# ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

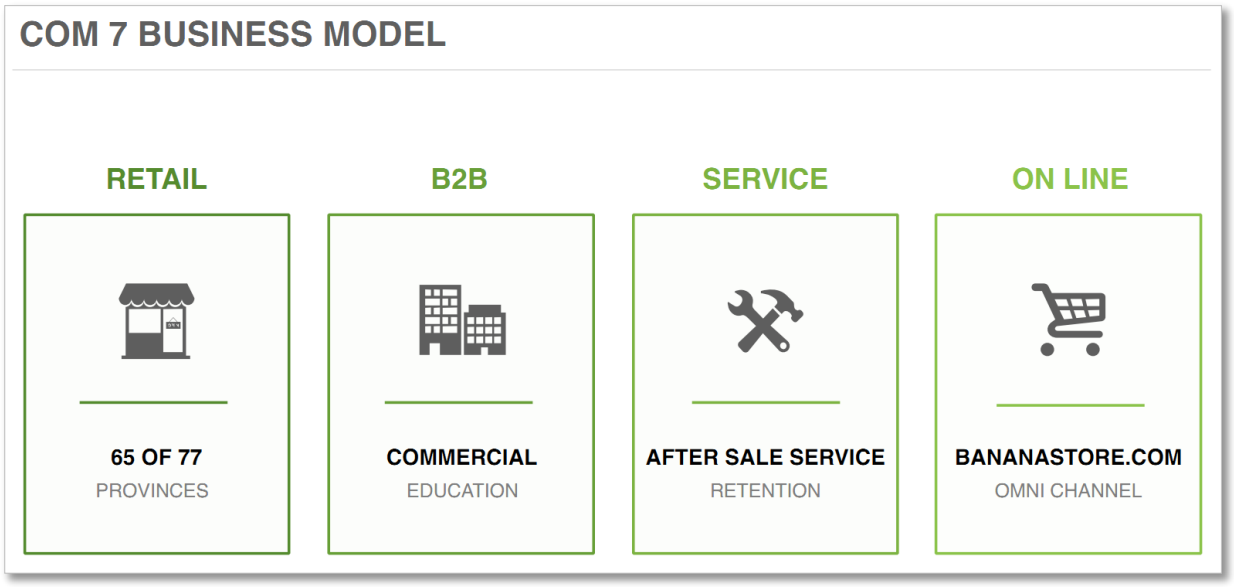
## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

### 1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ประกอบธุรกิจหลักในการค้าปลีกสินค้าไอที เช่น คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ คอมพิวเตอร์แบบพกพา โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมต่างๆ โดยในปี 2539 บริษัทได้เริ่มดำเนินธุรกิจจากการเป็นร้านค้าปลีกสินค้าไอทีในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ซึ่งกลุ่มผู้ก่อตั้งได้เล็งเห็นถึงโอกาสของการเติบโตในธุรกิจสินค้าไอที ซึ่งในขณะนั้นประเทศไทยมีสัดส่วนประชากรที่เข้าถึงการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไม่ถึงร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ กลุ่มผู้ก่อตั้งจึงได้รวมตัวกันก่อตั้งบริษัทขึ้นเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2547 เพื่อจำหน่ายสินค้าไอทีในลักษณะค้าส่งให้กับร้านค้าทั่วประเทศ ซึ่งถือเป็นธุรกิจหลักของบริษัทในขณะนั้น รวมทั้งขายปลีกผ่านหน้าร้านของตัวเองภายในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ต่อมาผู้บริหารของบริษัทเห็นว่าธุรกิจขายปลีกสินค้าไอทีมีโอกาสในการเติบโตและมีข้อดีมากกว่าการขายส่ง จึงได้ปรับนโยบายการทำธุรกิจของบริษัทให้เน้นการขายปลีกสินค้าไอทีมากกว่าการขายส่ง โดยการเพิ่มจำนวนช่องทางร้านค้าขายปลีกให้มากยิ่งขึ้นผ่านการขยายสาขาร้านค้าของบริษัทไปยังศูนย์การค้าต่างๆ

บริษัทมี Business Model อยู่ 4 ประเภทที่เป็นแหล่งที่มาของรายได้ ดังนี้

1. ธุรกิจค้าปลีก (Retail)
2. ธุรกิจเชิงพาณิชย์และลูกค้าองค์กร (B2B)
3. ธุรกิจบริการ (Service)
4. ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ (Online)




1. **ธุรกิจค้าปลีก (Retail)** - ปัจจุบันบริษัทมีสาขาครอบคลุม 65 จังหวัด จาก 77 จังหวัดในนามของชื่อร้าน BaNANA, Studio7 และ Brand Shop แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ ร้านค้าที่ขายสินค้าไอทีทั่วไป ร้านค้าที่ขายสินค้าแบรนด์ Apple และร้านค้าแบรนด์ช็อปอื่นๆ โดยร้านค้าของบริษัทรูปแบบต่างๆ มีลักษณะและประวัติความเป็นมาดังต่อไปนี้

(1) ร้านขายสินค้าไอทีทั่วไป - จากนโยบายของบริษัทในปี 2552 ที่ต้องการเพิ่มช่องทางการขายปลีกไปยังศูนย์การค้าต่างๆ บริษัทได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ร้านค้าขายสินค้าไอที ซึ่งในขณะนั้นมีอยู่ประมาณ 100 สาขา และแต่ละร้านค้ามีชื่อร้านที่หลากหลาย ให้เปลี่ยนมาใช้ชื่อเดียวกันทั้งหมด ภายใต้ชื่อ BaNANA ซึ่งนับเป็นการสร้างแบรนด์ของบริษัทเป็นง่ายต่อการจดจำ รวมทั้งปรับภาพลักษณ์และบรรยากาศภายในร้านให้การเลือกซื้อสินค้าไอทีเป็นเรื่อง “ง่าย ง่าย” สำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย รองรับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นสุภาพสตรี ที่มีแนวโน้มในการใช้งานสินค้าไอทีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

ต่อมาบริษัทได้เล็งเห็นถึงพัฒนาการของเทคโนโลยีที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้สินค้าสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง บริษัทจึงได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตโดยเฉพาะภายใต้ชื่อร้าน “BaNANA Mobile” ในปี 2556 เพื่อให้ลูกค้าแบ่งแยกและจดจำแบรนด์ของร้านได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และในปี 2559 บริษัทได้ซื้อทรัพย์สินร้านขายอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริม ภายใต้แบรนด์ “BKK” จำนวนทั้งสิ้น 44 สาขา เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าทุกประเภทอีกทางหนึ่งด้วย

พัฒนาการที่สำคัญอีกด้านหนึ่งของบริษัทในปี 2560 คือการเปิดตัวระบบร้านค้าเครือข่าย (Franchise) ภายใต้ชื่อ “BaNANA Shopping” เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs เน้นตลาดต่างจังหวัดในพื้นที่อำเภอรองที่ยังไม่มีสาขาของบริษัท บริษัทจะช่วยสนับสนุนระบบบริหารการจัดการและจัดส่งสินค้าไอทีให้ทั้งหมด บริษัทมีเป้าหมายที่จะผลักดันยอดขายให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ทั้งนี้บริษัทมีแผนที่จะเปิดร้านค้าแฟรนไชส์ 100 สาขาทั่วประเทศภายในสิ้นปี 2561

(2) ร้านขายสินค้าแบรนด์ Apple - สินค้าของ Apple ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และสินค้าไอทีนับตั้งแต่การเปิดตัวเครื่องเล่นเพลง iPod ในปี 2544 ต่อเนื่องมาถึงการเปิดตัว iPhone และ iPad ในปี 2550 และ 2553 ตามลำดับ ส่งผลให้การใช้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั่วโลกมาจนถึงปัจจุบัน

จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของสินค้าแบรนด์ Apple บริษัทได้เข้าทำสัญญาเป็น Authorized Reseller กับ Apple South Asia (Thailand) Ltd. (Apple) ในปี 2548 เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน Studio7 และสำหรับร้าน U-Store เป็นร้านขายสินค้าแบรนด์ Apple ที่เปิดภายในบริเวณมหาวิทยาลัยเพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ให้กับนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัย ซึ่งปัจจุบันยอดขายของสินค้า Apple ยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามยอดขาย Apple ทั่วโลก โดยบริษัทเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนร้านสาขา ที่ได้รับการรับรองจาก Apple เป็นจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย

(3) ร้านแบรนด์ช็อป - บริษัทยังมีร้านค้าแบรนด์ช็อปอื่นๆ เช่น Samsung Shop, Oppo Shop, Huawei Shop และ ViVo Shop ตามลำดับ ซึ่งร้านค้าแบรนด์ช็อปต่างๆ ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทเจ้าของแบรนด์ทั้งการขยายสาขา และการจัดรายการส่งเสริมการขายต่างๆ โดยร้านค้า แบรนด์ช็อปเหล่านี้ ส่งผลดีต่อทั้งบริษัทและแบรนด์สินค้า ทั้งในด้านของความน่าเชื่อถือ และการเป็นจุดรับบริการหลังการขาย ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ของแบรนด์ชั้นนำต่างๆ โดยบริษัทได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภค

2. **ธุรกิจบริการ (Service)** - บริการหลังการขายของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ในประเทศไทย ภายใต้ชื่อ “iCare” ร้านให้บริการ TRUE Shop ภายใต้ชื่อ “TRUE by Comseven” และศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Banana Service Center โดยร้านค้าแต่ละลักษณะมีประวัติความเป็นมาดังนี้

(1) ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple - เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองจาก Apple ยังมีจำนวนน้อยและไม่เพียงพอต่อความต้องการในการใช้บริการ ในปี 2555 บริษัทได้เข้าทำสัญญาเป็น Apple Authorized Service Provider กับ Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อเปิดศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ขึ้นภายใต้ชื่อ “iCare” เพื่อให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ทั้งที่อยู่ในประกันและนอกประกัน ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและไว้วางใจในการซื้อสินค้าแบรนด์ Apple จากบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีศูนย์ iCare จำนวน 26 สาขา ซึ่งถือเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนสาขาศูนย์บริการ iCare ที่ได้รับการรับรองจาก Apple มากที่สุดในประเทศไทย

(2) ร้านให้บริการ TRUE by Comseven - จากความสัมพันธ์อันดีของผู้บริหาร ระหว่างบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) “TRUE” กับบริษัท รวมทั้งการได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ร่วมกันจากการลงนามในสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจครั้งนี้ บริษัทได้รับสิทธิในการบริหารร้าน TRUE Shop (สัญญา) จากบริษัท ทรูดิสทรีบิวชั่น แอนด์เซลส์ จำกัด (TDS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ TRUE ณ วันที่ 26 เมษายน 2559 เพื่อรับมอบสิทธิ์ในการร่วมบริหารจัดการร้าน โดยบริษัททำหน้าที่ขายสินค้าและบริการในร้าน TRUE Shop ที่ได้รับสิทธิจาก TDS ภายใต้ชื่อ TRUE by Comseven ซึ่งตั้งอยู่ในห้างบิ๊กซี และห้างโลตัส ทั่วประเทศ จำนวน 166 สาขา ภายในระยะเวลา 3 ปี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งเสริมสร้างช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าไอทีเพิ่มเติมอีกช่องทางหนึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีร้านให้บริการ TRUE by Comseven จำนวน 68 สาขา

