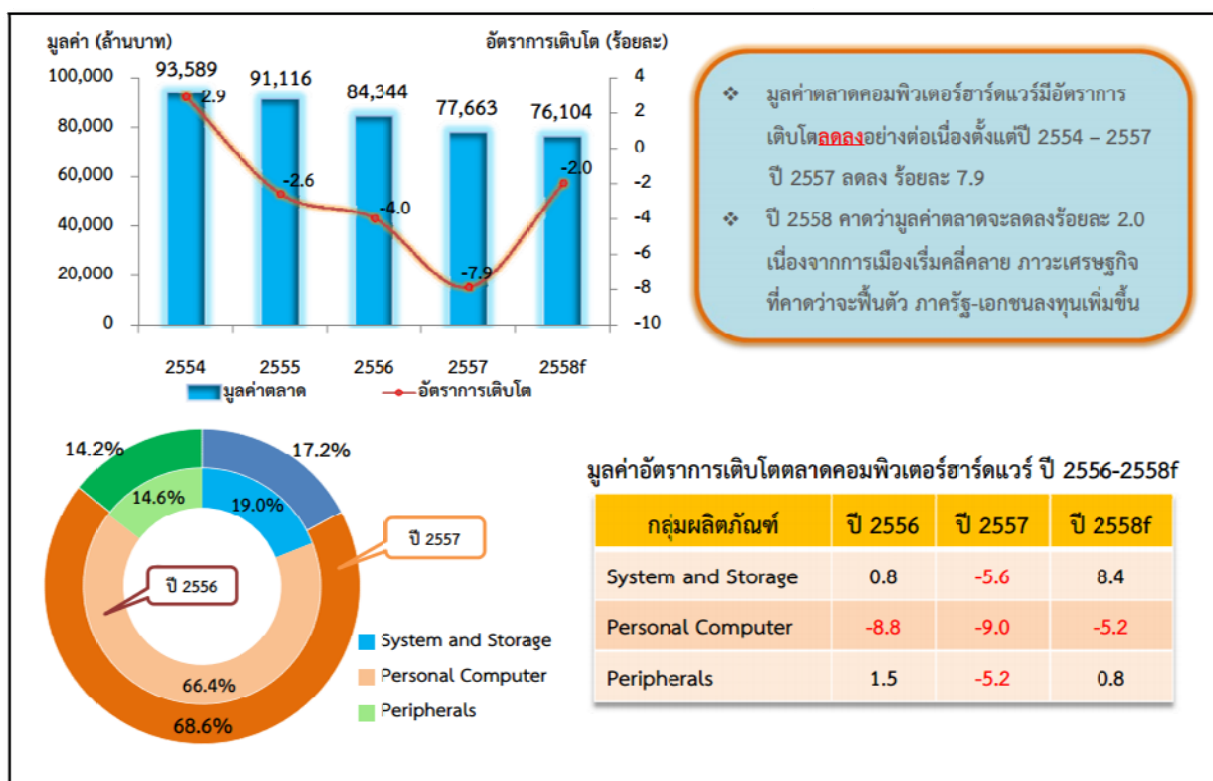
## 2.8 ภาวะอุตสาหกรรมและกลยุทธ์การแข่งขัน

### 2.8.1 ภาวะอุตสาหกรรมสินค้าไอที

#### สินค้าไอที

จากความร่วมมือระหว่างกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (กระทรวงไอซีที) และ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ทำการสำรวจมูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ และตลาดการบริการด้านคอมพิวเตอร์ ของประเทศไทยประจำปี 2557 และปี 2558 พบว่าตั้งแต่ปี 2554 จนถึง 2558 มีมูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่ในปี 2558 มีแนวโน้มดีขึ้นจากปีก่อนโดยมีมูลค่ารวม 75,866 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 2.3% ซึ่งถือว่าเติบโตดีดลบน้อยกว่าปี 2557 ซึ่งติดลบถึง 7.9% มีมูลค่าตลาด 77,663 ล้านบาท ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ตลาดหดตัวเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวรวมถึงภาวะหนี้ภาคครัวเรือนที่ทำให้เกิดการชะลอการซื้อและใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น

มูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์



ที่มา: มูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ และตลาดอุปกรณ์เครื่องรับสัญญาณโทรศัพท์ ของประเทศไทย ประจำปี 2557 และปี 2558

ทั้งนี้เมื่อจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ System and Storage, Personal Computer และ Peripherals ของตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์พบว่า ในกลุ่ม System and Storage มีมูลค่า 13,395 ล้านบาทลดลง ร้อยละ 5.6 แต่ในปี 2558 มี

มูลค่า 14,518 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 8.4 อันเป็นผลมาจากการฟื้นตัวด้านการลงทุนภาครัฐ เอกชน โดยเฉพาะการลงทุนในการให้บริการ Cloud, Big Data การลงทุน-ขยายธุรกิจ Data Center เพิ่มขึ้น

โดยกลุ่ม Personal Computer มีมูลค่า 53,278 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 9 ซึ่งกลุ่มนี้เป็นที่หดตัวต่อเนื่องในปี 2558 คาดว่าอยู่ในระดับมูลค่า 50,512 ล้านบาท หรือหดตัวร้อยละ 5.2 ซึ่งกลุ่ม Desktop PC/ Notebook ลดลงด้วย เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคหันไปใช้ Smart Phone/ Tablet แทน อีกทั้ง Desktop PC เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม ไม่มีเทคโนโลยีใหม่ แต่ Desktop Call in one จะนิยมมากขึ้นแทน เมื่อเทียบกับตลาด Tablet PC ที่มีอัตราการเติบโตต่อเนื่อง คาดว่าจะขยายตัวถึงร้อยละ 4.2 และมีแนวโน้มราคาถูกลง

### ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์

ในขณะที่มูลค่าตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ ปี 2557 มีมูลค่ารวม 46,202 และปี 2558 มีมูลค่า 54,954 ล้านบาท เติบโต 12.4% โดยตลาด Data Center และ Managed Service ในภาพรวมเติบโตมากถึงร้อยละ 23.1 คิดเป็นมูลค่า 5,731 ล้านบาท เนื่องจากความนิยมในการใช้บริการในรูปแบบของการเช่าใช้ (as a Service) ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากบริการ IaaS ที่มีแนวโน้มการเติบโตเป็นอย่างมาก นอกจากนี้การให้สิทธิประโยชน์จาก BOI ที่มีอย่างต่อเนื่อง ก็เป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้ตลาดนี้เติบโตเพิ่มขึ้น

มูลค่าตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ จำแนกตามประเภทบริการปี 2557 และ ปี 2558

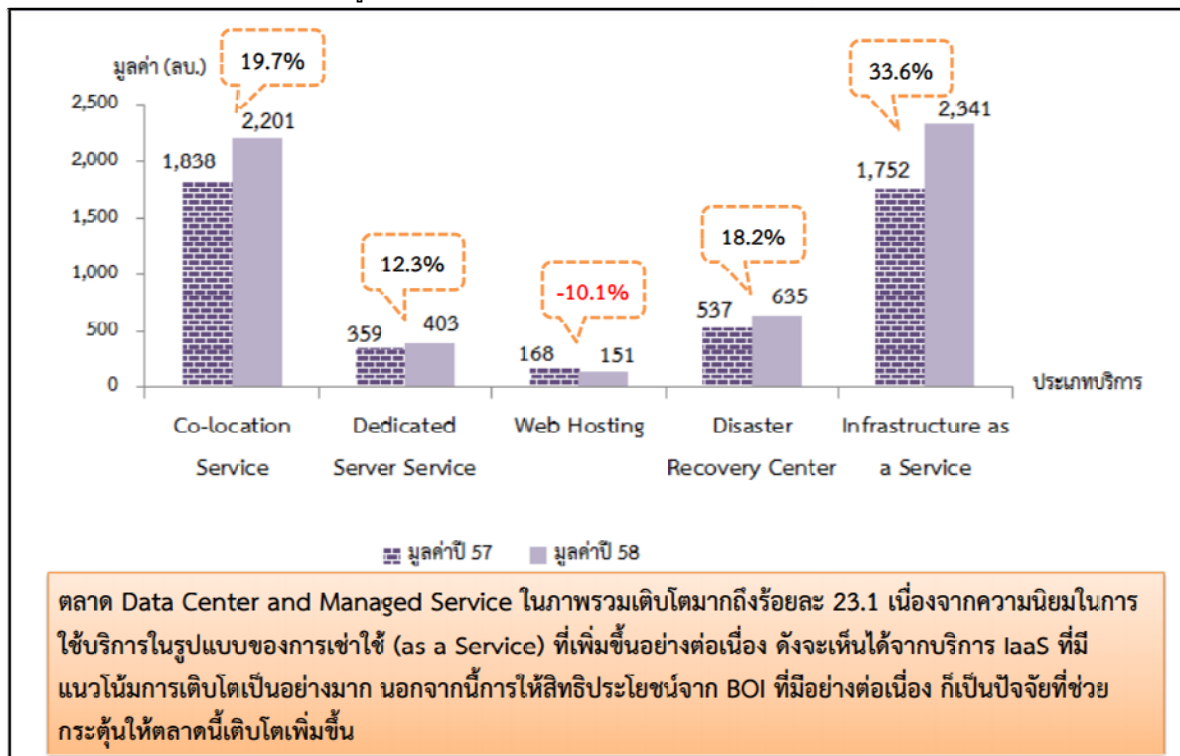
ประเภท	มูลค่า(ล้านบาท)		อัตราการเติบโต (%)
	2557	2558	
1. System Integration*	13,987	15,644	11.8
2. Network Supporting Services	9,573	11,219	17.2
3. Software Maintenance Service	4,563	4,885	7.1
4. Hardware Maintenance	3,150	2,825	-10.3
5. Data Center and Managed Service	4,654	5,731	23.1
6. IT Consulting	5,324	6,198	16.4
7. IT Outsourcing	4,951	5,452	10.1
รวม	46,202	54,954	12.4

ที่มา: มูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ และตลาดอุปกรณ์เครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ของประเทศไทย ประจำปี 2557 และปี 2558

ส่วนบริการ IT Outsourcing มีการเติบโตไปในทิศทางบวก โดยบริการ Business Outsourcing (BPO) มีแนวโน้มการเติบโตในอัตราสูงกว่า IT Service Management โดย BPO มีมูลค่า 2,965 ล้านบาท ขณะที่ IT Service มีมูลค่า 2,487 ล้านบาท เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในหลายๆด้าน เช่น ลดงานในส่วนที่ไม่ถนัด หรือลดการจัดหาบุคลากรเข้ามาจัดการในส่วนดังกล่าว

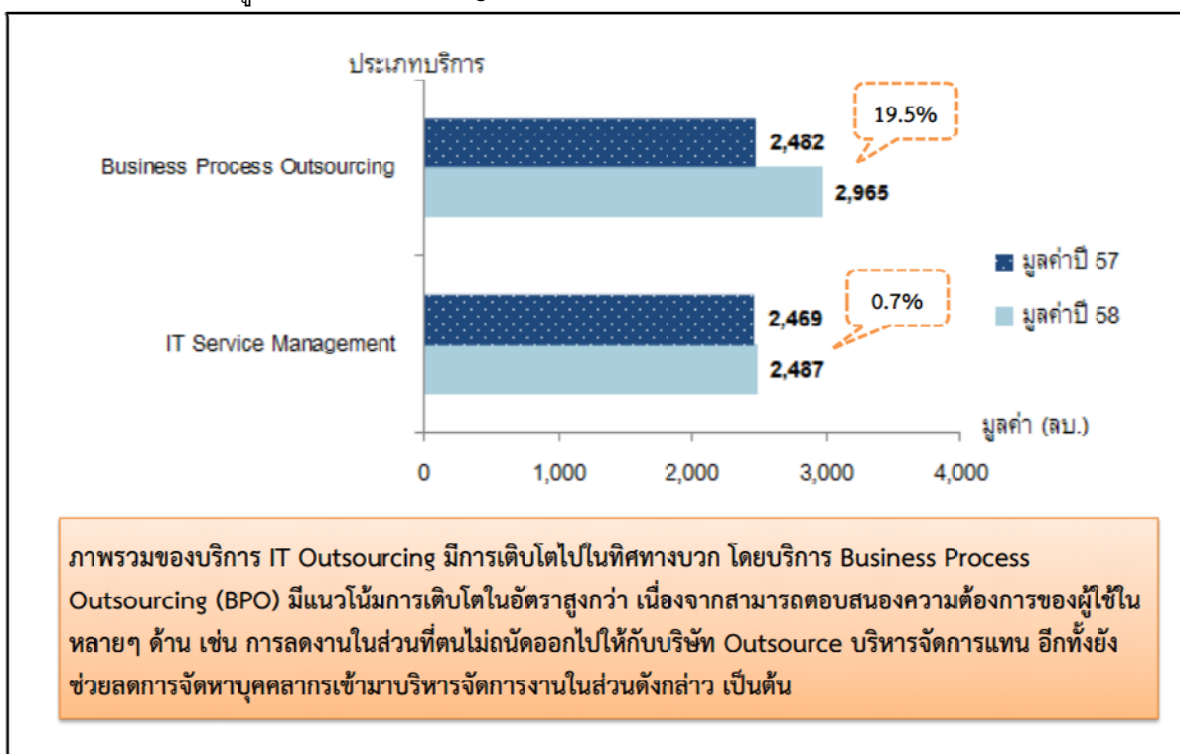


## มูลค่าตลาด Data Center and Managed Service



ที่มา: มูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ และตลาดอุปกรณ์เครื่องรับสัญญาณโทรศัพท์  
ของประเทศไทย ประจำปี 2557 และปี 2558

