

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ประกอบธุรกิจหลักในการค้าปลีกสินค้าไอที เช่น คอมพิวเตอร์ แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง โดยธุรกิจของบริษัทเริ่มต้นในปี 2539 จากการเป็นร้านค้าปลีกสินค้าไอทีในห้างพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า ต่อมากลุ่มผู้ก่อตั้งได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการเติบโตของธุรกิจสินค้าไอที ซึ่งในขณะนั้นประเทศไทยมีสัดส่วนประชากรที่เข้าถึงการใช้งานคอมพิวเตอร์ไม่ถึงร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ กลุ่มผู้ก่อตั้งจึงได้รวมตัวกันก่อตั้งบริษัทขึ้นเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2547 เพื่อจำหน่ายสินค้าไอทีในลักษณะขายส่งให้กับร้านค้าปลีกทั่วประเทศ ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัทในขณะนั้น รวมทั้งขายปลีกผ่านหน้าร้านของตัวเองภายในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ต่อมาผู้บริหารของบริษัทเห็นว่าธุรกิจขายปลีกสินค้าไอทีมีโอกาสในการเติบโตและมีข้อดีมากกว่าการขายส่ง จึงได้ปรับนโยบายการทำธุรกิจของบริษัทให้เน้นการขายปลีกสินค้าไอทีมากกว่าการขายส่ง โดยการเพิ่มจำนวนช่องทางร้านค้าปลีกให้มากยิ่งขึ้นผ่านการขยายสาขาร้านค้าของบริษัทไปยังศูนย์การค้าต่างๆ

ในปี 2559 บริษัทได้ประกอบธุรกิจที่เป็นการสนับสนุนธุรกิจหลักเพื่อความครบวงจรในธุรกิจไอที เช่น ธุรกิจขายสินค้าไอทีที่เจาะกลุ่มตลาด SME และงานรัฐบาล ซึ่งดำเนินงานภายใต้แบรนด์ “BaNANA Business” ธุรกิจขายสินค้าไอทีผ่านทางออนไลน์ภายใต้แบรนด์ “BaNANA Store” (บริษัท บานานา กรุ๊ป จำกัด) ธุรกิจจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์มือสองภายใต้แบรนด์ “BaNANA Sure” (บริษัท บานานา ชัวร์ จำกัด) ธุรกิจการเข้าบริหารจัดการร้าน TRUE Shop (บริษัท ดับเบิลเซเว่น จำกัด) ตามที่บริษัทได้รับสิทธิจากบริษัท ทรูดีสทรีบีวชั่น แอนด์เซลส์ จำกัด (TDS) และธุรกิจการให้บริการด้านซอฟต์แวร์ (บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด)

ปัจจุบันสามารถแบ่งประเภทธุรกิจได้ทั้งหมด 4 ประเภทดังนี้

1. ธุรกิจค้าปลีก
2. ธุรกิจบริการ
3. ธุรกิจเชิงพาณิชย์
4. ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์

1. ธุรกิจร้านค้าปลีกของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ ร้านค้าที่ขายสินค้าไอทีทั่วไป (รวมถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต) และร้านค้าที่ขายสินค้าแบรนด์ Apple โดยร้านค้าของบริษัทในแต่ละลักษณะมีประวัติความเป็นมา ดังนี้

(1) ร้านขายสินค้าไอทีทั่วไป – จากนโยบายของบริษัทที่ต้องการเพิ่มช่องทางการขายปลีกไปยังศูนย์การค้า ในปี 2552 บริษัทได้ทำการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ร้านค้าขายสินค้าไอทีทั้งหมด ซึ่งในขณะนั้นมีจำนวนประมาณ 100 สาขา จากเดิมที่มีชื่อร้านหลากหลาย มาใช้ชื่อร้าน “BaNANA IT” (ปัจจุบันชื่อร้าน “BaNANA”) เหมือนกันทั้งหมด เพื่อให้แบรนด์ของบริษัทเป็นที่จดจำ รวมทั้งปรับภาพลักษณ์และบรรยากาศภายในร้านให้การเลือกซื้อสินค้าไอทีเป็นเรื่อง “ง่าย ง่าย” ง่ายสำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย รองรับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มสุภาพสตรีที่มีแนวโน้มในการใช้งานสินค้าไอทีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และได้เพิ่มหมวดสินค้าไอทีให้มีความหลากหลายครอบคลุมถึงสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต สำหรับร้าน BaNANA บริษัทยังคงเน้นการจำหน่ายสินค้าแล็ปท็อป และสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ทั่วไปเป็นหลัก

นอกจากนี้ การพัฒนาเทคโนโลยีในด้านการติดต่อสื่อสารอย่างรวดเร็วยังส่งผลให้สินค้าสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตได้รับความนิยมอย่างก้าวกระโดด ในปี 2556 บริษัทได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนและ

แท็บเล็ตโดยเฉพาะภายใต้ชื่อร้าน “BaNANA Mobile” เพื่อให้ลูกค้าแบ่งแยกและจดจำแบรนด์ของร้านได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และบริษัทยังได้เปิดร้าน “Samsung Shop” เพื่อเสริมสร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้าสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตแบรนด์ Samsung ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงอีกช่องทางหนึ่ง และในปี 2559 บริษัทได้ซื้อทรัพย์สินร้านค้าขายอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ภายใต้แบรนด์ “BKK” เพื่อเสริมช่องทางการจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าทุกประเภท เป็นจำนวนทั้งสิ้น 44 สาขา (ประกอบด้วย Samsung Shop จำนวน 6 สาขา และร้าน BKK จำนวน 38 สาขา)

นอกจากนี้บริษัทได้เล็งเห็นว่าตลาดคอมพิวเตอร์มือสองยังมีโอกาสในการทำตลาด ซึ่งที่ผ่านมาการใช้คอมพิวเตอร์ในประเทศไทยยังมีอัตราที่ต่ำเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมด และกลุ่มผู้ใช้ที่เข้าถึงก็เป็นเพียงกลุ่มบุคคลที่มีฐานะรายได้ปานกลางถึงค่อนข้างสูง ดังนั้นเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าไปยังระดับกลางลงไป ทั้งในกลุ่มลูกค้า SME และบุคคลทั่วไป ซึ่งคอมพิวเตอร์ที่นำเข้ามาดังกล่าวอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานและราคาไม่แพง

ในปี 2559 บริษัทจึงได้จัดตั้งบริษัท บานานา ชัวร์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์มือสองโดยการนำเข้า คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แล้วจากต่างประเทศ อาทิเช่น ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อเมริกา และอีกหลายแห่ง โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์มือสองผ่านหน้าร้าน BaNANA กว่า 60 สาขาทั่วประเทศ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสาขาร้าน BaNANA จำนวน 142 สาขา BaNANA Mobile จำนวน 21 สาขา BKK จำนวน 38 สาขา และ Samsung Shop จำนวน 10 สาขาทั่วประเทศ

(2) ร้านขายสินค้าแบรนด์ Apple – สินค้าของ Apple ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และสินค้าไอทีนับตั้งแต่การเปิดตัวเครื่องเล่นเพลง iPod ในปี 2544 ต่อเนื่องมาถึงการเปิดตัว iPhone และ iPad ในปี 2550 และ 2553 ตามลำดับ ส่งผลให้การใช้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั่วโลก มาจนถึงปัจจุบัน

จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของสินค้าแบรนด์ Apple บริษัทได้เข้าทำสัญญาเป็น Authorized Reseller กับ Apple South Asia (Thailand) Ltd. (Apple) ในปี 2548 เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน iStudio ร้าน iBeat และร้าน U-Store by Comseven โดยร้าน iStudio เป็นร้านขนาดใหญ่ซึ่งมีขนาดพื้นที่และการตกแต่งร้านมากกว่าร้าน iBeat และบริษัทเป็นผู้บริหารงานร้าน iStudio เองทั้งหมด สำหรับร้าน iBeat นอกจากบริษัทดำเนินการเองบางส่วนแล้ว บริษัทยังให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีศักยภาพเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของสาขา iBeat ในลักษณะการให้ Franchise เพิ่มเติมด้วย และสำหรับร้าน U-Store เป็นร้านขายสินค้าแบรนด์ Apple ที่เปิดภายในบริเวณมหาวิทยาลัยเพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ให้กับนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัย โดยเฉพาะ เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2559 บริษัทได้มีการรีแบรนด์จัดร้านค้าภายใต้ชื่อร้าน iStudio ร้าน iBeat และร้าน U-Store by Comseven เปลี่ยนมาเป็นชื่อร้าน Studio7 ทั่วประเทศ เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่าง สร้างโอกาสความสามารถในการแข่งขัน พร้อมทั้งยกระดับการให้บริการแก่ลูกค้า และเป็นการสร้างมูลค่าในแบรนด์ Studio7 ซึ่งปัจจุบันยอดขายของสินค้า Apple ยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามยอดขาย Apple ทั่วโลก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสาขาร้าน Studio7 ทั้งสิ้น 94 สาขา ซึ่งถือเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนสาขาร้านในลักษณะ iStudio ที่ได้รับการรับรองจาก Apple มากที่สุดในประเทศไทย

2. ธุรกิจบริการของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ในประเทศไทย ภายใต้ชื่อ “iCare” และร้านให้บริการ TRUE Shop ภายใต้ชื่อ “TRUE by Comseven” โดยร้านค้าแต่ละลักษณะมีประวัติความเป็นมาดังนี้

(1) ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple - เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองจาก Apple ยังมีจำนวนน้อยและไม่เพียงพอต่อความต้องการในการใช้บริการ ในปี 2555 บริษัทได้เข้าทำสัญญาเป็น Apple Authorized Service Provider กับ Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อ

เปิดศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ขึ้นภายใต้ชื่อ “iCare” เพื่อให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ทั้งที่อยู่ในประกันและนอกประกัน ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและไว้วางใจในการซื้อสินค้าแบรนด์ Apple จากบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีศูนย์ iCare 19 สาขา ซึ่งถือเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนสาขาศูนย์บริการ iCare ที่ได้รับการรับรองจาก Apple มากที่สุดในประเทศไทย

(2) ร้านให้บริการ TRUE by Comseven จากความสัมพันธ์อันดีของผู้บริหาร ระหว่างบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) “TRUE” กับบริษัท รวมทั้งการได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ร่วมกันจากการลงนามในสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจครั้งนี้ บริษัทได้รับสิทธิในการบริหารร้าน TRUE Shop (สัญญา) จากบริษัท ทู ดิสทริบิวชั่น แอนด์ เซลส์ จำกัด (TDS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ TRUE ณ วันที่ 26 เมษายน 2559 เพื่อรับมอบสิทธิในการร่วมบริหารจัดการร้าน โดยบริษัททำหน้าที่ขายสินค้าและบริการในร้าน TRUE Shop ที่ได้รับสิทธิจาก TDS ภายใต้ชื่อ TRUE by Comseven ซึ่งตั้งอยู่ในห้างบิ๊กซี และห้างโลตัส ทั่วประเทศ จำนวน 166 สาขา ภายในระยะเวลา 3 ปี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งเสริมสร้างช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าไอทีเพิ่มเติมอีกช่องทางหนึ่ง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีร้านให้บริการ TRUE by Comseven จำนวน 44 สาขา โดยบริษัทมีแผนที่จะเปิดครบทั้ง 166 สาขาในสิ้นปี 2560

3. ธุรกิจเชิงพาณิชย์ – จากการเติบโตอย่างรวดเร็วของสินค้าไอทีที่มีประโยชน์และความจำเป็นแก่ทุกหน่วยงาน อาทิเช่น ธุรกิจการค้าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ หรือองค์กรของภาครัฐ บริษัทจึงได้จัดตั้งหน่วยงานที่ให้บริการแก่ภาคธุรกิจข้างต้นภายใต้ชื่อ BaNANA Business โดยมุ่งเน้นในภาคธุรกิจ SME ในด้านการจัดหาผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยเหลือการค้าดำเนินธุรกิจในองค์กรต่างๆ ซึ่งได้เปิดร้านโชว์รูมและจัดจำหน่ายสินค้าไอทีขึ้นภายใต้ชื่อร้าน “BaNANA Experience Business Center” รวมทั้งการขยายธุรกิจเข้าไปสู่ภาคส่วน Education มากขึ้นตามมหาวิทยาลัย เพื่อตอบสนองต่อการเป็นผู้นำทางไอทีในทุกด้าน โดยได้รับการสนับสนุนจากบริษัทในส่วนของอุปกรณ์ไอทีต่างๆ และได้รับการสนับสนุนสินค้าจำพวกโปรแกรมการจัดการธุรกิจผ่านบริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด (ไอเทค) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท

4. ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ – จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ซึ่งผู้บริโภคนิยมสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ บริษัทจึงได้ก่อตั้งบริษัท บานานา กรุ๊ป จำกัด เพื่อจัดตั้งช่องทางการให้บริการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ภายใต้ชื่อ BaNANA Store (www.bananastore.com)

1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

วิสัยทัศน์ (Vision)

บริษัทมุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้วยบริการที่เป็นเลิศ โดยการบริหารจัดการจากทีมงานที่มีประสิทธิภาพ

พันธกิจ (Mission)

- พัฒนาคุณภาพ ประสิทธิภาพ และยุทธวิธีการบริการของแต่ละธุรกิจ ให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนาระบบการบริหารจัดการและระบบการให้บริการโดยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

- ให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของพนักงานและบุคลากร 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

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจของบริษัท

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญที่สุดของกลุ่มบริษัท คือ การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพดี การพัฒนาระบบการให้บริการที่ดีเลิศ และการทำงานเพื่อสร้างประสบการณ์ความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า รวมทั้งการรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอที สมาร์ทโฟน และสินค้าดิจิทัล ควบคู่ไปกับการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดสินค้าไอที สมาร์ทโฟน และสินค้าดิจิทัล บริษัทยังมีเป้าหมายที่จะขยายช่องทางการขายสินค้าของบริษัทผ่านช่องทางใหม่ๆ เช่น ระบบ E-Commerce หรือการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งบริษัทเป็นเจ้าของ โดยบริษัทกำหนดเป้าหมายว่าภายในปี 2560 บริษัทจะมียอดการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านทางเว็บไซต์มูลค่าไม่น้อยกว่า 2,000 ล้านบาท

ในปี 2559 บริษัทมีเป้าหมายขยายสาขาเพิ่มเติม โดยเริ่มขยายฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้านิติบุคคล เช่นผู้ประกอบการขนาดเล็ก (SME หรือ SMB) สถานศึกษา หรือหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ ซึ่งตลาดดังกล่าวมีมูลค่าประมาณ 44,000 ล้านบาท และบริษัทได้พัฒนาการขายสินค้าผ่านช่องทาง E-Commerce ซึ่งเริ่มในช่วงครึ่งหลังของปี 2559 รวมถึงการขยายธุรกิจศูนย์บริการ iCare เพิ่มเติม โดยใช้ร้านแบรนด์ Apple ซึ่งได้แก่ Studio7 ที่ปัจจุบันมีอยู่จำนวน 94 สาขา เป็นจุดรับสินค้า (Drop Point)

ในปี 2560 ผลจากการขยายฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้านิติบุคคลดังกล่าว การขยายการขายสินค้าผ่านช่องทาง E-Commerce และการขยายธุรกิจศูนย์บริการ iCare เพิ่มเติม จะส่งผลต่อรายได้เต็มปีของปี 2560 โดยเมื่อรวมกับยอดขายของบริษัทซึ่งในช่วงปี 2558-2559 มีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10.4 ต่อปี บริษัทคาดว่าในปี 2560 น่าจะทำได้รวมของกลุ่มบริษัทเพิ่มขึ้นได้ประมาณร้อยละ 15 จากรายได้รวมในปี 2559

จากการขยายช่องทางธุรกิจใหม่ๆ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่าอัตรากำไรขั้นต้นในปัจจุบันของบริษัท โดยเฉพาะธุรกิจบริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple “iCare” ซึ่งโดยปกติมีอัตรากำไรขั้นต้นประมาณ 40% ประกอบกับแผนการปรับปรุงการดำเนินงานภายในของบริษัท เช่น การปรับปรุงประสิทธิภาพพื้นที่ขายในร้าน การลดระยะเวลาในการขนส่ง และการปรับปรุงการจัดการคลังสินค้า เป็นต้น บริษัทจึงคาดว่าจะสามารถเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นได้ 14% ต่อปีในปี 2560

การต่อยอดจากศูนย์รวมสินค้าและบริการด้านไอที “BaNANA” สู่ “BaNANA Business” เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้า SME ในปัจจุบันด้วยโซลูชันส์ โดย BaNANA Business จะเน้นให้บริการด้านสินค้า ตลอดจนให้คำปรึกษาด้านระบบไอทีแก่กลุ่ม SME เป็นหลักโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ทั้งยังเน้นการให้บริการ Onsite Service ที่มีการให้บริการแบบรายครั้ง รายเดือน และรายปี โดยโซลูชันส์ที่เปิดให้บริการประกอบด้วย

1. Product Solution เน้นโซลูชันเพื่อตอบสนองการให้บริการตามประเภทของธุรกิจ แบ่งเป็น 5 โซนหลักๆ ได้แก่ Retail Solution, Office Solution, Home Automation, Hotel Solution และ Education Solution

2. Brand Solution เน้นการโซลูชันจากแบรนด์ไอทีชั้นนำของโลก ที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละธุรกิจให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมี BaNANA ศูนย์รวมสินค้าไอทีสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปอีกด้วย

บริษัทได้เตรียมพร้อมไปกับนวัตกรรมของเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะมีเพิ่มเติมอีกในอนาคต ตลอดจนการจัดสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าในพื้นที่ต่างๆ ในสาขาของบริษัททั่วประเทศ การใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยให้พนักงานได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าได้มีประสบการณ์ความพึงพอใจสูงสุด เพื่อรองรับการเติบโตของบริษัทที่มั่นคงและยั่งยืน

ในปี 2560 นอกเหนือจากการพัฒนาช่องทางการขายใหม่ๆ ให้ใกล้ชิดลูกค้า เช่น การซื้อขายผ่านระบบ E-Commerce ของบริษัท การให้ข้อมูลต่างๆ และการสื่อสารปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านสื่อ Social Media ต่างๆ ของบริษัทแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์กับฐานลูกค้ากลุ่มเดิม ที่เป็นลูกค้าเก่า ซึ่งบริษัทได้จัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าไว้มากกว่า 1 ล้านรายชื่อ สามารถแยกตามพื้นที่ของลูกค้าในโซนต่างๆ ได้ และกลุ่มสินค้าที่ลูกค้าเคยซื้อไปแล้วได้ และบริษัทมีแผนพัฒนาระบบ CRM เพื่อเจาะกลุ่มและตอบสนองความต้องการสูงสุดของลูกค้า และเพื่อให้ลูกค้าเก่าของบริษัทยังคงเป็นลูกค้าของบริษัทตลอดไป

โดยบริษัทมีแผนที่จะขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่ม Education และมีแผนที่จะเพิ่มสาขาของร้าน Studio7 ในเขตมหาวิทยาลัย ซึ่งจะทำให้ใกล้ชิดกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ครู อาจารย์ และผู้บริหารสถานศึกษาต่างๆ เพื่อเปิดโอกาสในการขายให้กับกลุ่มดังกล่าวและโปรเจกต์ของสถานศึกษาต่อไป รวมทั้งบริษัทมีแผนที่จะขายกล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์ ที่สามารถให้ลูกค้าใช้เป็นโซลูชันในการบันทึกภาพหรือถ่ายทอดสดกิจกรรมต่างๆ ของลูกค้าได้ในราคาที่ลูกค้าทั่วไปสามารถซื้อมาใช้งานได้ เพื่อตอบสนองเทคโนโลยีและไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของลูกค้า

1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
ปี 2547	▪ จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัท คอมเซเว่น อินเตอร์เนชั่นแนล 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 ล้านบาท เป็น 20 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท
ปี 2552	▪ ในเดือนมกราคม 2552 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 20 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท ▪ บริษัทมีสาขารอบ 100 สาขา และมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์และบรรยากาศ (Rebranding) ภายในร้านค้าให้ทันสมัยรองรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย และทำการเปลี่ยนชื่อร้านค้าของบริษัททั้งหมดเป็นร้าน "BaNANA IT"
ปี 2553	▪ ในเดือนธันวาคม 2553 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 100 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท
ปี 2554	▪ บริษัทมีจำนวนสาขารอบ 200 สาขา
ปี 2556	▪ ในเดือนพฤษภาคม 2556 บริษัทเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต โดยเฉพาะภายใต้ชื่อร้าน "BaNANA Mobile" และขยายสาขาเพิ่มเติมไปยังจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงในภาคเหนือ ▪ ในเดือนธันวาคม 2556 บริษัทเพิ่มช่องทางธุรกิจโดยการเปิดร้าน "Samsung Shop"

ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2557 บริษัทจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท แมงโก้อีซี จำกัด ("บ.แมงโก") โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 20 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอที โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มชุมชนในต่างจังหวัด โดยบริษัทถือหุ้น บ.แมงโก ในสัดส่วนร้อยละ 76 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 4/2557 เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2557 มีมติดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> (1) อนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.25 บาท (2) อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทอีก 75 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 300 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 225 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท โดยเห็นชอบให้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ดังกล่าว เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2557 บริษัทแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อบริษัทจากบริษัท คอมเซเว่น อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้ดำเนินการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) โดยเปิดให้จองซื้อระหว่างวันที่ 31 กรกฎาคม 2558 และ 3 - 4 สิงหาคม 2558 ในราคาเสนอขายหุ้นละ 3.35 บาท จำนวนหุ้นที่เสนอขายทั้งหมด 300,000,000 หุ้น รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 1,005,000,000 บาท และตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ประกาศรับหลักทรัพย์ของบริษัทเข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2558 และหุ้นของบริษัทเริ่มทำการซื้อขายเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2558 เป็นวันแรกเช่นเดียวกัน เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 บริษัทได้ซื้อหุ้น (บริษัท แมงโก้อีซี จำกัด ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด) ทั้งหมดจาก นายทรงธรรม บุญยะทรัพย์ จำนวน 47,999 หุ้น เป็นเงินจำนวน 6,000,000 บาท บริษัทจึงมีการถือหุ้นในบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด เป็นจำนวน 199,998 หุ้น ซึ่งเป็นอัตราร้อยละ 99.99 ของหุ้นในบริษัทดังกล่าว เป็นไปตามมติของที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 10/2558 เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2558 ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 11/2558 เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2558 มีมติให้บริษัทเข้าลงทุนในบริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด โดยการซื้อหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 3,500 หุ้น ในราคา 10,000,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.5 ของทุนจดทะเบียนของบริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจขายของเล่น ของที่ระลึก การจัดอีเวนต์ต่างๆ เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจกลุ่มนี้ที่มีอัตราการแข่งขันน้อยและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงพิจารณาเห็นว่าจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในครั้งนี้ ในปี 2558 บริษัทขยายสำนักงานสาขาศูนย์ซ่อมสินค้ายี่ห้อ Apple ในชื่อร้านว่า "iCare" โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 20 สาขา ในปี 2558 บริษัทมีการจัดตั้งแผนก BaNANA Business เพื่อขายสินค้าไอที ซอฟต์แวร์ติดตั้ง และดูแลระบบให้กับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กถึงปานกลาง (SME) หรือหน่วยงานราชการ
ปี 2559	<ul style="list-style-type: none"> ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559 มีมติให้บริษัทเข้าลงทุนในบริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด (ไอเทค ซอฟต์แวร์) โดยการซื้อหุ้นจาก นายนิธิต สรรลักษณ์ จำนวน 1,020 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนของไอเทค ซอฟต์แวร์ รวมเป็นเงินทั้งสิ้นจำนวน 8,000,000 บาท โดยไอเทค ซอฟต์แวร์ให้บริการในการเขียนโปรแกรมต่างๆ ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทจะต้องใช้บริการไอเทค ซอฟต์แวร์ในการเขียนโปรแกรมดังกล่าว รวมทั้งให้การสนับสนุนแผนก BaNANA Business ในการดูแลไอที ซอฟต์แวร์ติดตั้ง และระบบ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 2/2559 เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2559 มีมติให้เข้าร่วมทุนกับนายธนวัฒน์ แซ่เจียง ด้วยการก่อตั้งบริษัทใหม่ชื่อว่า "บริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด" (บานาน่า ชัวร์) โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 306,000 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนของบานาน่า ชัวร์ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 30,600,000 บาท โดยบานาน่า ชัวร์ ประกอบธุรกิจเป็นผู้นำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ใช้แล้ว เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก เป็นการขยายฐานลูกค้าจากระดับกลางลงไป ซึ่งสอดคล้องตามนโยบายการเป็นผู้นำสินค้าด้านไอทีอย่างครบวงจร เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2559 บริษัทเข้าลงนามในสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจการบริหารจัดการร้าน TRUE Shop (สัญญา) กับบริษัท ทู ดิสทริบิวชั่น แอนด์เซลส์ จำกัด (TDS) เพื่อรับมอบสิทธิในการร่วมบริหารจัดการร้าน TRUE Shop จำนวนทั้งสิ้น 166 ร้าน เป็นระยะเวลา 3 ปี ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 4/2559 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2559 มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนเพิ่มเติม