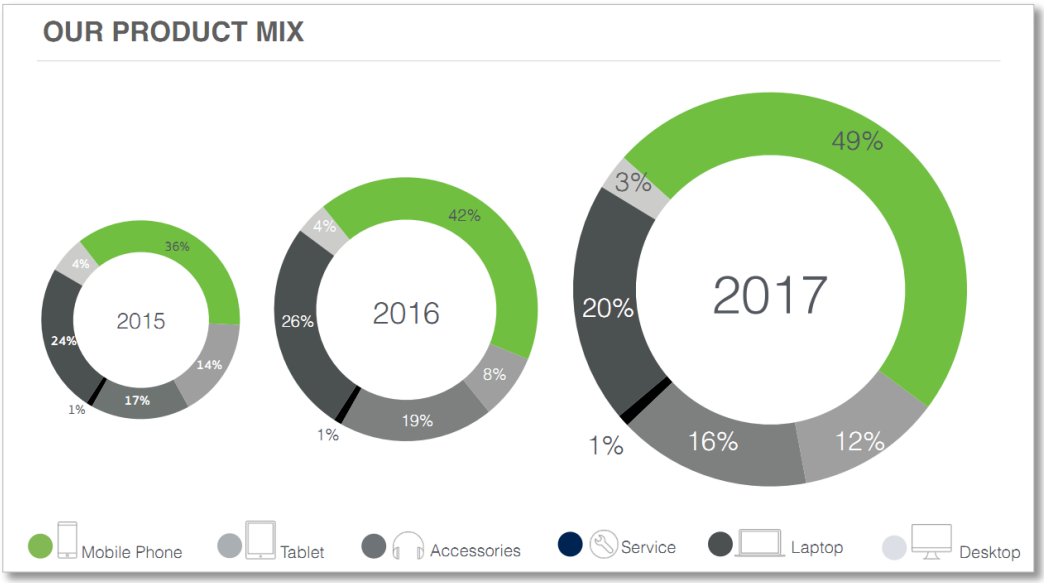
(3) ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Banana Service Center - ณ ศูนย์การค้า K-Village โดยให้บริการเป็นจุดรับสินค้าเพื่อส่งซ่อม โดยเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ทั้งนี้ลูกค้าสามารถส่งสินค้าซ่อมและรับสินค้าคืนได้ภายในวันเดียวกัน สำหรับอาการชำรุดบางประเภท

3. **ธุรกิจเชิงพาณิชย์และลูกค้าองค์กร (B2B)** - การขายให้ยังลูกค้าที่เป็นองค์กร รวมถึงลูกค้าที่เป็นสถาบันการศึกษา บริษัทเรียกธุรกิจนี้ว่า Commercial และ Education คือการขายตรงไปยังบริษัททั่วไปที่เป็นนิติบุคคล รวมถึงมหาวิทยาลัย และโรงเรียนต่างๆ จากการเติบโตอย่างรวดเร็วของสินค้าไอทีที่มีประสิทธิภาพและความซับซ้อนมากขึ้น ภาคธุรกิจจึงมีความจำเป็นที่จะต้องจัดหาและปรับปรุงอุปกรณ์รวมถึงเทคโนโลยีให้ทันสมัย โดยบริษัทมองเห็นความต้องการดังกล่าวในทุกหน่วยงาน อาทิเช่น ธุรกิจการค้าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ หรือองค์กรของภาครัฐ บริษัทจึงได้จัดตั้งและมอบหมายให้บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ที่ให้บริการแก่ภาคธุรกิจข้างต้น มุ่งเน้นในภาคธุรกิจ SMEs โดยอำนวยความสะดวกในการจัดหาผลิตภัณฑ์ทั้งด้านอุปกรณ์ ระบบ โปรแกรมและโซลูชั่น โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาและช่วยเหลือการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทั้งนี้ทางด้านการจำหน่ายโปรแกรมของบริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด ยังได้ร่วมมือกับบริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด (บริษัทย่อย) ซึ่งดำเนินธุรกิจให้บริการด้านซอฟท์แวร์ เช่น โปรแกรมสำเร็จรูป และเขียนโปรแกรมตามความต้องการของลูกค้า

4. **ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ (Online)** - จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ผู้บริโภคนิยมสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น บริษัทจึงได้ก่อตั้งบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด เพื่อจัดตั้งช่องทางการให้บริการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ภายใต้ชื่อ www.bananastore.com โดยในกลางปี 2561 บริษัทจะมีการ Rebranding ใหม่เปลี่ยนเป็น www.bananashopping.com การทำธุรกิจออนไลน์ได้เข้ามาเสริมธุรกิจหลักของหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าที่แตกต่างมากขึ้น จากเดิมที่เป็นการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านเพียงช่องทางเดียว โดยการขายสินค้าออนไลน์จะเป็นตัวช่วยที่ทำให้ธุรกิจค้าปลีกของบริษัทแข็งแรงขึ้น

ภาพรวมของปี 2560 บริษัทมียอดขายอยู่ที่ 22,584 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 31 ด้านกำไรเติบโต 608 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 49 ในเชิงของส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ (Product Mix) จะเห็นว่ามีการเพิ่มขึ้นในส่วนของโทรศัพท์มือถือ โดยแบ่งสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 49 ซึ่งโทรศัพท์มือถือได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในส่วนของยอดขายปัจจุบัน บริษัทเองก็ได้มีการปรับตัวมาตลอด ทำให้วันนี้โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ก้าวขึ้นเป็นเบอร์ 1 ของช่องทางการขายสินค้า ส่วนทางด้านช่องทางการขายสินค้าอื่นไม่ว่าจะเป็น แท็บเล็ต, แล็ปท็อป และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ยอดขายก็เติบโตทุกประเภทสินค้าด้วยเช่นกัน และเนื่องจากบริษัทมีการปรับช่องทางการขาย (Balance Port) ที่ดี มีประเภทสินค้าที่หลากหลาย ทำให้รายได้ของบริษัทเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง และคงที่ทุกไตรมาส




## 1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

**วิสัยทัศน์ (Vision)**

บริษัทมุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ โดยการบริหารจัดการจากทีมงานที่มีประสิทธิภาพ

**พันธกิจ (Mission)**

- พัฒนาคุณภาพ ประสิทธิภาพ และยุทธวิธีการบริการของแต่ละธุรกิจ ให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนาระบบการบริหารจัดการและระบบการให้บริการโดยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

- ให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของพนักงานและบุคคลากร 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 และสินค้าดิจิตอล ควบคู่ไปกับการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดสินค้าไอที สมาร์ทโฟน และสินค้าดิจิตอล บริษัทยังมีเป้าหมายที่จะขยายช่องทางการขายสินค้าของบริษัทผ่านช่องทางใหม่ๆ เช่น ระบบ E-Commerce หรือการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งบริษัทเป็นเจ้าของ

บริษัทมีแผนในการขยายฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้านิติบุคคล และธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดเล็ก สถานศึกษา หรือหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ โดยนำเสนอสินค้าทั้งที่เป็นอุปกรณ์ ระบบเครือข่าย โปรแกรม และบริการวางระบบและซึ่งตลาดดังกล่าวมีมูลค่าประมาณ 44,000 ล้านบาท และบริษัทได้พัฒนาการขายสินค้าผ่านช่องทาง E-Commerce ซึ่งเริ่มในช่วงครึ่งหลังของปี 2559 และเริ่มเปิดใช้งานเชิงพาณิชย์ในช่วงกลางปี 2560 รวมถึงการขยายธุรกิจศูนย์บริการ iCare เพิ่มเติม โดยใช้ร้านแบรนด์ Apple ซึ่งได้แก่ Studio7 ที่ปัจจุบันมีอยู่จำนวน 98 สาขา เป็นจุดรับสินค้า (Drop Point)

ในปี 2560 ผลจากการขยายฐานลูกค้า ผ่านจำนวนสาขาที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทสามารถนำเสนอสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคได้ครอบคลุมมากขึ้นกว่าเดิม ประกอบกับการขยายธุรกิจเข้าสู่กลุ่มลูกค้าองค์กร การขยายการขายสินค้าผ่านช่องทาง E-Commerce และการขยายธุรกิจศูนย์บริการ iCare บริษัทคาดว่าพัฒนาการดังที่กล่าวมาข้างต้นจะส่งผลให้รายได้สำหรับปี 2561 มีการเติบโตอย่างน้อย ประมาณร้อยละ 15 จาก รายได้รวมทั้งหมดในปี 2560

จากการขยายช่องทางธุรกิจใหม่ๆ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่าอัตรากำไรขั้นต้นในปัจจุบันของบริษัท โดยเฉพาะธุรกิจบริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple “iCare” ซึ่งโดยปกติมีอัตรากำไรขั้นต้นประมาณ 40% ประกอบกับแผนการปรับปรุงการดำเนินงานภายในของบริษัท เช่น การปรับประเภทผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน การลดระยะเวลาในการขนส่ง และการปรับปรุงการจัดการคลังสินค้าเป็นต้น บริษัทจึงคาดว่าน่าจะสามารถเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นได้ 14% ต่อปีในปี 2560

ในปี 2560 นอกเหนือจากการพัฒนาช่องทางการขายใหม่ๆ ให้ใกล้ชิดลูกค้า เช่น การซื้อขายผ่านระบบ E-Commerce ของบริษัท การให้ข้อมูลต่างๆ และการสื่อสารปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านสื่อ Social Media ต่างๆ ของบริษัทแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์กับฐานลูกค้ากลุ่มเดิม ที่เป็นลูกค้าเก่า ซึ่งบริษัทได้จัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าไว้มากกว่า 2.7 ล้านรายชื่อ สามารถแยกตามพื้นที่ของลูกค้าในโซนต่างๆ ได้ และกลุ่มสินค้าที่ลูกค้าเคยซื้อไปแล้วได้ และบริษัทมีแผนพัฒนาระบบ CRM เพื่อเจาะกลุ่มและตอบสนองความต้องการสูงสุดของลูกค้า และเพื่อให้ลูกค้าเก่าของบริษัทยังคงเป็นลูกค้าของบริษัทตลอดไป

โดยบริษัทมีแผนที่จะขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่ม Education และมีแผนที่จะเพิ่มสาขาของร้าน Studio7 ในเขตมหาวิทยาลัย ซึ่งจะทำให้ใกล้ชิดกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ครู อาจารย์ และผู้บริหารสถานศึกษาต่างๆ เพื่อเปิดโอกาสในการขายให้กับกลุ่มดังกล่าวและโปรเจคของสถานศึกษาต่อไป รวมทั้งบริษัทมีแผนที่จะขายกล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์ ที่สามารถให้ลูกค้าใช้เป็นอุปกรณ์ในการบันทึกภาพหรือถ่ายทอดสดกิจกรรมต่างๆ ของลูกค้าได้ในราคาที่ลูกค้าทั่วไปสามารถซื้อมาใช้งานได้ เพื่อตอบสนองเทคโนโลยีและไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของลูกค้า