## มูลค่าตลาด IT Sourcing จำแนกตามประเภทบริการปี 2557และปี 2558

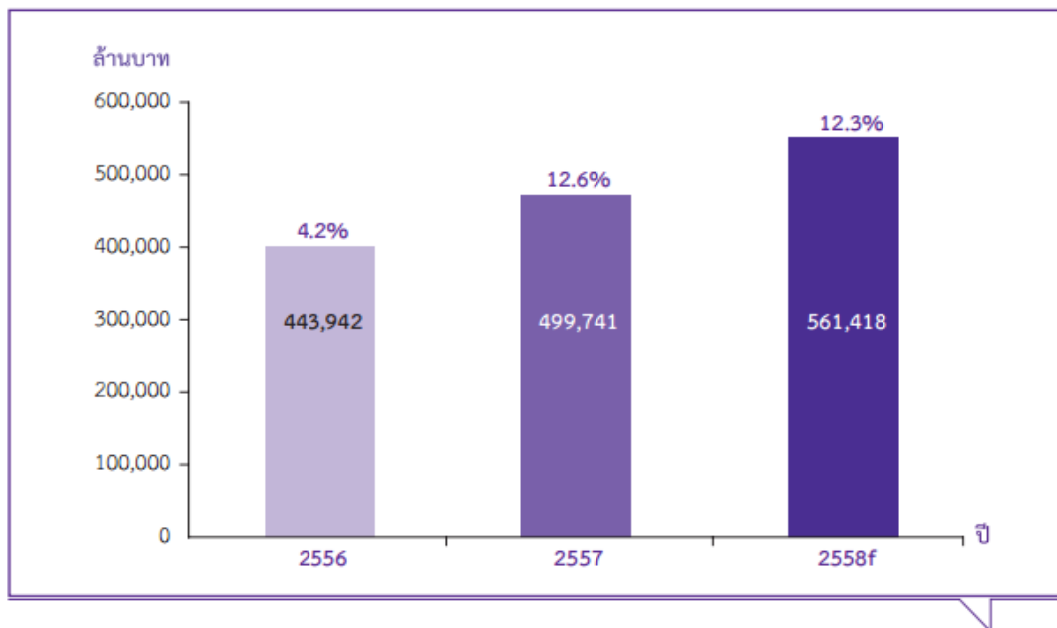


ที่มา: มูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ และตลาดอุปกรณ์เครื่องรับสัญญาณโทรศัพท์  
ของประเทศไทย ประจำปี 2557 และปี 2558

### มูลค่าการตลาดอุปกรณ์การสื่อสาร

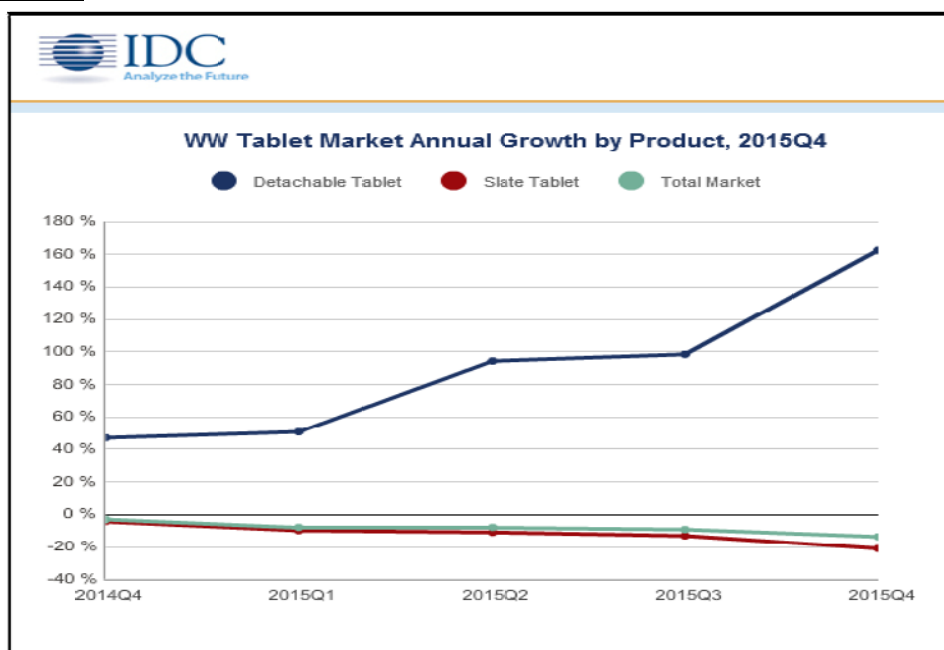
ภาพรวมตลาดการสื่อสารประจำปี 2557 และปี 2558 จากภาพรวมของมูลค่าตลาดสื่อสารปี 2557 พบว่าตลาดยังคงสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องจากปี 2556 ที่ผ่านมา โดยมีมูลค่าทั้งสิ้น 499,741 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 12.6 โดยตลาดบริการสื่อสารมีมูลค่าทั้งสิ้น 300,326 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 8.9 ในขณะที่ตลาดอุปกรณ์สื่อสารมีมูลค่า 199,415 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 18.6 โดยในปี 2558 มูลค่าตลาดสื่อสารรวมจะมีมูลค่าทั้งสิ้น 561,418 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 12.3 โดยตลาดอุปกรณ์สื่อสารจะมีมูลค่า 228,248 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 14.5 ขณะที่ตลาดบริการสื่อสารจะมีมูลค่า 333,170 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 10.9 ดังภาพ

มูลค่าตลาดสื่อสารปี 2556- 2558



ที่มา : มูลค่าตลาดสื่อสารของประเทศไทย ประจำปี 2557 และปี 2558

### สินค้าแท็บเล็ต(Tablet)



- ไตรมาสที่ 4 ในปี 2558 แท็บเล็ตขายได้ทั้งหมด 65.9 ล้านเครื่องซึ่งลดลง -13.7% จากปีก่อน
- ตลอดปี 2558 นั้นขายแท็บเล็ตได้รวม 206.8 ล้านเครื่อง ซึ่งลดลงจากปีก่อน -10.1%
- แท็บเล็ตที่แยกร่าง ถอดคิบอร์ดได้ แบบ iPad Pro หรือ Surface ขายได้รวมทั้งหมดในตลาด 8.1 ล้านเครื่อง ซึ่งขายได้เป็นเท่าตัวในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีที่แล้ว
- ยอดขายแท็บเล็ตธรรมดา มีแนวโน้มลดลงมากที่สุดถึง -21.1%

Top Five Tablet Vendors, Shipments, Market Share, and Growth, 2015					
(Preliminary Results, Shipments in millions)					
Vendor	2015 Unit Shipments	2015 Market Share	2014 Unit Shipments	2014 Market Share	Year-Over-Year Growth
1. Apple	49.6	24.0%	63.4	27.6%	-21.8%
2. Samsung	33.4	16.2%	39.8	17.3%	-16.1%
3. Lenovo	11.2	5.4%	11.2	4.9%	0.4%
4. ASUS	7.1	3.4%	11.8	5.1%	-39.9%
5. Huawei	6.5	3.1%	3.0	1.3%	116.6%
Others	99.1	47.9%	100.9	43.8%	-1.8%
<b>Total</b>	<b>206.8</b>	<b>100.0%</b>	<b>230.1</b>	<b>100.0%</b>	<b>-10.1%</b>
Source: IDC Worldwide Quarterly Tablet Tracker, February 1, 2016					

สำหรับ 5 อันดับของผู้ผลิตที่มียอดขายแท็บเล็ตประจำไตรมาสที่ 4 ของปี 2558 นั้นเป็นไปตามตารางด้านบน ซึ่ง Apple ยังคงครองอันดับที่ 1 ได้อยู่ถึงแม้ว่ายอดขายจะลดลงถึง 21.8% เมื่อคิดแบบต่อปี สำหรับอันดับที่ 2 นั้นยังคงเดิม Samsung ที่ยอดขายลดลงถึง 16.1% เมื่อคิดแบบปีต่อปีเช่นเดียวกัน ในขณะที่อันดับที่ 3 อย่าง Lenovo นั้นสามารถทำส่วนแบ่งได้ดีขึ้นมาหน่อยคืออยู่ในแดน + (เพิ่มขึ้น) แต่ก็ไม่มากนักเพราะอยู่ที่ 0.4% เมื่อคิดแบบปีต่อปีและอันดับที่ 4 กับ ASUS ที่ยอดขายลดลงมากที่สุดถึง 39.9% เมื่อคิดแบบต่อปี(ซึ่งน่าจะเป็นมาจากการที่ปีนี้ ASUS ไม่มีแท็บเล็ตที่ร่วมผลิตกับ Google อย่าง Nexus ออกมาแล้ว)

### แนวโน้มและการพัฒนาในอนาคต

แนวโน้มสำคัญภาคธุรกิจ และเทคโนโลยีในประเทศไทยที่จะเกิดขึ้นในปี 2559-2561 ที่น่าจับตามองและเตรียมปรับตัวมีดังนี้

#### 1. ดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน

จะเป็นปัจจัยหลักในการผลักดันการลงทุนทางไอทีขององค์กรในปี 2559 เป็นต้นไป โดยดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันนั้นเป็นการนำเทคโนโลยีแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 มาพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งานของผู้บริโภค และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้สูงขึ้น เชื่อว่ากลยุทธ์ทรานส์ฟอร์มเมชันจะมุ่งเน้นไปที่ความชำนาญด้านดิจิทัลทั้งในเรื่องของความสัมพันธ์ การปฏิบัติงาน และสินค้าหรือบริการที่มีฐานมาจากข้อมูล

## 2. คลาวด์จะกลายเป็นการลงทุนพื้นฐานทางด้านไอที

ภายในปี 2561 การลงทุนด้านคลาวด์จะมีสัดส่วนเป็นอย่างน้อยหนึ่งในสี่ของค่าใช้จ่ายด้านไอทีทั้งหมด และภายในปี 2563 30% ของการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานไอทีทั้งหมดจะเกี่ยวข้องกับคลาวด์ ในขณะที่สัดส่วนของคลาวด์จะสูงถึง 30-35% ของค่าใช้จ่ายด้านซอฟต์แวร์ เซอร์วิส และเทคโนโลยีทั้งหมด

ในปี 2559 นั้นองค์กรต่าง ๆ มีความจำเป็นจะต้องพัฒนาขีดความสามารถในการใช้งานบริการผ่านคลาวด์ โครงการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 หรือดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันในเชิงธุรกิจนั้นจะเกิดขึ้นได้ยากหากไม่มีคลาวด์เป็นพื้นฐาน ซึ่งหมายความว่าองค์กรเหล่านั้น จะต้องเพิ่มการใช้บริการผ่านคลาวด์ขึ้นอย่างมากในช่วงหลายปีข้างหน้า

ภายในปี 2563 การใช้จ่ายขององค์กรสำหรับบริการผ่านคลาวด์ ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์เพื่อซัพพอร์ทบริการผ่านคลาวด์ และการบริการเพื่อใช้งานและจัดการบริการผ่านคลาวด์จะมีมูลค่าสูงกว่า 350 ล้านดอลลาร์สหรัฐซึ่งถือเป็นการเติบโตขึ้น 100% จากปัจจุบัน ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ส่วนใหญ่ที่เวนเดอร์ผลิตก็จะเป็นแบบ “คลาวด์เฟิร์ส” เช่นกัน การเปลี่ยนแปลงของบริการผ่านคลาวด์จากความเป็นสถาปัตยกรรม “ใหม่” ไปสู่ความเป็นเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานนั้นจะมีความสำคัญสำหรับผู้นำด้านไอทีและธุรกิจ

## 3. ผู้ใช้สมาร์ทโฟนจะเพิ่มขึ้นอีก 25 ล้านคน

ภายในปี 2561 ประเทศไทยจะมีผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตด้วยสมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์แรกเป็นจำนวน 50 ล้านคน ซึ่งคิดเป็น 73% ของประชากรทั้งหมด

การที่มีผู้ใช้สมาร์ทโฟนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตกว่า 50 ล้านคนนั้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นวงกว้างต่อองค์กรต่าง ๆ พบเห็นการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทางธุรกิจภายในองค์กร เช่น กลยุทธ์และการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ทโฟน องค์กรต่าง ๆ ต้องสร้างวิธีใหม่ ๆ ในการนำเสนอสินค้าและบริการผ่านทางมือถือมากขึ้นแบบโมบายล์เฟิร์ส การปรับให้เหมาะสมกับตลาดท้องถิ่น และการนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้เป็นมิติใหม่ในการมีส่วนร่วมของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงนี้ยังผลักดันให้เกิดการใช้ระบบคอกินิทีฟในการวิเคราะห์ การรองรับการใช้งานแบบออฟไลน์ และประสิทธิภาพของบิ๊กดาต้าอย่างมาก เนื่องจากข้อมูลทั้งที่มีอยู่ และที่เกิดขึ้นใหม่นั้นจะถูกจัดเก็บในรูปแบบดิจิทัลซึ่งพร้อมใช้งานได้ทันทีเพื่อตอบสนองผู้ใช้ 50 ล้านราย