	<p>ตามสัดส่วนใน บริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด เป็นจำนวน 875 หุ้น คิดเป็นเงินจำนวน 2,500,000 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นทั้งสิ้นหลังการเพิ่มทุนที่ร้อยละ 12.5 เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ และนำไปใช้ในการเปิดร้านจำหน่ายเครื่องเล่น โมเดลหุ่นยนต์ และอุปกรณ์ รวมทั้งบริษัทได้ให้เงินกู้ยืมแก่ ไอเทค ซอฟต์แวร์ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2,040,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3 โดยชำระเมื่อทางถามแต่ไม่เกินระยะเวลา 1 ปีนับแต่วันที่ได้เบิกใช้เงินกู้จำนวนดังกล่าว เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนและเพิ่มสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจของไอเทค ซอฟต์แวร์</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2559 เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2559 ได้มีมติจัดตั้งบริษัทย่อยในนามบริษัท ดับเบิลเชเวน จำกัด (ดับเบิลเชเวน) เพื่อดำเนินการเข้าบริหารจัดการร้าน TRUE Shop ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 5,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100 ■ ในปี 2559 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อร้านจากเดิมคือ iStudio iBeat และ U-Store by Comseven มาใช้ภายใต้ชื่อ "Studio7" ■ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 7/2559 เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2559 มีมติให้บริษัทซื้อหุ้นของบริษัท บานานา ชัวร์ จำกัด จากนายธนวัฒน์ แซ่เจียง จำนวน 294,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียนบานานา ชัวร์ เนื่องจากบริษัทพิจารณาแล้วเห็นว่าหากปล่อยให้ นายธนวัฒน์ แซ่เจียง ขายหุ้นจำนวนดังกล่าวแก่บุคคลภายนอก อาจมีปัญหาในการจัดการได้ บริษัทจึงซื้อหุ้นเพื่อให้เป็นผู้ถือหุ้นรายเดียวและสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งมีมติให้บริษัทขายหุ้นบริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด ที่บริษัทถืออยู่เป็นจำนวนทั้งสิ้น 4,375 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.5 ของทุนจดทะเบียน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 12,500,000 บาท เท่ากับมูลค่าที่ให้ลงทุน เนื่องจากรายได้ที่ผ่านมาของบริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด ไม่เป็นไปตามที่ได้ตกลงกันครั้งเมื่อได้เข้าลงทุน ■ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 8/2559 เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 มีมติอนุมัติให้บริษัทซื้อทรัพย์สินของบริษัท บางกอก เทเลคอม 999 จำกัด (บจก. บางกอก) โดยการรับโอนทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจเป็นเงินทั้งสิ้น 184,000,000 บาท
--	--

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ปัจจุบัน บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจอยู่ทั้งสิ้น 4 บริษัท ดังต่อไปนี้

1. บริษัท บานานา ชัวร์ จำกัด ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 60 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์มือสอง
2. บริษัท บานานา กรุ๊ป จำกัด ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 100 มีทุนจดทะเบียนชำระเต็มแล้วจำนวน 20 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีออนไลน์
3. บริษัท ไอเทค ซอฟท์ จำกัด ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 51 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 2 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการการเขียนโปรแกรมการจัดการต่างๆ
4. บริษัท ดับเบิลเชเวน จำกัด ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 100 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 5 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจบริหารจัดการ TRUE Shop ภายใต้ชื่อ TRUE by Comseven

แผนภาพโครงสร้าง



บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)

ทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 300 ล้านบาท



- 1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่
- ไม่มี -

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

- (1) บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีและการให้บริการซ่อมแซมสินค้า
- (2) บริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด (บานาน่าชัวร์) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์มือสอง
- (3) บริษัท บานาน่า กรุป จำกัด (บานาน่ากรุป) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์
- (4) บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด (ไอเทค) ประกอบธุรกิจให้บริการรับเขียนโปรแกรมเชิงพาณิชย์
- (5) บริษัท ดับเบิลยูเซเว่น จำกัด (ดับเบิลยูเซเว่น) ประกอบธุรกิจบริหารจัดการ TRUE by Comseven

บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

	2557		2558		2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. สินค้าแล็ปท็อป	3,507	24.9	3,650	24.4	3,702	21.6
2. คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ	771	5.5	707	4.2	575	3.4
3. สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่	4,096	29.1	5,577	37.3	7,075	41.3
4. สินค้าแท็บเล็ต	3,195	22.7	2,493	16.7	2,476	14.4
5. สินค้าอุปกรณ์เสริมและอื่นๆ	2,408	17.1	2,431	16.2	2,948	17.2
รายได้จากการขายสินค้า	13,977	99.3	14,858	99.3	16,776	97.9
รายได้จากการให้บริการ*	103	0.7	108	0.7	360	2.1
รวมรายได้จากการขายและให้บริการ	14,080	100.0	14,966	100.0	17,136	100.0

*รายได้จากการให้บริการ ประกอบด้วย รายได้จากการขายประกันสินค้า และรายได้จากการให้บริการซ่อมแซมสินค้าชำรุด

(1) บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)

1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่แท็บเล็ตและอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง ผ่านช่องทางการจำหน่ายหลัก รวมทั้งให้บริการศูนย์ซ่อมสินค้าแบรนด์ Apple ดังนี้

- 1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเช่น ร้าน BaNANA
- 2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้อาคาร Studio 7
- 3) ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ("Mobile") ซึ่งครอบคลุมร้าน BaNANA Mobile ร้าน Samsung Shop และร้าน BKK
- 4) ร้านจำหน่ายสินค้าและโซลูชัน Business Solution ที่ห้างสรรพสินค้า พันธุ์ทิพย์ ปลายทาง ภายใต้อาคาร BaNANA Business Experience Center
- 5) ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่ร้าน iCare

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีสาขาจำหน่ายสินค้ารวม 325 สาขาตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำและห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด

อาทิเช่น ห้างสยามพารากอน ห้างเอ็มโพเรียม ห้างเซ็นทรัลทุกสาขา ห้างเดอะมอลล์ทุกสาขา ห้างโรบินสัน ห้างแฟชั่นไอซ์แลนด์ ห้างซีคอนสแควร์ทุกสาขา ห้างฟิวเจอร์พาร์ค ห้างโลตัส ห้างบิ๊กซี และห้างท้องถิ่นในจังหวัดสำคัญต่างๆ

ในปี 2559 บริษัทได้พิจารณาซื้อทรัพย์สินจาก BKK (Asset Transfer) ประกอบด้วย หน้าร้านและอุปกรณ์ตกแต่งร้านต่างๆ โดยไม่รวมสินค้าคงคลังและสินค้าหน้าร้านจากผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท บางกอก เทเลคอม 999 จำกัด เป็นจำนวนทั้งสิ้น 44 สาขา (ประกอบด้วย Samsung Shop จำนวน 6 สาขา และร้าน BKK จำนวน 38 สาขา) เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่มีรายได้ปานกลางและรายได้ต่ำ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกประเภท นอกจากนี้ยังเล็งเห็นถึงโอกาสการเติบโตในกลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก บริษัทจึงได้เปิดร้านจำหน่ายสินค้าและโซลูชั่น ภายใต้การดูแลของ BaNANA Business ที่ห้างสรรพสินค้า พันธุ์ทิพย์ ปลายทาง ภายใต้ชื่อร้าน BaNANA Experience Business Center บนเนื้อที่กว่า 1,000 ตร.ม. ประกอบด้วยโซลูชั่นสินค้าโซลูชั่นต่างๆ อาทิเช่น โซน Education, Conference, Home Automation, Security, Signage, Network และ Hostel เป็นต้น โดยหากพิจารณาจำนวนหน้าร้านที่มีทั้งหมด บริษัทเป็นผู้ค้าปลีกสินค้าประเภทไอทีที่มีจำนวนสาขามากที่สุดในประเทศไทย

จากจำนวนผู้ใช้งานสินค้าแบรนด์ Apple ที่เพิ่มสูงขึ้นในช่วงที่ผ่านมา บริษัทได้ขยายธุรกิจศูนย์บริการซ่อมแซมสินค้าภายใต้ชื่อ iCare โดยมีลักษณะเป็นการให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ซึ่งประกอบด้วย iPod, iPhone, iPad, iMac, MacBook และสินค้าอื่นๆ ภายใต้แบรนด์ Apple ที่มีการชำรุดเสียหายอันเกิดจากผู้ผลิตหรือจากการใช้งานของลูกค้า ทั้งที่อยู่ในประกันและนอกประกัน สำหรับสินค้าที่อยู่ในระยะเวลาประกันนั้น Apple จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้าให้ทั้งหมด รวมทั้งให้ผลตอบแทนค่าบริการกับบริษัท ส่วนสินค้าที่อยู่นอกระยะเวลาประกัน บริษัทสามารถทำการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้าให้กับลูกค้าโดยคิดค่าอะไหล่ และค่าบริการกับลูกค้าได้โดยตรง ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความสะดวกและได้รับการบริการที่รวดเร็วมากขึ้น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีศูนย์บริการ iCare จำนวน 19 แห่ง จัดว่าเป็นผู้ที่มีศูนย์ให้บริการซ่อมแซมสินค้า แบรนด์ Apple มากที่สุดในประเทศไทย

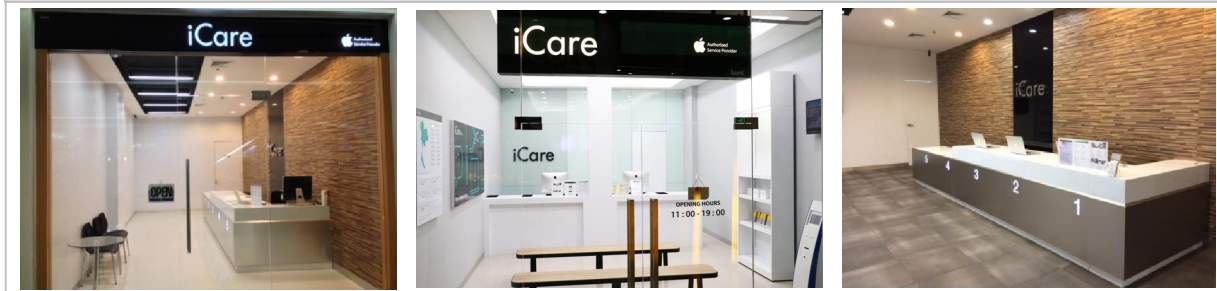
รูปภาพร้าน BaNANA



รูปภาพร้าน Apple



รูปภาพศูนย์บริการ iCare



รูปภาพร้าน BaNANA Mobile



รูปภาพ Samsung Shop



รูปภาพร้าน BKK



ก. สินค้าคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป (Laptop)

เครื่องคอมพิวเตอร์แล็ปท็อปถูกออกแบบมาให้มีขนาดเล็ก สามารถขนย้ายหรือพกพาได้สะดวก โดยปกติจะมีน้ำหนักอยู่ที่ประมาณ 1 - 3 กิโลกรัม การทำงานของแล็ปท็อปจะใช้พลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่ และในขณะเดียวกันก็ยังสามารถใช้พลังงานไฟฟ้าได้โดยตรงจากการเสียบปลั๊กไฟ ประสิทธิภาพของแล็ปท็อปโดยทั่วไปนั้นเทียบเท่ากับคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะแบบปกติ ในขณะที่ราคาของแล็ปท็อปจะสูงกว่า โดยส่วนที่แตกต่างจากคอมพิวเตอร์ทั่วไปคือจอภาพจะเป็นลักษณะจอแอลซีดี และจะมีทัชแพดที่ใช้สำหรับควบคุมการทำงานของลูกศรบริเวณหน้าจอ

บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแล็ปท็อปทุกรุ่นภายใต้แบรนด์ Apple, Lenovo, Acer, Asus, Microsoft, HP, MSI และ Dell ผ่านช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายของบริษัท โดยสินค้าแล็ปท็อปที่จำหน่ายมีราคาตั้งแต่ 9,900 ถึง 124,000 บาท จุดเด่นของบริษัทคือ การมีสินค้าให้เลือกครบทุกแบรนด์ และมีความหลากหลายตั้งแต่ราคาต่ำสุดถึงสูงสุดอีกทั้งมีสินค้านำใหม่พร้อมขายตลอดเวลา

ภาพตัวอย่างสินค้าแล็ปท็อป



ข. สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (Desktop)

คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะเป็นคอมพิวเตอร์ที่ออกแบบมาเพื่อใช้งานตามบ้านหรือสำนักงานทั่วไป มีการแยกชิ้นส่วนประกอบเป็น ซีพียู จอภาพ และแป้นพิมพ์ เป็นต้น ปัจจุบันคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะมีการผลิตที่เน้นให้มีความสวยงาม น่าใช้มากขึ้น และได้รับความนิยมในการใช้งานอย่างมาก เนื่องจากมีราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับคอมพิวเตอร์แล็ปท็อปที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน

บริษัทจำหน่ายชิ้นส่วนของคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะทุกประเภท ครอบคลุมกว่า 50 แบรนด์ รวบรวมรายการสินค้ากว่า 500 รายการ อาทิเช่น Case, VGA, RAM, Monitor, M/B, PC Brand, Optical Drive, CPU, Hard Disk เป็นต้น โดยสินค้าดังกล่าวมีราคาตั้งแต่ 7,900 ถึง 90,000 บาท ทั้งนี้บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะที่มีความหลากหลายของคุณสมบัติ ส่งผลให้สามารถส่งมอบชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่เฉพาะเจาะจงได้ เช่น กลุ่มลูกค้าที่ชอบเล่นเกม กลุ่มลูกค้าที่ใช้งานด้านกราฟิกดีไซน์เนอร์ กลุ่มลูกค้าที่ใช้งานด้านสถาปนิกหรือวิศวกรรม กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานทั่วไป นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดหาสินค้านำใหม่มาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องในระดับราคาที่แข่งขันได้จากประสบการณ์ในการจัดหาและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าวของทีมงานมืออาชีพที่มีประสบการณ์ยาวนานกว่า 18 ปี

ภาพตัวอย่างสินค้าและส่วนประกอบคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ



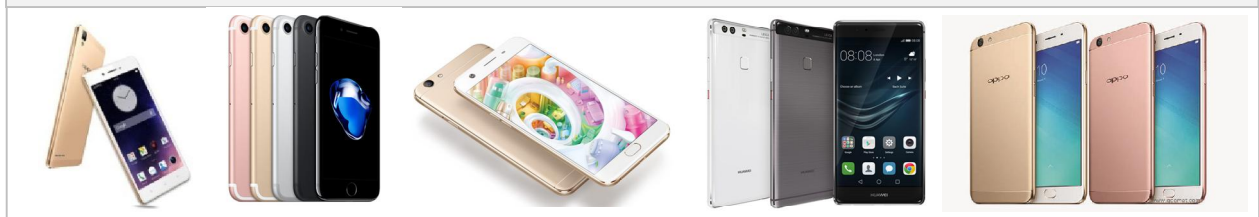
ค. สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone)

โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นอุปกรณ์พกพาที่ใช้สำหรับการสื่อสารสองทาง กล่าวคือผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสื่อสารกันได้ในช่วงเวลาเดียวกัน โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบหลักคือ

- 1) โทรศัพท์เคลื่อนที่ธรรมดา (Feature Phone) เป็นโทรศัพท์รุ่นเก่าไม่สามารถประมวลผลข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ Feature Phone มีระบบการใช้งานที่ไม่หลากหลาย เช่น โทรออก, รับสาย และถ่ายภาพนิ่งแบบความละเอียดต่ำ
- 2) โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smartphone) เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีระบบประมวลผลความเร็วสูงภายในเครื่อง ส่งผลให้สามารถใช้งานได้หลากหลายนอกเหนือไปจากการโทรเข้าโทรออก เช่น การถ่ายภาพเคลื่อนไหว การใช้งานอินเทอร์เน็ต การใช้งานผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ และการสื่อสารแบบเห็นหน้า (Face-to-Face) เป็นต้น

บริษัทเน้นการจำหน่ายสินค้า Smartphone เป็นหลัก โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้แบรนด์ Apple, True, Asus, Samsung, OPPO, Huawei, Wiko และ Vivo ในช่วงราคาตั้งแต่ 1,900 ถึง 39,500 บาท

ภาพตัวอย่างสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่



ง. สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)

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

บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแท็บเล็ตภายใต้แบรนด์ Apple, Samsung, Lenovo, Acer, Microsoft, HP, Huawei และ Asus ในช่วงราคาตั้งแต่ 1,990 ถึง 82,900 บาท

ภาพตัวอย่างสินค้าแท็บเล็ต



จ. สินค้าอุปกรณ์เสริม (Accessories)

อุปกรณ์เสริมเป็นสินค้าที่มีการใช้งานร่วมกับสินค้าหลัก 4 ประเภทข้างต้น ซึ่งได้แก่ สินค้าคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสินค้าแท็บเล็ต โดยสินค้าอุปกรณ์เสริมจะทำหน้าที่เพิ่มเติมคุณสมบัติให้กับสินค้าหลัก อาทิเช่น การสวมใส่เพื่อความสวยงาม การให้แสงและเสียงเพิ่มเติมโดยเชื่อมต่อเข้ากับสินค้าหลักต่างๆ เป็นต้น โดยทั่วไปสินค้าอุปกรณ์เสริมจะถูกจำหน่ายแยกจากสินค้าหลัก จึงเป็นที่มาของชื่อเรียกสินค้าอีกชื่อหนึ่งว่า สินค้าประเภท Beyond The Box ("BTB")

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์เสริมภายใต้แบรนด์ชั้นนำกว่า 500 แบรนด์ มีรายการสินค้ารวมกว่า 5,000 รายการ บริษัทจัดหาสินค้าทั้งจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อสร้างความหลากหลายในรูปลักษณะ สี สัน และราคาที่เหมาะสม โดยสินค้ามีช่วงราคาตั้งแต่ 49 ถึง 48,000 บาท โดยสินค้าอุปกรณ์เสริมที่บริษัทจำหน่ายสามารถแยกประเภทตามการใช้งานออกเป็น 6 ประเภทดังนี้

- (1) Mobile & Tablet Accessories เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต เช่น เคสสวมใส่ ฟิล์มป้องกันรอย สายชาร์จไฟ สายเชื่อมต่อข้อมูล เป็นต้น
- (2) Harddisk & Media เป็นอุปกรณ์เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่สามารถพกพาหรือนำติดตัวไปยังสถานที่ต่างๆ ได้
- (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, Power Bank เป็นต้น

ภาพตัวอย่างสินค้าอุปกรณ์เสริม



1.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ช่องทางการจำหน่ายหลักของบริษัทมี 4 ช่องทาง ได้แก่

- 1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้าน BaNANA
- 2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ซึ่งครอบคลุมร้าน Studio7
- 3) ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ("Mobile") ซึ่งครอบคลุมร้าน BaNANA Mobile ร้าน Samsung Shop และร้าน BKK
- 4) ร้านโชว์รูมและจำหน่ายสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า พันธุ์ทิพย์ พลาซ่า ได้แก่ ร้าน BaNANA Experience Business Center

นอกจากการจำหน่ายสินค้าผ่านทางช่องทางข้างต้นแล้ว บริษัทยังได้มีการขยายช่องทางสำหรับให้บริการรับซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ผ่านศูนย์บริการ iCare โดยในปี 2557 - 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีจำนวนสาขา รวมทั้งสิ้น 265 สาขา 287 สาขา และ 325 สาขา ตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสาขาทั้งหมดจำนวน 325 สาขา โดยรายละเอียดของสาขาแสดงดังตารางต่อไปนี้

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวนสาขา	ประเภทสินค้าและบริการ	สถานที่ตั้ง
<p>1. ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "BaNANA" - มีการจัดวางสินค้าแยกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย และมีสต็อกจัดเก็บสินค้าที่มีปริมาณเพียงพอในการให้บริการแก่ลูกค้า - ขนาดพื้นที่ร้าน 50 - 500 ตร.ม. 	141	<p><u>สินค้าหลัก</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • สินค้าแล็ปท็อป • สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ • สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ • สินค้าแท็บเล็ต • สินค้าแบรนด์ Apple • สินค้าแบรนด์ Samsung <p><u>สินค้าเพิ่มเติม</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • อุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง 	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 31 สาขา • ภาคกลาง 33 สาขา • ภาคตะวันออก 22 สาขา • ภาคเหนือ 8 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 24 สาขา • ภาคใต้ 21 สาขา • ภาคตะวันตก 3 สาขา
<p>2. ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple</p>	94		
<ul style="list-style-type: none"> • Studio 7 (เดิมชื่อ iStudio by Comseven) - มีลักษณะรูปแบบของร้านและการจัดวางสินค้าตามมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "Studio 7" - ขนาดพื้นที่ 150 – 400 ตร.ม. 	17	<ul style="list-style-type: none"> • สินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - iPod - iPhone - iPad - Mac - Apple Watch - อุปกรณ์เสริมที่ใช้กับสินค้า Apple 	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 7 สาขา • ภาคกลาง 3 สาขา • ภาคตะวันออก 1 สาขา • ภาคเหนือ 2 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สาขา • ภาคใต้ 1 สาขา
<ul style="list-style-type: none"> • Studio 7 (เดิมชื่อ iBeat by Comseven) - มีลักษณะรูปแบบของร้านและการจัดวางสินค้าตามมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "Studio 7" - การบริหารงานของร้าน Studio 7 (iBeat) จะมีใน 2 รูปแบบ คือ 1) แบบบริษัทบริหารงานเอง 2) แบบให้ Franchisee เป็นผู้บริหารงาน สำหรับร้านในรูปแบบที่ Franchisee เป็นผู้บริหารงานนั้น Franchisee จะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการตกแต่งร้าน รวมถึงการซ่อมบำรุงร้านทั้งหมด และเป็นผู้จัดหาพนักงานขายภายในร้านเอง โดยสินค้าที่วางขายจะเป็น 	75	<ul style="list-style-type: none"> • สินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - iPod - iPhone - iPad - Mac - Apple Watch - อุปกรณ์เสริมที่ใช้กับสินค้า Apple 	<p>ร้านที่มีการบริหารงานโดยบริษัท มีจำนวน 69 สาขา แบ่งตามภูมิภาคดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 7 สาขา • ภาคกลาง 16 สาขา • ภาคตะวันออก 9 สาขา • ภาคเหนือ 12 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 11 สาขา • ภาคใต้ 10 สาขา • ภาคตะวันตก 4 สาขา <p>ร้านที่มีการบริหารงานโดย Franchisee มีจำนวน 6 สาขา แบ่งตามภูมิภาคดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • ภาคกลาง 1 สาขา • ภาคตะวันออก 1 สาขา