## 1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

| ปี | พัฒนาการที่สำคัญ |
|---|---|
| ปี 2547 | ▪ จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท 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<br>▪ บริษัทมีสาขาครบ 100 สาขา และมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์และบรรยากาศ (Rebranding) ภายในร้านค้าให้ทันสมัยรองรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย และทำการเปลี่ยนชื่อร้านค้าของบริษัททั้งหมดเป็นร้าน “BaNANA IT” |
| ปี 2553 | ▪ ในเดือนธันวาคม 2553 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 100 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท |
| ปี 2554 | ▪ บริษัทมีจำนวนสาขาครบ 200 สาขา |
| ปี 2556 | ▪ ในเดือนพฤษภาคม 2556 บริษัทเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต โดยเฉพาะภายใต้ชื่อร้าน “BaNANA Mobile” และขยายสาขาเพิ่มเติมไปยังจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงในภาคเหนือ<br>▪ ในเดือนธันวาคม 2556 บริษัทเพิ่มช่องทางธุรกิจโดยการเปิดร้าน “Samsung Shop” |
| ปี 2557 | ▪ เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2557 บริษัทจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท แมงโก้ ช็อปปิ้ง จำกัด (“บ.แมงโก้”) โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 20 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอที โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มชุมชนในต่างจังหวัด โดยบริษัทถือหุ้น บ.แมงโก้ ในสัดส่วนร้อยละ 76 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว<br>▪ ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 4/2557 เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2557 มีมติดังนี้<br>(1) อนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.25 บาท<br>(2) อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทอีก 75 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 300 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 225 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท โดยเห็นชอบให้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ดังกล่าว เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO)<br>▪ เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2557 บริษัทแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อบริษัทจากบริษัท คอมเซเว่น อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) |
| ปี 2558 | ▪ 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<br>▪ เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 บริษัทได้ซื้อหุ้น (บริษัท แมงโก้ ช็อปปิ้ง 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 10/2588 เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2558<br>▪ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 11/2558 เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2558 มีมติให้บริษัทเข้าลงทุนในบริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด โดยการซื้อหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 3,500 หุ้น ในราคา 10,000,000 บาท คิดเป็นสัดส่วน |

| | |
|---|---|
| | ร้อยละ 12.5 ของทุนจดทะเบียนของบริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจขายของเล่น ของที่ระลึก การจัดอีเว้นท์ต่างๆ เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจกลุ่มนี้ที่มีอัตราการแข่งขันน้อยและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงพิจารณาเห็นว่าจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในครั้งนี้<br>▪ ในปี 2558 บริษัทขยายสำนักงานสาขาศูนย์ซ่อมสินค้ายี่ห้อ Apple ในชื่อร้านว่า “iCare” โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 20 สาขา<br>▪ ในปี 2558 บริษัทมีการจัดตั้งแผนก BaNANA Business เพื่อขายสินค้าไอที ซอฟท์แวร์ติดตั้ง และดูแลระบบให้กับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กถึงปานกลาง (SME) หรือหน่วยงานราชการ |
| ปี 2559 | ▪ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559 มีมติให้บริษัทเข้าลงทุนในบริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด (ไอเทค ซอฟท์แวร์) โดยการซื้อหุ้นจาก นายนิธิศ สธรลักษณ์ จำนวน 1,020 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนของไอเทค ซอฟท์แวร์ รวมเป็นเงินทั้งสิ้นจำนวน 8,000,000 บาท โดยไอเทค ซอฟท์แวร์ ให้บริการในการเขียนโปรแกรมต่างๆ ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทจะต้องใช้บริการไอเทค ซอฟท์แวร์ในการเขียนโปรแกรมดังกล่าว รวมทั้งให้การสนับสนุนแผนก BaNANA Business ในการดูแลไอที ซอฟท์แวร์ติดตั้ง และระบบ<br>▪ 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 เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่จะมีกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก เป็นการขยายฐานลูกค้าจากระดับกลางลงไป ซึ่งสอดคล้องตามนโยบายการเป็นผู้นำสินค้าด้านไอทีอย่างครบวงจร<br>▪ เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2559 บริษัทเข้าลงนามในสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจการบริหารจัดการร้าน TRUE Shop (สัญญา) กับบริษัท ทรู ดิสทรีบิวชั่น แอนด์เซลส์ จำกัด (TDS) เพื่อรับมอบสิทธิในการร่วมบริหารจัดการร้าน TRUE Shop จำนวนทั้งสิ้น 166 ร้าน เป็นระยะเวลา 3 ปี<br>▪ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 4/2559 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2559 มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนเพิ่มเติมตามสัดส่วนใน บริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด เป็นจำนวน 875 หุ้น คิดเป็นเงินจำนวน 2,500,000 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นทั้งสิ้นหลังการเพิ่มทุนที่ร้อยละ 12.5 เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการและนำไปใช้ในการเปิดร้านจำหน่ายเครื่องเล่น โมเดลหุ่นยนต์ และอุปกรณ์ รวมทั้งบริษัทได้ให้เงินกู้ยืมแก่ บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2,040,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3 โดยชำระเมื่อทวงถามแต่ไม่เกินระยะเวลา 1 ปีนับแต่วันที่ได้เบิกใช้เงินกู้จำนวนดังกล่าว เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนและเพิ่มสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด<br>▪ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2559 เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2559 ได้มีมติจัดตั้งบริษัทย่อยในนามบริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด (ดับเบิ้ลเซเว่น) เพื่อรองรับการเข้าบริหารจัดการร้าน TRUE Shop ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 5,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นสัดส่วนการถือร้อยละ 100<br>▪ ในปี 2559 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อร้านจากเดิมคือ iStudio iBeat และ U-Store by Comseven มาใช้ภายใต้ชื่อ “Studio7”<br>▪ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 7/2559 เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2559 มีมติให้บริษัทซื้อหุ้นของบริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด จากนายธนวัฒน์ แซ่เจียง จำนวน 294,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียนบานาน่า 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 |
| ปี 2560 | ▪ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 4/2560 เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2560 มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นของ บจก.บัฟ โดยเป็นการเข้าซื้อพร้อมกับบมจ. ซินเน็ค (ประเทศไทย) และนักลงทุนรายอื่น ซึ่งบริษัทได้ซื้อหุ้นสามัญ เป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 120,660 หุ้น ในราคา 268,206,600 บาท คิดเป็นร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของ บจก.บัฟ โดย บจก.บัฟ ประกอบธุรกิจเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ และบริษัทมองว่าการเข้าร่วมลงทุนใน บจก.บัฟ จะเป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทต่อยอดขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจเช่าซื้อ เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทต่อไปในอนาคต<br>▪ ในเดือน พฤศจิกายน 2560 บริษัทร่วมมือกับธนาคารกสิกรไทย เปิดตัวธุรกิจแฟรนไชส์ bananastore.com (ภายในปี 2561 จะมีการเปลี่ยนชื่อเป็น bananashopping.com) โดยเป็นการเปิดโอกาสให้กับเจ้าของกิจการ SMEs ทั้งขนาดกลางและขนาดเล็กได้เป็นเจ้าของร้าน BaNANA ในกลุ่มอำเภอรองที่ยังไม่มีร้านสาขาของบริษัท โดยที่บริษัทจะให้การสนับสนุนทั้งด้านสินค้า และการบริหารจัดการ รวมถึงการส่งเสริมการขาย และการบริการด้านอื่นๆ |

## 1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ปัจจุบัน บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจอยู่ทั้งสิ้น 4 บริษัท ดังต่อไปนี้

1. บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด - ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 15 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจวางแผน จำหน่ายอุปกรณ์ และระบบ IT สำหรับลูกค้าองค์กร

2. บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด - ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 100 มีทุนจดทะเบียนชำระเต็มแล้วจำนวน 20 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีออนไลน์

3. บริษัท ไอเทค ซอฟท์ จำกัด - ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 51 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 2 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการการเขียนโปรแกรมการจัดการต่างๆ

4. บริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด - ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 100 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 5 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจบริหารจัดการ TRUE Shop ภายใต้ชื่อ TRUE by Comseven

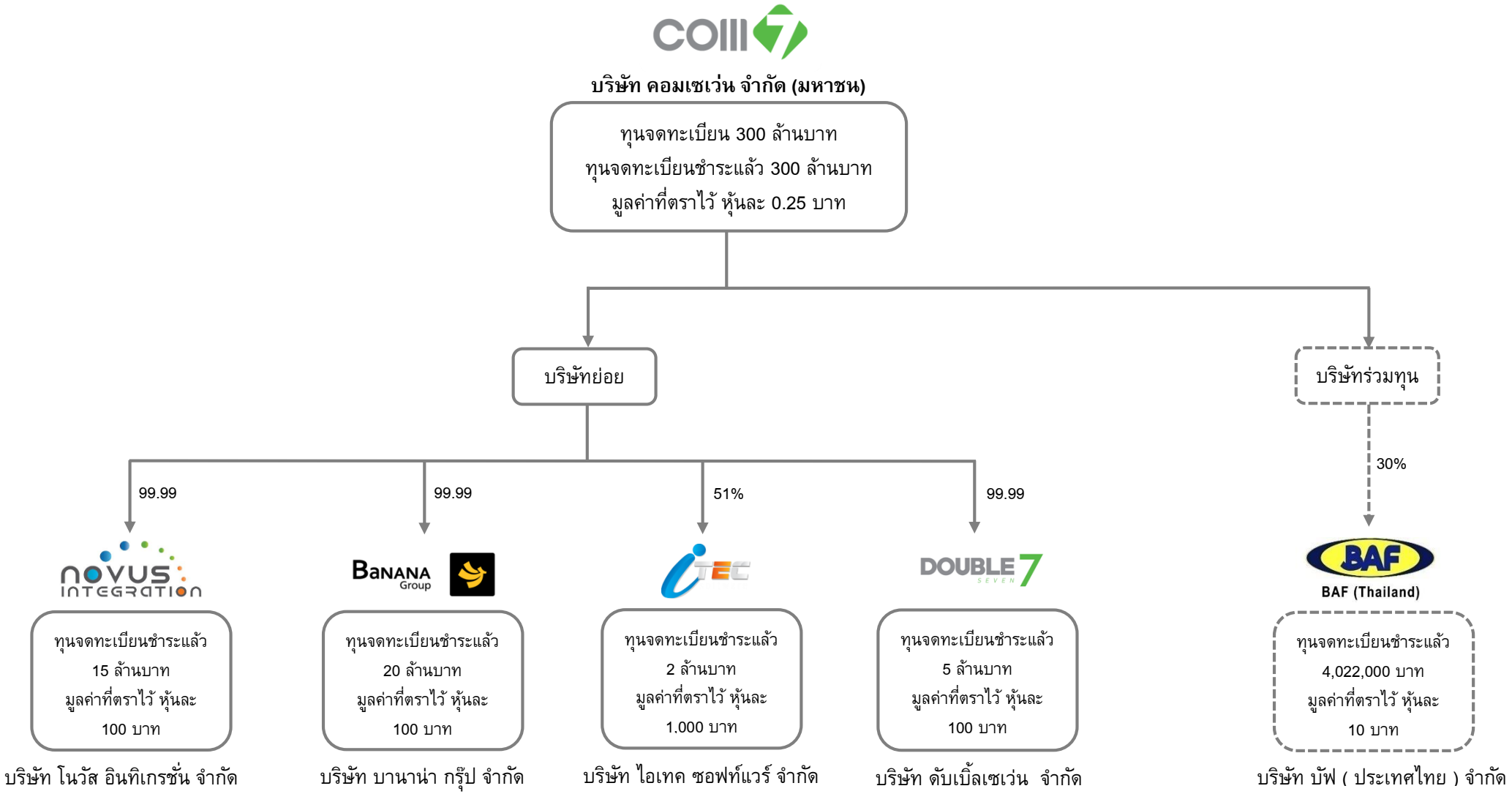
และมีบริษัทที่เข้าร่วมลงทุน 1 บริษัท ดังต่อไปนี้

1. บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด - ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 30 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 4,022,000 บาท ดำเนินธุรกิจให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์

## 1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -

**แผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท**



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

(1) บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีและการให้บริการซ่อมแซมสินค้า

(2) บริษัท โนวัสอินทิเกรชั่น จำกัด (โนวัส) ประกอบธุรกิจวางแผน จำหน่ายอุปกรณ์ และระบบ IT สำหรับลูกค้าองค์กร

(3) บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด (บานาน่ากรุ๊ป) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์

(4) บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด (ไอเทค) ประกอบธุรกิจให้บริการรับเขียนโปรแกรมเชิงพาณิชย์

(5) บริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด (ดับเบิ้ลเซเว่น) ประกอบธุรกิจบริหารการจัดการ TRUE by Comseven

บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

| | 2558 | | 2559 | | 2560 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ |
| 1. กลุ่ม IT | 4,085 | 27 | 4,278 | 25 | 4,822 | 21 |
| 2. กลุ่ม Mobile | 8,107 | 54 | 9,735 | 56.8 | 13,691 | 61 |
| 3. อุปกรณ์เสริม | 2,595 | 17 | 2,766 | 16.1 | 3,258 | 14 |
| **รายได้จากการขายสินค้า** | **14,787** | **99** | **16,779** | **97.9** | **21,771** | **97** |
| รายได้จากการให้บริการ | 179 | 1.2 | 357 | 2.1 | 760 | 3.4 |
| **รวมรายได้จากการขายและให้บริการ** | **14,966** | **100** | **17,136** | **100** | **22,531** | **100** |