## 4. รูปแบบธุรกิจแบบใหม่จะประสบความสำเร็จ

ภายในปี 2560 กว่า 20% ขององค์กรขนาดใหญ่จะได้รับผลกระทบจากนวัตกรรมทางโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ และจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานอย่างแน่นอน

ในอดีตนั้นผลกระทบต่าง ๆ มักเกิดจากนวัตกรรมทางสินค้าและบริการ แต่อินเทอร์เน็ตและองค์ประกอบของแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 นั้น จะช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่างไปจากเดิมได้ ในไม่ช้าธุรกิจแบบเดิมจะได้รับผลกระทบจากธุรกิจแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกิดจากการนำทรัพยากรที่ไม่ได้รับการใช้งานเต็มที่ต่าง ๆ มารวมเข้าไว้ด้วยกัน จนก่อให้เกิดสินค้า บริการ และตลาดใหม่ที่ตัวเองเป็นเจ้าของผู้เดียวได้

## 5. รูปแบบใหม่ของการชำระเงิน

ภายในปี 2560 ผู้นำในภาคอุตสาหกรรมค้าปลีก 10 อันดับแรก จะมีการใช้การตรวจสอบหลายขั้นตอนสำหรับการชำระเงินในร้าน โดยระบบ Near Field Communication (NFC) สแกนนิ้วมือ และไร้สัมผัสจะมีบทบาทที่สำคัญ ภายในตุลาคม 2561 นโยบาย “การปรับภาวะความรับผิดชอบ” จะมีผลบังคับใช้ในประเทศไทย และทำให้ร้านค้าทั่วประเทศต้องระวางโทษต่อการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิตในร้าน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศในช่วงที่ผ่านมา

ชี้ให้เห็นว่าการละเมิดความปลอดภัยนั้น ส่งผลกระทบต่อลูกค้านับล้านรายและมีค่าใช้จ่ายสูงมาก ซึ่งร้านค้าปลีกในประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นขนาดใหญ่ต่างก็มีความกังวลอย่างเห็นได้ชัด

เนื่องจากการซื้อขายส่วนมากนั้นเกิดขึ้นภายในร้าน แน่หนอนว่าร้านค้าปลีกมีหน้าที่ป้องกันการฉ้อโกง ทั้งนี้ยังมีร้านค้าออนไลน์อีกหลายร้านต้องทำให้การซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตมีความปลอดภัยด้วย หนึ่งในช่องโหว่ที่พบบ่อยคือการตรวจสอบตัวตนโดยเฉพาะกระบวนการตรวจสอบการชำระเงินและการอนุมัติ การตรวจสอบหลายขั้นตอนนี้สามารถช่วยหลีกเลี่ยงการฉ้อโกงได้ไม่ว่าจะเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าใดๆ ก็ตาม

ในปี 2560 ร้านค้าปลีกรายใหญ่ต่าง ๆ จะนำระบบชำระเงินในบริเวณใกล้เคียงมาใช้โดยเฉพาะระบบที่ใช้ NFC ระบบดังกล่าวนี้จะช่วยผลักดันความสะดวกให้แก่การตรวจสอบหลายขั้นตอนอย่างมีนัยสำคัญ

## 6. เครื่องพิมพ์ประเภทสมาร์ตมัลติฟังก์ชัน

ภายในปี 2561 เครื่องพิมพ์ประเภทสมาร์ตมัลติฟังก์ชัน (Multifunction Printers – MFPs) จะกลายเป็นอุปกรณ์พื้นฐานที่ตอบโจทย์โซลูชันการพิมพ์จำนวนมากที่ใช้ในออฟฟิศขนาดใหญ่ ไม่นานมานี้ องค์กรต่างๆ เริ่มนำเอารูปแบบความสามารถขั้นสูงเข้าไปใช้กับกลุ่มเครื่องพิมพ์ประเภทมัลติฟังก์ชันผ่านสถาปัตยกรรมโครงสร้างของอุปกรณ์ ซึ่งเริ่มต้นจากความสามารถในการสแกนแบบพื้นฐาน และ/หรือสามารถรองรับการจัดการด้านเอกสารทั่วไป อย่างไรก็ตาม ไอทีซีคาดว่าโซลูชันดังกล่าวจะได้รับการใช้งานแพร่หลายมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การเปลี่ยนอุปกรณ์สำหรับพิมพ์หรือทำสำเนาเป็นอุปกรณ์สำหรับดำเนินงานแบบอัจฉริยะของเครื่องพิมพ์ประเภทมัลติฟังก์ชัน จะเด่นชัดมากขึ้นในอีก 2 ปีข้างหน้า เมื่อองค์กรต่างๆ เริ่มคำนึงถึงขอบเขตความสามารถที่กว้างขึ้นของเครื่องพิมพ์ประเภทนี้

การซัพพอร์ตด้านความปลอดภัย โมบิลิตี้ และคลาวด์จะกลายเป็นมาตรฐานหลัก โดยพีเจเอชเหล่านี้ต่างช่วยส่งเสริมโครงสร้างอุปกรณ์การพิมพ์ให้ประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ซึ่งจะช่วยประหยัดต้นทุน และในขณะเดียวกันก็ยังผลักดันประสิทธิภาพขององค์กร องค์กรต่างๆ ที่ใช้งานเครื่องพิมพ์ประเภทนี้นั้นจะได้รับประโยชน์ทางธุรกิจสูงสุด

## 7. การเปลี่ยนสถานะของซัพพลายเออร์และพาร์ทเนอร์

ดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันที่กำลังเกิดขึ้นจะสร้างผลกระทบและแนวโน้มใหม่ๆ ตลอดจน ผู้เล่นรายใหม่เกิดขึ้นในตลาด ทำให้เกิดแรงกดดันอย่างมากต่อซัพพลายเออร์ไอทีแบบดั้งเดิมและผลักดันให้ผู้เล่นรายใหม่กลายเป็นผู้นำในตลาด ในช่วงหลายปีข้างหน้าเราจะพบเห็นการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในกลุ่มเวเนเดอร์ โดยหนึ่งในสามของซัพพลายเออร์ชั้นนำในปัจจุบันจะมีการควบรวมกิจการ ลดขนาด หรือเปลี่ยนสถานะอย่างมีนัยสำคัญ ยกตัวอย่างดังนี้

- จะมีผู้ให้บริการผ่านคลาวด์อยู่เพียงไม่กี่รายซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดมากถึง 75-80%
- กลุ่มเทคโนโลยี IOT จะมีการควบรวมกิจการ
- บริษัท StartUp จะมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอีกมาก

เนื่องจากแพลตฟอร์มที่ 3 และดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันจะเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงหลายปีข้างหน้า ซัพพลายเออร์บางส่วนนั้นจะประสบความสำเร็จ ในขณะที่บางส่วนนั้นจะดับสูญไป

## 8. การเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคที่มากขึ้นในวงกว้าง

ในปี 2560 บริษัทไทยจะใช้บิ๊กดาต้าเพื่อเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคที่มากขึ้น ทั้งทางอุปกรณ์พกพา ออสมิ แชนแนล และโซเชียลมีเดีย องค์กรในไทยนั้นประสบความสำเร็จในการสร้างฐานลูกค้าใหม่มากขึ้น ผ่านการสร้างความรู้ความผูกพันทางดิจิทัลกับลูกค้า ช่องทางเหล่านี้มีข้อมูลจำนวนมากซึ่งพร้อมสำหรับการวิเคราะห์เนื่องจากโครงสร้างและเครื่องมือที่ทำได้ง่ายและมีราคาถูกกว่าเมื่อก่อน หากแต่ว่าช่องทางเหล่านี้ไม่ได้ถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพเพราะขาดวิสัยทัศน์ และ ความรู้ความชำนาญด้านวิทยาศาสตร์ข้อมูล ในเรื่องวิทยาศาสตร์ข้อมูลนี้ องค์กร และ

สถาบันการศึกษาได้รับรู้ถึงการขาดแคลนความชำนาญดังกล่าว และ เริ่มสร้างความเชี่ยวชาญที่จำเป็นออกสู่ตลาด ในขณะเดียวกันมีเพียงไม่กี่องค์กรเท่านั้นที่เพิ่งจะเริ่มดำเนินกลยุทธ์ที่กล้าหาญ ไอดีซีเชื่อว่าในปี 2560 บริษัทจะสามารถนำแนวความคิด “การเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคที่มากขึ้นในวงกว้าง” มาใช้อย่างมีนัยสำคัญได้มากขึ้น

#### 9. เน็กซ์เจนเนอเรชันซีเคียวริตี้และการจัดการความเสี่ยง

ภายในปี 2560 กว่า 30% ของฝ่ายไอทีในองค์กรจะเปลี่ยนความสนใจจากการวางแผนด้านรักษาความปลอดภัยเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการโจมตีระบบ มาเป็นมุ่งเน้น “จำกัดและควบคุม” ความเสียหายแทน

ในเมื่อองค์กรเริ่มกระบวนการทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน ย่อมมีการใช้งานเทคโนโลยีแพลตฟอร์มที่ 3 อย่างเข้มข้นขึ้น ซึ่งถึงแม้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะสามารถสร้างประโยชน์อย่างมากมาย แต่ก็เพิ่มความเสี่ยงมากขึ้นด้วยเนื่องจากทำให้ “พื้นที่” ที่สามารถถูกโจมตีได้ เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดอีกทั้งภัยคุกคามเองก็อันตรายขึ้นเรื่อย ๆ นั้นหมายความว่า การสร้าง “แนวกัน” เพื่อป้องกันการโจมตีนั้นไม่ใช่ตัวเลือกที่มีประสิทธิภาพอีกต่อไป แต่จะมาเน้นการ “จำกัดและควบคุม” ความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นแทน ผ่านการจำกัดการเข้าถึงข้อมูลและเพิ่มการตรวจตราด้านซีเคียวริตี้มากขึ้น

#### 10. กลุ่มธุรกิจประกันภัยจะเป็นผู้นำด้าน IoT

ภายในปี 2560 การเพิ่มขึ้นของงบประมาณด้านไอที และ จำนวนนวัตกรรมในกลุ่มธุรกิจประกันภัยจะสูงกว่ากลุ่มธุรกิจธนาคาร เนื่องมาจากโครงการ IoT ในกลุ่มธุรกิจประกันภัยนั้นจะได้รับการผลักดัน

เราจะพบกรณีตัวอย่างการใช้งาน IoT ในกลุ่มธุรกิจประกันภัยรถยนต์เป็นครั้งแรก ไอดีซีคาดว่าโซลูชันสำหรับรถยนต์นั้น จะเติบโตอย่างมากในอีกห้าปีถัดไป ซึ่งจะก่อให้เกิดสินค้าประกันภัยจากเทคโนโลยีเทเลเมติกส์โปรเจกต์นำร่องที่ประสบความสำเร็จโดยบริษัทประกันภัยในระดับภูมิภาคจะส่งผลให้เกิดการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้อย่างแพร่หลาย กรณีตัวอย่างอื่นๆ รวมถึงการใช้เทคโนโลยี IoT เพื่อเก็บข้อมูลส่วนบุคคลและเชื่อมโยงกับเบี้ยประกันสุขภาพ และการใช้เซ็นเซอร์ในการประกันอสังหาริมทรัพย์และการขนส่งสินค้า

นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีอื่นๆ ช่วยส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมดังกล่าวอีกด้วย การใช้งานคลาวด์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในสำนักงาน และ บริการการจัดการนั้นช่วยผลักดันกลุ่มธุรกิจประกันภัยเข้าสู่แพลตฟอร์มที่ 3 ภายในปี 2559 นี้คาดว่าจะมีการอัปเดตระบบหลักของภาคอุตสาหกรรมสามครั้ง ซึ่งจะผลักดันการใช้จ่ายด้านไอทีของกลุ่มอุตสาหกรรมให้เติบโตถึง 10% ในขณะที่กลุ่มธุรกิจธนาคารจะเติบโตเพียง 6%

ที่มา : <http://www.it24hrs.com#sthash.BDwAJAJ.dpuf>

#### 2.8.3 ภาวะการแข่งขัน

บริษัทมุ่งเน้นในการเป็นผู้นำในด้านการจำหน่ายสินค้าไอทีผ่านช่องทางแบบค้าปลีกกล่าวคือเน้นจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End-user) โดยตรง ดังนั้นคู่แข่งของบริษัทคือผู้ประกอบการค้าปลีกที่มีการจำหน่ายสินค้าไอทีประเภทเดียวกันเช่น ร้านจำหน่ายสินค้าแล็บท็อปคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมอื่นๆ โดยกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวจะมีทั้งในลักษณะที่เป็นเจ้าของคนเดียวมีจำนวนหน้าร้านเพียง 1-2 ร้าน (Single shop) และบริษัทเอกชนที่มีหน้าร้านเป็นจำนวนมาก (Chain store) นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในลักษณะของศูนย์การค้า และไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ที่มีการจัดสรรพื้นที่ภายในศูนย์การค้าของตนเองสำหรับจำหน่ายสินค้าไอทีและเครื่องใช้ไฟฟ้า (Consumer electric) โดยคู่แข่งปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับหน้าร้านของบริษัทมีดังนี้