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวนสาขา	ประเภทสินค้าและบริการ	สถานที่ตั้ง
<p>สินค้าของบริษัทจนกว่าจะจำหน่ายออกไปได้ และบริษัทจะแบ่งรายได้ให้กับ Franchisee ตามสัดส่วนยอดขาย</p> <p>- ขนาดพื้นที่ระหว่าง 70 - 120 ตร.ม.</p>			<ul style="list-style-type: none"> ภาคเหนือ 1 สาขา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 สาขา ภาคใต้ 2 สาขา
<ul style="list-style-type: none"> Studio7 (เดิมชื่อ U Store by Comseven) เป็นร้านจำหน่ายสินค้า Apple ที่มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขา ซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "Studio7" โดยตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยชั้นนำต่างๆ ขนาดพื้นที่ระหว่าง 20 - 50 ตร.ม. 	2	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> iPod iPhone iPad Mac Apple Watch อุปกรณ์เสริมที่ใช้สินค้า Apple 	<ul style="list-style-type: none"> ภาคเหนือ 1 สาขา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 สาขา
3. ร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม	69		
<ul style="list-style-type: none"> BaNANA Mobile มีการจัดวางสินค้าตัวอย่างเพื่อให้ลูกค้าทดลองใช้งาน รวมทั้งมีสินค้าอุปกรณ์เสริมที่ใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อพร้อมกับอุปกรณ์ มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "BaNANA Mobile" ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 100 ตร.ม. 	22	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แท็บเล็ต และ อุปกรณ์ เสริม ที่เกี่ยวข้อง แท็บเล็ตและอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Samsung 	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> กรุงเทพฯ และปริมณฑล 9 สาขา ภาคกลาง 2 สาขา ภาคตะวันออก 5 สาขา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 สาขา ภาคใต้ 3 สาขา ภาคตะวันตก 1 สาขา
<ul style="list-style-type: none"> Samsung Shop จัดวางสินค้าแบรนด์ Samsung รวมถึง Accessories สำหรับ สินค้า แบนด์ Samsung มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดย Samsung (Thailand) ขนาดพื้นที่ระหว่าง 80 - 200 ตร.ม. 	10		<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> กรุงเทพฯและปริมณฑล 5 สาขา ภาคกลาง 1 สาขา ภาคเหนือ 2 สาขา ภาคใต้ 2 สาขา
<ul style="list-style-type: none"> BKK Shop มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "BKK" มีการจัดวางสินค้าแยกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย และมีสต็อกจัดเก็บสินค้าที่มีปริมาณเพียงพอในการให้บริการแก่ทางลูกค้าได้ ขนาดพื้นที่ร้าน 50 ตร.ม. 	38		<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> กรุงเทพฯ และปริมณฑล 10 สาขา ภาคกลาง 11 สาขา ภาคตะวันออก 4 สาขา ภาคเหนือ 4 สาขา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 8 สาขา ภาคใต้ 1 สาขา

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวนสาขา	ประเภทสินค้าและบริการ	สถานที่ตั้ง
4. ร้านจำหน่ายสินค้าและโซลูชั่น Business Solution บนเนื้อที่กว่า 1,000 ตร.ม. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้านค้า “BaNANA Business Experience Center”	1	<ul style="list-style-type: none"> • สินค้า Solution ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - Home Automation - Securities - Network - Itec - Conference - Signage - Hostel - Education 	ห้างสรรพสินค้า พันธุมทิพย์ พลาซ่า กรุงเทพมหานคร
5. iCare <ul style="list-style-type: none"> - เป็นศูนย์บริการรับซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple โดยจะไม่มีการวางจำหน่ายสินค้า - มีลักษณะรูปแบบ และมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. 	19	<ul style="list-style-type: none"> • ซ่อมแซมสินค้า Apple 	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • กรุงเทพฯและปริมณฑล5สาขา • ภาคกลาง 6 สาขา • ภาคตะวันออก 1 สาขา • ภาคเหนือ 3 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สาขา • ภาคใต้ 1 สาขา

1.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลักได้แก่ ลูกค้าขายปลีก ลูกค้าขายส่ง และลูกค้านิติบุคคล

(1) กลุ่มลูกค้าขายปลีก/ลูกค้ารายย่อยทั่วไป

1. ลูกค้าหน้าร้านทั่วไป ได้แก่ ลูกค้ารายย่อยที่ซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านสาขาของบริษัทซึ่งประกอบด้วยร้าน BaNANA, Studio7, BaNANA Mobile, BKK และ Samsung Shop
2. ลูกค้านักเรียน และนักศึกษาที่ซื้อสินค้าผ่านร้าน Studio7 (เดิมชื่อร้าน U Store) ซึ่งตั้งอยู่ภายในบริเวณมหาวิทยาลัย โดยกลุ่มลูกค้าดังกล่าวจะสามารถซื้อสินค้า Apple ได้ในราคาที่มีส่วนลดพิเศษจากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ซึ่งมีนโยบายในการสนับสนุนนักเรียนนักศึกษาให้ใช้สินค้า Apple

(2) กลุ่มลูกค้านิติบุคคล

1. บริษัทเอกชน (Corporate)
2. สถาบันการศึกษา โรงเรียน มหาวิทยาลัย
3. กลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME)

(3) กลุ่มลูกค้าขายส่ง

1. ลูกค้าร้านคอมพิวเตอร์ทั่วไปที่ซื้อสินค้าไปเพื่อจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง
2. บริษัทจำหน่ายคอมพิวเตอร์ที่เป็นผู้จัดหาอุปกรณ์ไอทีให้กับภาครัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชนขนาดใหญ่

ปัจจุบันฐานลูกค้าส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าขายปลีกที่ซื้อสินค้าจากหน้าร้าน อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีฐานรายได้ที่หลากหลาย จึงได้เริ่มดำเนินนโยบายขยายฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้านิติบุคคลซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการขยายตัวที่ดีในช่วงที่ผ่านมา โดยบริษัทได้มีการอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว ทั้งในเรื่องของการประสานงานการขาย การขนส่งสินค้า การบริการ Onsite Service รวมไปถึงการให้เครดิตทอมนในซื้อขายอีกด้วย

1.4 นโยบายในการกำหนดราคา

(1) สินค้าไอที โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต

ราคาขายของสินค้าอุปกรณ์ไอทีประเภท สินค้าแบรนด์ Apple สินค้าแบรนด์ Samsung และแบรนด์ชั้นนำอื่นๆ จะถูกกำหนดโดยผู้ค้าของบริษัทซึ่งเป็นราคาเดียวกันทั่วประเทศ สำหรับทุกรูปแบบหน้าร้านและทุกสาขายกเว้นบางสาขาที่มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษในบางช่วงเวลา ทั้งนี้บริษัทจะดำเนินการปรับราคาขายสินค้าทุกครั้งตามราคาและเงื่อนไขที่ผู้ค้าของบริษัทกำหนด โดยหากภายหลังสินค้ามีการลดลงราคา บริษัทจะได้รับชดเชยส่วนต่างราคาของสินค้านั้นที่มีการปรับราคาตามเงื่อนไขและระยะเวลาที่กำหนดโดยผู้ค้าแต่ละราย

(2) สินค้าประเภทอุปกรณ์เสริมอื่นๆ

โดยทั่วไปบริษัทมีนโยบายให้ Supplier มาฝากขาย และเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า โดยบริษัทจะได้กำไรจากส่วนต่างราคาของสินค้านั้นๆ สำหรับสินค้าอุปกรณ์เสริมอื่นที่มีไม่ใช่เป็นสินค้าฝากขาย บริษัทจะสามารถกำหนดราคาได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ราคาขายของสินค้าขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า และสภาพการแข่งขัน

1.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

(1) สินค้าไอทีทั่วไป (ไม่รวมสินค้าแบรนด์ Apple)

บริษัทและบริษัทย่อยมีแนวทางการจัดหาสินค้าดังนี้

1. การจัดหาสินค้าจากต่างประเทศ

บริษัทได้มีการส่งผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติโลก รวมถึงเยี่ยมชมร้านค้าที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับบริษัท เพื่อให้เกิดมุมมองและได้เห็นโอกาสจัดซื้อสินค้าที่ทันสมัยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และนำมาพิจารณาจัดซื้อสินค้าที่มีศักยภาพต่อไป

2. การจัดหาสินค้าจากในประเทศ

ในการจัดหาสินค้าในประเทศโดยปกติจะมีผู้จำหน่ายสินค้าไอที (Supplier) นำสินค้ามาเสนอแก่บริษัท เนื่องจากบริษัทเป็นร้านจำหน่ายสินค้าไอทีรายใหญ่ที่มีสาขามากที่สุดในประเทศและมียอดขายสินค้าต่อปีที่สูง ส่งผลให้บริษัทมีอำนาจในการต่อรองกับ Supplier ในประเทศค่อนข้างสูง ดังนั้นบริษัทจึงสามารถทำการต่อรองและเลือกข้อเสนอที่ดีที่สุดได้

3. การจัดหาสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการจัดหาสินค้าของบริษัท โดยบริษัทมีทีมงานในการสืบค้นหาสินค้าและข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าที่น่าสนใจอยู่เสมอ เพื่อให้สินค้าที่บริษัทจำหน่ายสอดคล้องและตรงกับความต้องการของลูกค้า

ในการจัดหาสินค้า บริษัทจะพิจารณาถึงคุณภาพของตัวสินค้า เช่น คุณสมบัติและการออกแบบที่ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ร่วมกับการคัดเลือกผู้จำหน่ายซึ่งเป็นผู้จำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท โดยบริษัทจะพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่าย จำนวนสั่งซื้อขั้นต่ำ โครงสร้างราคาสินค้า การขนส่ง เงื่อนไขการชำระเงิน ระยะเวลาการจัดส่งหรือระยะเวลาการผลิต การสนับสนุนและบริการหลังการขาย และการสนับสนุนด้านการตลาดต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้จากการที่บริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าไอทีชั้นนำมาเป็นเวลานานกว่า 20 ปี บริษัทจึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ค้าทั้งผู้จำหน่ายและผู้ผลิตสินค้า ทำให้บริษัทได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้านวัตกรรมใหม่ รวมถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรมในความเห็นของผู้ค้าอย่างต่อเนื่อง 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 โดยบริษัทจะสามารถสั่งซื้อสินค้าประเภท iPhone, iPod, iPad, Mac และ Apple Watch จากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อวางจำหน่ายที่ร้านค้าของบริษัทได้โดยตรง
3. บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็น Authorized Service Provider จากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. โดยอนุญาตให้บริษัทสามารถให้บริการรับซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน "iCare" ได้ทั้งสินค้าที่อยู่ในระยะเวลาประกันและนอกระยะเวลาประกัน

สำหรับสาขา iBeat ที่บริหารงานโดย Franchisee ซึ่งในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้จัดหาสินค้าแบรนด์ Apple ให้กรณีที่บริษัทไม่สามารถต่อสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ในประเทศไทยได้อีกต่อไป บริษัทจะยังคงเป็นผู้จัดหาสินค้าแบรนด์ Apple จากตัวแทนจำหน่ายรายอื่น จนกระทั่งครบอายุสัญญา iBeat Franchise รายนั้นๆ

ปัจจุบันบริษัทมีพันธมิตรคู่ค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท จำนวนมากกว่า 200 ราย ซึ่งบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีและได้ทำการค้าร่วมกันมาเป็นระยะเวลานาน โดยกลุ่มคู่ค้าหลักของบริษัทแบ่งตามประเภทและแบรนด์ของสินค้าได้ดังนี้

ตารางแสดงประเภทสินค้า ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายรายหลักของแต่ละประเภทสินค้า

ประเภทสินค้า	สินค้า	แบรนด์	ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย
1.คอมพิวเตอร์แล็ปท็อป (Laptop)	Laptop	Lenovo	Lenovo (Thailand) Ltd.
		Acer	บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ จำกัด
		Asus	บมจ. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		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) Ltd.
		Acer	บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ จำกัด
		HP	บริษัท วีเอสที อีซีเอส(ประเทศไทย) จำกัด
		Asus	บมจ. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		Asus	The Value System Co.,Ltd.
		Dell	บริษัท เวลเทคกรุ๊ป จำกัด
	CPU	INTEL	บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
		AMD	บริษัท เอสเทรค (ประเทศไทย) จำกัด
	Hard Drive	WD	บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
		Seagate	บริษัท ซีเกท ประเทศไทย จำกัด
	Motherboard	MSI	บริษัท เอสเทรค (ประเทศไทย) จำกัด
	Monitor	LG	บริษัท แอลจี อีเลกทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
3.สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone)	iPhone	Apple	Apple South Asia (Thailand) Ltd.
	Smart Phone	OPPO	บริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด
		VIVO	บริษัท วีโว่ เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด
		WiKo	บมจ. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)

ประเภทสินค้า	สินค้า	แบรนด์	ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย
		AIS	บริษัท แอดวานซ์ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด
		Huawei	บมจ. ซินเน็ค (ประเทศไทย)
		DTAC	บริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด
	Smart Phone and Tablet	Acer	บมจ. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		ASUS	บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
		True Smart	บริษัท ทรูดีสทริบิวชั่นแอนด์เซลส์ จำกัด
		Lenovo	Lenovo (Thailand) Ltd.
		Samsung	บริษัท ไทยซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด
4.สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)	iPad	Apple	Apple South Asia (Thailand) Ltd.
	Smart Phone and Tablet	Lenovo	Lenovo (Thailand) Ltd.
	Tablet	Acer	บมจ. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		ASUS	บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
		True Smart	บริษัท ทรูดีสทริบิวชั่นแอนด์เซลส์ จำกัด
		Microsoft	บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
5.สินค้าอุปกรณ์เสริม (Accessories)	Speaker	JBL, Harman	บริษัท มหาจักร ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด
		Karmon, Denon	
		Marshall	บริษัท Ash Asia จำกัด
	Accessories	Adonit	บริษัท เจนเนอเรชั่นเอส จำกัด
	Accessories	Wacom	บริษัท ไดเวอร์ซิเทคดีสทริบิวเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
	Protection	Moshi	Aee International Ltd.
	Cabling	Belkin	Belkin Asia Pacific Ltd.
	HDD Ext	Western Digital	Western Digital (S.E. Asia) Pte Ltd.
	Headphone	Jabra	บริษัท อาร์ ที บี เทคโนโลยี จำกัด
		Beats	บริษัท ทรูดีสทริบิวชั่นแอนด์เซลส์ จำกัด
	Mouse & Keyboards	Logitech	บมจ. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		Microsoft	บมจ. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
	Printer	Epson	บริษัท เอสวีโอเอ จำกัด (มหาชน)
		HP	บมจ. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
			บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
	Sim	True Smart	บริษัท ทรูดีสทริบิวชั่นแอนด์เซลส์ จำกัด
		AIS	บริษัท แอดวานซ์ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด
		DTAC	บริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด

1.6 การบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัทได้เริ่มว่าจ้างบริษัท อจิลิตี้ จำกัด ให้เป็นผู้บริหารจัดการคลังสินค้าตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2558 จนถึงปัจจุบัน โดยบริษัท อจิลิตี้ จำกัด ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 2532 ดำเนินกิจการการบริหารจัดการการขนส่ง (Freight Management) คลังสินค้าและขนส่ง (Warehouse & Logistic) เป็นบริษัทที่มีศักยภาพและมีมาตรฐาน โดยให้บริการด้านต่างๆ กับบริษัทชั้นนำหลายบริษัท ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีลูกค้าสำคัญในหลายกลุ่มธุรกิจ เช่น ลูกค้ากลุ่มอุปกรณ์ไฮเทคและอิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้ากลุ่มยานยนต์ และอื่นๆ ซึ่งการที่บริษัทให้บริษัท อจิลิตี้ จำกัด เป็นผู้บริหารจัดการคลังสินค้าจะช่วยทำให้บริษัทสามารถประหยัดงบประมาณในการก่อสร้างคลังสินค้าและค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างพนักงานในคลังสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายการเข้าตรวจสอบการจัดการคลังสินค้าของบริษัท อจิลิตี้ จำกัด อย่างต่อเนื่อง โดยจะมีการตรวจนับสินค้าคงคลังทุก 3 เดือน และมีการตรวจนับร่วมกับฝ่ายบัญชีของบริษัทพร้อมกับมีประเมินผลการปฏิบัติงานทุกปี

ในการจัดการคลังสินค้าและการขนส่งสินค้าของบริษัทจะใช้ระบบคอมพิวเตอร์และระบบออนไลน์เชื่อมต่อกับทุกช่องทางการจำหน่ายของบริษัท ซึ่งจะทำให้เจ้าหน้าที่ส่วนกลางสามารถรับรู้ข้อมูล การสั่งซื้อ การรับเข้า การจัดส่ง การโอนย้ายสินค้า รวมไปถึงยอดคงเหลือของสินค้าคงคลังได้ตลอดเวลา (Real-time) อีกทั้งการขายสินค้าของบริษัทจะใช้ระบบการสแกนบาร์โค้ดสินค้าและใช้ระบบการจัดสินค้าเข้าออกแบบ FIFO ทำให้ฝ่ายบริหารสามารถรับรู้ถึงอายุของสินค้าทุกรุ่น และสามารถกำหนดกลยุทธ์จัดการกับสินค้าคงค้างได้อย่างทันเวลา

กระบวนการบริหารสินค้าคงคลัง

1) การตรวจรับเข้าสินค้าและการจัดเก็บสินค้า

- การรับสินค้า จะมีการตรวจสอบเบื้องต้นก่อนการรับสินค้าเข้าระบบและจัดเก็บทุกครั้ง โดยหลังจากที่สินค้าผ่านการตรวจสอบและรับจัดเก็บแล้ว ผู้ให้บริการบริหารคลังสินค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายหรือสูญหายของสินค้าดังกล่าวทั้งหมด

2) การกระจายสินค้าให้สาขา

- การกระจายสินค้า จะมีการวางแผนล่วงหน้า โดยคำนวณจากสถิติยอดขายของแต่ละสาขา เพื่อประมาณการยอดคงเหลือที่แต่ละสาขาควรมี (Run Rate) ในกรณีที่ปริมาณสินค้าคงเหลือที่หน้าร้านแต่ละช่องทางต่ำกว่าจุดสั่งซื้อสินค้าที่กำหนดไว้ ระบบจะทำการสั่งสินค้าให้เข้าไปเติมที่หน้าร้านได้อย่างทันเวลา

3) การตรวจปล่อยและบรรจุสินค้า

- ก่อนขนส่งสินค้าออกจากคลังสินค้า จะมีกระบวนการตรวจเช็คสินค้าก่อนนำสินค้าไปบรรจุกล่อง ทั้งจำนวนและสภาพสินค้า เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าที่บรรจุลงกล่องทุกกล่องมีจำนวนตรงและอยู่ในสภาพปกติ หลังจากตรวจสอบผ่านกระบวนการข้างต้น แผนกคลังสินค้าจะทำการบรรจุสินค้าและติดสติ๊กเกอร์ Carton No. เพื่อระบุชนิด และจำนวนสินค้าภายใน (Packing List)

4) การจัดส่งสินค้า

- การจัดส่งสินค้า รถขนส่งทุกคันก่อนออกจากคลังสินค้า จะต้องทำการตรวจสอบจำนวนกล่องและปลายทางเพื่อให้ตรงกับผู้รับ และทุกครั้งที่แผนกขนส่งทำการส่งสินค้าไปยังปลายทางจะต้องมีการยืนยันการรับสินค้าทุกครั้งโดยยืนยันทั้งผ่านการเซ็นรับและผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ความรับผิดชอบต่อการสูญหายของสินค้าจะอยู่กับบริษัทก็ต่อเมื่อมีการเซ็นรับสินค้าจากพนักงานของบริษัทแล้วเท่านั้น

ระยะเวลาการส่งสินค้า

- การส่งสินค้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายใน 2 วัน จัดส่งโดยบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
- การส่งสินค้าในต่างจังหวัดทั่วประเทศ ภายใน 3 วัน จัดส่งโดยบริษัท อจิลิตี้ จำกัด

1.7 การเลือกทำเลในการเปิดสาขา

บริษัทมีนโยบายการขยายสาขา โดยมุ่งเน้นในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้าต่างๆ การเลือกพื้นที่จะพิจารณาจากลักษณะสำคัญโดยรอบของห้างสรรพสินค้านั้นๆ ดังต่อไปนี้

- (1) ความหนาแน่นของจำนวนประชากร ในระดับจังหวัดหรืออำเภอ
- (2) รายได้ต่อหัวของประชากรและอัตราการเติบโตของรายได้ประชากรในพื้นที่

- (3) ปริมาณของคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจคล้ายกันในพื้นที่
- (4) ข้อมูลสถิติการขายจากสาขาของบริษัทที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเปรียบเทียบกับกำลังซื้อในพื้นที่
- (5) การคมนาคมขนส่ง และความสะดวกในการจัดการของบริษัท ในเรื่องของเส้นทางการส่งสินค้า และการจัดหาพนักงานสาขา

โดยภายหลังจากการเลือกพื้นที่และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดและการลงทุนแล้ว บริษัทจะนำแผนการศึกษาความเป็นไปได้เสนอคณะกรรมการบริหารเพื่อพิจารณา หากสาขาใดที่ได้เปิดแล้วมีผลประกอบการไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ บริษัทจะติดตามผลการดำเนินงานของสาขาดังกล่าวอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งหาสาเหตุที่ทำให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือดำเนินการปรับสินค้าที่ขายในสาขาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพด้านพนักงานและบริการ หากยังไม่สามารถปรับปรุงให้เป็นไปตามเป้าหมายได้ บริษัทมีนโยบายที่จะย้ายสาขาไปยังทำเลอื่นที่เหมาะสมต่อไป

นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายที่จะเป็นพันธมิตรกับผู้พัฒนาและบริหารพื้นที่ค้าปลีกเพื่อหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน อีกทั้งยังมีการกระจายการเข้าพื้นที่ที่มีความหลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงเจ้าของพื้นที่เช่ารายใดรายหนึ่ง