*รายได้จากการให้บริการ ประกอบด้วย รายได้จากการขายประกันสินค้า และรายได้จากการให้บริการซ่อมแซมสินค้าชำรุด

**(1) บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)**

**1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ**

บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์แล็บท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง ผ่านช่องทางการจำหน่ายหลัก รวมทั้งให้บริการศูนย์ซ่อมสินค้าแบรนด์ Apple ดังนี้

1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้าน BaNANA

2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน Studio7

3) ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม (“Mobile”) ซึ่งครอบคลุมร้าน BaNANA Mobile ร้าน Samsung Shop ร้าน Oppo Shop ร้าน Huawei Shop และร้าน BKK

4) ศูนย์บริการรับซ่อมสินค้า Banana Service Center

5) ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่ร้าน iCare

6) ร้านจำหน่ายสินค้ากล้องถ่ายรูป Shot Pro

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีสาขาจำหน่ายสินค้ารวม 439 สาขาตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำและห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด อาทิเช่น ห้างสยามพารากอน ศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ ห้างเซ็นทรัลทุกสาขา ห้างเดอะมอลล์ทุกสาขา ห้างโรบินสัน

ห้างแฟชั่นไอซ์แลนด์ ห้างซีคอนสแควร์ทุกสาขา ห้างฟิวเจอร์พาร์ค ห้างโลตัส ห้างบิ๊กซี และห้างท้องถิ่นในจังหวัดสำคัญต่างๆ

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 2560 บริษัทมีศูนย์บริการ iCare จำนวน 26 แห่ง ซึ่งทำให้บริษัทเป็นผู้ให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ที่มีศูนย์บริการมากที่สุดในประเทศไทย

รูปภาพร้าน BaNANA

รูปภาพร้าน Apple

รูปภาพศูนย์บริการ iCare

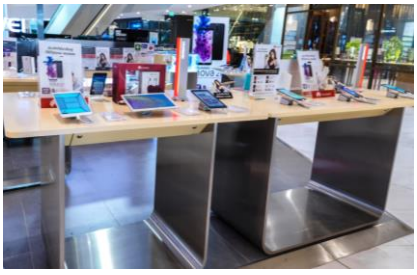
รูปภาพร้าน BaNANA Mobile

รูปภาพ Samsung Shop

รูปภาพร้าน BKK

รูปภาพร้าน Oppo

รูปภาพร้าน Hua Wei



**ก. <u>สินค้าคอมพิวเตอร์แล็บท็อป (Laptop)</u>**

เครื่องคอมพิวเตอร์แล็บท็อปถูกออกแบบมาให้มีขนาดเล็ก สามารถขนย้ายหรือพกพาได้สะดวก โดยปกติจะมีน้ำหนักอยู่ที่ประมาณ 1-3 กิโลกรัม การทำงานของแล็บท็อปจะใช้พลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่ และในขณะเดียวกันก็ยังสามารถใช้พลังงานไฟฟ้าได้โดยตรงจากการเสียบปลั๊กไฟ ประสิทธิภาพของแล็บท็อปโดยทั่วไปนั้นเทียบเท่ากับคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะแบบปกติ ในขณะที่ราคาของแล็บท็อปจะสูงกว่า โดยส่วนที่แตกต่างจากคอมพิวเตอร์ทั่วไปคือจอภาพจะเป็นลักษณะจอแอลซีดี และจะมีทัชแพดที่ใช้สำหรับควบคุมการทำงานของลูกศรบริเวณหน้าจอ

บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแล็บท็อปทุกรุ่นภายใต้แบรนด์ Apple, Lenovo, Acer, Asus, Microsoft, HP, MSI และ Dell ผ่านช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายของบริษัท โดยสินค้าแล็บท็อปที่จำหน่ายมีราคาตั้งแต่ 9,900 ถึง 124,000 บาท จุดเด่นของบริษัทคือ การมีสินค้าให้เลือกครบทุกแบรนด์ และมีความหลากหลายตั้งแต่ราคาต่ำสุดถึงสูงสุด อีกทั้งมีสินค้ารุ่นใหม่พร้อมขายตลอดเวลา

ภาพตัวอย่างสินค้าแล็บท็อป

**ข. <u>สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (Desktop)</u>**

คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะเป็นคอมพิวเตอร์ที่ออกแบบมาเพื่อใช้งานตามบ้านหรือสำนักงานทั่วไป มีการแยกชิ้นส่วนประกอบเป็น ซีพียู จอภาพ และแป้นพิมพ์ เป็นต้น ปัจจุบันคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะมีการผลิตที่เน้นให้มีความสวยงาม น่าใช้มากขึ้น และได้รับความนิยมในการใช้งานอย่างมาก เนื่องจากมีราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับคอมพิวเตอร์แล็บท็อปที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน

บริษัทจำหน่ายชิ้นส่วนของคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะทุกประเภท ครอบคลุมกว่า 50 แบรนด์ รวมรายการสินค้ากว่า 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 กลุ่มลูกค้าที่ชอบเล่นเกมส์ กลุ่มลูกค้าที่ใช้งานด้านกราฟฟิกดีไซเนอร์ กลุ่มลูกค้าที่ใช้งานด้านสถาปนิกหรือวิศวกรรม กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานทั่วไป นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดหาสินค้ารุ่นใหม่มาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องในระดับราคาขายที่แข่งขันได้จากประสบการณ์ในการจัดหาและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าวของทีมงานมืออาชีพที่มีประสบการณ์ยาวนานกว่า 19 ปี

ภาพตัวอย่างสินค้าและส่วนประกอบคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ

**ค. <u>สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone)</u>**

โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นอุปกรณ์พกพาที่ใช้สำหรับการสื่อสารสองทาง กล่าวคือผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสื่อสารกันได้ในช่วงเวลาเดียวกัน โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบหลักคือ

1) โทรศัพท์เคลื่อนที่ธรรมดา (Feature Phone) เป็นโทรศัพท์รุ่นเก่า ไม่สามารถประมวลผลข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ Feature Phone มีระบบการใช้งานที่ไม่หลากหลาย เช่น โทรออก, รับสาย และถ่ายภาพนิ่งแบบความละเอียดต่ำ

2) โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smartphone) เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีระบบประมวลผลความเร็วสูงภายในเครื่อง ส่งผลให้สามารถใช้งานได้หลากหลายนอกเหนือไปจากการโทรเข้าโทรออก เช่น การถ่ายภาพเคลื่อนไหว การใช้งานอินเตอร์เน็ต การใช้งานผ่านแอพพลิเคชั่นต่างๆ และการสื่อสารแบบเห็นหน้า (Face-to-Face) เป็นต้น

บริษัทเน้นการจำหน่ายสินค้า Smartphone เป็นหลัก โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้แบรนด์ Apple, Asus, Samsung, OPPO, Huawei, Wiko และ Vivo ในช่วงราคาตั้งแต่ 1,900 ถึง 50,000 บาท

ภาพตัวอย่างสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่

**ง. <u>สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)</u>**

แท็บเล็ตเป็นอุปกรณ์ที่มีหน้าจอระบบสัมผัสขนาดใหญ่ มีน้ำหนักค่อนข้างเบาเมื่อเทียบกับคอมพิวเตอร์แล็บท็อปและคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะทั่วไป ทำให้สามารถพกพาได้สะดวก สามารถใช้งานผ่านการสัมผัสหน้าจอได้โดยตรง นอกจากนี้ยังมีแอพพลิเคชั่นมากมายให้เลือกใช้ ไม่ว่าจะรับ-ส่งอีเมล์ ใช้งานอินเทอร์เน็ต ดูหนังฟังเพลง เล่นเกมส์ หรือแม้กระทั่งใช้ทำงานเอกสาร โดยข้อดีของแท็บเล็ตคือมีหน้าจอที่กว้าง ทำให้มีพื้นที่การใช้งานมาก สามารถพกพาและใช้ทำงานทดแทนคอมพิวเตอร์ได้ในระดับหนึ่ง แท็บเล็ตจึงได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในช่วงเวลาที่ผ่านมา

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

ภาพตัวอย่างสินค้าแท็บเล็ต

**จ. <u>สินค้ากลุ่มที่เป็นอุปกรณ์สวมใส่</u>**

อุปกรณ์สวมใส่ เช่น นาฬิกา Smartwatch ซึ่งเป็นนาฬิกาข้อมือที่สามารถติดตั้งแอพพลิเคชั่นเสริมเพิ่มเติม ซึ่งส่วนมากแล้วต้องทำงานร่วมกับ Smartphone ผ่านการเชื่อมต่อบนแบบ Bluetooth โดยปกติแล้วจะมีคุณสมบัติและฟังก์ชันที่สามารถใช้งานได้หลากหลาย เช่น การสนทนาโทรศัพท์ผ่านตัวนาฬิกา การแสดงแผนที่และการนำทาง แสดง

ปฏิทินและการนัดหมาย รวมถึงการเก็บข้อมูลจากการวัด จำนวนก้าวการเดิน วัดการเต้นของหัวใจ วัดกิจกรรมการออกกำลังกายต่างๆ ได้

**ฉ. <u>สินค้าอุปกรณ์เสริม (Accessories)</u>**

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

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์เสริมภายใต้แบรนด์ชั้นนำกว่า 500 แบรนด์ มีรายการสินค้ารวมกว่า 5,000 รายการ บริษัทจัดหาสินค้าทั้งจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อสร้างความหลากหลายในรูปลักษณ์ สีสัน 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 แล็บท็อป โทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต

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

(5) Printers เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ออกมาในรูปของกระดาษ

(6) Others เป็นสินค้าจำพวกอื่นๆ เช่น UPS, Battery, Power Bank เป็นต้น

ภาพตัวอย่างสินค้าอุปกรณ์เสริม

**1.2 ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ**

ช่องทางการจำหน่ายหลักของบริษัทมี 3 ช่องทาง ได้แก่

1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้าน BaNANA

2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ซึ่งครอบคลุมร้าน Studio7

3) ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม (Mobile) ซึ่งครอบคลุมร้าน BaNANA Mobile ร้าน Samsung Shop ร้าน Oppo Shop ร้าน Huawei Shop ร้าน Vivo Shop และร้าน BKK