## (1) ร้านจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริษัท	ชื่อหน้าร้าน
บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)	BaNANA IT, BaNANA Mobile
บริษัท ไอที ซิตี้ จำกัด (มหาชน)	IT City
บริษัท เจ.ไอ.บี. คอมพิวเตอร์กรุ๊ป จำกัด	J.I.B.
บริษัท แอดไวซ์โฮลดิ้งส์ กรุ๊ป จำกัด	Advice
บริษัท เซ็นทรัลเทเลคอปอเรชั่น จำกัด	Power Buy
บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด	Power Mall
บริษัท เจ มาร์เก็ต จำกัด (มหาชน)	Jaymart
บริษัท เอกชัย ดิสทริบิวชั่น จำกัด	Tesco Lotus
บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)	Big C

## (2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple

สำหรับร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple นั้น ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อให้ได้รับสิทธิในการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการจึงจะสามารถดำเนินงานได้ ส่งผลให้มีจำนวนคู่แข่งที่น้อยรายกว่าร้านจำหน่ายสินค้าไอทีทั่วไป นอกจากนี้ลักษณะการตกแต่งร้าน การจัดวางสินค้าภายในร้าน โปรโมชันและราคาขายสินค้าจะถูกควบคุมจากทาง Apple ทั้งหมด ดังนั้นจุดสำคัญของการแข่งขันจึงอยู่ที่ทำเลที่ตั้งของร้านว่าอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมหรือไม่ อีกทั้งนโยบายของ Apple จะไม่อนุญาตให้มีร้าน Apple ประเภทเดียวกันอยู่ภายในศูนย์การค้าเดียวกันส่งผลให้การมีสาขาในบริเวณทำเลดีและเปิดดำเนินการมาก่อน เป็นข้อได้เปรียบอย่างยิ่ง โดยในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ที่มีจำนวนสาขามากที่สุดและครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพและต่างจังหวัดมากที่สุดในประเทศไทย

บริษัท	จำนวนหน้าร้าน
บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)	97
บริษัท คอปเปอร์ไวร์ จำกัด	19
บริษัท เอสพีวีไอ จำกัด(มหาชน)	24
บริษัท ยูฟิคอน จำกัด	8

ที่มา: ข้อมูลของบริษัท และการประมาณการจากการเก็บข้อมูลของบริษัท ณ 31 ธ.ค. 2558



นอกจากนี้บริษัทยังได้ประกอบธุรกิจศูนย์ให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple (iCare) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและเป็นช่องทางหารายได้เพิ่มเติม โดยศูนย์บริการดังกล่าวผู้ประกอบการจำเป็นต้องได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อให้ได้รับสิทธิในการเป็นผู้ให้บริการอย่างเป็นทางการจึงจะสามารถดำเนินงานได้ ส่งผลให้มีจำนวนคู่แข่งที่น้อยราย

บริษัท	จำนวนหน้าร้าน
บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)	20
บริษัท เอสพีไอ จำกัด(มหาชน)	4
บริษัท คอปเปอร์ไวร์ จำกัด	5
บริษัท แมคอินทอชเซ็นเตอร์ จำกัด	1
บริษัท ยูฟิคอน จำกัด	2
บริษัท ยูนิตี้โปรเกรส จำกัด	5
บริษัท ภูเก็ตอัลฟ่าเอนจิเนียริ่ง จำกัด	2

ที่มา: ข้อมูลของบริษัท และการประมาณการจากการเก็บข้อมูลของบริษัท ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2558

#### 2.8.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

ธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทไอทีเป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรขั้นต้นค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทอื่น ส่งผลให้การบริหารจัดการต้นทุนคงที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนด้านพนักงาน ต้นทุนด้านการขยายสาขาคือต้นทุนทางการเงินล้วนแล้วแต่มีผลต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ดังนั้นผู้ประกอบการที่มียอดขายที่สูง หรือมีเงินทุนมากกว่าจะได้เปรียบผู้ประกอบการรายย่อยค่อนข้างมาก นอกจากบริษัทจะมีนโยบายในการควบคุมต้นทุนต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว บริษัทยังได้มีการกำหนดกลยุทธ์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทไอทีโดยมีรายละเอียดดังนี้

##### (1) ทำเลที่ตั้งของสาขา

ทำเลนับเป็นเรื่องสำคัญอันดับต้นของธุรกิจ การที่บริษัทอยู่ในธุรกิจค้าปลีกมานานกว่า 18 ปี จึงได้สะสมประสบการณ์ในการคัดเลือกทำเลที่มีศักยภาพและในปัจจุบันจากการที่บริษัทเป็นผู้ค้าปลีกสินค้าไอทีที่มีจำนวนสาขามากที่สุดในประเทศ ส่งผลให้หน้าร้านของบริษัทได้กระจายครอบคลุมในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงไว้ได้ล่วงหน้าก่อนคู่แข่ง นอกจากนี้บริษัทก็ยังคงมีแผนการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อยึดทำเลที่มีโอกาสเติบโตสูงในอนาคต โดยมีการสร้างพันธมิตรที่ดีกับเจ้าของพื้นที่ซึ่งเป็นผู้พัฒนาศูนย์การค้าชั้นนำทั่วประเทศ โดยการที่ร้านค้าของบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลให้เจ้าของพื้นที่ศูนย์การค้าไว้วางใจและต้องการให้บริษัทเข้าไปเปิดหน้าร้าน ดังนั้นเมื่อเจ้าของพื้นที่มีการวางแผนขยายพื้นที่หรือ ขยายศูนย์การค้าเพิ่มเติมทั้งในเขตกรุงเทพ และต่างจังหวัด เจ้าของพื้นที่จะเข้ามาร่วมหารือ ชักชวน พร้อมทั้งให้บริษัทเป็นผู้เลือกทำเลในศูนย์การค้าเป็นกลุ่มต้นๆ โดยบริษัทจะเลือกจากทำเลที่ดีที่สุดที่ศูนย์การค้าเหล่านั้นๆ เช่น ห้องที่มีคนเดินผ่านมากที่สุด อยู่หน้าบันไดเลื่อนหรืออยู่ชั้นที่มีคนเดินมาก เป็นต้น

##### (2) ความหลากหลายของสินค้า

บริษัทมีกลยุทธ์ในการบริการด้วยสินค้าหลากหลายรุ่น หลากหลายแบรนด์และหลากหลายประเภท

โดยมีราคาขายตั้งแต่หลักร้อยบาท จนถึงหลักแสนบาท ซึ่งปัจจุบันสินค้าที่บริษัทจำหน่ายครอบคลุมตั้งแต่สินค้าแล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ สินค้าแท็บเล็ตและสินค้าอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้องรวมกว่า 10,000 รายการ ครอบคลุมกว่า 100 แปรนด์ทั่วโลก อาทิเช่น แปรนด์ AMD, Apple, ASUS, Acer, Lenovo, Dell, HP, Western Digital, Samsung, Fujitsu, LG, Toshiba, Intel, Microsoft, Seagate, Oppo, Epson, Canon, Logitech, JBL, Beat, Creative เป็นต้น โดยบริษัทจะจัดให้มีทีมงานที่ดำเนินการคัดสรรสินค้าทั้งจากต่างประเทศ ในประเทศ และจากช่องทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงมีมาตรการในการคัดเลือกสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้สินค้าที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอในการจำหน่ายอยู่เสมอ

### (3) การบริการที่มีคุณภาพและครบวงจร

บริษัทมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพด้วยความทุ่มเทและความตั้งใจเพื่อสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในช่องทางการจำหน่ายต่างๆ โดยการบริการหลักของบริษัทประกอบด้วย

- การบริการลูกค้า: บริษัทได้เน้นคุณภาพของบุคลากรเพื่อให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าทุกราย พนักงานงานขายของบริษัทสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการเลือกซื้อและแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับการใช้งานนอกจากนี้ บริษัทมีบริการในการด้านการชำระเงินในรูปแบบการโอนเงินผ่านธนาคารสำหรับลูกค้าทั่วประเทศ
- การรับประกันสินค้าและบริการหลังการขาย: สินค้าของบริษัทและบริษัทย่อยมีการรับประกันตัวสินค้าทุกชิ้น รองรับการเปลี่ยนและซ่อมสินค้าจากผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าชั้นนำลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้ที่ช่องทางการจำหน่ายทุกสาขาทั่วประเทศไทย ภายใต้เงื่อนไขของการให้บริการ
- การจัดส่งสินค้า: บริษัทให้ทางเลือกมากมายในการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัย อาทิเช่น บริการจัดส่งทั่วประเทศผ่านทางบริษัทขนส่งเอกชนชั้นนำซึ่งเป็นที่น่าเชื่อถือด้านการขนส่งที่ระมัดระวังปลอดภัย และรวดเร็วหรือไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ("EMS")
- ระบบการสั่งซื้อออนไลน์ที่ทันสมัยและปลอดภัย: บริษัทได้ลงทุนด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายและซื้อสินค้าได้ง่ายลูกค้าสามารถค้นหาสินค้า เลือกดูรายละเอียดของสินค้าเพื่อรับประกันความปลอดภัยในการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ บริษัทใช้ SSL (Secure Socket Layer) ตลอดทุกขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าเพื่อป้องกันการละเมิดใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและระบบการชำระเงินที่สะดวกสบาย ทั้งการเก็บเงินปลายทาง การชำระผ่านบัตรเครดิต และการชำระผ่านเคาเตอร์บริการ ครอบคลุมทุกรูปแบบ

### (4) การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า โดยตลอดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา บริษัทมีลูกค้าในส่วนของผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Supplier) กว่า 200 รายซึ่งบริษัทได้รับความร่วมมือ และได้รับการสนับสนุนที่ดีทั้งในด้านสินค้าที่หลากหลาย การบริการต่างๆ จากผู้จัดจำหน่ายสินค้า นอกจากนี้ บริษัทดำเนินธุรกิจกับลูกค้าเหมือนมิตรมากกว่าการเป็นลูกค้า ร่วมกันทำตลาดร่วมกัน ส่งผลประโยชน์ไปจนถึงลูกค้าปลายทางร่วมกัน โดยถ้าบริษัทขายของได้ ลูกค้าก็ได้ขายของได้อีก (Repeat Order) และบริษัทมีนโยบายไม่เอาเปรียบลูกค้า ถ้าขายแบบตรงไปตรงมา และการชำระเงินตรงตามกำหนดเวลาทุกครั้ง ทำให้ลูกค้าทั่วโลกเมื่อมีสินค้าที่ต้องการจะทำตลาดในประเทศไทย ก็จะเข้ามาปรึกษากับบริษัทเป็นอันดับแรกๆ และ เมื่อลูกค้ามีสินค้าใหม่ เทคโนโลยีใหม่ จะทำการจัดส่งสินค้าเหล่านั้นให้บริษัทเป็นผู้จำหน่ายเป็นอันดับแรกๆ ส่งผลให้บริษัทมีสินค้าที่ทันสมัย ทันเทคโนโลยีตลอดเวลา สำหรับจำหน่ายที่หน้าร้านค้าของบริษัท

### (5) การสร้างฐานข้อมูลลูกค้าและการบริหารหลังการขาย

ปกติทุกครั้งที่ถูกสั่งซื้อสินค้าจากทางบริษัท สินค้าเกือบทุกชิ้นจะมีการรับประกันสินค้าจากผู้ผลิตโดยมีระยะเวลาของการรับประกันตั้งแต่ 6 เดือนถึง 3 ปี ดังนั้นเพื่อผลประโยชน์ของลูกค้า ทางบริษัทจะแนะนำให้ลูกค้าลงทะเบียนกับทางบริษัท เพื่อผลประโยชน์ของลูกค้าในการรับประกัน ทำให้หากสินค้าของลูกค้ามีปัญหาหลังจากซื้อไปลูกค้าสามารถกลับมาติดต่อที่บริษัทเพื่อรับบริการหลังการขายของสินค้านั้นๆ วิธีการนี้ส่งผลให้บริษัทมีข้อมูลของลูกค้า

อยู่ในฐานข้อมูลของบริษัทเป็นจำนวนมากทำให้บริษัทมีรายชื่อในฐานลูกค้าเพียงพอต่อการติดต่อและสื่อสารกับลูกค้าในโอกาสต่อไป รวมถึงการให้บริการหลังการขายที่จะทำได้สะดวกยิ่งขึ้น

#### (6) การใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

บริษัทใช้นโยบายการตลาดแบบเข้าถึงใจลูกค้า ("Below The Line") เช่น การจัดทำกิจกรรมการตลาดหน้าร้าน เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ารู้จักร้านค้าเข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการต่างๆ รวมถึงการกลับเข้ามาซื้อสินค้าและมาใช้บริการของบริษัท รวมถึงใช้สื่อการตลาดและแผนโปรโมชั่นต่างๆ อาทิเช่น

- การใช้สื่อผ่าน Facebook, Twitter, Website, และสื่อ Magazine Banana ที่บริษัทจัดทำเพื่อแจกลูกค้าฟรี ที่หน้าร้านของบริษัททุกสาขา และมีการทำกิจกรรม Two Ways Communication เล่นเกมส์ ชิงรางวัล อย่างสม่ำเสมอ
- การจัดรายการส่งเสริมการขายทั้งภายในหน้าร้านของบริษัท ลานโปรโมชั่นภายในห้าง และงานกิจกรรมเกี่ยวกับไอทีต่างๆ เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จัก และช่วยกระตุ้นยอดขาย
- การจัดตกแต่งร้านตามเทศกาลต่างๆ ตามแผนงานโปรโมชั่นในแต่ละเดือน เพื่อให้ภาพลักษณ์ภายในร้านเป็นร้านไอทีที่ง่ายต่อการเลือกสินค้าและมีบรรยากาศของความสุข
- การร่วมกับทางธนาคาร เพื่อทำโปรโมชั่นผ่อน 0% และ โปรโมชั่น "Cash Back" เพื่อกระตุ้นยอดขาย
- การจัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (EDM) ให้กับลูกค้าของบริษัท เพื่อแจ้งข้อมูลการตลาด รายการส่งเสริมการขาย โปรโมชั่นสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้บริการกับร้านค้าในเครืออย่างต่อเนื่อง