1.8 ภาวะอุตสาหกรรมและกลยุทธ์การแข่งขัน

1.8.1 ภาวะอุตสาหกรรมสินค้าไอที

สินค้าไอที

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ได้ทำการเก็บข้อมูลการใช้จ่ายด้าน ICT ของประเทศไทยในปี 2558 และคาดการณ์ในปี 2559 ว่ามีมูลค่าการใช้จ่ายด้าน Hardware เพิ่มขึ้นโดยมีมูลค่ารวม 8,304 ล้านบาทหรือสหรัฐ มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 0.2 Packaged Software เพิ่มขึ้นเป็น 1,020 ล้านบาทหรือสหรัฐ มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 8.9% โดยส่งผลให้การใช้จ่าย ICT โดยรวมของประเทศไทยในปีคิดเป็นเติบโตร้อยละ 4.2 ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ตลาดโตขึ้นเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตอบรับกระแสความทันสมัยของเทคโนโลยีที่มากขึ้น รวมทั้งการสนับสนุนการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐตามนโยบายต่างๆ

การใช้จ่ายด้าน ICT ของประเทศไทยในปี 2558 และ 2559

ประเภท	มูลค่า(ล้านบาทหรือสหรัฐ)		อัตราการเติบโต
	2558	2559	(%)
1. Hardware	8,284	8,304	0.2
2. Packaged Software	937	1,020	8.9
3. IT Services	2,227	2,471	11
4. Telecom Services	10,132	10,693	5.5
รวม	46,202	54,954	4.2

ที่มา: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ณ วันที่ 27 กันยายน 2559

มูลค่าการตลาดอุปกรณ์การสื่อสาร

ภาพรวมตลาดการสื่อสารประจำปี 2558 และปี 2559 จากภาพรวมของมูลค่าตลาดสื่อสารปี 2558 พบว่าตลาดยังคงสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องจากปี 2557 ที่ผ่านมา โดยมีมูลค่าทั้งสิ้น 535,989 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 7.3 โดยตลาดบริการสื่อสารมีมูลค่าทั้งสิ้น 309,450 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 1.4 ในขณะที่ตลาดอุปกรณ์สื่อสารมีมูลค่า 226,539 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 13.6 โดยในปี 2559 คาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดสื่อสารรวมจะมีมูลค่าทั้งสิ้น 597,584 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโต 11.5% โดยตลาดอุปกรณ์สื่อสารจะมีมูลค่า 255,734 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 12.9 ขณะที่ตลาดบริการสื่อสารจะมีมูลค่า 341,850 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 10.5 ดังภาพ

มูลค่าตลาดสื่อสารปี 2558 และ 2559

รายการ	2558		2559	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
อุปกรณ์สื่อสาร				
เครื่องโทรศัพท์	105,020	12.5	108,114	2.9
อุปกรณ์โครงข่ายหลัก	69,680	9.3	78,780	13.1
อุปกรณ์สื่อสารไร้สาย	16,030	7.0	17,980	12.2
อุปกรณ์สื่อสารไร้สาย	35,809	31.0	50,860	42.0
รวมอุปกรณ์สื่อสาร	226,539	13.6	255,734	12.9
บริการสื่อสาร				
บริการโทรศัพท์ประจำที่	14,809	-7.4	13,016	-12.1
บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	216,404	3.2	246,559	13.9
บริการอินเทอร์เน็ต	53,578	0.1	59,396	10.9
บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ	10,357	-16.6	7,808	-24.6
บริการสื่อสารข้อมูล	14,302	5.2	15,071	5.4
รวมบริการสื่อสาร	309,450	1.4	341,850	10.5
มูลค่ารวม	<u>535,986</u>	<u>7.3</u>	<u>597,584</u>	<u>11.5</u>

ที่มา: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ณ วันที่ 27 กันยายน 2559

สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)

Worldwide Tablet Share Forecast by OS 2015 - 2020			
OS	2015	2016 Forecast	2020 Forecast
Android	67.4%	66.2%	57.8%
iOS	23.9%	22.4%	22.9%
Windows	8.6%	11.3%	19.3%
Total	100.0%	100.0%	100.0%
Source: IDC Worldwide Quarterly Tablet Tracker, August 30, 2016			

ที่มา: IDC Worldwide ณ วันที่ 30 สิงหาคม 2559

- ในปี 2559 คาดว่าขายแท็บเล็ตได้ทั้งหมด 183.4 ล้านเครื่อง ซึ่งลดลง -11.5% จากปีก่อน
- แท็บเล็ตแบบ Android IDC คาดว่าส่วนแบ่งทางการตลาดมีแนวโน้มลดลงจาก 67.4% เป็น 66.2% ในปี 2559 ซึ่งแท็บเล็ตโดยระบบปฏิบัติการแบบ Windows จะมีมูลค่าตลาดที่สูงขึ้น
- โดยในปี 2559 คาดว่ายอดขายของแท็บเล็ตราวกว่า 55% จะเป็นแท็บเล็ตขนาดเล็กหน้าจอไม่เกิน 9 นิ้ว

Top Five Tablet Vendors, Shipments, Market Share, and Growth, Second Quarter 2016					
(Preliminary Results, Shipments in millions)					
Vendor	2Q16 Unit Shipments	2Q16 Market Share	2Q15 Unit Shipments	2Q15 Market Share	Year-Over-Year Growth
1. Apple	10.0	25.8%	11.0	24.9%	-9.2%
2. Samsung	6.0	15.6%	8.0	18.2%	-24.5%
3. Lenovo	2.5	6.6%	2.5	5.6%	3.1%
4. Huawei	2.2	5.6%	1.3	2.9%	71.0%
5. Amazon.com	1.6	4.0%	0.1	0.3%	1208.9%
Others	16.4	42.4%	21.3	48.2%	-22.9%
Total	38.7	100.0%	44.1	100.0%	-12.3%
Source: IDC Worldwide Quarterly Tablet Tracker, August 1, 2016					

ที่มา: IDC Worldwide ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2559

สำหรับ 5 อันดับของผู้ผลิตที่มียอดขายแท็บเล็ตประจำไตรมาสที่ 2 ของปี 2559 นั้น เป็นไปตามตารางด้านบน ซึ่ง Apple ยังคงครองอันดับที่ 1 ถึงแม้ว่ายอดขายจะลดลงถึง 9.2% เมื่อคิดแบบต่อปี สำหรับอันดับที่ 2 นั้นยังคงเป็น Samsung ที่ยอดขายลดลงถึง 24.5% เมื่อคิดแบบปีต่อปีเช่นเดียวกัน ในขณะที่อันดับที่ 3 อย่าง Lenovo นั้นสามารถทำส่วนแบ่งได้ดีขึ้นบ้างคืออยู่ในแดน + (เพิ่มขึ้น) แต่ก็ไม่มากนักเพราะอยู่ที่ 3.1% เมื่อคิดแบบปีต่อปี ส่วนอันดับที่ 4 คือ Huawei ที่ยอดขายเพิ่มขึ้นมากถึง 71.0% เมื่อคิดแบบต่อปี และอันดับที่ 5 คือ Amazon.com นั้นมีอัตราการเติบโตสูงสุดเมื่อเทียบแบบปีต่อปีที่ 1,208.9%

แนวโน้มและการพัฒนาในอนาคต

แนวโน้มสำคัญภาคธุรกิจและเทคโนโลยีในประเทศไทยที่จะเกิดขึ้นในปี 2560 และ 2561 ที่น่าจับตามองและเตรียมปรับตัวมีดังนี้

1. ดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน

จะเป็นปัจจัยหลักในการผลักดันการลงทุนทางไอทีขององค์กรในปี 2559 เป็นต้นไป โดยดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันนั้นเป็นการนำเทคโนโลยีแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 นำมาพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งานของผู้บริโภค และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้สูงขึ้น เชื่อว่ากลยุทธ์ทรานส์ฟอร์มเมชันจะมุ่งเน้นไปที่ความชำนาญด้านดิจิทัลทั้งในเรื่องของความสัมพันธ์ การปฏิบัติงาน และสินค้าหรือบริการที่มีฐานมาจากข้อมูล

2. คลาวด์จะกลายเป็นการลงทุนพื้นฐานทางด้านไอที

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

ภายในปี 2563 การใช้จ่ายขององค์กรสำหรับบริการผ่านคลาวด์ ฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ เพื่อสนับสนุนบริการผ่านคลาวด์ และการบริการเพื่อใช้งานและจัดการบริการผ่านคลาวด์จะมีมูลค่าสูงกว่า 350 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งถือเป็นการเติบโตขึ้น 100% จากปัจจุบัน ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ส่วนใหญ่ที่ вендорผลิตก็จะเป็นแบบ “คลาวด์เฟิร์ส” เช่นกัน การเปลี่ยนแปลงของบริการผ่านคลาวด์จากความเป็นสถาปัตยกรรม “ใหม่” ไปสู่ความเป็นเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานนั้นจะมีความสำคัญสำหรับผู้มีอำนาจด้านไอทีและธุรกิจ

3. ผู้ใช้สมาร์ทโฟนจะเพิ่มขึ้นอีก 25 ล้านคน

ภายในปี 2561 ประเทศไทยจะมีผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตด้วยสมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์แรกประมาณ 50 ล้านคน ซึ่งคิดเป็น 73% ของประชากรทั้งหมด

การที่มีผู้ใช้สมาร์ทโฟนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตกว่า 50 ล้านคนนั้น จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นวงกว้างต่อองค์กรต่างๆ พบเห็นการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทางธุรกิจภายในองค์กร เช่น กลยุทธ์และการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ทโฟน องค์กรต่างๆ ต้องสร้างวิธีใหม่ๆ ในการนำเสนอสินค้าและบริการผ่านทางมือถือมากขึ้นแบบโมบายล์เฟิร์ส การปรับให้เหมาะสมกับตลาดท้องถิ่น และการนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้เป็นมิติใหม่ในการมีส่วนร่วมของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงนี้ยังผลักดันให้เกิดการใช้ระบบคอนทิทัฟในการวิเคราะห์ การรองรับการใช้งานแบบออฟไลน์ และประสิทธิภาพของข้อมูลขนาดใหญ่อย่างมาก เนื่องจากข้อมูลทั้งหมดที่มีอยู่ และที่เกิดขึ้นใหม่นั้นจะถูกจัดเก็บในรูปแบบดิจิทัลซึ่งพร้อมใช้งานได้ทันทีเพื่อตอบสนองผู้ใช้ 50 ล้านราย

4. รูปแบบธุรกิจแบบใหม่จะประสบความสำเร็จ

ภายในปี 2560 กว่า 20% ขององค์กรขนาดใหญ่จะได้รับผลกระทบจากนวัตกรรมทางโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่นี้ และจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานอย่างแน่นอน ในอดีตนั้นผลกระทบต่างๆ มักเกิดจากนวัตกรรมทางสินค้าและบริการ แต่อินเทอร์เน็ตและองค์ประกอบของแพลตฟอร์มรุ่นที่ 3 นั้น จะช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่างไปจากเดิมได้ ในไม่ช้าธุรกิจแบบเดิมจะได้รับผลกระทบจากธุรกิจแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกิดจากการนำทรัพยากรที่ไม่ได้รับการใช้งานเต็มที่ต่างๆ มารวมเข้าไว้ด้วยกัน จนก่อให้เกิดสินค้า บริการ และตลาดใหม่ที่ตัวเองเป็นเจ้าของผู้เดียวได้

5. รูปแบบใหม่ของการชำระเงิน

ภายในปี 2560 ผู้นำในภาคอุตสาหกรรมค้าปลีก 10 อันดับแรก จะมีการใช้การตรวจสอบหลายขั้นตอนสำหรับการชำระเงินในร้าน โดยระบบ Near Field Communication (NFC) สแกนนิ้วมือ และไร้สัมผัสจะมีบทบาทที่สำคัญภายในตุลาคม 2561 นโยบาย “การปรับภาระความรับผิดชอบ” จะมีผลบังคับใช้ในประเทศไทย และทำให้ร้านค้าทั่วประเทศต้องระวางโทษต่อการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิตในร้าน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศในช่วงที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าการละเมิดความปลอดภัยนั้น ส่งผลกระทบต่อลูกค้านับล้านรายและมีค่าใช้จ่ายสูงมาก ซึ่งร้านค้าปลีกในประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นขนาดใดก็ตามก็มีความกังวลอย่างเห็นได้ชัด

เนื่องจากการซื้อขายส่วนมากนั้นเกิดขึ้นภายในร้าน แน่หนอนว่าร้านค้าปลีกมีหน้าที่ป้องกันการฉ้อโกง ทั้งนี้ยังมีร้านค้าออนไลน์อีกหลายร้านต้องทำให้การซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตมีความปลอดภัยด้วย หนึ่งในช่องโหว่ที่พบบ่อยคือ

การตรวจสอบตัวตนโดยเฉพาะกระบวนการตรวจสอบการชำระเงินและการอนุมัติ การตรวจสอบหลายขั้นตอนนี้สามารถช่วยหลีกเลี่ยงการฉ้อโกงได้ไม่ว่าจะเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าใดๆ ก็ตาม

ในปี 2560 ร้านค้าปลีกรายใหญ่ต่าง ๆ จะนำระบบชำระเงินในบริเวณใกล้เคียงมาใช้โดยเฉพาะระบบที่ใช้ NFC ระบบดังกล่าวนี้จะช่วยผลักดันความสะดวกให้แก่การตรวจสอบหลายขั้นตอนอย่างมีนัยสำคัญ

6. เครื่องพิมพ์ประเภทสมาร์ตมัลติฟังก์ชัน

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

การซัพพอร์ตด้านความปลอดภัย โมบิลิตี้ และคลาวด์จะกลายเป็นมาตรฐานหลัก โดยพีเออร์เหล่านี้ต่างช่วยส่งเสริมโครงสร้างอุปกรณ์การพิมพ์ให้ประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ซึ่งจะช่วยประหยัดต้นทุน และในขณะเดียวกันก็ยังผลักดันประสิทธิภาพขององค์กร องค์กรต่างๆ ที่ใช้งานเครื่องพิมพ์ประเภทนี้นั้นจะได้รับประโยชน์ทางธุรกิจสูงสุด

7. การเปลี่ยนสถานะของซัพพลายเออร์และพาร์ทเนอร์

ดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันที่กำลังเกิดขึ้นจะสร้างผลกระทบและแนวโน้มใหม่ๆ ตลอดจนผู้เล่นรายใหม่เกิดขึ้นในตลาด ทำให้เกิดแรงกดดันอย่างมากต่อซัพพลายเออร์ไอทีแบบดั้งเดิมและผลักดันให้ผู้เล่นรายใหม่กลายเป็นผู้นำในตลาด ในช่วงหลายปีข้างหน้าเราจะพบเห็นการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในกลุ่มเวนเดอร์ โดยหนึ่งในสามของซัพพลายเออร์ชั้นนำในปัจจุบันจะมีการควบรวมกิจการ ลดขนาด หรือเปลี่ยนสถานะอย่างมีนัยสำคัญ ยกตัวอย่างดังนี้

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

เนื่องจากแพลตฟอร์มที่ 3 และดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันจะเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงหลายปีข้างหน้า ซัพพลายเออร์บางส่วนนั้นจะประสบความสำเร็จ ในขณะที่บางส่วนนั้นจะดับสูญไป

8. การเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคที่มากขึ้นในวงกว้าง

ในปี 2560 บริษัทไทยจะใช้ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคที่มากขึ้น ทั้งทางอุปกรณ์พกพา ออมนิแชนแนล และโซเชี่ยลมีเดีย องค์กรในไทยนั้นประสบความสำเร็จในการสร้างฐานลูกค้าใหม่มากขึ้น ผ่านการสร้างความรู้ความผูกพันทางดิจิทัลกับลูกค้า ช่องทางเหล่านี้มีข้อมูลจำนวนมากซึ่งพร้อมสำหรับการวิเคราะห์ เนื่องจากโครงสร้างและเครื่องมือที่หาได้ง่ายและมีราคาถูกกว่าเมื่อก่อน หากแต่ถ้าช่องทางเหล่านี้ไม่ได้ถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพเพราะขาดวิสัยทัศน์ และความรู้ความชำนาญด้านวิทยาศาสตร์ข้อมูล ในเรื่องวิทยาศาสตร์ข้อมูลนี้ องค์กร และสถาบันการศึกษาได้รับรู้ถึงการขาดแคลนความชำนาญดังกล่าว และเริ่มสร้างความเชี่ยวชาญที่จำเป็นออกสู่ตลาด ในขณะเดียวกันมีเพียงไม่กี่องค์กรเท่านั้นที่เพิ่งจะเริ่มดำเนินกลยุทธ์บิ๊กดาต้า ไอทีซีเชื่อว่าในปี 2560 บริษัทจะสามารถนำแนวความคิด “การเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคที่มากขึ้นในวงกว้าง” มาใช้อย่างมีนัยสำคัญได้มากขึ้น

9. เน็กซ์เจนเนอเรชันซีเคียวริตี้และการจัดการความเสี่ยง

ภายในปี 2560 กว่า 30% ของฝ่ายไอทีในองค์กรจะเปลี่ยนความสนใจจากการวางแผนด้านรักษาความปลอดภัยเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการโจมตีระบบ มาเป็นมุ่งเน้น “จำกัดและควบคุม” ความเสียหายแทน

ในเมื่อองค์กรเริ่มกระบวนการทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน ย่อมมีการใช้งานเทคโนโลยีแพลตฟอร์มที่ 3 อย่างเข้มข้นขึ้น ซึ่งถึงแม้เทคโนโลยีใหม่ๆ จะสามารถสร้างประโยชน์อย่างมากมาย แต่ก็เพิ่มความเสี่ยงมากขึ้นด้วย เนื่องจากทำให้ “พื้นที่” ที่สามารถถูกโจมตีได้ เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด อีกทั้งภัยคุกคามเองก็อันตรายขึ้นเรื่อยๆ นั่นหมายความว่า การสร้าง “แนวกัน” เพื่อป้องกันการโจมตีนั้นไม่ใช่ตัวเลือกที่มีประสิทธิภาพอีกต่อไป แต่จะมาเน้นการ “จำกัดและควบคุม” ความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นแทน ผ่านการจำกัดการเข้าถึงข้อมูลและเพิ่มการตรวจตราด้านซีเคียวริตี้มากขึ้น

10. กลุ่มธุรกิจประกันภัยจะเป็นผู้นำด้าน IOT

ภายในปี 2560 การเพิ่มขึ้นของงบประมาณด้านไอที และจำนวนนวัตกรรมในกลุ่มธุรกิจประกันภัยจะสูงกว่ากลุ่มธุรกิจธนาคาร เนื่องมาจากโครงการ IOT ในกลุ่มธุรกิจประกันภัยนั้นจะได้รับการสนับสนุน

เราจะพบกรณีตัวอย่างการใช้งาน IOT ในกลุ่มธุรกิจประกันภัยรถยนต์เป็นครั้งแรก ไอเดียที่คาดว่าโซลูชันสำหรับรถยนต์นั้น จะเติบโตอย่างมากในอีกห้าปีถัดไป ซึ่งจะก่อให้เกิดสินค้าประกันภัยจากเทคโนโลยีเทเลมาติกส์ โปรเจกต์นำร่องที่ประสบความสำเร็จโดยบริษัทประกันภัยในระดับภูมิภาค จะส่งผลให้เกิดการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้อย่างแพร่หลาย กรณีตัวอย่างอื่นๆ รวมถึงการใช้เทคโนโลยี IOT เพื่อเก็บข้อมูลส่วนบุคคลและเชื่อมโยงกับเบี้ยประกันสุขภาพ และการใช้เซ็นเซอร์ในการประกันอัคคีภัยและการขนส่งสินค้า ที่มา : <http://www.it24hrs.com#sthash.BDwAJAJj.dpuf>

1.8.3 ภาวะการแข่งขัน

บริษัทมุ่งเน้นในการเป็นผู้นำด้านการจำหน่ายสินค้าไอทีผ่านช่องทางแบบค้าปลีก กล่าวคือเน้น จำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End-User) โดยตรง ดังนั้นคู่แข่งของบริษัทคือผู้ประกอบการค้าปลีกที่มีการจำหน่ายสินค้าไอทีที่ประเภทเดียวกัน เช่น ร้านจำหน่ายสินค้าแล็บท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมอื่นๆ โดยกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวจะมีทั้งในลักษณะที่เป็นเจ้าของคนเดียว มีจำนวนหน้าร้านเพียง 1-2 ร้าน (Single Shop) และบริษัทเอกชนที่มีหน้าร้านเป็นจำนวนมาก (Chain Store) นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในลักษณะของศูนย์การค้า และไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ ที่มีการจัดสรรพื้นที่ภายในศูนย์การค้าของตนเองสำหรับจำหน่ายสินค้าไอทีและเครื่องใช้ไฟฟ้า (Consumer Electric) โดยคู่แข่งปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับหน้าร้านของบริษัทมีดังนี้

(1) ร้านจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่

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

ที่มา: ข้อมูลของบริษัท และการประมาณการจากการเก็บข้อมูลของบริษัท ณ 31 ธ.ค. 2559

(2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple

สำหรับร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple นั้น ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อให้ได้รับสิทธิในการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการจึงจะสามารถดำเนินงานได้ ส่งผลให้มีจำนวนคู่แข่งที่น้อยรายกว่าร้านจำหน่ายสินค้าไอทีทั่วไป นอกจากนี้ลักษณะการตกแต่งร้าน การจัดวางสินค้าภายในร้าน โปรโมชันและราคาขายสินค้าจะถูกควบคุมจากทาง Apple ทั้งหมด ดังนั้นจุดสำคัญของการแข่งขันจึงอยู่ที่ทำเลที่ตั้งของร้านว่าอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมหรือไม่ อีกทั้งนโยบายของ Apple จะไม่อนุญาตให้มีร้าน Apple ประเภทเดียวกันอยู่ภายในศูนย์การค้าเดียวกัน ส่งผลให้การมีสาขาในบริเวณที่ทำเลดีและเปิดดำเนินการมาก่อน เป็นข้อได้เปรียบอย่างยิ่ง โดยในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ที่มีจำนวนสาขามากที่สุดและครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดมากที่สุดในประเทศไทย

บริษัท	จำนวนหน้าร้าน
บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)	94
บริษัท คอปเปอร์ไวร์ จำกัด	18
บริษัท เอสพีวีไอ จำกัด (มหาชน)	23
บริษัท ยูฟิคอน จำกัด	7
บริษัท กราฟฟิค แสแกน จำกัด	1

ที่มา: ข้อมูลของบริษัท และการประมาณการจากการเก็บข้อมูลของบริษัท ณ 31 ธ.ค. 2559

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

บริษัท	จำนวนหน้าร้าน
บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)	19
บริษัท เอสพีวีไอ จำกัด(มหาชน)	6
บริษัท คอปเปอร์ไวร์ จำกัด	4
บริษัท แมคอินทอชเซ็นเตอร์ จำกัด	1
บริษัท ยูฟิคอน จำกัด	2
บริษัท ยูนิตี้โพรเกรส จำกัด	1
บริษัท ภูเก็ตอัลฟาเอนจิเนียริ่ง จำกัด	2

ที่มา: ข้อมูลของบริษัท และการประมาณการจากการเก็บข้อมูลของบริษัท ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2559

1.8.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

ธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทไอทีเป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรขั้นต้นค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทอื่น ส่งผลให้การบริหารจัดการต้นทุนคงที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนด้านพนักงาน ต้นทุนด้านการขยายสาขาค้าปลีก การเงินส่วนแล้วแต่มีผลต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ดังนั้นผู้ประกอบการที่มียอดขายที่สูง หรือมีเงินทุนมากกว่าจะได้เปรียบผู้ประกอบการรายย่อยค่อนข้างมาก นอกจากบริษัทจะมีนโยบายในการควบคุมต้นทุนต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว บริษัทยังได้มีการกำหนดกลยุทธ์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทไอทีโดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ทำเลที่ตั้งของสาขา