นอกจากการจำหน่ายสินค้าผ่านทางช่องทางข้างต้นแล้ว บริษัทยังได้มีการขยายช่องทางสำหรับให้บริการรับซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ผ่านศูนย์บริการ iCare โดยในปี 2558 - 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีจำนวนสาขา รวมทั้งสิ้น 287 สาขา 325 สาขา และ 368 ตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีสาขาทั้งหมดจำนวน 368 สาขา โดยรายละเอียดของสาขาแสดงดังตารางต่อไปนี้

| ช่องทางการจำหน่าย | จำนวนสาขา | ประเภทสินค้าและบริการ | สถานที่ตั้ง |
|---|---|---|---|
| 1. ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง<br>- มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน “BaNANA”<br>- มีการจัดวางสินค้าแยกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย และมีสต็อกจัดเก็บสินค้าที่มีปริมาณเพียงพอในการให้บริการแก่ลูกค้า<br>- ขนาดพื้นที่ร้าน 50 - 500 ตร.ม. | 161 | <u>สินค้าหลัก</u><br>• สินค้าแล็บท็อป<br>• สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ<br>• สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่<br>• สินค้าแท็บเล็ต<br>• สินค้าแบรนด์ Apple<br>• สินค้าแบรนด์ Samsung<br><u>สินค้าเพิ่มเติม</u><br>• อุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง | ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้<br>• กรุงเทพฯ และปริมณฑล 31 สาขา<br>• ภาคกลาง 33 สาขา<br>• ภาคตะวันออก 22 สาขา<br>• ภาคเหนือ 8 สาขา<br>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 24 สาขา<br>• ภาคใต้ 21 สาขา<br>• ภาคตะวันตก 3 สาขา |
| 2. ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple | 98 | | |
| - Studio7 มีลักษณะรูปแบบของร้านและการจัดวางสินค้าตามมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน “Studio7”<br>- ขนาดพื้นที่ 150 - 400 ตร.ม. | 90 | • สินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่<br>- iPod<br>- iPhone<br>- iPad<br>- Mac<br>- Apple Watch<br>- อุปกรณ์เสริมที่ใช้กับสินค้า Apple | ร้านที่มีการบริหารงานโดยบริษัท มีจำนวน 73 สาขา แบ่งตามภูมิภาคดังนี้<br>• กรุงเทพฯ และปริมณฑล 14 สาขา<br>• ภาคกลาง 11 สาขา<br>• ภาคตะวันออก 11 สาขา<br>• ภาคเหนือ 6 สาขา<br>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 16 สาขา<br>• ภาคใต้ 13 สาขา |
| • Studio7 (เดิมชื่อ U-Store by Comseven)<br>- เป็นร้านจำหน่ายสินค้า Apple ที่มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน“Studio7” โดยตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยชั้นนำต่างๆ<br>- ขนาดพื้นที่ระหว่าง 20 - 50 ตร.ม. | 8 | • สินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่<br>- iPod<br>- iPhone<br>- iPad<br>- Mac<br>- Apple Watch<br>- อุปกรณ์เสริมที่ใช้สินค้า Apple | • กรุงเทพมหานคร 5 สาขา<br>• ภาคเหนือ 1 สาขา<br>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 สาขา<br>• ภาคกลาง 1 สาขา |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 3. ร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม | 79 | | |
| • BaNANA Mobile<br>- มีการจัดวางสินค้าตัวอย่างเพื่อให้ลูกค้าทดลองใช้งาน รวมทั้งมีสินค้าอุปกรณ์เสริมที่ใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อพร้อมกับอุปกรณ์<br>- มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน “BaNANA Mobile”<br>- ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 100 ตร.ม. | 16 | • สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ตและอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง | ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้<br>• กรุงเทพฯ และปริมณฑล 7 สาขา<br>• ภาคตะวันออก 5 สาขา<br>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 สาขา<br>• ภาคใต้ 2 สาขา |
| • Samsung Shop<br>- จัดวางสินค้าแบรนด์ Samsung รวมถึง Accessories สำหรับสินค้าแบรนด์ Samsung<br>- มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดย Samsung (Thailand)<br>- ขนาดพื้นที่ระหว่าง 80 - 200 ตร.ม. | 10 | • แท็บเล็ตและอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Samsung | ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้<br>• กรุงเทพฯ และปริมณฑล 5 สาขา<br>• ภาคกลาง 2 สาขา<br>• ภาคเหนือ 1 สาขา<br>• ภาคใต้ 2 สาขา |
| • BKK Shop<br>- มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน “BKK”<br>- มีการจัดวางสินค้าแยกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย และมีสต็อกจัดเก็บสินค้าที่มีปริมาณเพียงพอในการให้บริการแก่ทางลูกค้าได้<br>- ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 80 ตร.ม. | 40 | • สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่<br>• แท็บเล็ตและอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง | ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้<br>• กรุงเทพฯ และปริมณฑล 12 สาขา<br>• ภาคกลาง 6 สาขา<br>• ภาคตะวันออก 5 สาขา<br>• ภาคเหนือ 3 สาขา<br>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 12 สาขา<br>• ภาคใต้ 1 สาขา<br>• ภาคตะวันตก 1 สาขา |
| • Oppo Shop<br>- จัดวางสินค้าแบรนด์ Oppo รวมถึง Accessories ต่างๆ<br>- มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านในรูปแบบซึ่งถูกกำหนดโดย Oppo | 11 | • สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ Oppo และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง | • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 8 สาขา<br>• ภาคเหนือ 1 สาขา<br>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 สาขา |
| • Vivo Shop<br>- จัดวางสินค้าแบรนด์ Vivo รวมถึง Accessories ต่างๆ | 1 | • สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ Vivo และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง | • ภาคกลาง 1 สาขา |
| • Huawei Shop<br>- จัดวางสินค้าแบรนด์ Huawei รวมถึง Accessories ต่างๆ | 1 | • สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ Huawei และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง | • กรุงเทพมหานคร 1 สาขา |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 5. iCare<br>- เป็นศูนย์บริการรับซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple โดยจะไม่มีการวางจำหน่ายสินค้า<br>- มีลักษณะรูปแบบ และมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. | 26 | - ซ่อมแซมสินค้า Apple | ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้<br>• กรุงเทพฯและปริมณฑล 9 สาขา<br>• ภาคกลาง 9 สาขา<br>• ภาคตะวันออก 2 สาขา<br>• ภาคเหนือ 1 สาขา<br>• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สาขา<br>• ภาคใต้ 1 สาขา<br>• ภาคตะวันตก 1 สาขา |
| 6. ร้านจำหน่ายสินค้าและโชว์รูม Business Solution บนเนื้อที่กว่า 1,000 ตร.ม. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้านค้า “BaNANA Business Experience Center” | 1 | สินค้า Solution ได้แก่<br>- Home Automation<br>- Securities<br>- Network<br>- Itec<br>- Conference<br>- Signage<br>- Hostel<br>- Education | ห้างสรรพสินค้า พันธุ์ทิพย์ พลาซ่า กรุงเทพมหานคร |
| 7. Banana Service Center | 1 | ให้บริการเป็นจุดรับสินค้าซ่อม สำหรับสินค้าที่ซื้อจากบริษัท โดยเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง | ศูนย์การค้า K-Village กรุงเทพมหานคร |
| 8. ร้านขายกล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์เสริม Shot Pro | 2 | จัดจำหน่ายสินค้าประเภทกล้องถ่ายรูปสำหรับมืออาชีพ พร้อมอุปกรณ์เสริมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง | • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 2 สาขา |

**1.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มลูกค้าของบริษัทแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ลูกค้าขายปลีก ลูกค้าขายส่ง และลูกค้านิติบุคคล

**(1) กลุ่มลูกค้าขายปลีก/ลูกค้ารายย่อยทั่วไป**

1. ลูกค้าหน้าร้านทั่วไป ได้แก่ ลูกค้ารายย่อยที่ซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านสาขาของบริษัทซึ่งประกอบด้วยร้าน BaNANA, Studio7, BaNANA Mobile, BKK,Oppo Shop, Huawei Shop, Vivo Shop และ Samsung Shop
2. ลูกค้านักเรียน และนักศึกษาที่ซื้อสินค้าผ่านร้าน Studio7 (เดิมชื่อร้าน U Store) ซึ่งตั้งอยู่ภายในบริเวณมหาวิทยาลัย โดยกลุ่มลูกค้าดังกล่าวจะสามารถซื้อสินค้า Apple ได้ในราคาที่มีส่วนลดพิเศษจาก Apple South Asia (Thailand) Ltd. ซึ่งมีนโยบายในการสนับสนุนนักเรียน นักศึกษาให้ใช้สินค้า Apple

**(2) กลุ่มลูกค้านิติบุคคล**

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

**(3) กลุ่มลูกค้าขายส่ง**

1. ลูกค้าร้านคอมพิวเตอร์ทั่วไปที่ซื้อสินค้าไปเพื่อจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง

2. บริษัทจำหน่ายคอมพิวเตอร์ที่เป็นผู้จัดหาอุปกรณ์ไอทีให้กับภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชนขนาดใหญ่

ปัจจุบันฐานลูกค้าส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าขายปลีกที่ซื้อสินค้าจากหน้าร้าน อย่างไรก็ดี บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีฐานรายได้ที่หลากหลาย จึงได้เริ่มดำเนินนโยบายขยายฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้านิติบุคคลซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการขยายตัวที่ดีในช่วงที่ผ่านมา โดยบริษัทได้มีการอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว ทั้งในเรื่องของการประสานงานการขาย การขนส่งสินค้า การบริการ Onsite Service รวมไปถึงการให้เครดิตเทอมในซื้อขายอีกด้วย

**1.4 นโยบายในการกำหนดราคา**

**(1) สินค้าไอที โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต**

ราคาขายของสินค้าอุปกรณ์ไอทีประเภท สินค้าแบรนด์ Apple สินค้าแบรนด์ Samsung และแบรนด์ชั้นนำอื่นๆ จะถูกกำหนดโดยคู่ค้าของบริษัทซึ่งเป็นราคาเดียวกันทั่วประเทศ สำหรับทุกรูปแบบหน้าร้านและทุกสาขา ยกเว้นบางสาขาที่มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษในบางช่วงเวลา ทั้งนี้บริษัทจะดำเนินการปรับราคาขายสินค้าทุกครั้งตามราคาและเงื่อนไขที่คู่ค้าของบริษัทกำหนด โดยหากภายหลังสินค้ามีการลดลงราคา บริษัทจะได้รับชดเชยส่วนต่างราคาของสินค้ารุ่นที่มีการปรับราคาตามเงื่อนไขและระยะเวลาที่กำหนดโดยคู่ค้าแต่ละราย

**(2) สินค้าประเภทอุปกรณ์เสริมอื่น ๆ**

โดยทั่วไปบริษัทมีนโยบายให้ Supplier มาฝากขาย และเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า โดยบริษัทจะได้กำไรจากส่วนต่างราคาของสินค้านั้นๆ สำหรับสินค้าอุปกรณ์เสริมอื่นที่มิใช่เป็นสินค้าฝากขาย บริษัทจะสามารถกำหนดราคาได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ราคาขายของสินค้าขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า และสภาพการแข่งขัน

**1.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ**

**(1) สินค้าไอทีทั่วไป (ไม่รวมสินค้าแบรนด์ Apple)**

บริษัทและบริษัทย่อยมีแนวทางการจัดหาสินค้าดังนี้

1. <u>การจัดหาสินค้าจากต่างประเทศ</u>

บริษัทได้มีการส่งผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับโลก รวมถึงเยี่ยมชมร้านค้าที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับบริษัท เพื่อให้เกิดมุมมองและเห็นโอกาสจัดซื้อสินค้าที่ทันสมัยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และนำมาพิจาณาจัดซื้อสินค้าที่มีศักยภาพต่อไป

2. <u>การจัดหาสินค้าจากในประเทศ</u>

ในการจัดหาสินค้าในประเทศโดยปกติจะมีผู้จัดจำหน่ายสินค้าไอที (Supplier) นำสินค้ามาเสนอแก่บริษัท เนื่องจากบริษัทเป็นร้านจำหน่ายสินค้าไอทีรายใหญ่ที่มีสาขามากที่สุดในประเทศและมียอดขายสินค้าต่อปีที่สูง ส่งผลให้บริษัทมีอำนาจในการต่อรองกับ Supplier ในประเทศค่อนข้างสูง ดังนั้นบริษัทจึงสามารถทำการต่อรองและเลือกข้อเสนอที่ดีที่สุดได้

3. <u>การจัดหาสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต</u>

อินเทอร์เน็ตเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการจัดหาสินค้าของบริษัท โดยบริษัทมีทีมงานในการสืบค้นหาสินค้าและข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าที่นำสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้สินค้าที่บริษัทจำหน่ายสอดคล้องและตรงกับความต้องการของลูกค้า

ในการจัดหาสินค้า บริษัทจะพิจารณาถึงคุณภาพของตัวสินค้า เช่น คุณสมบัติและการออกแบบที่ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ร่วมกับการคัดเลือกคู่ค้าซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท โดยบริษัทจะพิจารณาจากความ

น่าเชื่อถือของผู้จัดจำหน่าย จำนวนสั่งซื้อขั้นต่ำ โครงสร้างราคาสินค้า การขนส่ง เงื่อนไขการชำระเงิน ระยะเวลาการจัดส่งหรือระยะเวลาการผลิต การสนับสนุนและบริการหลังการขาย และการสนับสนุนด้านการตลาดต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ จากการที่บริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าไอทีชั้นนำมาเป็นระยะเวลานานกว่า 20 ปี บริษัทจึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าทั้งผู้จัดจำหน่ายและผู้ผลิตสินค้า ทำให้บริษัทได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้ารุ่นใหม่ รวมถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรมในความเห็นของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์แนวโน้ม และกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท

**(2) สินค้าแบรนด์ Apple และการให้บริการที่เกี่ยวข้อง**

1. บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็น Authorized Premium Reseller เพื่อดำเนินการเปิดร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ 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. ซึ่งอนุญาตให้บริษัทสามารถให้บริการรับซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน "iCare" ได้ทั้งสินค้าที่อยู่ในระยะเวลาประกันและนอกระยะเวลาประกัน

สำหรับสาขา iBeat ที่บริหารงานโดย Franchisee ซึ่งในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้จัดหาสินค้าแบรนด์ Apple ให้ กรณีที่บริษัทไม่สามารถต่อสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ในประเทศไทยได้อีก บริษัทจะยังคงเป็นผู้จัดหาสินค้าแบรนด์ Apple จากตัวแทนจำหน่ายรายอื่น จนกระทั่งครบอายุสัญญา iBeat Franchise รายนั้นๆ

ปัจจุบันบริษัทมีพันธมิตรคู่ค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท จำนวนมากกว่า 200 ราย ซึ่งบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีและได้ทำการค้าร่วมกันมาเป็นระยะเวลานาน โดยกลุ่มคู่ค้าหลักของบริษัทแบ่งตามประเภทและแบรนด์ของสินค้าได้ดังนี้

ตารางแสดงประเภทสินค้า ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายรายหลักของแต่ละประเภทสินค้า

| ประเภทสินค้า | สินค้า | แบรนด์ | ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย |
|---|---|---|---|
| 1.คอมพิวเตอร์แล็บท็อป (Laptop) | Laptop | Acer | บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ จำกัด |
| | | Apple | Apple South Asia (Thailand) Ltd. |
| | | Asus | บมจ. เอสไอเอสดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) |
| | | | บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด |
| | | Dell | บริษัท เวลเทคกรุ๊ป จำกัด |
| | | HP | บริษัท อินแกรมไมโคร (ประเทศไทย) จำกัด |
| | | Lenovo | Lenovo (Thailand) Ltd. |
| | | MSI | บริษัท ไมโคร สตาร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด |
| 2.คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ(Desktop) | PC Brand | Acer | บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ จำกัด |
| | | Asus | บมจ. เอสไอเอสดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) |
| | | | บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด |
| | | Dell | บริษัท เวลเทคกรุ๊ป จำกัด |
| | | HP | บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด |
| | | Lenovo | Lenovo (Thailand) Ltd. |

| ประเภทสินค้า | สินค้า | แบรนด์ | ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย |
|---|---|---|---|
| | CPU | AMD | บริษัท เอสเทรค (ประเทศไทย) จำกัด |
| | | INTEL | บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) |
| | Internal Hard Drives | Seagate | บริษัท เอสเทรค (ประเทศไทย) จำกัด |
| | | WD | บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) |
| | 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 | Huawei | Huawei Technology Co.,Ltd. |
| | | OPPO | บริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด |
| | | VIVO | บริษัท วีโว่ เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด |
| | | WiKo | บมจ. เอสไอเอสดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) |
| | Smart Phone and Tablet | Acer | บมจ. เอสไอเอสดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) |
| | | ASUS | บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด |
| | | Lenovo | Lenovo (Thailand) Ltd. |
| | | Samsung | บริษัท ไทยซัมซุงอิเล็คโทรนิคส์ จำกัด |
| 4.สินค้าแท็บเล็ต (Tablet) | iPad | Apple | Apple South Asia (Thailand) Ltd. |
| | Smart Phone and Tablet | Lenovo | Lenovo (Thailand) Ltd. |
| | Tablet | Acer | บมจ. เอสไอเอสดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) |
| | | ASUS | บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด |
| | | Microsoft | |
| 5.สินค้าอุปกรณ์เสริม (Accessories) | Speaker | Denon | บริษัท มหาจักร ดีเวลอปเมนท์ จำกัด |
| | | Harman | |
| | | JBL | |
| | | Karnon | |
| | | Marshall | บริษัท แอช เอเชีย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด |
| | Accessories | Adonit | บริษัท เจนเนอเรชั่นเอส จำกัด |
| | | Wacom | บริษัท ไดเวอร์ซิเทคดิสทริบิวเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด |
| | Protection | Moshi | Aevoe Corp., |
| | Peripheral | Belkin | Belkin Asia Pacific Ltd. |
| | External Harddisk | Seagate | บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) |
| | | WD | Western Digital (S.E. Asia) Pte Ltd. |
| | Headphone | Beats | บริษัท ทรูดิสทริบิวชั่นแอนด์เซลส์ จำกัด |
| | | Jabra | บริษัท อาร์ ที บี เทคโนโลยี จำกัด |
| | Mouse & Keyboards | Logitech | บมจ. เอสไอเอสดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) |
| | | Microsoft | |
| | Printer | Epson | บริษัท เอสวีโอเอ จำกัด (มหาชน) |
| | | HP | บมจ. เอสไอเอสดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) |
| | | | บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด |

| ประเภทสินค้า | สินค้า | แบรนด์ | ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย |
|---|---|---|---|
| | Sim | TRUE | บริษัท ทรูดิสทริบิวชั่นแอนด์เซลส์ จำกัด |
| | | AIS | บริษัท แอดวานซ์ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค 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 เป็นผู้บริหารจัดการคลังสินค้าจะช่วยทำให้บริษัทสามารถประหยัดงบลงทุนในการก่อสร้างคลังสินค้าและค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างพนักงานในคลังสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายการเข้าตรวจสอบการจัดการคลังสินค้าของบริษัท อจิลิตี้ จำกัด อย่างต่อเนื่อง โดยจะมีการตรวจนับสินค้าคงคลังทุก 3 เดือน และมีการตรวจนับร่วมกับฝ่ายบัญชีของบริษัทพร้อมกับมีประเมินผลการปฏิบัติงานทุกปี

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

**<u>กระบวนการบริหารสินค้าคงคลัง</u>**

1) การตรวจสินค้ารับเข้าและการจัดเก็บสินค้า

   - การรับสินค้า จะมีการตรวจสอบเบื้องต้นก่อนการรับสินค้าเข้าระบบและจัดเก็บทุกครั้ง โดยหลังจากที่สินค้าผ่านการตรวจสอบและรับจัดเก็บแล้ว ผู้ให้บริการบริหารคลังสินค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายหรือสูญหายของสินค้าดังกล่าวทั้งหมด

2) การกระจายสินค้าให้สาขา

   - การกระจายสินค้า จะมีการวางแผนล่วงหน้า โดยคำนวณจากสถิติยอดขายของแต่ละสาขา เพื่อประมาณการยอดคงเหลือที่แต่ละสาขาควรจะมี (Run Rate) ในกรณีที่ปริมาณสินค้าคงเหลือที่หน้าร้านแต่ละช่องทางต่ำกว่าจุดสั่งสินค้าที่กำหนดไว้ ระบบจะทำการสั่งสินค้าให้เข้าไปเติมที่หน้าร้านได้อย่างทันเวลา

3) การตรวจปล่อยและบรรจุสินค้า

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

4) การจัดส่งสินค้า

   - การจัดส่งสินค้า ก่อนรถขนส่งทุกคันออกจากคลังสินค้า จะต้องทำการตรวจสอบจำนวนกล่องและปลายทางเพื่อให้ตรงกับผู้รับ และทุกครั้งที่แผนกขนส่งทำการส่งสินค้าไปยังปลายทางจะต้องมีการยืนยันการรับสินค้าทุก

ครั้งโดยยืนยันทั้งผ่านการเซ็นรับและผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ความรับผิดชอบต่อการสูญหายของสินค้าจะอยู่กับบริษัทก็ต่อเมื่อมีการเซ็นรับสินค้าจากพนักงานของบริษัทแล้วเท่านั้น

**ระยะเวลาการส่งสินค้า**

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

**1.7 การเลือกทำเลในการเปิดสาขา**

บริษัทมีนโยบายการขยายสาขา โดยมุ่งเน้นในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ การเลือกพื้นที่จะพิจารณาจากลักษณะสำคัญโดยรอบของห้างสรรพสินค้าแต่ละแห่ง ดังต่อไปนี้

(1) ความหนาแน่นของจำนวนประชากร ในระดับจังหวัดหรืออำเภอ

(2) รายได้ต่อหัวของประชากรและอัตราการเติบโตของรายได้ประชากรในพื้นที่

(3) ปริมาณของคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจคล้ายกันในพื้นที่

(4) ข้อมูลสถิติการขายจากสาขาของบริษัทที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเปรียบเทียบกำลังซื้อในพื้นที่

(5) การคมนาคมขนส่ง และความสะดวกในการจัดการของบริษัท ในเรื่องของเส้นทางการส่งสินค้า และการจัดหาพนักงานสาขา

ภายหลังจากการเลือกพื้นที่และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดและการลงทุนแล้ว บริษัทจะนำแผนการศึกษาความเป็นไปได้เสนอคณะกรรรมการบริหารเพื่อพิจารณา หากสาขาใดที่ได้เปิดแล้วมีผลประกอบการไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ บริษัทจะติดตามผลการดำเนินงานของสาขาดังกล่าวอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งหาสาเหตุที่ทำให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมายเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือดำเนินการปรับสินค้าที่ขายในสาขาให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพด้านพนักงานและบริการ หากยังไม่สามารถปรับปรุงผลประกอบการให้เป็นไปตามเป้าหมายได้ บริษัทมีนโยบายที่จะย้ายสาขาไปยังทำเลอื่นที่เหมาะสมต่อไป

นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายที่จะเป็นพันธมิตรกับผู้พัฒนาและบริหารพื้นที่ค้าปลีกเพื่อหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน อีกทั้งยังมีการกระจายการเช่าพื้นที่ที่มีความหลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงเจ้าของพื้นที่เช่ารายใดรายหนึ่ง

**1.8 ภาวะอุตสาหกรรมและกลยุทธ์การแข่งขัน**

**1.8.1 ภาวะอุตสาหกรรมสินค้าไอที**

การก้าวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชั่นของไทย ทำให้การลงทุนด้านไอทีในปี 2561 สามารถเติบโตขึ้นไปแตะที่ระดับ 4.4 แสนล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 2.8 จากปีก่อนหน้า และมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อเนื่องไปสู่ระดับ 4.7 แสนล้านบาทได้ภายในปี 2564 ขณะที่ปี 2560 มีมูลค่าประมาณ 4.28 แสนล้านบาท เติบโตร้อยละ 12.4 จากปี 2559 ผลักดันโดย “สมาร์ทโฟน” ซึ่งสร้างสัดส่วนกว่าร้อยละ 40

อย่างไรก็ดี องค์กรที่จะสามารถแข่งขันและเติบโตได้ในเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน (Digital Transformation Economy) จะต้องปรับเปลี่ยนตนเองให้กลายเป็นองค์กรดิจิทัลโดยสมบูรณ์ (Digital Native Enterprise) เพื่อเพิ่มความสามารถในการสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากนวัตกรรม จนนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้ในที่สุด