#### (7) การฝึกอบรมพนักงานขาย

บริษัทมีการกำหนดมาตรฐานในการทำงานของพนักงานให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน โดยพนักงานต้องผ่านหลักสูตรอบรมการขายและการให้บริการจากบริษัท โดยหลักสูตรดังกล่าวจะมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถในการนำเสนอสินค้าต่อลูกค้า และกริยาท่าทางที่พร้อมต่อการให้บริการลูกค้า ให้กับพนักงานขายทุกคนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและความประทับใจในการได้รับบริการ ตั้งแต่การปรึกษาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านำไปถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าและชำระเงิน โดยบริษัทมีทีมงานมืออาชีพที่ผ่านการฝึกอบรม ทุกคนและกระจายอยู่ทุกสาขาเพื่อคอยให้บริการลูกค้าทั่วประเทศ และบริษัทยังมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องทำให้สามารถสร้างทีมพนักงานขายใหม่ เพื่อบรรจุเข้าสู่สาขาใหม่ที่มีการขยายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและทดแทนพนักงานเก่าที่อาจจะมีการลาออกได้อย่างทันกาลซึ่งโดยปกติพนักงานใหม่ต้องได้รับการฝึกอบรมจากบริษัทเป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ ก่อนการปฏิบัติงานจริง ซึ่งทำให้มั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับการบริการที่ดีและข้อมูลที่แม่นยำที่สุด

## 2.9 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบริษัทและบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจหลักในการนำเข้าและค้าปลีกสินค้าไอที ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

## 2.10 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัทที่อาจมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ และแนวทางในการบริหารความเสี่ยงเพื่อป้องกัน และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น สามารถสรุปได้ดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ

##### 1.1 ความเสี่ยงจากความล้มเหลวของสินค้าคงคลัง

เนื่องด้วยธุรกิจหลักของบริษัท คือ การค้าปลีกสินค้าไอที บริษัทต้องมีการจัดเก็บสินค้าคงคลังให้มีจำนวนเพียงพอเพื่อจำหน่ายในแต่ละร้านของบริษัท แต่สินค้าไอทีเป็นสินค้าที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งอาจส่งผลให้บริษัทไม่สามารถจำหน่ายสินค้าดังกล่าวได้ทันเวลา ทำให้สินค้าคงคลังล้าสมัยได้ มีต้นทุนในการบริหารสูงขึ้น และอาจต้องมีการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยหรือด้อยค่าที่อาจทำให้มีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทได้นำระบบ ITEC Stock ซึ่งเป็นระบบช่วยบริหารจัดการงานขายสินค้าและสินค้าคงคลังในสาขา โดยระบบสามารถวิเคราะห์ข้อมูลการขายสินค้าและความต้องการของผู้บริโภคของแต่ละสาขา รวมทั้งสามารถตรวจสอบจำนวนสินค้าคงคลังหน้าร้านของแต่ละสาขา ทำให้บริษัททราบความเคลื่อนไหวของสินค้าและสามารถวางแผนและกำหนดปริมาณการสำรองสินค้าในแต่ละสาขาได้ บริษัทมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย (Promotion) มาช่วยในการกระตุ้นยอดขาย รวมทั้งการระบายสินค้าที่มีอยู่ก่อนที่สินค้าดังกล่าวจะเสื่อมความนิยม โดยบริษัทได้รับเงื่อนไขพิเศษจากตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตรายใหญ่สำหรับสินค้าบางรุ่น เช่น การให้ส่วนลดพิเศษ การเปลี่ยนคืนสินค้านั้นที่ล้าสมัยเพื่อแลกกับสินค้านั้นใหม่ หรือการได้รับชดเชยส่วนต่างในกรณีที่สินค้ามีการลดราคา (Price protection) เป็นต้นซึ่งสามารถช่วยลดปัญหาการล้าสมัยของสินค้าคงคลังลงได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว โดยกำหนดให้ฝ่ายจัดซื้อและบริหารสินค้าเป็นผู้ติดตามความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีของสินค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อคัดเลือกสินค้าและสั่งซื้อสินค้าในจำนวนที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาดมาจำหน่ายและลดความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัย บริษัทได้กำหนดนโยบายในการตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าล้าสมัยตามประเภทและอายุสินค้าเพื่อแสดงมูลค่าที่แท้จริงของสินค้า บริษัทเชื่อว่าการที่บริษัทมีมาตรการป้องกันความเสี่ยงต่างๆ ประกอบกับกลยุทธ์ทางการตลาดความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้บริหาร ทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงนี้ค่อนข้างน้อย

##### 1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จำหน่ายสินค้ารายใหญ่ (Supplier)

บริษัทจัดหาสินค้าเพื่อนำมาจัดจำหน่ายจากตัวแทนจำหน่ายและผู้จำหน่ายสินค้ารายใหญ่หลายรายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ บริษัทมียอดการซื้อสินค้าแบรนด์ Apple คิดเป็นประมาณร้อยละ 50 ของยอดสั่งซื้อตามงบการเงินรวม โดยสินค้าแบรนด์ Apple บริษัทจะทำการสั่งซื้อโดยตรงจากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Limited (“Apple SA”) และผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศไทยที่ได้รับอนุญาตให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้สัญญาการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้านั้นรวมถึงให้บริการหลังการขาย ซึ่งเป็นสัญญาปีต่อปี หากสัญญาระหว่างบริษัทและ Apple SA สิ้นสุดลงและไม่ได้มีการต่อสัญญาหรือบริษัทถูกยกเลิกสัญญาก็จะส่งผลให้บริษัทไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าโดยตรงจาก Apple SA ได้ รวมถึงอาจจะไม่สามารถ

ดำเนินธุรกิจร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์ของ Apple โดยตรง เช่น iStudio, iBeat หรือ U-store ได้เช่นกัน ซึ่งจะทำให้เกิดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท

การทำสัญญาแบบปีต่อปีกับ Apple SA เป็นไปตามนโยบายของ Apple SA ในการที่จะทำสัญญาแบบดังกล่าว กับตัวแทนจำหน่ายสินค้า Apple ในประเทศไทยทุกบริษัทอย่างไรก็ดี บริษัทดำเนินธุรกิจร่วมกับ Apple SA มาตั้งแต่ปี 2548 และได้รับการต่อสัญญาอย่างต่อเนื่องทุกปีซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับ Apple SA ประกอบกับความสามารถในการทำยอดขายจำนวนมากให้กับ Apple SA และได้รับรางวัลต่างๆ จาก Apple SA มาโดยตลอด ทำให้ผู้บริหารของบริษัทเชื่อมั่นว่า ถึงแม้สัญญาจะเป็นลักษณะสัญญาแบบปีต่อปี แต่บริษัทไม่มีความเสี่ยงจากการไม่ได้ต่อสัญญาดังกล่าวและจะได้รับการสนับสนุนจาก Apple SA อย่างต่อเนื่อง ในอนาคต นอกจากนี้ปัจจุบันบริษัทจำหน่ายสินค้าประเภทไอทีของทุกแบรนด์เพื่อให้สามารถครอบคลุมความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

### 1.3 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจ

บริษัทประกอบธุรกิจหลักในการนำเข้าและค้าปลีกสินค้าไอที เช่น คอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตด้วยกันเองในการพัฒนาสินค้าและออกสินค้านวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด หรือการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นคู่แข่งกับบริษัทโดยตรง ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าประเภทไอทีและโทรศัพท์เคลื่อนที่ประมาณร้อยละ 80 ของรายได้รวมจากการขายและบริการ หากมีการแข่งขันกันสูงขึ้นหรือมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีศักยภาพสูงเข้ามาแข่งขันในธุรกิจ อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการรวมของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญได้ อย่างไรก็ดี บริษัทเห็นว่าผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจค้าปลีกไอทีอาจมีข้อจำกัดในเรื่องการหาพื้นที่ทำเลที่เหมาะสมกับการเปิดร้าน เนื่องจากในแต่ละพื้นที่ จะมีผู้เช่าพื้นที่รายเดิมเป็นเจ้าของอยู่แล้ว และสำหรับพื้นที่ใหม่ๆ โดยปกติเจ้าของพื้นที่จะเสนอพื้นที่ให้ผู้เช่ารายเดิมที่เป็นร้านค้าที่คุ้นเคยและมีภาพลักษณ์ดีเลือกเช่าพื้นที่เป็นรายแรกๆ ผู้เช่ารายเดิมจึงมีโอกาสในการเลือกเช่าพื้นที่ที่มีศักยภาพและทำเลที่ตั้งที่ดีได้มากกว่าผู้ประกอบการรายใหม่

นอกจากนี้ ธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอทีจะมีอัตรากำไรที่ไม่สูงและผู้ประกอบการแต่ละรายจะกำหนดราคาขายสินค้าชนิดเดียวกันไม่แตกต่างกันมากนัก การแข่งขันในธุรกิจดังกล่าวจึงเน้นที่ช่องทางในการจำหน่ายที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายรวมถึงการสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในคุณภาพของสินค้าและการบริการที่ประทับใจและการบริการหลังการขายที่ลูกค้าสามารถเชื่อมั่นและไว้วางใจได้โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ที่มีจำนวนสาขามากที่สุดในประเทศไทยโดยมีจำนวนสาขา iStudio, iBeat และ U store รวมกันมากถึง 100 สาขาทั่วประเทศ และมีสาขาร้าน Banana IT และ Banana Mobile มากกว่า 170 สาขาทั่วประเทศและบริษัทยังมีศูนย์บริการ iCare ซึ่งเป็นศูนย์ซ่อมและบริการที่ได้รับการรับรองจาก Apple จำนวน 20 สาขาทั่วประเทศ จึงมั่นใจได้ว่าบริษัทมีช่องทางในการจำหน่ายที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ รวมทั้งมีบริการหลังการขายที่เชื่อมั่นและไว้วางใจได้ และด้วยประสบการณ์ของผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในธุรกิจมากกว่า 18 ปีบริษัทจึงมีความพร้อมและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจได้

#### 1.4 ความเสี่ยงจากการขยายสาขา

เนื่องจากธุรกิจของบริษัทคือธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอที ซึ่งช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายสินค้าคือหน้าร้าน บริษัทจึงมีนโยบายที่จะขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด โดยในปี 2556 - 2558 บริษัทมีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 265 สาขา 324 สาขา และ 287 สาขา ตามลำดับ บริษัทจึงมีความเสี่ยงในกรณีที่ผลประกอบการของสาขาที่เปิดใหม่ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์หรือประมาณการไว้ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีหน่วยงานขยายกิจการซึ่งมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ จะทำการศึกษาและวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน ทำเลที่ตั้งของสาขา ปริมาณลูกค้า ขนาดร้าน และยอดขาย โดยเทียบกับสาขาที่มีขนาดใกล้เคียงกันและกำหนดให้หน่วยงานปฏิบัติการติดตามผลการดำเนินงานของสาขาต่างๆ อย่างใกล้ชิดโดยหากมียอดขายหลังจากเปิดดำเนินการแล้ว 4 - 6 เดือน ไม่เป็นไปตามเป้าที่กำหนด บริษัทจะหาสาเหตุที่ทำให้ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือพิจารณาย้ายหรือปิดสาขาที่ขาดทุนต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทจะใช้งบประมาณในการตกแต่งสาขาไม่มาก และสินทรัพย์ส่วนใหญ่จะเป็นสินทรัพย์ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ทำให้หากมีการย้ายสาขาบริษัทจะไม่ต้องลงทุนในสินทรัพย์ใหม่ทั้งหมด และบริษัทจะดำเนินการเจรจาเพื่อขอคืนเงินมัดจำกับศูนย์การค้าหรือเจ้าของพื้นที่ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทสามารถขอคืนเงินมัดจำได้ จึงทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทในกรณีที่ต้องมีการย้ายหรือปิดสาขาไม่มากนัก ประกอบกับจากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการเลือกทำเลที่ตั้งและการบริหารงานสาขาของผู้บริหารของบริษัทที่สะท้อนจากรายได้และจำนวนสาขาของบริษัทที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าการขยายสาขาใหม่ของบริษัทจะเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าและได้ผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน

#### 1.5 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากร

เนื่องด้วยลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท จำเป็นต้องมีพนักงานขายและบริการจำนวนมากเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามสาขาต่างๆ ของบริษัทอย่างไรก็ตาม เนื่องจากลักษณะงานของพนักงานขายและบริการที่จะต้องให้บริการและคำแนะนำแก่ลูกค้ารวมถึงต้องใช้ความขยันและอดทนในการปฏิบัติงาน ทำให้พนักงานในกลุ่มดังกล่าวมีอัตราการเปลี่ยนงาน (Turn over) ที่ค่อนข้างสูง ซึ่งอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากขาดพนักงานที่มีความรู้และความสามารถในการขายสินค้าและให้บริการลูกค้าและส่งผลกระทบต่อยอดขายสินค้าของบริษัท

บริษัทตระหนักดีถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรบุคคล จึงได้ปรับปรุงค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ ให้เทียบเคียงได้กับผู้ประกอบการรายอื่นในธุรกิจเดียวกัน และบริษัทยังได้จัดให้มีหลักสูตรพัฒนาบุคลากรทั้งพนักงานขายในสาขาและพนักงานส่วนสนับสนุน เพื่อเพิ่มเติมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดให้มีโครงการสำหรับสรรหาพนักงานเพิ่มเติมเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว เช่น โครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน โดยให้พนักงานปัจจุบันของบริษัทแนะนำหรือชักชวนผู้ที่สนใจให้มาสมัครงานกับบริษัท เป็นต้น

### 2. ความเสี่ยงด้านบริหารจัดการ

#### 2.1 ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 25

ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2558 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท คือ นายสุระ คณิตทวีกุล ซึ่งถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.72 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวส่งผลให้ผู้



ถือหุ้นรายใหญ่ดังกล่าวสามารถใช้สิทธิคัดค้านมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นในเรื่องที่สำคัญที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลการออกเสียงของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้

อย่างไรก็ดี บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการถ่วงดุลอำนาจ จึงได้จัดโครงสร้างการจัดการให้ประกอบด้วยคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเป็นการแต่งตั้งบุคคลภายนอกที่มีความอิสระจำนวน 3 ท่าน เข้าร่วมในคณะกรรมการบริษัทจากจำนวนกรรมการทั้งหมด 7 ท่าน เพื่อทำหน้าที่สอบทานการทำงานและมีการถ่วงดุลอำนาจในฐานะตัวแทนของผู้ถือหุ้นรายย่อย รวมทั้งช่วยกลั่นกรองเรื่องสำคัญต่างๆ อาทิเช่น ความสมเหตุสมผลในการทำการรายการระหว่างกันก่อนการนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น และมีการกำหนดมาตรการในการทำการรายการที่เกี่ยวข้องกันกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ซึ่งบุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติรายการนั้นๆ

## 2.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร

เนื่องจากผู้บริหารหลักของบริษัทเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มานานกว่า 10 ปี จึงมีความรู้ความชำนาญในการวางกลยุทธ์การขาย การตลาด และการพิจารณาทำเลที่ตั้งสาขาที่มีศักยภาพ รวมถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จำหน่ายสินค้ารายใหญ่ ห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าที่เป็นเจ้าของพื้นที่ดังกล่าว บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักในการบริหารงานซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหลักของบริษัท ที่ไม่สามารถสรรหาผู้ที่เหมาะสมและมีคุณสมบัติเหมาะสมได้ อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารงานและผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

อย่างไรก็ดี บริษัทได้สนับสนุนให้บุคลากรของบริษัทมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์และแผนธุรกิจของบริษัทและผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงานให้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งมีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในการทำงานเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถเพื่อสืบทอดงานต่อจากผู้บริหาร นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริหารหลักของบริษัทซึ่งได้แก่นายสุระ คณิตทวิกุล และผู้บริหารที่เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ร่วมงานกับบริษัทมาตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าผู้บริหารหลักจะทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาวต่อไป

## 3. ความเสี่ยงด้านการเงิน

### 3.1 ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญาสนับสนุนทางการเงินของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ตามเงื่อนไขของสัญญาสนับสนุนทางการเงินที่บริษัทมีอยู่กับธนาคารมีข้อกำหนดเรื่องการดำรงสัดส่วนการถือหุ้นและการดำรงตำแหน่งผู้บริหารหลักของนายสุระ คณิตทวิกุล ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทตลอดระยะเวลาของสัญญาสนับสนุนทางการเงินดังกล่าว ทั้งนี้ บริษัทอยู่ระหว่างการเจรจากับธนาคารพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องเพื่อขอยกเลิกเงื่อนไขดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้ทำสัญญากับบริษัท (Undertaking Agreement) รับรองว่าจะรักษาสัดส่วนการถือหุ้นตามที่ธนาคารกำหนดและจะยังคงเป็นผู้บริหารหลักของบริษัทจนกว่าธนาคารจะตกลงให้ยกเลิกข้อกำหนดในเรื่องดังกล่าว

บริษัทเชื่อมั่นว่าผู้ถือหุ้นรายใหญ่จะให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวเพื่อให้บริษัทได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากธนาคารอย่างต่อเนื่อง



### 3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

เนื่องจากบริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าบางประเภทจากต่างประเทศโดยมูลค่าสั่งซื้อของบริษัทตั้งแต่ปี 2557 - 2558 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3 - 6 ของต้นทุนขายรวมอย่างไรก็ดี เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจโดยรวมภายในประเทศและสภาพเศรษฐกิจโลกซึ่งบริษัทไม่สามารถควบคุมหรือประมาณการได้และหากอัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางลบหรือมีความผันผวนมากอาจส่งผลต่อกำไรของบริษัทได้

อย่างไรก็ดี บริษัทได้มีมาตรการการป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ด้วยการเข้าทำสัญญาซื้อขายเงินต่างประเทศล่วงหน้า (Forward) บางส่วน เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งบริษัทเชื่อมั่นว่าจากมาตรการดังกล่าวจะช่วยลดความเสี่ยงอันเนื่องมาจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้ โดยในปี 2558 บริษัทมีผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเท่ากับ 3 ล้านบาท (ปี 2557 บริษัทมีผลกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเท่ากับ 2 ล้านบาท)

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

##### 4.1 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทและบริษัทย่อยโดยมีรายละเอียดดังนี้

รายการทรัพย์สิน	ราคาทุน* (ล้านบาท)	ค่าเสื่อมราคาสะสม (ล้านบาท)	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)
1. ส่วนปรับปรุงอาคาร	436	(244)	192
2. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	332	(216)	116
3. ยานพาหนะ	15	(12)	3
4. งานระหว่างก่อสร้าง	16	-	16
<b>รวม</b>	<b>799</b>	<b>(472)</b>	<b>327</b>

\* รวมที่ซื้อมาระหว่างปี









##### 4.2 สิทธิการเช่า

ลำดับ	ที่ตั้ง	มูลค่าสิทธิตามบัญชี (ล้านบาท)	เริ่มต้น	สิ้นสุด	พื้นที่ (ตร.ม.)
1	ศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ - BANANA IT	47.4	10-9-58	9-4-71	370
2	ศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ - ISTUDIO	32.67	10-9-58	9-4-71	255
3	เดอะมอลล์ บางแค ชั้น G	24.73	1-9-57	4-8-65	314
4	ศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ - SAMSUNG	20.5	10-9-58	9-4-71	160
5	เดอะมอลล์ บางแค ชั้น 3	9.67	15-11-53	4-8-65	429
6	เดอะมอลล์ ท่าพระ ชั้น 2	5.52	20-2-56	31-5-62	108
7	เซ็นทรัลลาดหญ้า ชั้น 2	0.89	5-9-57	4-9-60	86
8	เซ็นทรัล ลาดพร้าว ชั้น 3	0.8	1-3-56	28-2-60	212
9	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	0.67	20-12-57	19-12-60	90
10	ซีคอนแสควร์ ศรีนครินทร์ ชั้น G	0.27	1-8-56	31-7-59	42
11	เซ็นทรัลพระราม 2	0.25	1-7-56	30-6-60	108
12	เดอะมอลล์ บางกะปิ ชั้น G	0.14	1-7-56	30-6-62	180
13	ซีคอนแสควร์ ศรีนครินทร์ ชั้น G	0.11	1-4-56	30-3-59	92
14	เซ็นทรัลเวิลด์	0.07	1-12-57	30-4-59	114
15	เซ็นทรัลพระราม 2 ชั้น 2	0.07	15-1-57	14-1-60	103
16	เดอะมอลล์ บางกะปิ ชั้น 1	0.07	1-5-57	30-4-60	70
17	ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่	0.06	5-1-58	13-12-59	203
	<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>143.89</b>			<b>2,936</b>


\*สิทธิการเช่าทั้งหมดเป็นการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดสาขาของบริษัท โดยสำหรับสาขาอื่นในปัจจุบัน บริษัทได้มีการทำสัญญาเช่าระยะสั้นในลักษณะที่ไม่มีค่าเช่า

#### 4.3 เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า จำนวน 9 รายการ และมีเครื่องหมายการค้าที่อยู่ระหว่างการขอขึ้นทะเบียนอีกจำนวน 8 รายการดังต่อไปนี้

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ)	วันที่จดทะเบียน	รายละเอียด	ระยะเวลาคุ้มครอง
1		บ44275	15 ส.ค.2551	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	15 ส.ค.2551- 14 ส.ค.2561
2		บ46438	15 ส.ค.2551	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	15 ส.ค.2551- 14 ส.ค.2561
3		บ53539	4 พ.ย.2553	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	4 พ.ย.2553 - 3 พ.ย.2563
4		บ53538	4 พ.ย.2553	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	4 พ.ย.2553 - 3 พ.ย.2563
5		บ61458	6 พ.ค.2554	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	6 พ.ค.2554 – 5 พ.ค.2564
6		บ57771	4 ม.ค.2555	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	4 ม.ค.2555 - 3 ม.ค.2565
7		บ67010	27 ก.ย.2556	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	27 ก.ย.2556- 26 พ.ย. 2566
8		บ66813	28 ม.ค.2557	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค.2557- 27 ม.ค. 2567

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ)	วันที่จดทะเบียน	รายละเอียด	ระยะเวลาคุ้มครอง
9		บ66814	28 ม.ค.2557	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค.2557- 27 ม.ค. 2567
10		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (924913)	28 ม.ค. 2557	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
11		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (948846)	7 ส.ค. 2557	จำหน่ายโทรศัพท์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
12		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (959412)	21 ต.ค. 2557	บริการจัดจำหน่าย สินค้าประเภทอุปกรณ์ โทรศัพท์มือถือ	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
13		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (971539)	28 ม.ค. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
14		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (971540)	28 ม.ค. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
15		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (973906)	13 ก.พ. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
16	 บจก.แมงโก้ ซ็อบบิ่ง/บจก.บา นาน่า กรุป	อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (935304)	30 เม.ย. 2557	จำหน่าย โทรศัพท์มือถือ แท็บ เล็ต และอุปกรณ์เสริม	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ)	วันที่จดทะเบียน	รายละเอียด	ระยะเวลาคุ้มครอง
17	 บจก.แมงโก้อ ช้อปปิ้ง/บจก.บานาน่า กรุป	อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (935305)	30 เม.ย. 2557	จำหน่ายสินค้าผ่านทาง อินเทอร์เน็ต	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน

\* สามารถต่ออายุหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้คราวละ 10 ปี

#### 4.4 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนซึ่งได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยเป็นมูลค่าสุทธิ จำนวน 14.13 ล้านบาท และมูลค่าสิทธิการเช่ารวม 143.89 ล้านบาท

#### 4.5 เงินลงทุนในบริษัทย่อย

ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยที่เปิดดำเนินงานอยู่คือ บริษัท แมงโก้อ ช้อปปิ้ง จำกัด ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง ภายใต้หน้าร้าน Mango Mobile มูลค่า 15 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 76 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว

ณ วันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2558 ที่ประชุมกรรมการบริษัทของบริษัท แมงโก้อ ช้อปปิ้ง จำกัด ได้มีมติเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นบริษัท บานาน่า กรุป จำกัด และได้จดทะเบียนการเปลี่ยนชื่อกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2558

ณ วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2558 บริษัทได้ทำการซื้อหุ้นของบริษัท บานาน่า กรุป จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เพิ่มในสัดส่วนร้อยละ 24 ของทุนจดทะเบียน เป็นจำนวนเงิน 479.99 บาท ส่งผลให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อยเป็นมูลค่าประมาณ 15 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว (พ.ศ. 2557 : ร้อยละ 76.00) โดยบริษัทวางแผนเปลี่ยนลักษณะการประกอบธุรกิจเป็นธุรกิจ e-commerce โดยอยู่ในระหว่างการวางระบบและ คาดว่าจะสามารถเปิดดำเนินการธุรกิจได้ในปี 2559 ด้วยทางฝ่ายบริหารเห็นว่า ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลมากต่อชีวิตประจำวัน และ ธุรกิจ e-commerce จะเป็นช่องทางใหม่อีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยขยายช่องทางการขายสินค้าของบริษัทให้เข้าถึงผู้บริโภคได้โดยง่ายและตรงกลุ่มเป้าหมาย เป็นการช่วยเพิ่มฐานลูกค้าและสามารถใช้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ ได้อีกหนึ่งช่องทาง

## 4.6 สรุปสาระสำคัญของสัญญา

### 4.6.1 สัญญาเช่า

บริษัทมีการทำสัญญาเช่าพื้นที่ภายในบริเวณศูนย์การค้าเพื่อประกอบกิจการร้าน Banana IT, iStudio, iBeat, Banana mobile, Samsung shop, iCare และมีการเช่าพื้นที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อประกอบกิจการร้าน U store โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีสาขารวมทั้งหมด 287 สาขาซึ่งสัญญาเช่าของสาขาส่วนใหญ่เป็นสัญญาเช่าระยะสั้น รายละเอียดที่สำคัญของสัญญาเช่าสามารถสรุปได้ดังนี้