ทำเลนับเป็นเรื่องสำคัญอันดับต้นของธุรกิจ การที่บริษัทอยู่ในธุรกิจค้าปลีกมานานกว่า 18 ปี จึงได้สะสมประสบการณ์ในการคัดเลือกทำเลที่มีศักยภาพและในปัจจุบันจากการที่บริษัทเป็นผู้ค้าปลีกสินค้าไอทีที่มีจำนวนสาขามากที่สุดในประเทศ ส่งผลให้หน้าร้านของบริษัทได้กระจายครอบคลุมพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงไว้ได้ล่วงหน้าก่อนคู่แข่ง นอกจากนี้บริษัทก็ยังมีแผนการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อยึดทำเลที่มีโอกาสเติบโตสูงในอนาคต โดยมีการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับเจ้าของพื้นที่ซึ่งเป็นผู้พัฒนาศูนย์การค้าชั้นนำทั่วประเทศ การที่ร้านค้าของบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลให้เจ้าของพื้นที่ศูนย์การค้าไว้วางใจและต้องการให้บริษัทเข้าไปเปิดหน้าร้าน ดังนั้นเมื่อเจ้าของพื้นที่มีการวางแผนขยายพื้นที่ หรือขยายศูนย์การค้าเพิ่มเติม ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เจ้าของพื้นที่จะเข้ามาร่วมหารือ ชักชวน พร้อมทั้งให้บริษัทเป็นผู้เลือกทำเลในศูนย์การค้าเป็นกลุ่มต้นๆ โดยบริษัทจะเลือกทำเลที่ดีที่สุดในศูนย์การค้าเหล่านั้นๆ เช่น บริเวณที่มีคนเดินผ่านมากที่สุด อยู่หน้าบันไดเลื่อน หรืออยู่ชั้นที่มีคนเดินมาก เป็นต้น

(2) ความหลากหลายของสินค้า

บริษัทมีกลยุทธ์ในการบริการด้วยสินค้าหลากหลายรุ่น หลากหลายแบรนด์ และหลากหลายประเภท โดยมีราคาขายตั้งแต่หลักร้อยบาท จนถึงหลักแสนบาท ปัจจุบันสินค้าที่บริษัทจำหน่ายครอบคลุมตั้งแต่สินค้าแล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ สินค้าแท็บเล็ต และสินค้าอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง รวมกว่า 10,000 รายการ ครอบคลุมกว่า 100 แบรนด์ทั่วโลก อาทิเช่น แบรนด์ AMD, Apple, ASUS, Acer, Lenovo, Dell, HP, Western Digital, Samsung, LG, Toshiba, Intel, Microsoft, Seagate, Oppo, Huawei, VIVO, Epson, Canon, Logitech, JBL, Beat, Creative เป็นต้น โดยบริษัทจะจัดให้มีทีมงานที่ดำเนินการคัดสรรสินค้าทั้งจากต่างประเทศ ในประเทศและจากช่องทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงมีมาตรการในการคัดเลือกสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้สินค้าที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอในการจำหน่ายอยู่เสมอ

(3) การบริการที่มีคุณภาพและครบวงจร

บริษัทมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพด้วยความทุ่มเทและความตั้งใจเพื่อสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในช่องทางการจำหน่ายต่างๆ โดยการบริการหลักของบริษัทประกอบด้วย

- การบริการลูกค้า: บริษัทเน้นคุณภาพของบุคลากรเพื่อให้บริการที่ดีเลิศแก่ลูกค้าทุกราย พนักงานงานขายของบริษัทสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการเลือกซื้อและแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับการใช้งาน นอกจากนี้บริษัทมีบริการด้านการชำระเงินในรูปแบบการโอนเงินผ่านธนาคารสำหรับลูกค้าทั่วประเทศ
- การรับประกันสินค้าและบริการหลังการขาย: สินค้าของบริษัทและบริษัทย่อยมีการรับประกันตัวสินค้าทุกชิ้น รองรับบริการเปลี่ยนและซ่อมสินค้าจากผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าชั้นนำ ลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้ที่ช่องทางการจำหน่ายทุกสาขาทั่วประเทศ ภายใต้เงื่อนไขของการให้บริการ
- การจัดส่งสินค้า: บริษัทมีทางเลือกมากมายในการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัย อาทิเช่น บริการจัดส่งทั่วประเทศผ่านทางบริษัทขนส่งเอกชนชั้นนำ ซึ่งเป็นที่น่าเชื่อถือด้านการขนส่งที่ระมัดระวัง ปลอดภัย และรวดเร็ว หรือไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ("EMS")
- ระบบการสั่งซื้อออนไลน์ที่ทันสมัยและปลอดภัย: บริษัทได้ลงทุนด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าสามารถค้นหาสินค้า เลือกดูรายละเอียดของสินค้าและได้รับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า และเพื่อรับประกันความปลอดภัยในการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ บริษัทใช้ SSL (Secure Socket Layer) ตลอดทุกขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าเพื่อป้องกันการละเมิดใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงระบบการชำระเงินที่สะดวกสบาย ทั้งการเก็บเงินปลายทาง การชำระผ่านบัตรเครดิต และการชำระผ่านเคาท์เตอร์บริการ ครอบคลุมทุกรูปแบบ

(4) การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า โดยตลอดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา บริษัทมีลูกค้าในส่วนของผู้จำหน่ายสินค้า (Supplier) กว่า 200 ราย ซึ่งบริษัทได้รับความร่วมมือและได้รับการสนับสนุนที่ดี ทั้งในด้านสินค้าที่หลากหลาย และการบริการต่างๆ จากผู้จำหน่ายสินค้า นอกจากนี้ บริษัทดำเนินธุรกิจกับลูกค้าเหมือนมิตรมากกว่าการเป็นลูกค้า ร่วมกันทำตลาด ส่งผลประโยชน์ไปจนถึงลูกค้าปลายทางร่วมกัน โดยหากบริษัทขายของได้ ลูกค้าก็ขายของได้อีกรอบ (Repeat Order) และบริษัทมีนโยบายไม่เอาเปรียบลูกค้า ค่าขายแบบตรงไปตรงมา และการชำระเงินตรงตามกำหนดเวลาทุกครั้ง ทำให้เมื่อลูกค้าทั่วโลกมีสินค้าที่ต้องการจะทำตลาดในประเทศไทย ก็จะเข้ามาปรึกษากับบริษัทเป็นอันดับแรกๆ และเมื่อลูกค้ามีสินค้าใหม่ เทคโนโลยีใหม่ ก็จะมีการจัดส่งสินค้าเหล่านั้นให้บริษัทเป็นผู้จำหน่ายเป็นอันดับแรกๆ ส่งผลให้บริษัทมีสินค้าที่ทันสมัย ทันต่อเทคโนโลยีตลอดเวลา สำหรับจำหน่ายที่หน้าร้านค้าของบริษัท

(5) การสร้างฐานข้อมูลลูกค้าและการบริหารหลังการขาย

ปกติทุกครั้งที่ลูกค้าซื้อสินค้าจากบริษัท สินค้าเกือบทุกชิ้นจะมีการรับประกันจากผู้ผลิตโดยมีระยะเวลาของการรับประกันตั้งแต่ 6 เดือนถึง 3 ปี บริษัทจะแนะนำให้ลูกค้าลงทะเบียนกับบริษัท เพื่อผลประโยชน์ของลูกค้าในการรับประกัน ทำให้หากสินค้าของลูกค้ามีปัญหาหลังจากซื้อไปลูกค้าก็สามารถกลับมาติดต่อที่บริษัทเพื่อรับบริการหลังการขายของสินค้านั้นๆ วิธีการนี้ส่งผลให้บริษัทมีข้อมูลของลูกค้าอยู่ในฐานข้อมูลของบริษัทเป็นจำนวนมาก ทำให้บริษัทมีรายชื่อในฐานลูกค้าเพียงพอต่อการติดต่อและสื่อสารกับลูกค้าในโอกาสต่อไป รวมถึงการให้บริการหลังการขายที่จะทำให้ได้สะดวกยิ่งขึ้น

(6) การใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

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

- การใช้สื่อผ่าน Facebook, Twitter, Website, และสื่อ Magazine BaNANA ที่บริษัทจัดทำเพื่อแจกลูกค้าฟรีที่หน้าร้านของบริษัททุกสาขา และมีการทำกิจกรรม Two-Way Communication เล่นเกมส์ชิงรางวัล อย่างสม่ำเสมอ
- การจัดรายการส่งเสริมการขายทั้งที่หน้าร้านของบริษัท ลานโปรโมชั่นภายในห้าง และงานกิจกรรมเกี่ยวกับไอทีต่างๆ เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักและช่วยกระตุ้นยอดขาย
- การจัดตกแต่งร้านตามเทศกาลต่างๆ ตามแผนงานโปรโมชั่นในแต่ละเดือน เพื่อให้ภาพลักษณ์ภายในร้านเป็นร้านไอทีที่ง่ายต่อการเลือกสินค้าและมีบรรยากาศของความสนุก
- การร่วมกับธนาคาร เพื่อทำโปรโมชั่นผ่อน 0% และโปรโมชั่น "Cash Back" เพื่อกระตุ้นยอดขาย
- การจัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (EDM) ให้กับลูกค้าของบริษัท เพื่อแจ้งข้อมูลการตลาด รายการส่งเสริมการขาย โปรโมชั่นสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้บริการกับร้านค้าในเครืออย่างต่อเนื่อง

(7) การฝึกอบรมพนักงานขาย

บริษัทมีการกำหนดมาตรฐานในการทำงานของพนักงานให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน โดยพนักงานต้องผ่านหลักสูตรอบรมการขายและการให้บริการจากบริษัท โดยหลักสูตรดังกล่าวจะมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถในการนำเสนอสินค้าต่อลูกค้า และกริยาท่าทางที่พร้อมต่อการให้บริการลูกค้า ให้กับพนักงานขายทุกคน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและความประทับใจในการได้รับการบริการ ตั้งแต่การปรึกษาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า รวมไปถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าและชำระเงิน โดยบริษัทมีทีมงานมืออาชีพที่ผ่านการฝึกอบรมทุกคนและกระจายอยู่ทุกสาขา

เพื่อคอยให้บริการลูกค้าทั่วประเทศ และบริษัทยังมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถสร้างทีมพนักงานขายใหม่ เพื่อบรรจุเข้าสู่สาขาใหม่ที่มีการขยายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและทดแทนพนักงานเก่าที่อาจมีการลาออกได้อย่างทันกาล ซึ่งโดยปกติพนักงานใหม่ต้องได้รับการฝึกอบรมจากบริษัทเป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ ก่อนการปฏิบัติงานจริง ซึ่งทำให้นั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับการบริการที่ดีและข้อมูลที่แม่นยำที่สุด

1.9 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบริษัทและบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจหลักในการนำเข้าและค้าปลีกสินค้าไอที ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

1.10 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

(2) บริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด (บานาน่าชัวร์) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ใช้แล้ว (มือสอง) ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น, ออสเตรเลีย, อเมริกา และอีกหลายประเทศ เพื่อกระจายขายสินค้าในรูปแบบขายส่ง (Distributor) และขายปลีก โดยมีการจัดการครบวงจร ตั้งแต่นำเข้าสินค้า การตรวจสอบคุณภาพสินค้า (Quality control) การขาย และการขนส่ง

ก. สินค้าคอมพิวเตอร์แล็ปท็อปมือสอง (Laptop)

เครื่องคอมพิวเตอร์แล็ปท็อปมือสองที่นำเข้ามีขนาดเล็ก สามารถขนย้ายพกพาได้สะดวก โดยปกติมีน้ำหนักอยู่ที่ประมาณ 1-3 กิโลกรัม เป็นเครื่องที่ดก-run ในต่างประเทศประมาณ 1-2 รุ่น เป็นคอมพิวเตอร์ใช้แล้วประมาณ 2-5 ปี โดยคุณสมบัติดังนี้ จอภาพแอลซีดี ชิป Intel Core i3-i7 สามารถใช้พลังงานจากแบตเตอรี่ หรือสามารถใช้พลังงานไฟฟ้าได้โดยตรงจากการเสียบปลั๊กไฟ ประสิทธิภาพของแล็ปท็อปโดยทั่วไปเหมาะแก่การใช้งานเอกสาร งานพิมพ์ข้อมูล และเหมาะแก่การเป็นอุปกรณ์ช่วยเหลือในการศึกษา

บานาน่าชัวร์นำเข้าสินค้าแล็ปท็อปมือสองภายใต้แบรนด์ Fujitsu, Toshiba และ Dell โดยมีราคาตั้งแต่ 3,590 - 9,900 บาท

ภาพตัวอย่างสินค้าแล็ปท็อปมือสอง



ข. สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะมือสอง (Desktop)

คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะเป็นคอมพิวเตอร์ที่ออกแบบมาเพื่อใช้งานตามบ้านหรือสำนักงานทั่วไป มีการแยกชิ้นส่วนประกอบเป็น ซีพียู และจอภาพ เป็นคอมพิวเตอร์ใช้แล้วประมาณ 2-5 ปี ซึ่งเป็นเครื่องตกรุ่นประมาณ 1-2 รุ่น โดยคุณสมบัติดังนี้ ซีพียู Intel Core i5 และ i7 สามารถใช้พลังงานไฟฟ้าได้โดยตรงจากการเสียบปลั๊ก ประสิทธิภาพการใช้งานเหมาะสมกับงานทั่วไป

บานานาซัวร์นำเข้าสินค้าคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะแบบมือสองภายใต้แบรนด์ NEC, Lenovo, HP และ Dell โดยมีราคาตั้งแต่ 1,490 ถึง 8,490 บาท

ภาพตัวอย่างสินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะมือสอง



ค. สินค้าจอภาพมือสอง (Monitor)

อุปกรณ์จอภาพเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับ PC Desktop โดยเป็นสินค้าที่แสดงภาพให้กับผู้ใช้ มีขนาดตั้งแต่ 17-19 นิ้ว เป็นจอภาพแอลซีดี ที่มีอายุการใช้งานแล้วประมาณ 2-5 ปี ซึ่งเป็นเครื่องตกรุ่นประมาณ 1-2 รุ่น

บานานาซัวร์นำเข้าจอภาพแอลซีดีมือสองภายใต้แบรนด์ NEC, DELL, HP, Lenovo และ Mitsubishi โดยมีราคา 890 ถึง 1,490 บาท

ภาพตัวอย่างสินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะมือสอง



คอมพิวเตอร์ออลอินวันมือสอง (All-in-One)

คอมพิวเตอร์ออลอินวันเป็นคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะที่ใช้งานทั่วไป ซึ่งสะดวกแก่การใช้งาน เป็นจอภาพแอลซีดี ขนาด 17 นิ้ว ที่มีอายุการใช้งานแล้วประมาณ 2-5 ปี ซึ่งเป็นเครื่องตกรุ่นประมาณ 1-2 รุ่น

บานานาซัวร์นำเข้าคอมพิวเตอร์ออลอินวันมือสองภายใต้แบรนด์ HP, Fujitsu และ NEC โดยมีราคา 3,590 - 11,500 บาท

ภาพตัวอย่างสินค้าคอมพิวเตอร์แบบออลอินวันมือสอง



2.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัทมี 3 ช่องทาง ได้แก่

- 1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเช่น ร้าน BaNANA จำนวนทั้งสิ้นกว่า 60 สาขาทั่วประเทศ
- 2) การขายส่งสินค้าผ่านกลุ่มตัวแทนพ็อค (Dealer)
- 3) การจัดงานออก Event สินค้าไอทีลดราคาของบริษัท

2.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบานานาซัวร์ แบ่งออกเป็นกลุ่มหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้าขายปลีก ลูกค้าขายส่ง และลูกค้านิติบุคคล

(1) กลุ่มลูกค้าขายปลีก/ลูกค้ารายย่อยทั่วไป

ลูกค้าหน้าร้านทั่วไป ได้แก่ลูกค้ารายย่อยที่ซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านสาขาของบริษัท ซึ่งมีรายได้ต่ำถึงปานกลาง

(2) กลุ่มลูกค้านิติบุคคล

โรงเรียนตามต่างจังหวัด

(3) กลุ่มลูกค้าขายส่ง

1. กลุ่มลูกค้าร้านคอมพิวเตอร์ทั่วไปที่ซื้อไปเพื่อจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง

2. ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ซื้อสินค้าพร้อมโปรแกรมการขายหน้าร้าน

ปัจจุบันฐานลูกค้าส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าขายปลีกที่ซื้อสินค้าจากหน้าร้านและการออกงาน Event แต่อย่างไรก็ดี บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการเพิ่มจำนวนหน้าร้านเพื่อให้ตอบโจทย์ฐานลูกค้าอย่างแท้จริง

2.4 นโยบายการกำหนดราคา

บานานาซัวร์มีการกำหนดราคาจากสภาพของสินค้า โดยแบ่งคุณภาพและรุ่นที่จำหน่ายของสินค้า และทำการเปรียบเทียบกับราคาตลาดของสินค้าเพื่อให้สามารถแข่งขันกับสินค้าในท้องตลาดได้

2.5 สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สภาวะอุตสาหกรรม

การแข่งขันในตลาดสินค้าคอมพิวเตอร์มือสองค่อนข้างมีผู้ประกอบการน้อยรายและยังไม่มีผู้ประกอบการเจ้าใดเป็นเจ้าหลัก เนื่องจากจะต้องมีความชำนาญและความพร้อมในหลายๆ ด้าน อาทิเช่น ความเข้าใจในตัวสินค้าคอมพิวเตอร์มือสอง ที่จะต้องมีช่างในการคัดแยก ประกอบ หรือซ่อมอุปกรณ์ในแต่ละชิ้นของคอมพิวเตอร์มือสอง หรือความเข้าใจในการค้า ไม่ว่าจะเป็นการค้าปลีกและค้าส่งที่จะต้องมีความรู้ทางจำหน่ายที่เหมาะสม รวมทั้งพนักงานขายที่มีความชำนาญ ประกอบกับมูลค่าตลาดยังไม่ชัดเจนต่อผู้ประกอบการรายใหญ่ในการลงทุน

กลยุทธ์การแข่งขัน

กลยุทธ์ของบานาน่าชัวร์แบ่งเป็น 2 รายการดังนี้

1) ช่องทางการจัดจำหน่าย Branding การรับประกัน 3 เดือน

บานาน่าชัวร์ดำเนินกลยุทธ์ในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่โดดเด่นผ่านร้าน BaNANA ที่มีสาขาครอบคลุมเกือบทุกพื้นที่ในประเทศ ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า

2) การรับประกันสินค้า

บานาน่าชัวร์มีการรับประกันสินค้าคอมพิวเตอร์มือสองเป็นระยะเวลา 3 เดือน โดยที่ผ่านมา ร้าน BaNANA เป็นร้านค้าสินค้าไอทีที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าซึ่งมีความเชื่อมั่นต่อร้าน BaNANA

2.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บานาน่าชัวร์ได้รับสินค้าจากคู่ค้าในประเทศ ซึ่งเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าโดยนำเข้ามาจากต่างประเทศ อาทิ เช่น ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เป็นต้น โดยปัจจุบันมีผู้นำเข้า 2-3 รายใหญ่ในประเทศที่ส่งสินค้าให้แก่บานาน่าชัวร์ เป็นผู้ค้าหลัก ซึ่งบานาน่าชัวร์ได้เพิ่มช่องทางการรับซื้อเพื่อลดความเสี่ยงจากการมีผู้จัดหาสินค้าน้อยราย

ในการจัดหาสินค้า บริษัทจะจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพกับคู่ค้าที่เชื่อถือได้และมีการจัดหาสินค้าให้บริษัทในปริมาณที่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งโดยปกติสินค้านั้นจะถูกขนส่งมาทางเรือเป็นตู้คอนเทนเนอร์ ประกอบด้วยสินค้าคุณภาพหลายเกรด และบานาน่าชัวร์จะทำการคัดแยกสินค้าแล้วนำมาพักที่สินค้าคงคลังของบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ก่อนจะถูกแยกไปจำหน่ายต่อไป

2.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบานาน่าชัวร์จำหน่ายคอมพิวเตอร์มือสอง ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2.8 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

(3) บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด (บานาน่ากรุ๊ป)

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด (บานาน่ากรุ๊ป) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) โดยมีเว็บไซต์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้อ URL www.bananastore.com มีรูปแบบการขายแบบ แพลตฟอร์มการขาย (Sale Platform) และตัวแทนจำหน่ายสินค้า (Agent) โดยกำหนดให้ผู้จัดจำหน่าย (Seller) หรือ ผู้ขาย (Supplier) ทำการส่งข้อมูลสินค้าพร้อมราคาจำหน่าย นำเสนอต่อผู้เข้าชมเว็บไซต์ ผ่านระบบการเชื่อมต่อสินค้าโดยตรงกับระบบเว็บไซต์ รวมทั้งการดำเนินการจัดซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้จัดจำหน่าย เพื่อการขายสินค้าโดยตรงผ่านเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการ โดยมีระบบการรับชำระค่าสินค้าครบตามรูปแบบการชำระค่าสินค้า ทั้งในรูปแบบบัตรเครดิต การเก็บเงินปลายทาง ชำระเงินสดผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร เอทีเอ็ม โฉนดใบรับเช็ค และระบบซื้อสินค้าเงินผ่อน

บานาน่ากรุ๊ปมีการจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าโดยตรงผ่านบริษัทขนส่งเอกชน ได้แก่ บริษัท เคอร์รี่ เอ็กเพรส จำกัด และบริษัท เอกคอมเมิร์ซ จำกัด โดยการจัดส่งภายในวันเดียว จัดส่งภายในวันรุ่งขึ้น (Next Day Service Delivery) เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้ารวดเร็ว ตอบสนองความต้องการของลูกค้าสูงสุด

3.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ช่องทางหลักของบานาน่ากรุ๊ป คือการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางเว็บไซต์ช้อปปิ้งออนไลน์ www.bananastore.com ในลักษณะตัวแทนขายสินค้า ซึ่งมีราคาระหว่าง 50 - 124,000 บาท โดยมีกลุ่มสินค้าที่มีการจัดจำหน่ายดังนี้

- สินค้าสมาร์ทโฟน (Smartphone)
- สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)
- สินค้าโน้ตบุ๊ก (Notebook)
- สินค้าแอปเปิ้ล (Apple)
- สินค้าคอมพิวเตอร์ (Computer)
- สินค้าอุปกรณ์เสริม (Accessories)



3.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบานาน่ากรุ๊ป แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักดังนี้

(1) กลุ่มลูกค้าขายปลีก/ลูกค้ารายย่อยทั่วไป

ลูกค้าที่มีการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ ที่เป็นแบบสมัครสมาชิกของเว็บไซต์ และแบบที่ไม่สมัครสมาชิกที่อาศัยอยู่ในประเทศ และต่างประเทศที่มีการเข้าใช้งานระบบ Internet โดยใช้เบราว์เซอร์ (Browser) เข้าถึงข้อมูล ที่ URL www.bananastore.com

(2) กลุ่มลูกค้านิติบุคคล

1. บริษัทเอกชนขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่
2. สถาบันการศึกษา โรงเรียน มหาวิทยาลัย
3. หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ

ปัจจุบันฐานลูกค้าที่เข้ามาสั่งซื้อสินค้าบนเว็บไซต์เป็นฐานลูกค้าปลีก และกลุ่มลูกค้านิติบุคคลจากการจัดส่งรายการสินค้า และการจัดเก็บข้อมูลจากรายชื่อสมาชิกที่มีการสั่งซื้อสินค้า โดยกลุ่มลูกค้าขายปลีกคิดเป็น 90% และกลุ่มลูกค้านิติบุคคล 10% โดยบริษัทได้มุ่งแผนงานในการทำการตลาดไปยัง 2 กลุ่มลูกค้าสำคัญ โดยใช้การสื่อสารการตลาดร่วมกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ เพื่อนำเสนอสินค้าของเว็บไซต์บานาน่าสตอร์ ส่งตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เพื่อสร้างกระแสการรับรู้และการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ เพื่อคาดหวังให้เกิดการซื้อสินค้าจากกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

3.4 นโยบายในการกำหนดราคา

บานาน่ากรุ๊ปมีการร่วมกำหนดราคาขายปลีกสินค้า (SRP: Suggested Retail Price) กับผู้จัดจำหน่าย หรือผู้ขายที่นำสินค้ามาขายบนเว็บไซต์ ภายใต้นโยบายความสามารถทางการแข่งขันได้ (Price competitiveness) เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าชนิดหรือประเภทเดียวกัน ที่มีการจัดจำหน่ายอยู่บนช่องทางของคู่แข่ง ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้สมาชิกของเว็บไซต์ สามารถเลือกซื้อสินค้าและมีการตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว

3.5 สภาพแวดล้อมและการแข่งขัน

สภาพแวดล้อม

จากการที่ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ที่เป็นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ธุรกิจ E-Commerce นับเป็นบริบทที่สำคัญของการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ ในการเพิ่มช่องทางการซื้อ-ขายออนไลน์ ส่งเสริมการค้าขายแบบไร้พรมแดน ไร้ข้อจำกัดของเวลา กอปรกับในปัจจุบันมีการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Devices) ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน (Smartphone) และแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ (Tablet Computer) ติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายไร้สายความเร็วสูง (Wireless Broadband) เช่น 3G 4G ทำให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตในวงกว้าง ส่งผลในการขยายตัวของผู้บริโภคและการซื้อขายในธุรกิจ E-Commerce ในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของมูลค่า E-Commerce แบบ B2G มาจาก 2 ส่วนคือ มูลค่าที่เกิดจากการจัดซื้อจัดจ้าง โดยการวิธีการประมูลงานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของภาครัฐ (e-Auction) จำนวน 405,056.36 ล้านบาท (16.05%) และมูลค่าที่เกิดขึ้นจากผู้ประกอบการทำธุรกิจ E-Commerce กับหน่วยงานภาครัฐไม่ผ่าน e-Auction จำนวน 8,132.29 ล้านบาท (0.32%)

หากแบ่งมูลค่า E-Commerce ปี 2559 ออกเป็นอุตสาหกรรมทั้ง 8 หมวดอุตสาหกรรม (ไม่รวม e-Auction) พบว่าอุตสาหกรรมที่มีมูลค่า E-Commerce มากที่สุด อันดับ 1 ได้แก่ อุตสาหกรรมการค้าปลีกและการค้าส่ง มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 731,828.33.15 ล้านบาท (34.54%) อันดับ 2 อุตสาหกรรมให้บริการที่พัก มีมูลค่า E-Commerce

643,033.15 ล้านบาท (30.35%) อันดับ 3 หมาดอุตสาหกรรมการผลิต มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 343,866.80 ล้านบาท (16.23%) อันดับ 4 อุตสาหกรรมข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 281,866.93 (13.30%) อันดับ 5 อุตสาหกรรมขนส่ง มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 70,316.38 ล้านบาท (3.32%) อันดับ 6 อุตสาหกรรมบริการด้านอื่นๆ เช่น การจัดหาคนออนไลน์ และบริการชำระเงินออนไลน์ เป็นต้น มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 35,057.56 ล้านบาท (1.65%) อันดับ 7 อุตสาหกรรมศิลปะ บันเทิง และนันทนาการ มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 11,300.29 ล้านบาท (0.53%) และอันดับ 8 อุตสาหกรรมการประกันภัย มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 1,668.66 ล้านบาท (0.08)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าธุรกิจ E-Commerce โดยส่วนใหญ่จะมีทิศทางการเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีแรงสนับสนุนมาจาก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่

ปัจจัยแรก มีผู้ประกอบการ E-Commerce เข้าสู่ตลาดมากขึ้น โดยในปี 2557 มีผู้ประกอบการ E-Commerce จำนวน 502,676 ราย ในปี 2558 จำนวนผู้ประกอบการดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็น 527,324 ราย คิดเป็นจำนวนผู้ประกอบการ E-Commerce ที่เพิ่มมากขึ้นถึง 24,468 ราย

ประกอบกับผู้บริโภคในยุคดิจิทัลเอง (Digital Age) มีพฤติกรรมการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา ผ่านทางอุปกรณ์สื่อสารไร้สาย ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ และนาฬิกาข้อมืออัจฉริยะ (Smartwatch) ที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว แต่สินค้ากลับมีราคาที่ถูกลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต

กลุ่มคนรุ่นใหม่เหล่านี้เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารและนวัตกรรมสมัยใหม่ ทำให้มีพฤติกรรมหรือรูปแบบการอุปโภคและบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามพลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลก ส่งผลต่อการผลักดันการทำธุรกรรมทางออนไลน์ภายในประเทศให้เติบโตมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่สอง การกำหนดนโยบายของภาครัฐเองนั้น ก็มีส่วนสำคัญในการผลักดันธุรกิจ E-Commerce ภายในประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายของกระทรวงพาณิชย์และกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปีที่ผ่านมา ที่มุ่งสนับสนุนผู้ประกอบการ E-Commerce ในประเทศ ให้ขยายธุรกิจไปสู่ตลาดอาเซียนและตลาดโลก โดยเน้นการส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่นในชุมชนให้มีความเข้าใจและสามารถเข้าถึงช่องทางการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านการฝึกอบรมและบ่มเพาะด้านการขายที่รัฐบาลเป็นผู้จัดหาและสนับสนุน

อีกทั้งนโยบายของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เน้นการใช้ระบบดิจิทัลในการรองรับการให้บริการของภาครัฐกิจการเงิน และบริการอื่นๆ โดยเฉพาะภาคการสื่อสารและบันเทิง ตลอดจนมุ่งเน้นให้การสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small & Medium Enterprises: SME) ทุกภาคส่วนของประเทศ ให้สามารถเข้าถึงเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างเท่าเทียมกัน เพื่อผลักดันให้สามารถแข่งขันได้ทั้งในเวทีภูมิภาคและเวทีโลก

ปัจจัยที่สาม รูปแบบการทำธุรกรรมทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้หน่วยงานหลักของภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน เช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เล็งเห็นถึงความสำคัญในการกำหนดนโยบายและแผนสนับสนุนธุรกิจ E-Commerce อย่างเป็นรูปธรรม ครบวงจรจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตั้งแต่การสร้างความรู้ในเรื่อง E-Commerce ให้แก่ผู้ประกอบการ การจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) และโมเดลที่จะให้ความสำคัญกับระบบการชำระเงินออนไลน์ ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจปัจจุบันเป็นอย่างมาก ซึ่งส่งผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้มีความก้าวหน้าและเป็นไปตามมาตรฐานสากล เช่น AnyID หรือ PromptPay การขยายการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น มาตรฐาน e-Invoicing และมาตรฐานกลางข้อความการชำระเงิน (National Payment Message Standard) เพื่อให้ข้อมูลการค้าและข้อมูลการชำระเงินเชื่อมโยงกันได้โดยอัตโนมัติแบบ Straight-Through Processing อันจะช่วยเพิ่มความรวดเร็วและลดต้นทุนในกระบวนการทางธุรกิจของภาคเอกชน ภาคประชาชน และภาครัฐบาลเอง

หากกระบวนการในการทำธุรกรรมสะดวกรวดเร็วสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย และมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระดับที่ดีเยี่ยม ก็จะส่งผลต่อการเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ยังส่งผลทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ของคนไทยให้เป็นในลักษณะ “Anywhere, Anytime, Any Devices” ที่สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา และทุกอุปกรณ์ เพิ่มความสะดวกสบายมากขึ้นอีกด้วย

ปัจจัยหลักต่างๆ เหล่านี้ ล้วนส่งผลต่อการพัฒนาการทำธุรกรรมออนไลน์ของประเทศ ให้เติบโตมากขึ้นอย่างยั่งยืน และทัดเทียมนานาประเทศ (ที่มา: รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทยปี 2559 กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร)

จากข้อมูลสถานะอุตสาหกรรมของตลาด E-Commerce ในประเทศ ในปี 2559 และแนวโน้มในปีต่อไปที่มีทิศทางการเติบโตอย่างต่อเนื่องดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจที่บานาน่ากรู๊ปจะสามารถนำเสนอสินค้าและบริการไปยังตลาดเป้าหมาย เพราะตลาดยังมีช่องว่างในการดำเนินธุรกิจตามปัจจัยบวกทางด้านโครงสร้างพื้นฐานของการเข้าถึงข้อมูล และรวมทั้งพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีรูปแบบการเลือกซื้อสินค้าที่ได้รับการจัดส่งตรงถึงบ้าน รวมทั้งความต้องการความน่าเชื่อถือในสินค้าและการให้บริการหลังการขายที่จะได้รับจากผู้ขายสินค้า และจากข้อมูลรายงานการค้าปลีกในปี 2559 พบว่าสินค้ากลุ่มคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์สื่อสาร เป็นกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าการซื้อสูงสุด ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ E-Commerce ของบริษัทให้มีประสิทธิภาพ ในสภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาวะการแข่งขัน

บริษัทมุ่งเน้นการเป็นผู้ดำเนินการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) อย่างมีประสิทธิภาพและมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้มีผลประโยชน์ที่ดีและก้าวสู่ความเป็นผู้นำ ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าในปัจจุบัน มีบริษัทที่ดำเนินธุรกิจในประเทศ แบ่งแยกตามรูปแบบของเว็บไซต์ (Website Platform) และรูปแบบทางธุรกิจการจัดจำหน่าย จำนวนหลายบริษัท โดยคู่แข่งปัจจุบันของบริษัทมีดังนี้

- 1) บริษัทจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ ไอที สมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริม แอปเปิ้ล โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต

บริษัท	ชื่อเว็บไซต์
บริษัท เจ ไอ บี คอมพิวเตอร์ กริป จำกัด	www.jib.co.th
บริษัท ไอที ซิตี้ จำกัด (มหาชน)	www.itcityonline.com
บริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน)	www.jaymart.co.th
บริษัท พาวเวอร์บาย จำกัด	www.powerbuy.co.th
บริษัท แอดไวส์ โฮลดิ้ง คอมพานี จำกัด	www.advice.co.th

- 2) บริษัทจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ ไอที สมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริม แอปเปิ้ล โน้ตบุ๊ก และสินค้าทั่วไปในรูปแบบห้างสรรพสินค้าออนไลน์

บริษัท	ชื่อเว็บไซต์
บริษัท แอสเซนด คอมเมิร์ซ จำกัด	www.wemal.com / www.itruemart.com
บริษัท ลาซาด้าประเทศไทย จำกัด	www.lazada.co.th
บริษัท ซีดีสเคาท์ ประเทศไทย จำกัด	www.cdiscout.co.th
บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด	www.topvalue.co.th
บริษัท เอเชียน สตาร์ เทรดดิง จำกัด	www.tohome.com
บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)	www.central.com

กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) ความหลากหลายของสินค้า

บานาน่ากรุ๊ปมีกลยุทธ์ในการนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้าที่เข้าชมเว็บไซต์ โดยมีความหลากหลายของสินค้า ทั้งในส่วนของสินค้าประเภทอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ไอที สมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริม ผลิตภัณฑ์แอปเปิ้ล โน้ตบุ๊ก แก๊ตเจ็ต ที่มีมากกว่า 3,000 รายการ รวมทั้งสินค้าที่มีเพิ่มเติมจากผู้จัดจำหน่าย ที่นอกเหนือจากสินค้าคอมพิวเตอร์ ไอที ทั้งสินค้าโทรทัศน์ อุปกรณ์เครือข่ายเน็ตเวิร์ค อุปกรณ์ดิจิทัลโพลีโต้ และอุปกรณ์การบันทึกภาพ ซึ่งจะเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้แตกต่างจากคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

- 2) การรับสินค้าได้ที่ร้าน BaNANA ทั่วประเทศไทย

บานาน่ากรุ๊ปกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า โดยการซื้อสินค้าที่เว็บไซต์ พร้อมชำระเงินเสร็จสิ้น โดยลูกค้าสามารถเลือกสาขา BaNANA หรือ Studio7 ใกล้บ้าน เพื่อเข้าไปรับสินค้าพร้อมรับการให้บริการเพิ่มเติม ทั้งการแนะนำการใช้งานสินค้า และการตรวจสอบสินค้าจากพนักงาน เพื่อให้ลูกค้าได้เกิดความมั่นใจในการซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ และเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป

- 3) การให้บริการหลังการขายและการรับประกันสินค้า

บานาน่ากรุ๊ปมุ่งเน้นการให้บริการหลังการขายเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ โดยลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการซ่อมสินค้าได้ที่ร้านในเครือบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ทุกสาขาทั่วประเทศ รวมทั้งสามารถเข้ารับบริการขอคำปรึกษา แนะนำการใช้งานได้กับพนักงานได้ทุกที่ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ากล้าที่จะตัดสินใจซื้อผ่านสินค้าผ่านเว็บไซต์ของ www.bananastore.com

- 4) ความปลอดภัยในการใช้งานเว็บไซต์ และระบบการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล

บานาน่ากรุ๊ปได้ดำเนินการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้ามีความปลอดภัยในการใช้งานสูงสุด ทั้งระบบการเข้ารหัสป้องกันการเข้าถึงข้อมูล SSL (Secure Socket Layer) ในระหว่างการชำระเงินค่าสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยใช้งานในระดับสูงสุด ที่ถูกควบคุมการดำเนินงานจากธนาคารและระบบการชำระเงินแบบสากล

5) การใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

บานาน่ากรุ๊ปดำเนินกลยุทธ์การตลาดออนไลน์เพื่อใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้เกิดการเข้ามายังเว็บไซต์และสร้างโอกาสการขายสินค้า รวมทั้งการกลับมาซื้อสินค้าซ้ำในครั้งต่อไป อาทิเช่น การโฆษณาผ่านสื่อเว็บไซต์ การทำการตลาดกับระบบค้นหาข้อมูล การทำตลาดแบบพันธมิตร และอื่นๆ

3.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

(1) สินค้าไอที (คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน)

บานาน่ากรุ๊ปจะมีวิธีการหาสินค้า โดยสินค้าจะได้รับการจัดเตรียมเพื่อการขาย จากผู้จัดจำหน่าย (Seller/Vender) ผ่านระบบการเชื่อมต่อจำนวนสินค้า (Inventory Management & Seller Management) โดยจะมีการเพิ่มเติมรายการข้อมูลสินค้าที่พร้อมจำหน่าย โดยบานาน่ากรุ๊ปจะร่วมดำเนินงานในการบริหารจำนวนสินค้า และการร่วมกำหนดราคาขาย เพื่อให้สินค้ามีเพียงพอต่อการจำหน่าย เป็นการป้องกันการเกิดสถานะสินค้าขาด

(2) บริการขนส่ง

บานาน่ากรุ๊ปมีการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งสินค้า โดยใช้มาตรฐานการดำเนินงานที่สามารถรองรับการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าที่มีการสั่งซื้อได้ทั่วประเทศ โดยมีระยะเวลาการจัดส่งไม่เกิน 4 วัน เมื่อได้รับรายการขนส่งสินค้าจากบานาน่ากรุ๊ป ภายใต้ราคาการให้บริการขนส่งที่ไม่เกินมาตรฐานการให้บริการโดยทั่วไป

(3) บริการรับชำระทางการเงิน

บานาน่ากรุ๊ปเลือกใช้บริการของผู้ให้บริการรับชำระทางการเงิน ภายใต้มาตรฐานความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือสูงสุด เพื่อให้สมาชิกที่สั่งซื้อสินค้ามีความมั่นใจในการชำระเงินได้อย่างสะดวก ทั้งในรูปแบบชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต และชำระด้วยเงินสด

(4) การบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัทไม่มีสินค้าคงคลัง เนื่องด้วยลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นรูปแบบบริษัทตัวแทน (Agency Platform) โดยสินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายบนเว็บไซต์ เป็นสินค้าของผู้จัดจำหน่าย ไม่มีการซื้อสินค้ามาจัดเก็บที่บริษัท ทำให้บริษัทไม่มีความเสี่ยงเรื่องการบริหารสินค้าคงคลัง การปรับราคาสินค้า การสูญหายของสินค้า และระยะเวลาการขายของสินค้า (Aging)

3.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบานาน่ากรุ๊ปจำหน่ายสินค้าไอทีออนไลน์ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3.8 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

(4) บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด

4.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด (ไอเทค) ดำเนินการเขียนและขายโปรแกรมให้แก่บริษัทต่างๆ ในการช่วยดำเนินธุรกิจของกลุ่มลูกค้าซึ่งมีราคาตั้งแต่ 15,000 ถึง 1,000,000 บาทขึ้นไป โดยมีสินค้าและบริการ 2 รายการดังนี้

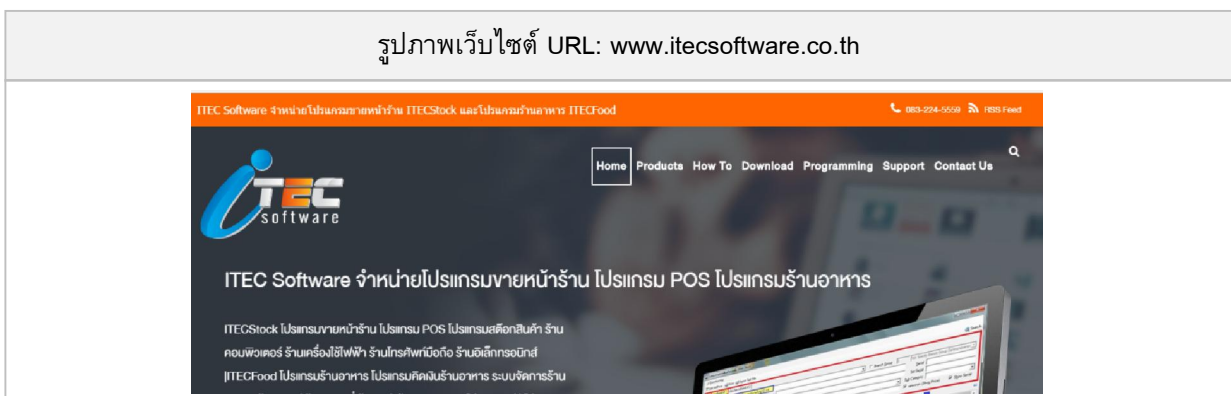
- 1) โปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ โปรแกรมสำเร็จรูปค้าปลีก และโปรแกรมร้านกาแฟ
- 2) เขียนโปรแกรมตามความต้องการของลูกค้า (Customize)

4.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ไอเทคมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการบริการหลักดังนี้

- 1) การแนะนำต่อของกลุ่มลูกค้า
- 2) ผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของไอเทค URL: www.itecsoftware.co.th

รูปภาพเว็บไซต์ URL: www.itecsoftware.co.th



4.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของไอเทคแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1) บริษัทค้าปลีก
- 2) กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก

4.4 นโยบายในการกำหนดราคา

ไอเทคมีการกำหนดราคาตามต้นทุนของการบริการ รวมทั้งราคาโดยทั่วไปของตลาด ซึ่งโดยปกติจะมีอัตราราคาขั้นต่ำแต่ละเนื่องงาน แบ่งเป็นขนาด เล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ เพื่อให้เกิดการแข่งขันได้

4.5 สภาวะอุตสาหกรรมการแข่งขัน

สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ผลการสำรวจการผลิตซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ประจำปี 2558 มีมูลค่ารวม 52,561 ล้านบาท เติบโตขึ้นจากปี 2557 เพียง 1.2% เนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจทำให้การลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ทั้งในภาครัฐและเอกชนชะลอตัวตาม แต่ทั้งนี้ในกลุ่มธุรกิจขนาดกลาง ซึ่งมีรายได้ระหว่าง 100 - 500 ล้านบาท กลับมีอัตราการเติบโตทางธุรกิจเนื่องจากกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ไม่ได้พึ่งพิงกับโครงการขนาดใหญ่ อย่างไรก็ตาม ในปี 2559 มูลค่าการผลิตซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์อัตราการเติบโตราว 4.4% มีมูลค่ากว่า 54,893 ล้านบาท ขณะที่ปี 2560 คาดว่าจะมีอัตราการเติบโต 4.3% และมีมูลค่ากว่า 57,257 ล้านบาท

โดยปัจจัยหลักที่ทำให้อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ในปี 2559 มีอัตราเติบโต คือ 1. ภาคการเงิน ได้รับการกระตุ้นเชิงนโยบายจากโครงการพร้อมเพย์ (PromptPay) ผลักดันให้มีการลงทุนเพิ่มทั้งด้านซอฟต์แวร์ระบบและซอฟต์แวร์และด้านความปลอดภัยของข้อมูล 2. ภาคโทรคมนาคม เกิดจากโครงการขยายเครือข่ายสื่อสารไร้สาย เทคโนโลยี 4G ที่ได้รับใบอนุญาตแล้ว ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์จากระบบ 3G สู่ 4G และโครงการขยายโครงข่ายบริการบรอดแบนด์ทั่วประเทศ

(ที่มา: รายงานการประชุมของสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ ณ วันที่ 24 สิงหาคม 2559)

กลยุทธ์การแข่งขัน

1) การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และหน้าร้าน

ไอเทคได้ดำเนินการใช้สื่อออนไลน์ในการแนะนำสินค้าและการบริการให้แก่ลูกค้า ได้แก่ ผ่านทางเฟสบุ๊ค ผ่านทางเว็บไซต์ ประกอบกับไอเทคเป็นบริษัทย่อยของบริษัทจึงสามารถดำเนินการผ่านหน้าร้าน BaNANA ที่มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศเป็นช่องทางแนะนำการบริการและสินค้าของไอเทคให้แก่ลูกค้า รวมทั้งการบริการหลังการขาย

2) คุณภาพงานและการตรงต่อเวลา

ไอเทคเน้นย้ำถึงคุณภาพของงานให้แก่ลูกค้า โดยยึดถือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักและการส่งมอบงานที่ตรงต่อเวลา โดยที่ผ่านมาได้รับความเชื่อมั่นจากกลุ่มลูกค้าจนเกิดการบอกต่อของกลุ่มลูกค้า

4.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ไอเทคเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายโปรแกรมสำเร็จรูปตามความต้องการของลูกค้า จึงมีต้นทุนเป็นบุคคลากร และค่าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งได้รับการจัดหาจากบริษัท

4.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากไอเทคจำหน่ายสินค้าซอฟต์แวร์ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

4.8 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

(5) บริษัท ดับเบิลยูเชเวน จำกัด (ดับเบิลยูเชเวน)