* ที่มา IDC และ กรุงเทพธุรกิจ ณ 26 มกราคม 2561

**มูลค่าตลาดสื่อสารปี 2559 และประมาณการ 2560**

| รายการ | 2559A | | 2560F | |
|---|---|---|---|---|
| | ล้านบาท | % | ล้านบาท | % |
| **อุปกรณ์สื่อสาร** | | | | |
| เครื่องโทรศัพท์ | 111,410 | 6.1 | 119,970 | 7.7 |
| อุปกรณ์โครงข่ายหลัก | 73,284 | 5.2 | 75,459 | 3.0 |
| อุปกรณ์สื่อสารใช้สาย | 16,733 | 4.4 | 18,115 | 8.3 |
| อุปกรณ์สื่อสารไร้สาย | 45,086 | 25.9 | 47,565 | 5.5 |
| **บริการสื่อสาร** | | | | |
| บริการโทรศัพท์ประจำที่ | 12,006 | -18.9 | 10,265 | -14.5 |
| บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ | 241,564 | 11.6 | 282,961 | 17.1 |
| บริการอินเทอร์เน็ต | 55,740 | 10.1 | 57,691 | 3.5 |
| บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ | 6,960 | -32.8 | 5,170 | -25.7 |
| บริการสื่อสารข้อมูล | 14,546 | 1.7 | 14,924 | 2.6 |

ที่มา: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ณ วันที่ 26 มกราคม 2561

**แนวโน้มและการพัฒนาในอนาคต**

กระแสและพัฒนาการที่สำคัญที่คาดว่าจะส่งผลต่อภาพรวมตลาดและอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สำหรับปี 2561 นั้น อาจจะขึ้นอยู่กับ 4 ส่วนหลักดังต่อไปนี้

- การประมวลผลอัจฉริยะด้วยระบบสมองกลคอมพิวเตอร์ หรือ Artificial Intelligent (AI)
- Digital Integration and Transformation เช่น Cloud, Chatbot
- เทคโนโลยีเสมือนจริง Augmented Reality และ Virtual Reality
- ระบบเครือข่ายที่เชื่อมต่อกันแบบกระจายตัว เช่น Blockchain

**1. การประมวลผลอัจฉริยะด้วยระบบสมองกลคอมพิวเตอร์ หรือ Artificial Intelligent (AI)**

ตัวอย่างที่ชัดเจนของระบบการประมวลผลอัจฉริยะคือ การรับการสั่งงานด้วยเสียงหรือ Voice Command ซึ่งการค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน จะเป็นระบบการสั่งงานด้วยเสียงมากขึ้น โดยการสั่งงานด้วยเสียงเป็นพฤติกรรมธรรมชาติของมนุษย์ แต่การเข้าถึงการใช้งานเทคโนโลยีนี้จะกว้างขึ้น และไวขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา อันเป็นผลมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยี ระบบเครือข่าย และอุปกรณ์ของผู้ใช้ที่มีความสามารถเพิ่มขึ้น มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น แต่ก็เข้าถึงได้ง่ายขึ้นจากการแข่งขันกันด้านราคาและคุณสมบัติต่างๆ จากบริษัทผู้ผลิตมากมาย โดยเราจะเห็นการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนในกลุ่มธุรกิจ E-Commerce และ Home Automation

- สำหรับปี 2561 เทคโนโลยีจำพวก VPA (Voice Personal Assistant) ยกตัวอย่างเช่น Alexa, Google Assistant, Bixby หรือ Siri จะมีความสามารถสูงขึ้นจนกลายเป็นผู้ช่วยที่มีประสิทธิภาพ
- มีการคาดการณ์ว่าในปี 2020 ทุกบ้านจะมีอุปกรณ์ VPA เฉลี่ยอย่างน้อย 2 ตัวต่อหนึ่งครอบครัว
- อุปสรรคตอนนี้คือเรื่องภาษา เช่น การสั่งงานด้วยเสียงในภาคภาษาไทยอาจจะยังไม่เป็นที่รองรับ หรือใช้ประโยชน์ได้จริงมากเท่าที่ควร แต่คาดว่าบริษัทกำลังเร่งพัฒนาให้ตัวโปรแกรมและระบบมีความสามารถที่จะเข้าใจการใช้ภาษาไทยเพื่อสั่งงานกับระบบประมาลผลอัจฉริยะเหล่านี้

**2. การสื่อสารรูปแบบใหม่ ผ่านระบบโต้ตอบโดยอัตโนมัติ หรือ Chatbot**

การตรวจจับรูปแบบการสนทนาหรือ Conversational Platform เป็นรูปแบบการตอบโต้ของหุ่นยนต์กับมนุษย์ ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ Chatbot สามารถให้ข้อมูลได้ตรงจุดกับมนุษย์มากขึ้น เริ่มมีรูปแบบการโต้ตอบที่ซับซ้อนได้มากขึ้น มีการใช้วิธีการทางจิตวิทยา

- Chatbot สามารถประมวลผลผ่านข้อมูลอันมหาศาล (Big Data) โดยมี AI หรือ Machine Learning อยู่เบื้องหลัง ซึ่งการที่บทสนามีจำนวนมากขึ้น ยาวขึ้น จะทำให้ระบบฉลาดขึ้น มีการโต้ตอบที่ตรงจุด และตรงประเด็นมากขึ้น อย่างไรก็ตาม Chatbot ยังมีข้อจำกัดอยู่บางประการ เช่น ไม่สามารถประมวณผลหลายเรื่องในคราวเดียวกันได้เช่นเดียวกับมนุษย์

**3. เทคโนโลยีสร้างภาพจำลองเสมือนจริงและการผนวกโลกเสมือนเข้ากับความเป็นจริง**

Virtual Reality Technology หรือ VR เป็นเทคโนโลยีที่จำลองโลกเสมือนจริง โดยแสดงผลผ่านอุปกรณ์ที่มีตัวตรวจจับทิศทางและการเคลื่อนไหว และสามารถสร้างเรื่องราวและสถานการณ์เสมือนที่ดูสมจริงขึ้นมาได้ ผ่านการปรับมุมมองไปตามข้อมูลการเคลื่อนไหวที่ตรวจจับผ่าน sensor

ส่วน Augmented Reality หรือ AR เป็นเทคโนโลยีที่ใกล้เคียงกับ VR แต่ต่างกันที่เป็นการใช้ประโยชน์จากกล้องหรือหน่วยจับภาพของอุปกรณ์เพื่อแสดงผลบนจอภาพให้ล้อไปกับภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว รวมถึงตำแหน่งของผู้ใช้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

**4. ระบบเครือข่ายที่เชื่อมต่อกันแบบกระจายตัว**

เป็นเทคโนโลยีที่ใกล้เคียงกับระบบ Cloud ในอดีต แตกต่างกันที่เจ้าของระบบไม่ได้มีเฉพาะผู้ประกอบการหรือให้บริการโครงข่ายหรือบริการเก็บข้อมูลเท่านั้น หากแต่ยังรวมผู้ใช้ทั่วไป โดยให้ทุกหน่วยข้อมูลเชื่อมต่อกันแบบเข้ารหัส สำหรับตัวอย่างที่ชัดเจนคือเทคโนโลยี Blockchain ซึ่งถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการออกสกุลเงินดิจิทัล หรือ Cryptocurrency

### 1.8.3 ภาวะการแข่งขัน

บริษัทมุ่งเน้นในการเป็นผู้นำด้านการจำหน่ายสินค้าไอทีผ่านช่องทางแบบค้าปลีก กล่าวคือเน้น จำหน่ายสินค้าที่คัดสรรมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคทุกกลุ่ม และมีความหลายหลายของสินค้า ทันกระแสและสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในขั้นสุดท้าย (End-User) โดยตรง ดังนั้นคู่แข่งของบริษัทคือผู้ประกอบการค้าปลีกที่มีการจำหน่ายสินค้าไอทีประเภทเดียวกัน 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 แอดไวซ์โฮลดิ้งส์ กรุ๊ป จำกัด | Advice |
| บริษัท เซ็นทรัลรีเทลคอร์ปอเรชั่น 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 เซลลูล่าร์เวิลด์ จำกัด | TG FONE |

ที่มา: ข้อมูลของบริษัท และการประมาณการจากการเก็บข้อมูลของบริษัท

(2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple

สำหรับร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple นั้น ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อให้ได้รับสิทธิในการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการจึงจะสามารถดำเนินงานได้ ส่งผลให้มีจำนวนคู่แข่งที่น้อยรายกว่าร้านจำหน่ายสินค้าไอทีทั่วไป นอกจากนี้ลักษณะการตกแต่งร้าน การจัดวางสินค้าภายในร้าน โปรโมชั่นและราคาขายสินค้าจะถูกควบคุมจาก Apple ทั้งหมด ดังนั้นจุดสำคัญของการแข่งขันจึงอยู่ที่ทำเลที่ตั้งของร้านว่าอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมหรือไม่ อีกทั้งนโยบายของ Apple จะไม่อนุญาตให้มีร้าน Apple ประเภทเดียวกันอยู่ภายในศูนย์การค้าเดียวกัน ส่งผลให้การมีสาขาในบริเวณที่ทำเลดีและเปิดดำเนินการมาก่อนเป็นข้อได้เปรียบอย่างยิ่ง โดยในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ที่มีจำนวนสาขามากที่สุดและครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดมากที่สุดในประเทศไทย โดยนอกจากบริษัทแล้ว มีบริษัทอื่นๆ ที่ให้บริการด้านสินค้าและบริการที่ใกล้เคียงกันกับบริษัทดังนี้

| บริษัท |
|---|
| บริษัท คอปเปอร์ไวร์ จำกัด |
| บริษัท เอสพีวีไอ จำกัด (มหาชน) |
| บริษัท ยูฟิคอน จำกัด |
| บริษัท กราฟฟิก แสกน จำกัด |

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

| บริษัท |
|---|
| บริษัท เอสพีวีไอ จำกัด(มหาชน) |
| บริษัท คอปเปอร์ไวร์ จำกัด |
| บริษัท แมคอินทอชเซ็นเตอร์ จำกัด |
| บริษัท ยูฟิคอน จำกัด |
| บริษัท ยูนิตี้โพรเกรส จำกัด |
| บริษัท ภูเก็ตอัลฟ่าเอนจิเนียริ่ง จำกัด |

**1.8.4 กลยุทธ์การแข่งขัน**

ธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทไอทีเป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรขั้นต้นค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทอื่น ส่งผลให้การบริหารจัดการต้นทุนคงที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนด้านพนักงาน ต้นทุนด้านการขยายสาขา ต้นทุนทางการเงิน ล้วนแล้วแต่มีผลต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ดังนั้นผู้ประกอบการที่มียอดขายที่สูง หรือมีเงินทุนมากกว่า จะได้เปรียบผู้ประกอบรายย่อยค่อนข้างมาก นอกจากบริษัทจะมีนโยบายในการควบคุมต้นทุนต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว บริษัทยังมีการกำหนดกลยุทธ์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทไอทีโดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ทำเลที่ตั้งของสาขา

ทำเลนับเป็นเรื่องสำคัญอันดับต้นของธุรกิจ การที่บริษัทอยู่ในธุรกิจค้าปลีกมานานกว่า 19 ปี จึงได้สะสมประสบการณ์ในการคัดเลือกทำเลที่มีศักยภาพและในปัจจุบัน จากการที่บริษัทเป็นผู้ค้าปลีกสินค้าไอทีที่มีจำนวนสาขามากที่สุดในประเทศ ส่งผลให้หน้าร้านของบริษัทสามารถกระจายครอบคลุมพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงไว้ได้ล่วงหน้าก่อนคู่แข่ง นอกจากนี้บริษัทก็ยังมีแผนการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อยึดทำเลที่มีโอกาสเติบโตสูงในอนาคต โดยมีการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับเจ้าของพื้นที่ซึ่งเป็นผู้พัฒนาศูนย์การค้าชั้นนำทั่วประเทศ การที่ร้านค้าของบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลให้เจ้าของพื้นที่ศูนย์การค้าไว้วางใจและต้องการให้บริษัทเข้าไปเปิดหน้าร้าน ดังนั้นเมื่อเจ้าของพื้นที่มีการวางแผนขยายพื้นที่ หรือขยายศูนย์การค้าเพิ่มเติม ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เจ้าของพื้นที่จะเข้ามาร่วมหารือ ชักชวน พร้อมทั้งให้บริษัทเป็นผู้เลือกทำเลในศูนย์การค้าเป็นกลุ่มต้นๆ โดยบริษัทจะเลือกทำเลที่ดีที่สุดในศูนย์การค้านั้นๆ เช่น บริเวณที่มีคนเดินผ่านมากที่สุด อยู่หน้าบันไดเลื่อน หรืออยู่ชั้นที่มีคนเดินมาก เป็นต้น