- พื้นที่เช่า ตำแหน่งพื้นที่เช่า วัตถุประสงค์การเช่า ขอบเขตการให้บริการ
- อัตราค่าเช่า อัตราค่าบริการ กำหนดชำระค่าเช่า/ค่าบริการ การชำระค่าภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง
- อายุสัญญา มีระยะเวลา 1 – 13 ปี และการต่ออายุสัญญานั้นผู้เช่าต้องแจ้งความประสงค์ในการต่ออายุสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรแก่ผู้ให้เช่าล่วงหน้าก่อนครบกำหนดอายุสัญญาเช่า
- เงินประกันการเช่า/การรับบริการโดยผู้เช่าจะได้รับคืนเงินประกันโดยไม่มีดอกเบี้ยเมื่อครบกำหนดเวลาตามสัญญาและผู้เช่าได้ชำระเงินคงค้างใดๆ แล้ว
- การเช่าช่วง/การให้บริการช่วงหรือการโอนสิทธิตามสัญญาไม่สามารถทำได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่า/ผู้ให้บริการ ภายใต้เงื่อนไขเฉพาะในแต่ละสัญญา
- การเลิกสัญญาเช่า โดยผู้เช่าและผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญาเช่าได้หากคู่สัญญาอีกฝ่ายมีการปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญา

### 4.6.2 สัญญาให้สิทธิทางการค้าและบริการ (iBeat Franchise)

บริษัทได้ทำสัญญาในการให้สิทธิทางการค้าและบริการกับคู่ค้าส่วนใหญ่สัญญา มีอายุ 5 ปี โดยบริษัทอนุญาตให้คู่ค้าสามารถดำเนินงานร้าน iBeat by Comseven ในลักษณะของ Franchisee ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีร้าน iBeat ที่บริหารงานโดย Franchisee จำนวน 15 สาขา โดยรายละเอียดที่สำคัญของสัญญาประกอบด้วย

- ตำแหน่งและขนาดของพื้นที่สาขา
- ระบบการบริหารจัดการร้าน
- ค่าธรรมเนียมสำหรับสิทธิทางการค้าและบริการ
- ส่วนแบ่งรายได้ที่คู่ค้าจะได้รับจากการจำหน่ายสินค้า

คู่ค้าจะเป็นผู้ลงทุนตกแต่งหน้าร้าน และทำการนำสินค้าของบริษัทเข้ามาวางจำหน่ายในลักษณะของการฝากขาย โดยสินค้าจะเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทจนกว่าคู่ค้าจะสามารถจำหน่ายออกจากหน้าร้านได้ และบริษัทจะแบ่งส่วนแบ่งรายได้ให้กับคู่ค้าตามสัดส่วนของยอดขายที่คู่ค้าทำได้ในแต่ละเดือนตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญา ทั้งนี้การตกแต่งหน้าร้าน การจัดวางสินค้า รวมถึงระบบการจัดการสินค้าภายในร้าน คู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่บริษัทได้กำหนดไว้ทั้งหมด



#### 4.6.3 สัญญาเกี่ยวกับสินเชื่อเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน

- 1) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่หนึ่งวงเงินรวมจำนวน 854,000,000 บาท และวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า อีกจำนวน 3,551,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ (USD)

วันที่ทำสัญญา	28 กรกฎาคม 2558
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด(มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า</li> <li>■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้นและเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต</li> <li>■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน</li> </ul>
วงเงินสินเชื่อ	<p>วงเงินสินเชื่อรวมจำนวน 3 วงเงิน ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สินเชื่อเป็นหนังสือค้ำประกันเพื่อปฏิบัติตามสัญญา และการซื้อสินค้าวงเงินรวม 254,000,000 บาท</li> <li>2. สินเชื่อเป็นหนังสือค้ำประกันการซื้อสินค้าและ/หรือสินเชื่อเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ(D L/C) และ/หรือ เปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต(L/C) และ/หรือ ทำทรัสต์รีซีท(T/R) และ/หรือ สินเชื่อประเภทเงินกู้ยืมระยะสั้น (P/N Controlled Disbursement ) วงเงินรวม 600,000,000 บาท</li> <li>3. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract)จำนวน 3,551,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ (USD)</li> </ol>
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ บริษัทสามารถใช้วงเงินสินเชื่อประเภทขอให้ธนาคารออกหนังสือค้ำประกัน เพื่อค้ำประกันการประกวดราคา (Bid Bond) การปฏิบัติตามสัญญา (Performance Bond) และ ผลงาน (Retention Bond ) รวมทุกลบแล้ว ต้องไม่เกินวงเงิน 100,000,000 บาท</li> <li>■ บริษัทสามารถใช้วงเงินสินเชื่อประเภทขอให้ธนาคารเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิตและ/หรือทำทรัสต์รีซีท (D L/C,L/C,T/R) ในแต่ละขณะรวมแล้วต้องไม่เกินวงเงิน 300,000,000 บาท และสามารถขอใช้สินเชื่อ Forward Contract ภายใต้วงเงินดังกล่าวนี้ด้วย</li> <li>■ ตลอดระยะเวลาสัญญาต้องดำรงสัดส่วนเงินกู้ยืมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิ (Gearing Ratio) ไม่เกิน 2.5 เท่า ตามงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี โดยคำนวณจากผลรวมของเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและยอดสินเชื่อประเภท Factoring และ Hire Purchaseหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมดลบด้วยสินทรัพย์ไม่มีตัวตน (Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / (Total Equity – Intangible Assets)</li> <li>■ ในกรณีที่บริษัทสามารถจดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้แล้ว กลุ่มผู้ถือหุ้นรายเดิมต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นรวมกันแล้วเกินกว่าร้อยละ 50 และคุณสุระจะต้องดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท</li> <li>■ สัดส่วนเงินฝากหลักประกันคิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อที่มีการเบิกใช้</li> </ul>
หลักประกัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ จำนำบัญชีเงินฝากกรรมสิทธิ์ของบริษัท</li> </ul>

\*ธนาคารพาณิชย์ดำเนินการปลดภาระค้ำประกันให้กับบริษัทเรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2558 ตามหนังสือแจ้งของสถาบันการเงินเลขที่ สท. 11400/0846/1558 ลว.23 ธันวาคม 2558

- 2) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สองวงเงินรวมจำนวน 460,000,000 บาท และวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า อีกเทียบเป็นมูลค่าจำนวน 100,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	4 กุมภาพันธ์ 2558
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น</li> <li>■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า</li> <li>■ เพื่อใช้ในการรับประกันการ releasing of good by carrier</li> <li>■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน</li> </ul>
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวมจำนวน 3 วงเงิน ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> <li>1. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) และเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C) และทำทริสตีรีซี (T/R) และ หนังสือค้ำประกันการรับสินค้า Shipping Guarantee (S/G) วงเงินทั้งหมดใช้รวมกันไม่เกิน 450,000,000 บาท โดย</li> <li>2. วงเงินกู้โดยใช้ตัวสัญญาใช้เงิน (PN) วงเงิน 10,000,000 บาท</li> <li>3. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เทียบเป็นมูลค่าจำนวน 100,000,000 บาท</li> </ol>
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ในกรณีบริษัทสามารถจดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้แล้ว ต้องสามารถดำรงอัตราส่วน Gearing Ratio (เงินกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น) ไม่เกิน 2.5 ต่อ 1 เท่า ตามงบการเงินรายปี ที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี และคุณสุระ คณิตทวีกุล จะต้องเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุด และต้องดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท</li> <li>■ สัดส่วนเงินฝากหลักประกันคิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อที่มีการเบิกใช้</li> </ul>
หลักประกัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัท</li> </ul>

\*ธนาคารพาณิชย์ดำเนินการปลดภาระค้ำประกันให้กับบริษัทเรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2558 ตามหนังสือเลขที่ 029/2558 ลว.17 ธันวาคม 2558

- 3) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สามวงเงินรวมจำนวน 1,171,537,050 บาท

วันที่ทำสัญญา	11 มีนาคม 2558, 31 สิงหาคม 2558
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น</li> <li>■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า</li> <li>■ เพื่อใช้ในการเช่าระยะยาวในพื้นที่บางส่วนในอาคารศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์</li> </ul>
วงเงินสินเชื่อ	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ หนังสือค้ำประกัน (L/G) วงเงิน 700,000,000 บาท</li> <li>■ ตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) วงเงิน 400,000,000 บาท</li> <li>■ วงเงินกู้ระยะยาว วงเงิน 71,537,050 บาท</li> </ul>
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ในกรณีบริษัทสามารถจดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้แล้ว ต้องสามารถดำรงอัตราส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า ตามงบการเงินรายปี ที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี และกลุ่มนายสุระ และผู้บริหารเดิมจะต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 และคุณสุระจะต้องดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท</li> <li>■ สัดส่วนเงินฝากหลักประกันคิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ</li> </ul>
หลักประกัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัท</li> </ul>

\*ธนาคารพาณิชย์ดำเนินการปลดภาระค้ำประกันให้กับบริษัทเรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2558 ตามหนังสือแจ้งของสถาบันการเงิน ลว.24 ธันวาคม 2558

4) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สี่วงเงินรวมจำนวน 165,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	8 ธันวาคม 2558
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น</li> <li>เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า</li> </ul>
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวมจำนวน 3 วงเงิน ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> <li>วงเงินเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C) สินเชื่อเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ(D L/C)และทำทราสต์รีซีท (T/R) วงเงิน146,500,000 บาท</li> <li>เงินกู้เบิกเกินบัญชี (O/D) วงเงิน 5,000,000 บาท</li> <li>วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) วงเงิน 13,500,000 บาท</li> <li>วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 5,600,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ (USD)</li> </ol>
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ตลอดระยะเวลาสัญญาตั้งแต่ ณ สิ้นสุดรอบบัญชี 31 ธันวาคม 2558 ต้องดำรงสัดส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า ตามงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี</li> <li>สัดส่วนเงินฝากหลักประกันคิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ</li> </ul>
หลักประกัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัท</li> </ul>

\*ธนาคารพาณิชย์ดำเนินการปลดภาระค้ำประกันให้กับบริษัทเรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2558 ตามหนังสือแจ้งของสถาบันการเงินเลขที่ พสช. 111/2558 ลว.21 ธันวาคม 2558

5) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่ห้าวงเงินรวมจำนวน 200,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	6 พฤษภาคม 2558
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น</li> <li>เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า</li> </ul>
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวมจำนวน 3 วงเงิน ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> <li>หนังสือค้ำประกันธนาคาร (B/G) วงเงิน 40,000,000 บาท</li> <li>วงเงินตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) ทราสต์รีซีท (T/R) และ Foreign Exchange (FX) จำนวน 150,000,000 บาท</li> <li>เงินกู้เบิกเกินบัญชี (O/D) วงเงิน 10,000,000 บาท</li> </ol>
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>สัดส่วนเงินฝากหลักประกันคิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ</li> </ul>
หลักประกัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัท</li> </ul>

\*ธนาคารพาณิชย์ดำเนินการปลดภาระค้ำประกันให้กับบริษัทเรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2558 ตามหนังสือแจ้งของสถาบันการเงิน ลว.24 ธันวาคม 2558

6) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่หกวงเงินรวมจำนวน 100,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	21 เมษายน 2557
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น</li> <li>เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า</li> </ul>
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) และ วงเงินสินเชื่อหนังสือค้ำประกัน (L/G) วงเงินทั้งหมดใช้ร่วมกันไม่เกิน 100,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ตัวสัญญาใช้เงิน (Revolving P/N) แต่ละฉบับจะมีอายุไม่เกิน 1 เดือน</li> <li>เฉพาะวงเงิน ตัวสัญญาใช้เงิน (Revolving P/N) ใช้ได้ไม่เกิน 100,000,000 บาท</li> <li>ส่งรายงานสินค้าคงคลังรายไตรมาสให้แก่ธนาคาร ภายใน 2 เดือน เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาแต่ละไตรมาส</li> </ul>
หลักประกัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัท</li> </ul>

## 7) บริษัทย่อย มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งวงเงินรวมจำนวน 75,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	11 กันยายน 2557
ผู้กู้	บริษัท แมงโก้ ซุปเปอร์ จำกัด
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น</li> <li>■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า</li> </ul>
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) และวงเงินสินเชื่อหนังสือค้ำประกัน (L/G) วงเงินทั้งหมดใช้ร่วมกันไม่เกิน 75,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ สามารถเบิกรับเงินกู้ภายใต้สัญญาฉบับนี้ ได้ไม่เกิน 40,000,000 บาท สามารถเบิกรับเงินกู้ส่วนที่เหลือได้ต่อเมื่อขยายสาขาหน้าร้านมากกว่า 40 สาขาขึ้นไป โดยสามารถเบิกรับเงินกู้ตามจำนวนสาขาที่เกินกว่าสาขาที่ 40 ได้ เฉลี่ยสาขาละไม่เกิน 1,000,000 บาท</li> </ul>
หลักประกัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัท</li> <li>■ บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ค้ำประกันเต็มวงเงิน</li> </ul>

## 4.6.4 สัญญาให้ใช้สิทธิเครื่องหมายการค้า “Banana IT” ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (“ประเทศพม่า”)