5.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ดับเบิลยูเชเวนเป็นตัวแทนบริหารสาขา TRUE Shop ภายใต้ชื่อ “TRUE by Comseven” ในส่วนของห้างสรรพสินค้า Big C และ Tesco Lotus ซึ่งมีเนื้อที่ของสาขาโดยประมาณ 6-150 ตรม. โดยได้รับสิทธิการบริหารจัดการทั้งสิ้น 166 สาขา ในระยะเวลา 3 ปี ดับเบิลยูเชเวนได้เริ่มดำเนินการบริหารจัดการ TRUE by Comseven ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2559 และได้สิทธิในการต่อสัญญาจากบริษัท ทูริสทริบิวชั่น แอนด์ เซลส์ จำกัด (TDS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ทูร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TRUE) จากการเป็นพันธมิตรทางการค้าร่วมกันโดยสามารถทำธุรกรรมทุกอย่างได้เหมือนกับ TRUE Shop ที่ TDS บริหารเองโดยดับเบิลยูเชเวนจะมีรายได้จากการเก็บค่า Commission ในรายการต่างๆ อาทิเช่น ค่าตอบแทน SIM ค่าขายสินค้าในร้าน TRUE by Comseven ค่าบริการหลังการขายและชำระบิล เป็นต้น

รูปภาพร้าน TRUE by Comseven



5.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ดับเบิลยูซีวีได้รับสิทธิในการบริหารผ่านช่องทางร้านค้าปลีก (TRUE by Comseven) จำนวนทั้งสิ้น 166 สาขา ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 44 สาขา

ช่องทางการให้บริการและจำหน่าย (TRUEby Comseven)	จำนวนสาขา	สถานที่ตั้ง
1.ร้านให้บริการและจำหน่ายสินค้าภายใต้ชื่อ TRUE by Comseven ซึ่งตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า BIG C	21	แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> • กรุงเทพฯ 3 สาขา • ภาคกลาง 12 สาขา • ภาคตะวันออก 1 สาขา • ภาคเหนือ 2 สาขา • ภาคใต้ 2 สาขา • ภาคตะวันตก 1 สาขา
2.ร้านให้บริการและจำหน่ายสินค้าภายใต้ชื่อ TRUE by Comseven ซึ่งตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า TESCO LOTUS	23	แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> • กรุงเทพฯ 8 สาขา • ภาคกลาง 4 สาขา • ภาคตะวันออก 2 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 สาขา • ภาคใต้ 8 สาขา

5.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของดับเบิลยูซีวี แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักดังนี้

(1) กลุ่มลูกค้าขายปลีก/ลูกค้ารายย่อยทั่วไป

ลูกค้าหน้าร้านทั่วไป ได้แก่ลูกค้าขายปลีกทั่วไปที่เดินมาซื้อของตามห้างสรรพสินค้า

(2) กลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นลูกค้า TRUE เดิม

ลูกค้าซึ่งเป็นลูกค้า TRUE เดิมมาชำระค่าบริการหรือใช้บริการหลังการขาย

5.4 นโยบายในการกำหนดราคา

นโยบายการกำหนดราคาสินค้าเป็นไปตามนโยบายของ TDS

5.5 สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ปัจจุบันสามารถแบ่งตามสินค้าและบริการได้ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์กลุ่ม SIM

เป็นไปตามการแข่งขันในกลุ่มสื่อสารซึ่งปัจจุบัน TRUE มีความได้เปรียบจากการได้รับสัมปทานคลื่นความถี่ที่มากกว่าคู่แข่ง

(2) ผลิตภัณฑ์กลุ่มสินค้าไอที

สภาพตลาดเป็นไปตามการแข่งขันเช่นเดียวกับบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) สภาวะการแข่งขันตามข้อมูลการตลาดและการแข่งขัน

(3) บริการชำระบิลและบริการหลังการขาย

- ในส่วนของการชำระบิลมีคู่แข่งที่สำคัญดังนี้ เช่น ตู้ ATM ร้านสะดวกซื้อ ชำระผ่านอินเทอร์เน็ต และการตัดบัญชีผ่านธนาคารอัตโนมัติ
- ในส่วนบริการหลังการขาย ดับเบิลยูเซเว่นได้ประโยชน์จากการที่ลูกค้า TRUE ขยายเพิ่มมากขึ้น และโดยเฉพาะบางจังหวัด ได้เปรียบในแง่ของพื้นที่สาขาที่มีเฉพาะดับเบิลยูเซเว่นบริหารจัดการอยู่

กลยุทธ์การแข่งขัน

ดำเนินกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องตามนโยบายของ TDS โดยดับเบิลยูเซเว่นจะเข้ามาบริหารประสิทธิภาพในการบริการและเพิ่มความสามารถในการขายสินค้าใน TRUE by Comseven โดยมีกลยุทธ์ดังนี้

- 1) ปรับปรุงวางสินค้าโชว์หน้าร้านให้มีความหลากหลายมากขึ้น
- 2) เพิ่มความรู้และทักษะการขายให้พนักงาน
- 3) จัดการสินค้าให้เพียงพอต่อการขาย

5.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของดับเบิลยูเซเว่นเป็นไปตามนโยบายบริหารจัดการของ TDS โดยที่ดับเบิลยูเซเว่นไม่ต้องมีคลังสินค้าเนื่องจากไม่มีการเก็บสินค้าเอง ซึ่งดับเบิลยูเซเว่นจะคอยบริหารจำนวนสินค้าและจำหน่ายให้แก่ลูกค้าหน้าร้านโดยไม่ต้องรับความเสี่ยงจากสินค้าด้อยค่าหรือล้าสมัย เนื่องจากสินค้าทั้งหมดที่อยู่หน้าร้านเป็นของ TDS

5.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากดับเบิลยูเซเว่นดำเนินการบริหารจัดการ TRUE by Comseven ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

5.8 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงอย่างยั่งยืน และสนับสนุนให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่นำไปสู่การสร้างสรรคมูลค่าให้แก่องค์กร ด้วยการบริหารปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่องค์กรสามารถควบคุมและอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยใช้กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมในการหลีกเลี่ยง ถ่ายโอน ควบคุม หรือยอมรับความเสี่ยง ทั้งนี้ ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

ความเสี่ยงเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ

1. ความเสี่ยงจากความล้มเหลวของสินค้าคงคลัง

เนื่องด้วยธุรกิจหลักของบริษัท คือ การค้าปลีกสินค้าประเภทไอที บริษัทต้องมีการจัดเก็บสินค้าคงคลังให้มีจำนวนเพียงพอเพื่อจำหน่ายในแต่ละร้านของบริษัท แต่สินค้าไอทีเป็นสินค้าที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อาจเกิดความเสี่ยงจากการที่สินค้าคงคลังของบริษัทเกิดความล้มเหลวส่งผลให้ต้นทุนในการบริหารสูงขึ้น และอาจต้องมีการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยหรือด้อยค่าที่อาจทำให้มีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้นำระบบ ITEC Stock ซึ่งเป็นระบบที่สามารถช่วยบริหารจัดการงานขายสินค้าและบริหารจัดการสินค้าคงคลังสาขา โดยระบบสามารถวิเคราะห์ข้อมูลการขายสินค้าและความต้องการของผู้บริโภคของแต่ละสาขา รวมทั้งสามารถตรวจสอบจำนวนสินค้าคงเหลือของแต่ละสาขา ทำให้บริษัททราบความเคลื่อนไหวของสินค้า และสามารถวางแผนและกำหนดปริมาณการสำรองสินค้าในแต่ละสาขาได้ ตลอดจนบริษัทมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและรายการส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขายและระบายสินค้าที่มีอยู่ก่อนที่สินค้าดังกล่าวจะเสื่อมความนิยม อีกทั้งบริษัทได้รับเงื่อนไขพิเศษจากตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตรายใหญ่สำหรับสินค้าบางรุ่น เช่น การให้ส่วนลดพิเศษ การเปลี่ยนคืนสินค้านั้นที่ล้าสมัยเพื่อแลกกับสินค้านั้นใหม่ หรือการได้รับชดเชยส่วนต่างในกรณีที่สินค้ามีการลดราคา (Price protection) เป็นต้น ซึ่งจะสามารถช่วยลดปัญหาการล้าสมัยของสินค้าคงคลังลงได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดนโยบายในการตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าล้าสมัยตามประเภทและอายุสินค้าเพื่อแสดงมูลค่าที่แท้จริงของสินค้า ตลอดจนกำหนดมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว เช่น

- กำหนดให้ฝ่ายจัดซื้อและบริหารสินค้าเป็นผู้ติดตามความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีของสินค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อคัดเลือกสินค้าและสั่งซื้อสินค้าในจำนวนที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาดมาจำหน่าย เพื่อลดความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัย

- กำหนดช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายเพื่อเพิ่มโอกาสการกระจายสินค้า โดยการจัดทำโปรโมชั่นสำหรับการจำหน่ายสินค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (BaNANA Store E-Commerce) และการจัดกิจกรรมลดราคาสินค้าประจำปี (Clearance Sale)

จากการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดดังกล่าว ประกอบกับความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้บริหาร จึงทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงนี้ค่อนข้างน้อย

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จำหน่ายสินค้ารายสำคัญ (Supplier)

บริษัทจัดหาสินค้าเพื่อนำมาจัดจำหน่ายจากตัวแทนจำหน่ายและผู้จำหน่ายสินค้ารายใหญ่หลายรายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ บริษัทมียอดการซื้อสินค้าแบรนด์ Apple คิดเป็นประมาณร้อยละ 48 ของยอดสั่งซื้อตามงบการเงินรวม โดยสินค้าแบรนด์ Apple บริษัทจะทำการสั่งซื้อโดยตรงจากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Limited ("Apple SA") และผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศไทยที่ได้รับอนุญาตให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้สัญญาการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ารวมถึงการให้บริการหลังการขายซึ่งเป็นสัญญาปีต่อปี หากสัญญาระหว่างบริษัท และ Apple SA สิ้นสุดลงและไม่ได้มีการต่อสัญญาหรือบริษัทถูกยกเลิกสัญญาก็จะส่งผลให้บริษัทไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าโดยตรงจาก Apple SA ได้ รวมถึงอาจจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์ของ Apple โดยตรง เช่น Studio7 ได้เช่นกันซึ่งจะทำให้เกิดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท

การทำสัญญาแบบปีต่อปีกับ Apple SA เป็นไปตามนโยบายของ Apple SA ในการที่จะทำสัญญารูปแบบดังกล่าวกับตัวแทนจำหน่ายสินค้า Apple ในประเทศไทยทุกบริษัทอย่างไรก็ดี บริษัทดำเนินธุรกิจร่วมกับ Apple SA มาตั้งแต่ปี 2548 และได้รับการต่อสัญญาอย่างต่อเนื่องทุกปีซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับ Apple SA ประกอบกับความสามารถในการทำยอดขายที่จำนวนมากและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องให้กับ Apple SA และได้รับรางวัลต่างๆ จาก Apple SA มาโดยตลอด ทำให้ผู้บริหารของบริษัทเชื่อมั่นว่า ถึงแม้สัญญาจะเป็นลักษณะสัญญาแบบปีต่อปี แต่บริษัทไม่มีความเสี่ยงจากการไม่ได้ต่อสัญญาดังกล่าวและจะได้รับการสนับสนุนจาก Apple SA อย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้บริษัทจำหน่ายสินค้าประเภทไอทีของทุกแบรนด์เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายและครอบคลุมความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

3. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจ

บริษัทประกอบธุรกิจหลักในการนำเข้าและค้าปลีกสินค้าไอที เช่น คอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตด้วยกันเองในการพัฒนาสินค้าและออกสินค้านวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด หรือการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าซึ่งเป็นคู่แข่งกับบริษัทโดยตรง ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าประเภทไอทีและโทรศัพท์เคลื่อนที่ประมาณร้อยละ 80 ของรายได้รวมจากการขายและบริการ หากสถานการณ์ความรุนแรงทางการแข่งขันในตลาดหรือมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีศักยภาพสูงเข้ามาแข่งขันในธุรกิจอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการรวมของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญได้

อย่างไรก็ดี บริษัทเห็นว่าผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกอาจมีข้อจำกัดในเรื่องของการหาพื้นที่การขายสินค้าเนื่องจากในแต่ละพื้นที่จะมีผู้เช่าพื้นที่รายเดิมเป็นเจ้าของอยู่แล้ว ประกอบกับบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีและมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการบริหารพื้นที่ดังจะเห็นได้จากตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยถูกยกเลิกพื้นที่จากผู้ให้บริการเช่าพื้นที่

นอกจากนี้ ธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอทีที่มีอัตรากำไรที่สูง และผู้ประกอบการแต่ละรายจะกำหนดราคาขายสินค้าชนิดเดียวกันไม่แตกต่างกันมากนัก การแข่งขันในธุรกิจดังกล่าวจึงเน้นที่ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายรวมถึงการสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในคุณภาพของสินค้า รวมทั้งการบริการที่

ประทับใจและการบริการหลังการขายที่ลูกค้าสามารถเชื่อมั่นและไว้วางใจได้ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ Apple ที่มีจำนวนสาขามากที่สุดในประเทศไทย โดยมีจำนวนสาขา Studio7 จำนวน 94 สาขาทั่วประเทศ สาขาร้าน BaNANA, BaNANA Mobile, BKK รวมกันมากถึง 210 สาขาทั่วประเทศ ทั้งบริษัทยังมีศูนย์บริการ iCare ซึ่งเป็นศูนย์ซ่อมและบริการที่ได้รับการรับรองจาก Apple จำนวน 19 สาขาทั่วประเทศ จึงมั่นใจได้ว่าบริษัทมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ ตลอดจนมีบริการหลังการขายที่สามารถเชื่อมั่นและไว้วางใจได้ ด้วยความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ของผู้บริหารจึงทำให้เชื่อมั่นได้ว่าบริษัทมีความพร้อม และสามารถเป็นผู้นำทางการแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจได้

4. ความเสี่ยงจากการขยายสาขา

เนื่องจากธุรกิจของบริษัทคือธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอทีซึ่งช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายสินค้าคือหน้าร้าน บริษัทจึงมีนโยบายที่จะขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด โดยในปี 2557-2559 บริษัทมีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 324 สาขา 287 สาขา และ 325 สาขา ตามลำดับ บริษัทจึงมีความเสี่ยงในกรณีที่ผลประกอบการของสาขาที่เปิดใหม่ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังหรือตลาดเคลื่อนจากที่ประมาณการไว้ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีหน่วยงานขยายกิจการซึ่งมีประสบการณ์และความชำนาญ ทำหน้าที่ศึกษาและวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความสามารถในการทำกำไร ทำเลที่ตั้งของสาขา ปริมาณลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ขนาดพื้นที่ และยอดขาย โดยเปรียบเทียบกับสาขาที่มีขนาดใกล้เคียงกัน และกำหนดให้มีการติดตามผลการดำเนินงานของสาขาอย่างใกล้ชิดโดยหากมียอดขายหลังจากเปิดดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด บริษัทจะทำการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือพิจารณาย้ายหรือปิดสาขาที่ขาดทุนต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทมีส่วนงานที่คอยดูแลและควบคุมขั้นตอนการตกแต่งสาขาที่มีความชำนาญจึงทำให้ใช้งบประมาณในการตกแต่งสาขาไม่มาก และสินทรัพย์ส่วนใหญ่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ทำให้หากมีการย้ายสาขาบริษัทจึงไม่ต้องลงทุนในสินทรัพย์ใหม่ทั้งหมด และบริษัทมีการเจรจาเพื่อขอคืนเงินมัดจำกับศูนย์การค้าหรือเจ้าของพื้นที่ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทสามารถขอคืนเงินมัดจำได้ จึงทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทในกรณีที่ต้องมีการย้ายหรือปิดสาขาไม่มากนัก ประกอบกับจากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการเลือกทำเลที่ตั้งและการบริหารงานสาขาของผู้บริหารที่สะท้อนจากรายได้และจำนวนสาขาของบริษัทที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าการขยายสาขาใหม่ของบริษัทจะเป็นการเพิ่มช่องทางและโอกาสทางการขายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

1. ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นเกินร้อยละ 25

ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2559 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท คือ นายสุระ คณิตทวีกุล ซึ่งถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.388 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวส่งผลให้กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด

อย่างไรก็ดี บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการถ่วงดุลอำนาจ จึงได้จัดทำโครงสร้างการจัดการให้ประกอบด้วยคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเป็นการแต่งตั้งบุคคลภายนอกที่มีความอิสระจำนวน 3 ท่าน เข้าร่วมในคณะกรรมการบริษัทจากจำนวนกรรมการทั้งหมด 7 ท่าน เพื่อทำหน้าที่สอบทานการทำงานและมีการถ่วงดุลอำนาจในฐานะตัวแทนของผู้ถือหุ้นรายย่อย รวมทั้งช่วยกลั่นกรองเรื่องสำคัญต่างๆ อาทิเช่น ความสมเหตุสมผลในการทำรายการระหว่างกันก่อนการนำเสนอต่อที่ประชุมถือหุ้น และมีการกำหนดมาตรการและแนวทางในการทำการรายการที่เกี่ยวข้องกันกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นทุกรายโดยเท่าเทียมกัน

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร

เนื่องจากผู้บริหารหลักของบริษัทเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจมาเป็นเวลานาน เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ในการกลยุทธ์การขาย การตลาด และการพิจารณาทำเลที่ตั้งสาขาที่มีศักยภาพ รวมถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าหน่ายสินค้ารายใหญ่ ห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าที่เป็นเจ้าของพื้นที่ ดังนั้น บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักของบริษัทที่ไม่สามารถสรรหาผู้ที่เหมาะสมและมีคุณสมบัติเหมาะสมได้ อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารงานและผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทได้ตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารดังกล่าว จึงมีนโยบายสนับสนุนให้บุคลากรของบริษัทมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์และแผนธุรกิจของบริษัทและผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงานให้เพิ่มมากขึ้นรวมทั้งมีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในการทำงานเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถเพื่อสืบทอดงานต่อจากผู้บริหาร นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริหารหลักของบริษัทซึ่งได้แก่ นายสุระ คณิตทวิกุล และผู้บริหารที่เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ร่วมงานกับบริษัทมาตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าผู้บริหารหลักจะทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาวต่อไป

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน

ความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากร เนื่องด้วยลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท จำเป็นต้องมีพนักงานขายและบริการจำนวนมากเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามสาขาต่างๆ ของบริษัท อย่างไรก็ตาม เนื่องด้วยลักษณะงานของพนักงานขายและบริการที่จะต้องให้บริการและคำแนะนำแก่ลูกค้ารวมถึงต้องใช้ความขยันและอดทนในการปฏิบัติงานทำให้พนักงานในในกลุ่มดังกล่าวในกลุ่มดังกล่าวมีอัตราการเปลี่ยนงาน (Turn over) ที่ค่อนข้างสูง ซึ่งอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการขาดพนักงานที่มีความรู้และความสามารถในการขายสินค้าและให้บริการลูกค้าและส่งผลกระทบต่อยอดขายสินค้าของบริษัท

ในสภาวะที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูง บริษัทมีความเสี่ยงในการสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถให้กับคู่แข่งหรือธุรกิจค้าปลีกอื่น ดังนั้น บริษัทจึงมีความพยายามที่จะลดโอกาสการสูญเสียลง นอกจากนี้ยังได้มีการดูแล มอบสวัสดิการ และจัดตั้งโครงการต่างๆ เพื่อให้พนักงานได้มีความสุข ความมั่นคง และเกิดความผูกพันกับบริษัท เช่น

- สร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมในการทำงานที่มุ่งเน้นการสร้างผลงานอย่างสร้างสรรค์
- โครงการมอบทุนเรียนภาษาให้แก่พนักงาน
- โครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน โดยให้พนักงานแนะนำหรือชักชวนผู้ที่สนใจให้มาสมัครงานกับบริษัท
- โครงการสุขใจใกล้บ้าน เพื่อให้โอกาสพนักงานย้ายไปทำงานที่สาขาใน (หรือใกล้) จังหวัดบ้านเกิด

ความเสี่ยงด้านการเงิน

1. ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญาสนับสนุนทางการเงินของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ตามเงื่อนไขของสัญญาสนับสนุนทางการเงินที่บริษัทมีอยู่กับธนาคารมีข้อกำหนดเรื่องการดำรงสัดส่วนการถือหุ้นและการดำรงตำแหน่งผู้บริหารหลักของนายสุระ คณิตทวิกุล ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทตลอดระยะเวลาของสัญญาสนับสนุนทางการเงินดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้ทำสัญญากับบริษัท (Undertaking Agreement) รับรองว่าจะรักษาสัดส่วนการถือหุ้นตามที่ธนาคารกำหนดและจะยังคงเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท จนกว่าธนาคารจะตกลงให้ยกเลิกข้อกำหนดในเรื่องดังกล่าว

บริษัทเชื่อมั่นว่าผู้ถือหุ้นรายใหญ่จะให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวเพื่อให้บริษัทได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากธนาคารอย่างต่อเนื่อง

2. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

เนื่องจากบริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าและอุปกรณ์ไอทีบางประเภทจากต่างประเทศโดยมูลค่าการสั่งซื้อของบริษัทในปี 2559 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 2 ของต้นทุนขายรวม

ทั้งนี้บริษัท ได้กำหนดมาตรการเพื่อลดความเสี่ยงโดยได้ดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายทางการเงินอย่างระมัดระวังทั้งในเรื่องอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนและการบริหารควบคุมความผันผวนจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยได้มีการทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า (Forward Contract) เพื่อบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการนำเข้าสินค้าและอุปกรณ์ไอทีจากต่างประเทศ และมาตรการขอปรับราคาสินค้าตามการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและอัตราแลกเปลี่ยนตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ เพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากการนำเข้าสินค้า

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

4.1 ที่ดินอาคารและอุปกรณ์

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทและบริษัทย่อยโดยมีรายละเอียดดังนี้

รายการทรัพย์สิน	ราคาทุน* (ล้านบาท)	ค่าเสื่อมราคาสะสม (ล้านบาท)	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)
1. ส่วนปรับปรุงอาคาร	577	(291)	286
2. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	426	(265)	161
3. ยานพาหนะ	15	(14)	1
4. งานระหว่างก่อสร้าง	1	-	1
รวม	1,019	(570)	449

* รวมที่ซื้อมาระหว่างปี





4.2 สิทธิการเช่า

รายละเอียด	จำนวน
มูลค่าตามบัญชี	199 ล้านบาท
จำนวนสาขา	52 แห่ง
อายุการให้ประโยชน์	1-20 ปี
พื้นที่รวม	4,494 ตร.ม.