วันที่ทำสัญญา	1 มกราคม 2558
ระยะเวลาสัญญา	1 มกราคม 2558 ถึง 30 ธันวาคม 2559
คู่สัญญา	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (“คู่สัญญาฝ่ายที่ 1”) และ Citicom7 company limited โดย Mr. Hla Moe (“คู่สัญญาฝ่ายที่ 2”)
ข้อตกลงที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ คู่สัญญาฝ่ายที่ 1 ประสงค์ที่จะอนุญาตให้คู่สัญญาฝ่ายที่ 2 มีสิทธิใช้เครื่องหมายการค้า Banana IT ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของคู่สัญญาฝ่ายที่ 1 ได้โดยไม่มีค่าตอบแทน โดยจะสามารถใช้เครื่องหมายการค้ากับร้านค้าจำหน่ายสินค้าประเภทไอทีที่อยู่บริเวณ เมืองย่างกุ้ง ประเทศพม่าเท่านั้น</li> <li>■ คู่สัญญาฝ่ายที่ 2 จะดำเนินการตกแต่งสถานที่ที่จะใช้เป็นร้านจำหน่ายสินค้าไอทีภายใต้เครื่องหมายการค้า Banana IT ตามรูปแบบและรายละเอียดที่ได้รับคำแนะนำจากคู่สัญญาฝ่ายที่ 1 รวมทั้งจะดูแลซ่อมแซมสิ่งชำรุดบกพร่องของเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งภายในร้านค้าให้อยู่ในสภาพเดิมหรือใกล้เคียงเดิมเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้า</li> <li>■ ทั้งนี้การให้สิทธิใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าว มิได้หมายถึงการให้สิทธิในการใช้แต่เพียงผู้เดียว และ มิได้เป็นการตัดสิทธิคู่สัญญาฝ่ายที่ 1 ในการเปิดดำเนินการร้านจำหน่ายสินค้าไอทีภายใต้เครื่องหมายการค้าดังกล่าว</li> </ul>

## 4.6.5 สัญญาการร่วมลงทุน

วันที่ทำสัญญา	12 กุมภาพันธ์ 2557
คู่สัญญา	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (“คู่สัญญาฝ่ายที่ 1”) และ นายทรงธรรม บุญยศัพท์ย์ (“คู่สัญญาฝ่ายที่ 2”)
ข้อตกลงที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ประสงค์ร่วมทุนกันจัดตั้งบริษัทขึ้นใหม่ มีชื่อว่า บริษัท แมงโก้ ซุปเปอร์มาร์เก็ต จำกัด (“แมงโก้”) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบกิจการจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ สินค้าไอที อุปกรณ์ ต่อพ่วงหรืออุปกรณ์เสริมต่างๆ และรับบริการชำระเงินรวมทั้งการให้สิทธิทางการค้าแก่ผู้อื่น</li> <li>• ตามที่บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้มีการเข้าทำสัญญาร่วมลงทุนกับนายทรงธรรม บุญยศัพท์ย์ (“นายทรงธรรม”) เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2557 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดตั้งบริษัท แมงโก้ ซุปเปอร์มาร์เก็ต จำกัด (“แมงโก้ ซุปเปอร์มาร์เก็ต”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยร้อยละ 76 เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ สินค้าไอที อุปกรณ์ต่อพ่วงหรืออุปกรณ์เสริมต่างๆ และรับบริการชำระเงินรวมทั้งการให้สิทธิการค้าแก่ผู้อื่น ซึ่งในรอบปี 2558 ได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นดังต่อไปนี้ <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2558 ได้มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท จากเดิมชื่อ “บริษัท แมงโก้ ซุปเปอร์มาร์เก็ต จำกัด” เปลี่ยนใหม่เป็นชื่อ “บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด”</li> <li>2. เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ซื้อหุ้นทั้งหมดจาก นายทรงธรรม บุญยศัพท์ย์ ที่มีอยู่ในบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด จำนวน 47,999 หุ้น ดังนั้น บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) จึงถือหุ้นในบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด เป็นจำนวน 199,998 หุ้น ซึ่งเป็นอัตราร้อยละ 99.98 ของหุ้นในบริษัท ดำเนินการตามมติในที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 10/2558 ณ วันที่ 10 พฤศจิกายน 2558</li> <li>3. เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 ได้มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงกรรมการบริษัท โดย นายวุฒิชัย นาควิเชียร เข้ามาเป็นกรรมการแทนที่ นายทรงธรรม บุญยศัพท์ย์</li> </ol> </li> </ul> <p>ดังนั้นจึงถือว่าสัญญาร่วมลงทุนระหว่าง บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) กับ นายทรงธรรม บุญยศัพท์ย์ ได้สิ้นสุดลง เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558</p>

## 4.6.6 สัญญา Authorized Premium Reseller Agreement

วันที่ทำสัญญา	23 ธันวาคม 2557
คู่สัญญา	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท Apple South Asia (Thailand) Limited (“Apple”)
วัตถุประสงค์	ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการโดยได้รับสิทธิในการเป็นผู้เปิดหน้าร้าน เพื่อจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของแบรนด์ Apple เช่น ร้าน “iStudio” ในประเทศไทย
สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ บริษัทได้รับสิทธิเป็นผู้จำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของ Apple</li> <li>▪ สิทธิที่ได้รับในพื้นที่เฉพาะในประเทศไทยและในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น (Authorized location)</li> <li>▪ ลักษณะการตกแต่งร้านและการจัดวางสินค้าจะต้องเป็นไปตามที่ Apple กำหนด</li> </ul>
ระยะเวลา	จนกว่าจะมีการบอกเลิกสัญญา

## 4.6.7 สัญญา Apple Authorized Reseller Agreement

วันที่ทำสัญญา	23 ธันวาคม 2557
คู่สัญญา	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท Apple South Asia (Thailand) Limited (“Apple”)
วัตถุประสงค์	ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการโดยได้รับสิทธิในการเป็นผู้จำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของแบรนด์ Apple โดยบริษัทจะสามารถนำสินค้าแบรนด์ Apple มาวางจำหน่ายที่หน้าร้านทุกประเภทของบริษัทได้ตามความเหมาะสม
สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ บริษัทได้รับสิทธิเป็นผู้จำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของแบรนด์ Apple</li> </ul>
ระยะเวลา	จนกว่าจะมีการบอกเลิกสัญญา

## 4.6.8 สัญญา Apple Authorized Service Provider

วันที่ทำสัญญา	23 ธันวาคม 2557
คู่สัญญา	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท Apple South Asia (Thailand) Limited
วัตถุประสงค์	ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการโดยได้รับสิทธิในการเป็นผู้ให้บริการบนผลิตภัณฑ์ต่างๆของ Apple ทั้งผลิตภัณฑ์ Hardware และ Software โดยให้บริการเฉพาะภายในประเทศไทย
สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทได้รับสิทธิเป็นผู้ให้บริการ (Service Provider ) ผลิตภัณฑ์ต่างๆของ Apple และสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์บริการในชื่อตราสินค้า "Apple Care Service"</li> <li>สิทธิที่ได้รับในพื้นที่เฉพาะในประเทศไทยและในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น (Authorized Service Location )</li> </ul>
ระยะเวลา	จนกว่าจะมีการบอกเลิกสัญญา

## 4.6.9 กรณธรรมประกันภัย

ประเภทกรณธรรม	กรณธรรมประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
วันที่ทำสัญญา	5 สิงหาคม 2558
ระยะเวลาคุ้มครอง	1 ปี (5 สิงหาคม 2558- 5 สิงหาคม 2559)
บริษัทประกันภัย	บริษัท ศรีอยุธยา เจเนอรัล ประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	<ol style="list-style-type: none"> <li>อาคารสิ่งปลูกสร้าง (ไม่รวมฐานราก)</li> <li>เฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งติดตั้ง</li> <li>เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ</li> <li>สต็อกสินค้าและบรรจุภัณฑ์</li> </ol>
จำนวนทุนประกันภัย	1,588,427,130.84 บาท
ความคุ้มครอง	คุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันสืบเนื่องมาจาก ไฟไหม้ พายุ ภัยระเบิด ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากอากาศยาน ภัยจากการเฉี่ยวหรือชนของยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยจากไฟฟ้า ภัยจากการนัดหยุดงาน การจลาจล และการกระทำอันมีเจตนาร้าย และรวมถึงอุบัติเหตุต่างๆ ที่มีอาศาดถึงจากปัจจัยภายนอก หรือภัยอื่นๆที่มีได้ระบุไว้

ประเภทกรณธรรม	กรณธรรมประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
วันที่ทำสัญญา	31 พฤษภาคม 2558
ระยะเวลาคุ้มครอง	31 พฤษภาคม 2558 – 31 พฤษภาคม 2559
บริษัทประกันภัย	บริษัท ประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	สต็อกสินค้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าเบ็ดเตล็ด และสินค้าต่างๆ ที่อยู่ในความดูแลรักษาของผู้เอาประกันภัย ในฐานะผู้รักษาทรัพย์สินในสถานที่ โกดังสินค้า 8 ของ บริษัท อจิลิตี้ จำกัด
จำนวนทุนประกันภัย	400,000,000 บาท
ความคุ้มครอง	คุ้มครองความสูญเสีย หรือความเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัย เนื่องมาจากไฟไหม้ พายุ ภัยลมพายุ ภัยการเฉี่ยวและหรือการชนของยานพาหนะ ภัยควัน (จากเครื่องทำความร้อนและชุดเครื่องอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบอาหาร) ภัยจากอากาศยาน ภัยน้ำท่วม ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิดหรือคลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ ภัยระเบิด ภัยการนัดหยุดงาน การจลาจล หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย (ยกเว้นการกระทำเพื่อผลทางการเมือง ศาสนาหรือลัทธินิยม) ภัยลูกเห็บ การลักทรัพย์โดยการเข้าไปหรือออกจากตัวอาคารนั้นด้วยการใช้กำลังอย่างรุนแรงและทำให้เกิดร่องรอยความเสียหายที่เห็นได้อย่างชัดเจนต่อตัวอาคาร การจี้ การปล้น อุบัติเหตุมาจากปัจจัยภายนอกซึ่งมิได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรณธรรมประกันการเสี่ยงภัยทรัพย์สินที่แนบติด



**4.6.10 สัญญาให้คำรับรองในการถือหุ้นและเป็นผู้บริหาร (Undertaking Agreement)**

วันที่ทำสัญญา	26 มิถุนายน 2558
คู่สัญญา	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) กับนายสุระ คณิตทวีกุล (“นายสุระ”) และกลุ่มผู้ถือหุ้นหลักของบริษัท ที่มีรายชื่อ ณ วันที่ 1 ก.พ. 2557 (“กลุ่มผู้ถือหุ้น”)
วัตถุประสงค์	เนื่องจากธนาคารพาณิชย์บางแห่งมีเงื่อนไขในการให้สินเชื่อเงินกู้ยืมว่านายสุระฯ และกลุ่มผู้ถือหุ้นต้องคงสัดส่วนการถือหุ้นรวมกันไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 โดยมีนายสุระฯ ดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารของบริษัท นายสุระฯ และกลุ่มผู้ถือหุ้นจึงทำสัญญาให้คำรับรองกับบริษัท
สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"><li>■ นายสุระฯ และกลุ่มผู้ถือหุ้น ให้คำรับรองว่า จะดำรงสัดส่วนการถือหุ้นที่ถืออยู่ในบริษัท รวมกันแล้วไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ตลอดระยะเวลาของสัญญา</li><li>■ นายสุระฯ จะดำรงตำแหน่งผู้บริหารของบริษัท ตลอดระยะเวลาของสัญญา</li></ul>
ระยะเวลา	ตั้งแต่วันที่ 26 มิถุนายน 2558 จนกระทั่งมีการยกเลิกหรือปลดข้อกำหนดดังกล่าวจากธนาคารพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องทุกธนาคาร

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2558 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสินทรัพย์ของบริษัทเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

**6. ข้อมูลสำคัญอื่น****6.1 ข้อมูลทั่วไป****ก. บริษัท**

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	:	จำหน่ายสินค้าไอทีประเภท คอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์ แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง การให้บริการซ่อมแซมสินค้า ชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และชำระค่าบริการอื่นๆ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 2545 ถนนเพชรบุรี แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
โทรศัพท์	:	02-714-5777
โทรสาร	:	02-714-5875
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107557000462
โฮมเพจบริษัท	:	<a href="http://www.comseven.com">http://www.comseven.com</a>

**ข. บุคคลอื่นๆ****1) นายทะเบียนหลักทรัพย์**

บริษัท	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ข้างสถานทูตจีน) เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	:	02-009-9000
โทรสาร	:	02-009-9991

**2) ผู้สอบบัญชี**

บริษัท	:	นางวราภรณ์ วรติกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4474 บริษัท ไพร์ชวอเตอร์เฮาส์ คูเปอร์ส เอพีเอส จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 179/74-80 ชั้น 15 อาคารบางกอกซิตีทาวเวอร์ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์	:	02-344-1000 และ 02-824-5000
โทรสาร	:	02-344-1463

**3) ที่ปรึกษาทางการเงิน**

บริษัท	:	บริษัท ที่ปรึกษา เอเซียพลัส จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 175 อาคารสารคดี ชั้น 11 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์	:	02-680-4000
โทรสาร	:	02-670-9291

**6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น**

-ไม่มี-