*สิทธิการเช่าทั้งหมดเป็นการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดสาขาของบริษัท โดยสำหรับสาขาอื่นในปัจจุบัน บริษัทได้มีการทำสัญญาเช่าระยะสั้นในลักษณะที่ไม่มีค่าเช่า

เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า จำนวน 14 รายการ และมีเครื่องหมายการค้าที่อยู่ระหว่างการขอขึ้นทะเบียนอีกจำนวน 10 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		บ69975	28 ม.ค. 2557	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค.2557- 27 ม.ค.2567
11		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (948846)	7 ส.ค. 2557	จำหน่ายโทรศัพท์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
12		171103101	21 ต.ค. 2557	บริการจัดจำหน่าย สินค้าประเภทอุปกรณ์ โทรศัพท์มือถือ	21 ต.ค. 2557 – 20 ต.ค. 2567
13		171100045	28 ม.ค. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค. 2558 – 27 ม.ค. 2568
14		171100046	28 ม.ค. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค. 2558 – 27 ม.ค. 2568
15		161103090	13 ก.พ. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	13 ก.พ. 2558 - 12 ก.พ. 2568
16	 บจก.แมงโก้ ซ้อปปิง/บจก.บานาน่า กรุ๊ป	อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (935304)	30 เม.ย. 2557	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และ อุปกรณ์เสริม	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ)	วันที่จดทะเบียน	รายละเอียด	ระยะเวลาคุ้มครอง
17	 บจก.แมงโก ซ็อบบิง/บจก.บานาน่า กรุ๊ป	อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (935305)	30 เม.ย. 2557	จำหน่ายสินค้าผ่านทาง อินเทอร์เน็ต	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
18		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (1030448)	3 มี.ค. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
19		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (1035620)	4 เม.ย. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
20		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (1035621)	4 เม.ย. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
21		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (1035622)	4 เม.ย. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
22		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (1035623)	4 เม.ย. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
23		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (1040121)	10 พ.ค. 2559	หุฟัง , ลำโพง	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน
24		อยู่ระหว่างการ พิจารณาของนาย ทะเบียน (1040122)	10 พ.ค. 2559	เครื่องสำรองไฟฟ้า , สายชาร์จแบตเตอรี่	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน

* สามารถต่ออายุหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้คราวละ 10 ปี

4.3 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนซึ่งได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยเป็นมูลค่าสุทธิ จำนวน 14.35 ล้านบาท และซื้อทางการค้า BKK จำนวน 50.00 ล้านบาท

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังนี้

No.	ที่ตั้ง	ชนิดของธุรกิจ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	สัดส่วน
1	บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด	e-commerce	15,200,380	ร้อยละ 99.99
2	บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด	ผลิตและจำหน่ายโปรแกรมคอมพิวเตอร์	8,000,000	ร้อยละ 51
3	บริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด	ขายสินค้าไอที	58,424,144	ร้อยละ 99.99
4	บริษัท ดับเบิลยูเชเวน จำกัด	ตัวแทนจำหน่าย	4,999,700	ร้อยละ 99.99

เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด

เมื่อวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2559 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด ในประเทศไทย โดยมีทุนจดทะเบียน 60,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 600,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท) โดยบริษัทถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวร้อยละ 51.00 บริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นดังกล่าวทั้งหมดเป็นจำนวนเงิน 30,600,000 บาท เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2559

เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ.2559 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนเพิ่มในบริษัท บานาน่าชัวร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดยการซื้อหุ้นสามัญจากผู้ถือหุ้นเดิมในราคาหุ้นละ 94.64 บาทต่อหุ้น ตามราคาที่ตกลงกันคิดเป็นจำนวนเงินค่าหุ้นที่บริษัทต้องชำระทั้งสิ้น 27,824,144 บาท ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมได้ชดเชยขาดทุนสะสมในบริษัท บานาน่าชัวร์ จำกัด เป็นจำนวน 27,621,572 บาท โดยภายหลังการซื้อหุ้นดังกล่าว สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 51.00 เป็นร้อยละ 99.99

เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ซอฟท์บ็อกซ์ จำกัด)

เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2559 บริษัทได้เข้าลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด โดยซื้อหุ้นสามัญจำนวน 1,020 หุ้น จากผู้ถือหุ้นเดิม รวมเป็นเงิน 8,000,000 บาท และคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 51.00 ของหุ้นทุนจดทะเบียนทั้งหมดของบริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด ซึ่งบริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นดังกล่าวทั้งหมดเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2559

เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท ดับเบิลยูเชเวน จำกัด

เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2559 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ดับเบิลยูเชเวน จำกัด ในประเทศไทย โดยมีทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 50,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท) โดยบริษัทถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวร้อยละ 99.99 บริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นดังกล่าวทั้งหมดเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2559

4.5 สรุปสาระสำคัญของสัญญา

5.5.1 สัญญาเช่า

บริษัทมีการทำสัญญาเช่าพื้นที่ภายในบริเวณศูนย์การค้าเพื่อประกอบกิจการร้าน Banana IT, iStudio, iBeat, Banana mobile, Samsung shop, iCare และมีการเช่าพื้นที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อประกอบกิจการร้าน U store (ปัจจุบันบริษัท ได้เริ่มทำการเปลี่ยนชื่อร้านจาก iStudio, iBeat และ U store ทั้งหมดเปลี่ยนเป็น Studio7 ซึ่งคาดว่าจะเสร็จสิ้นในปี 2560) โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสาขารวมทั้งหมด 329 สาขาซึ่งสัญญาเช่าของสาขาส่วนใหญ่เป็นสัญญาเช่าระยะสั้นรายละเอียดที่สำคัญของสัญญาเช่าสามารถสรุปได้ดังนี้

- พื้นที่เช่า ตำแหน่งพื้นที่เช่า วัตถุประสงค์การเช่า ขอบเขตการให้บริการ
- อัตราค่าเช่า อัตราค่าบริการ กำหนดชำระค่าเช่า/ค่าบริการ การชำระค่าภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง
- อายุสัญญา มีระยะเวลา 1 - 3 ปี และการต่ออายุสัญญานั้นผู้เช่าต้องแจ้งความประสงค์ในการต่ออายุสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรแก่ผู้ให้เช่าล่วงหน้าก่อนครบกำหนดอายุสัญญาเช่า
- เงินประกันการเช่า/การรับบริการโดยผู้เช่าจะได้รับคืนเงินประกันโดยไม่มีดอกเบี้ยเมื่อครบกำหนดเวลาตามสัญญาและผู้เช่าได้ชำระเงินคงค้างใดๆ แล้ว
- การเช่าช่วง/การให้บริการช่วงหรือการโอนสิทธิตามสัญญาไม่สามารถทำได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่า/ผู้ให้บริการ ภายใต้เงื่อนไขเฉพาะในแต่ละสัญญา
- การเลิกสัญญาเช่า โดยผู้เช่าและผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญาเช่าได้หากคู่สัญญาอีกฝ่ายมีการปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญา

5.5.2 สัญญาให้สิทธิทางการค้าและบริการ (iBeat Franchise)

บริษัทได้ทำสัญญาในการให้สิทธิทางการค้าและบริการกับคู่ค้าส่วนใหญ่สัญญามีอายุ 5 ปี โดยบริษัทอนุญาตให้คู่ค้าสามารถดำเนินงานร้าน iBeat by Comseven ในลักษณะของ Franchisee ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีร้าน iBeat ที่บริหารงานโดย Franchisee จำนวน 6 สาขา (ปัจจุบันบริษัท ได้เริ่มทำการเปลี่ยนชื่อร้านจาก iBeat เปลี่ยนเป็น Studio7 ซึ่งคาดว่าจะเสร็จสิ้นในปี 2560) โดยรายละเอียดที่สำคัญของสัญญาประกอบด้วย

- ตำแหน่งและขนาดของพื้นที่สาขา
- ระบบการบริหารจัดการร้าน
- ค่าธรรมเนียมสำหรับสิทธิทางการค้าและบริการ
- ส่วนแบ่งรายได้ที่คู่ค้าจะได้รับจากการจำหน่ายสินค้า

คู่ค้าจะเป็นผู้ลงทุนตกแต่งหน้าร้าน และทำการนำสินค้าของบริษัทเข้ามาวางจำหน่ายในลักษณะของการฝากขาย โดยสินค้าจะเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทจนกว่าคู่ค้าจะสามารถจำหน่ายออกจากหน้าร้านได้ และบริษัทจะแบ่งส่วนแบ่งรายได้ให้กับคู่ค้าตามสัดส่วนของยอดขายที่คู่ค้าทำได้ในแต่ละเดือนตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญา ทั้งนี้การตกแต่งหน้าร้าน การจัดวางสินค้า รวมถึงระบบการจัดการสินค้าภายในร้าน คู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่บริษัทได้กำหนดไว้ทั้งหมด

5.5.3 สัญญาเกี่ยวกับสินเชื่อเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน

- 1) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่หนึ่งวงเงินรวมจำนวน 1,054,000,000 บาท และวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า จำนวน 3,551,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ (USD)

วันที่ทำสัญญา	17 เมษายน 2557, 28 กรกฎาคม 2558, 17 ตุลาคม 2559
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด(มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้นและเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต ■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	<p>วงเงินสินเชื่อรวม 4 วงเงิน ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วงเงินสินเชื่อหนังสือค้ำประกัน เพื่อค้ำประกันการประกวดราคา, เพื่อปฏิบัติตามสัญญา, ผลงาน, การซื้อสินค้า และ วงเงิน Standby L/C ภายในวงเงินรวมจำนวน 254,000,000 บาท 2. วงเงินสินเชื่อหนังสือค้ำประกันการซื้อสินค้าและ/หรือสินเชื่อเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ(DL/C) และ/หรือ เปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต(L/C) และ/หรือ ทำทรัสต์รีซีท(T/R) และ/หรือ สินเชื่อประเภทเงินกู้ยืมระยะสั้น (P/N Controlled Disbursement) และ/หรือ วงเงิน Standby L/C ภายในวงเงินรวมจำนวน 600,000,000 บาท 3. วงเงินสินเชื่อประเภท Standby L/C จำนวน 200,000,000 บาท 4. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 3,551,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ(USD)
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ■ ตลอดระยะเวลาสัญญาต้องดำรงสัดส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า ตามงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี ■ กลุ่มผู้ถือหุ้นรายเดิมต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นรวมกันแล้วเกินกว่าร้อยละ 50 และคุณสุระ คณิตทวิกุล จะต้องดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท
หลักประกัน	จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัทคิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ

- 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">■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวมจำนวน 3 วงเงิน ได้แก่ 1. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) และเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C) และทำทราสต์รีซีพ (T/R) และ หนังสือค้ำประกันการรับสินค้า Shipping Guarantee (S/G) วงเงินทั้งหมดใช้ร่วมกันไม่เกินจำนวน 450,000,000 บาท 2. วงเงินตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) จำนวน 10,000,000 บาท 3. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เทียบเป็นมูลค่าจำนวน 100,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none">■ ต้องสามารถดำรงอัตราส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า ตามงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี■ คุณสุระ คณิตทวีกุล จะต้องเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุด และต้องดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท
หลักประกัน	จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัท คิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อที่มีการเบิกใช้

- 3) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สามวงเงินรวมจำนวน 1,021,537,050 บาท

วันที่ทำสัญญา	11 มีนาคม 2558, 31 สิงหาคม 2558
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none">■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า■ เพื่อใช้ในการเช่าระยะยาวในพื้นที่บางส่วนในอาคารศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวมจำนวน 4 วงเงิน ได้แก่ 1. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G 1) จำนวน 500,000,000 บาท 2. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G 2) จำนวน 50,000,000 บาท 3. วงเงินตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) จำนวน 400,000,000 บาท 4. วงเงินกู้ระยะยาว จำนวน 71,537,050 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none">■ ต้องสามารถดำรงอัตราส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า ตามงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี■ กลุ่มนายสุระ คณิตทวีกุลและผู้บริหารเดิมจะต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 และคุณสุระจะต้องดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท
หลักประกัน	จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัทคิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ

- 4) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สี่วงเงินรวมจำนวน 515,000,000 บาท และวงเงินซื้อขายต่างประเทศล่วงหน้า จำนวน 14,400,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ (USD)

วันที่ทำสัญญา	8 ธันวาคม 2558, 17 พฤษภาคม 2559
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวมจำนวน 3 วงเงิน ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> 1. วงเงิน Mixed Line ประกอบด้วย วงเงินเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C), สินเชื่อเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ(DL/C), วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) และทำทราสต์รีซีท (T/R) วงเงินรวมจำนวน 510,000,000 บาท โดยวงเงินหนังสือค้ำประกัน L/G ใช้ได้ไม่เกินจำนวน 130,000,000 บาท 2. วงเงินกู้เบิกเกินบัญชี (O/D) จำนวน 5,000,000 บาท 3. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 14,400,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ (USD)
เงื่อนไขที่สำคัญ	ตลอดระยะเวลาสัญญาต้องดำรงสัดส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า ตามงบการเงินรายปีที่ผ่านมาการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี
หลักประกัน	จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัทคิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ

- 5) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่ห้าวงเงินรวมจำนวน 400,000,000 บาท บาท และวงเงินซื้อขายต่างประเทศล่วงหน้า จำนวน 1,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	6 พฤษภาคม 2558, 4 มกราคม 2559
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 400,000,000 บาท ประกอบด้วยวงเงินและมีเงื่อนไขดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1. วงเงินเบิกเกินบัญชี (O/D) จำนวน 10,000,000 บาท 2. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) จำนวน 50,000,000 บาท ทั้งนี้ วงเงินข้อที่ 1 และ 2 ใช้ร่วมกันไม่เกิน 60,000,000 บาท 3. วงเงิน Open Account Financing จำนวน 299,000,000 บาท สามารถใช้ร่วมกับวงเงินเบิกเกินบัญชี (O/D), วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N), วงเงินหนังสือค้ำประกัน (B/G) และวงเงินซื้อขายต่างประเทศล่วงหน้า (PSE) รวมกันไม่เกิน 400,000,000 บาท 4. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (B/G) จำนวน 40,000,000 บาท สามารถใช้ร่วมกับวงเงินเบิกเกินบัญชี (O/D) รวมกันไม่เกิน 50,000,000 บาท 5. วงเงินซื้อขายต่างประเทศล่วงหน้า (PSE) จำนวน 1,000,000 บาท สามารถใช้ร่วมกับวงเงินข้อที่ 1, ข้อที่ 2, ข้อที่ 3, ข้อที่ 4 รวมกันไม่เกิน 40,000,000 บาท
หลักประกัน	จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัท คิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ

6) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่หกวงเงินรวมจำนวน 100,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	21 เมษายน 2557, 11 กรกฎาคม 2559
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none">■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) และ วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) ใช้ร่วมกันไม่เกินจำนวน 100,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none">■ ส่งรายงานสินค้าคงคลังรายไตรมาสให้แก่ธนาคาร ภายใน 2 เดือน เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาแต่ละไตรมาส■ ตกลงให้มีระยะเวลาปลอดการใช้สินเชื่อตัวเงิน (Clean up period) ตามหลักเกณฑ์และระยะเวลาที่ธนาคารกำหนด
หลักประกัน	จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัทคิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ

7) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่เจ็ดวงเงินจำนวน 250,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	27 มิถุนายน 2559
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	เพื่อค้ำประกันการซื้อสินค้าจาก Apple South Asia (Thailand)
วงเงินสินเชื่อ	วงเงิน SBLC (Standby L/C) จำนวน 250,000,000 บาท
หลักประกัน	จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัท คิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ

8) บริษัทย่อย มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งวงเงินรวมจำนวน 75,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	11 กันยายน 2557
ผู้กู้	บริษัท บานาน่ากรุ๊ป จำกัด
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none">■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) และวงเงินสินเชื่อหนังสือค้ำประกัน (L/G) วงเงินทั้งหมดใช้ร่วมกันไม่เกิน 75,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none">■ สามารถเบิกรับเงินกู้ภายใต้สัญญาฉบับนี้ ได้ไม่เกิน 40,000,000 บาท สามารถเบิกรับเงินกู้ส่วนที่เหลือได้ต่อเมื่อขยายสาขาหน้าร้านมากกว่า 40 สาขาขึ้นไป โดยสามารถเบิกรับเงินกู้ตามจำนวนสาขาที่เกินกว่าสาขาที่ 40 ได้ เฉลี่ยสาขาละไม่เกิน 1,000,000 บาท■ บมจ. คอมเซเว่น ต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว■ บริษัทต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) ให้ไม่เกิน 3.5 เท่า
หลักประกัน	<ul style="list-style-type: none">■ จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัทคิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ■ บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ค้ำประกันเต็มวงเงิน

5.5.4 สัญญาให้สิทธิเครื่องหมายการค้า “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">■ คู่สัญญาฝ่ายที่ 1 ประสงค์ที่จะอนุญาตให้คู่สัญญาฝ่ายที่ 2 มีสิทธิใช้เครื่องหมายการค้า Banana IT ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของคู่สัญญาฝ่ายที่ 1 ได้โดยไม่มีค่าตอบแทน โดยจะสามารถใช้เครื่องหมายการค้ากับร้านค้าจำหน่ายสินค้าประเภทไอทีที่อยู่บริเวณเมืองย่างกุ้ง ประเทศพม่าเท่านั้น■ คู่สัญญาฝ่ายที่ 2 จะดำเนินการตกแต่งสถานที่ที่จะใช้เป็นร้านจำหน่ายสินค้าไอทีภายใต้เครื่องหมายการค้า Banana IT ตามรูปแบบและรายละเอียดที่ได้รับคำแนะนำจากคู่สัญญาฝ่ายที่ 1 รวมทั้งจะดูแลซ่อมแซมสิ่งชำรุดบกพร่องของเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งภายในร้านค้าให้อยู่ในสภาพเดิมหรือใกล้เคียงเดิมเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้า■ ทั้งนี้การให้สิทธิใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าว มิได้หมายถึงการให้สิทธิในการใช้แต่เพียงผู้เดียว และ มิได้เป็นการตัดสิทธิคู่สัญญาฝ่ายที่ 1 ในการเปิดดำเนินการร้านจำหน่ายสินค้าไอทีภายใต้เครื่องหมายการค้าดังกล่าว

5.5.5 สัญญาการร่วมลงทุน

วันที่ทำสัญญา	12 กุมภาพันธ์ 2557
คู่สัญญา	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (“คู่สัญญาฝ่ายที่ 1”) และ นายทรงธรรม บุญยะทรัพย์ (“คู่สัญญาฝ่ายที่ 2”)
ข้อตกลงที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ประสงค์ร่วมทุนกันจัดตั้งบริษัทขึ้นใหม่ มีชื่อว่า บริษัท แมงโก้ ซุปปิ้ง จำกัด (“แมงโก้”) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบกิจการจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ สินค้าไอที อุปกรณ์ต่อพ่วงหรืออุปกรณ์เสริมต่างๆ และรับบริการชำระเงินรวมทั้งการให้สิทธิทางการค้าแก่ผู้อื่น ● ตามที่บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้มีการเข้าทำสัญญาร่วมลงทุนกับนายทรงธรรม บุญยะทรัพย์ (“นายทรงธรรม”) เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2557 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดตั้งบริษัท แมงโก้ ซุปปิ้ง จำกัด (“แมงโก้ ซุปปิ้ง”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยร้อยละ 76 เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ สินค้าไอที อุปกรณ์ต่อพ่วงหรืออุปกรณ์เสริมต่างๆ และรับบริการชำระเงินรวมทั้งการให้สิทธิการค้าแก่ผู้อื่น ซึ่งในรอบปี 2558 ได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นดังต่อไปนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1. เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2558 ได้มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท จากเดิมชื่อ “บริษัท แมงโก้ ซุปปิ้ง จำกัด” เปลี่ยนใหม่เป็นชื่อ “บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด” 2. เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ซื้อหุ้นทั้งหมดจาก นายทรงธรรม บุญยะทรัพย์ 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 3. เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 ได้มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงกรรมการบริษัท โดย นายวุฒิชัย นาควิเชียร เข้ามาเป็นกรรมการแทนที่ นายทรงธรรม บุญยะทรัพย์ <p>ดังนั้นจึงถือว่าสัญญาร่วมลงทุนระหว่าง บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) กับ นายทรงธรรม บุญยะทรัพย์ ได้สิ้นสุดลง เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558</p>

5.5.6 สัญญา Authorized Premium Reseller Agreement

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

5.5.7 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">▪ บริษัทได้รับสิทธิเป็นผู้จำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของแบรนด์ Apple
ระยะเวลา	จนกว่าจะมีการบอกเลิกสัญญา

5.5.8 สัญญา Apple Authorized Service Provider

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

5.5.9 กรมธรรม์ประกันภัย

5.5.9.1

ประเภทกรมธรรม์	กรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
วันที่ทำสัญญา	5 สิงหาคม 2559
ระยะเวลาคุ้มครอง	1 ปี (5 สิงหาคม 2559- 5 สิงหาคม 2560)
บริษัทประกันภัย	บริษัท แอชัวประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	1. อาคารสิ่งปลูกสร้าง (ไม่รวมฐานราก) 2. เฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งติดตั้ง 3. เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ 4. สต็อกสินค้าและบรรจุภัณฑ์
จำนวนทุนประกันภัย	1,571,866,220.04 บาท
ความคุ้มครอง	คุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันสืบเนื่องมาจาก ไฟไหม้ พายุ ภัยระเบิด ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากอากาศยาน ภัยจากการเฉี่ยวหรือชนของยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยจากไฟฟ้า ภัยจากการนัดหยุดงาน การจลาจล และการกระทำอันมีเจตนาร้าย และรวมถึงอุบัติเหตุต่างๆ ที่มีอาจคาดไม่ถึงจากปัจจัยภายนอก หรือภัยอื่นๆที่มีได้ระบุไว้

5.5.9.2

ประเภทกรมธรรม์	กรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
วันที่ทำสัญญา	30 มิถุนายน 2559
ระยะเวลาคุ้มครอง	30 มิถุนายน 2559 – 31 พฤษภาคม 2560
บริษัทประกันภัย	บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	สต็อกสินค้าทุกชนิด สต็อกสินค้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์, สินค้าเบ็ดเตล็ด และสินค้าต่างๆ ที่อยู่ในความดูแลรักษาของผู้เอาประกันภัยในฐานะผู้รักษาทรัพย์สินภายในสถานที่ โกดังสินค้า 8 ของ บริษัท อจิลิตี้ จำกัด
จำนวนทุนประกันภัย	400,000,000 บาท
ความคุ้มครอง	คุ้มครองความสูญเสีย หรือความเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัย เนื่องจากไฟไหม้ พายุ ภัยระเบิด ภัยจากการระอุหรือการระเบิดเนื่องจากการระอุตามธรรมชาติ ภัยอากาศยาน ภัยจากยานพาหนะ ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยลูกเห็บ การโจรกรรม การปล้นทรัพย์ การชิงทรัพย์ และการลักทรัพย์ที่ปรากฏร่องรอยการโจรกรรมต่ออาณาเขตสถานที่เอาประกันภัย รวมถึงอุบัติเหตุที่มีสาเหตุจากปัจจัยภายนอก และเกิดขึ้นอย่างฉับพลันโดยมิได้คาดหมายเช่น การตกหล่น การชน การกระแทก ซึ่งมีได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์

5.5.10 สัญญาให้คำรับรองในการถือหุ้นและเป็นผู้บริหาร (Undertaking Agreement)

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

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2559 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสินทรัพย์ของบริษัทเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ก. บริษัท

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	:	จำหน่ายสินค้าไอทีประเภท คอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์ แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง การให้บริการซ่อมแซมสินค้า ชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และชำระค่าบริการอื่นๆ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 549/1 ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์	:	02 017 7777
โทรสาร	:	02 017 7778
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107557000462
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.comseven.com

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	:	นางวรารณ์ วรติกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4474 บริษัท ไพรัชวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอส จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 179/74-80 ชั้น 15 อาคารบางกอกซิตี้ทาวเวอร์ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์	:	02-344-1000 และ 02-824-5000
โทรสาร	:	02-344-1463

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-