(2) ความหลากหลายของสินค้า

บริษัทมีกลยุทธ์ในการบริการด้วยสินค้าหลากหลายรุ่น หลากหลายแบรนด์ และหลากหลายประเภท โดยมีราคาขายตั้งแต่หลักร้อยบาท จนถึงหลักแสนบาท ปัจจุบันสินค้าที่บริษัทจำหน่ายครอบคลุมตั้งแต่สินค้าแล็บท็อป 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 ในประเทศ และจากช่องทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงมีมาตรการในการคัดเลือกสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้สินค้าที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอในการจำหน่ายอยู่เสมอ

(3) การบริการที่มีคุณภาพและครบวงจร

บริษัทมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพด้วยความทุ่มเทและความตั้งใจเพื่อสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในช่องทางการจำหน่ายต่างๆ โดยการบริการหลักของบริษัทประกอบด้วย

- การบริการลูกค้า : บริษัทเน้นคุณภาพของบุคลากรเพื่อให้บริการที่ดีเลิศแก่ลูกค้าทุกราย พนักงานงานขายของบริษัทสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการเลือกซื้อและแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับการใช้งาน นอกจากนี้บริษัทมีบริการด้านการชำระเงินในรูปแบบการโอนเงินผ่านธนาคารสำหรับลูกค้าทั่วประเทศ
- การรับประกันสินค้าและบริการหลังการขาย : สินค้าของบริษัทและบริษัทย่อยมีการรับประกันตัวสินค้าทุกชิ้น รองรับการเปลี่ยนและซ่อมสินค้าจากผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าชั้นนำ ลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้ที่ช่องทางการจำหน่ายทุกสาขาทั่วประเทศ ภายใต้เงื่อนไขของการให้บริการ
- การจัดส่งสินค้า : บริษัทมีทางเลือกมากมายในการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัย อาทิ เช่น บริการจัดส่งทั่วประเทศผ่านบริษัทขนส่งเอกชนชั้นนำ ซึ่งเป็นที่น่าเชื่อถือด้านการขนส่งที่ระมัดระวัง ปลอดภัย และรวดเร็ว หรือไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (“EMS”)
- ระบบการสั่งซื้อออนไลน์ที่ทันสมัยและปลอดภัย : บริษัทได้ลงทุนด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าสามารถค้นหาสินค้า เลือกดูรายละเอียดของสินค้าและได้รับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า และเพื่อรับประกันความปลอดภัยในการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ บริษัทใช้ SSL (Secure Socket Layer) ตลอดทุกขั้นตอนของการสั่งสินค้าเพื่อป้องกันการละเมิดใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงระบบการชำระเงินที่สะดวกสบาย ทั้งการเก็บเงินปลายทาง การชำระผ่านบัตรเครดิต และการชำระผ่านเคาน์เตอร์บริการ ครอบคลุมทุกรูปแบบ

(4) การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า

บริษัทให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า โดยตลอดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา บริษัทมีคู่ค้าในส่วนของผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Supplier) กว่า 200 ราย ซึ่งบริษัทได้รับความร่วมมือและได้รับการสนับสนุนที่ดี ทั้งในด้านสินค้าที่หลากหลาย และการบริการต่างๆ จากผู้จัดจำหน่ายสินค้า นอกจากนี้ บริษัทดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าเหมือนมิตรมากกว่าการเป็นคู่ค้า ร่วมกันทำตลาด ส่งผลประโยชน์ไปจนถึงลูกค้าปลายทางร่วมกัน โดยหากบริษัทขายของได้ คู่ค้าก็ขายของได้อีกรอบ (Repeat Order) และบริษัทมีนโยบายไม่เอาเปรียบคู่ค้า ค้าขายแบบตรงไปตรงมา และการชำระเงินตรงตามกำหนดเวลาทุกครั้ง ทำให้เมื่อคู่ค้าทั่วโลกมีสินค้าที่ต้องการจะทำตลาดในประเทศไทย ก็จะเข้ามาปรึกษากับบริษัทเป็นอันดับแรกๆ และเมื่อคู่ค้ามีสินค้าใหม่ เทคโนโลยีใหม่ ก็จะทำการจัดส่งสินค้าเหล่านั้นให้บริษัทเป็นผู้จำหน่ายเป็นอันดับแรกๆ ส่งผลให้บริษัทมีสินค้าที่ทันสมัย ทันต่อเทคโนโลยีตลอดเวลาสำหรับจำหน่ายที่หน้าร้านค้าของบริษัท

(5) การสร้างฐานข้อมูลลูกค้าและการบริการหลังการขาย

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

(6) การใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

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

- การใช้สื่อผ่าน Facebook, Twitter, Website และสื่อ Magazine BaNANA ที่บริษัทจัดทำเพื่อแจกลูกค้าฟรีที่หน้าร้านของบริษัททุกสาขา และมีการทำกิจกรรม Two-Way Communication เล่นเกมส์ ชิงรางวัล 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 เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและความประทับใจในการได้รับบริการ ตั้งแต่การปรึกษาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า รวมไปถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าและชำระเงิน โดยบริษัทมีทีมงานมืออาชีพที่ผ่านการฝึกอบรมทุกคนและกระจายอยู่ทุกสาขา เพื่อคอยให้บริการลูกค้าทั่วประเทศ และบริษัทยังมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถสร้างทีมพนักงานขายใหม่ เพื่อบรรจุเข้าสู่สาขาใหม่ที่มีการขยายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและทดแทนพนักงานเก่าที่อาจมีการลาออกได้อย่างทันกาล ซึ่งโดยปกติพนักงานใหม่ต้องได้รับการฝึกอบรมจากบริษัทเป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ ก่อนการปฏิบัติงานจริง ซึ่งทำให้มั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับการบริการที่ดีและข้อมูลที่แม่นยำที่สุด

**1.9 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

เนื่องจากบริษัทและบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจหลักในการนำเข้าและค้าปลีกสินค้าไอที ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

**1.10 งานที่ยังไม่ส่งมอบ**

- ไม่มี -

**(2) บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด**

**2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ**

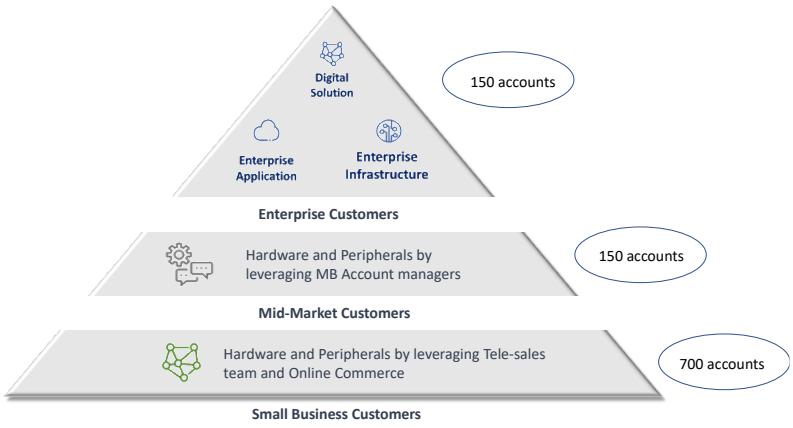
บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด (ชื่อเดิมคือ บริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด) ประกอบธุรกิจให้บริการวางแผน และจัดจำหน่ายสินค้าไอที วางระบบ ระบบเครือข่าย โปรแกรม การบริการและโซลูชั่นเพื่อธุรกิจ มีกลุ่มเป้าหมาย คือลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง ไปจนถึงขนาดใหญ่ โดยสามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร

**2.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ**

1) ขายตรงไปถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

**2.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มลูกค้าของโนวัส แบ่งออกเป็นกลุ่มหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้าธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และองค์กรขนาดใหญ่ โดยปัจจุบันมีฐานลูกค้าทั้งกลุ่มลูกค้า Banana Business เดิม และกลุ่มลูกค้าองค์กรใหม่




**2.4 นโยบายการกำหนดราคา**

มีการจำหน่ายสินค้าและให้บริการในอัตราที่ใกล้เคียงกับราคามาตราฐานทั่วไปในอุตสาหกรรม

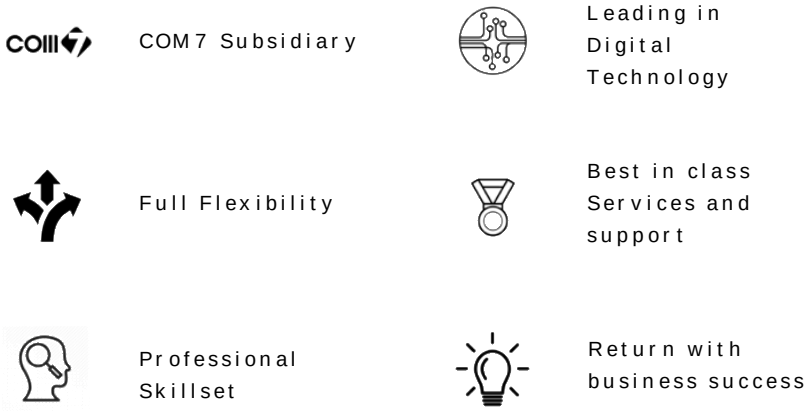
**2.5 สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน**

**<u>สภาวะอุตสาหกรรม</u>**

การแข่งขันในตลาด ลูกค้าองค์กรในปัจจุบันซึ่งมีความต้องการในการใช้ Digital technology อย่างมาก

**กลยุทธ์การแข่งขัน**

ด้วยการที่โนวัสเป็นบริษัทในเครือ COM7 ทำให้มีการกำหนดสินค้า รวมถึงค่าบริการในอัตราที่แข่งขันได้ อีกทั้งยังตอบโจทย์ในด้านของการเป็นผู้นำการให้บริการออกแบบ แนะนำ ติดตั้ง รวมถึงการดูแลหลังการขาย ด้วยทีมงานมืออาชีพที่มีความพร้อมและประสบการณ์ในการออกแบบระบบเพื่อองค์กรโดยตรง




**2.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทสามารถหาสินค้าจาก COM7 หรือผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือตัวแทนจำหน่ายอื่น รวมถึงการจัดหาจากผู้ถือสิทธิในผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยบริษัทจะพิจารณาและเสนอให้ลูกค้าตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลและความพร้อมที่ถูกต้องครบถ้วน ทันต่อเวลาและความต้องการ

**2.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

ธุรกิจของบริษัทเป็นการจัดจำหน่ายและให้บริการด้านไอทีแก่ลูกค้าองค์กร จึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

**2.8 งานที่ยังไม่ส่งมอบ**

- ไม่มี -

**(3) บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด (บานาน่ากรุ๊ป)**

**3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ**

บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด (บานาน่ากรุ๊ป) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์แล็บท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) โดยมีเว็บไซต์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้เว็บไซต์ www.bananastore.com มีรูปแบบการขายแบบ แพลทฟอร์มการขาย (Sale Platform) และตัวแทนจำหน่ายสินค้า (Agent) โดยกำหนดให้ผู้จัดจำหน่าย (Seller) หรือผู้ขาย (Supplier) ทำการส่งข้อมูลสินค้าพร้อมราคาจำหน่าย นำเสนอต่อผู้เข้าชมเว็ปไซต์ ผ่านระบบการเชื่อมต่อสินค้าโดยตรงกับระบบเว็บไซต์ รวมทั้งการดำเนินการจัดซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้จัดจำหน่าย เพื่อการขายสินค้าโดยตรงผ่านเว็ปไซต์ที่เปิดให้บริการโดยมีระบบการรับชำระค่าสินค้าครบตามรูปแบบการชำระค่าสินค้า ทั้งในรูปแบบบัตรเครดิต การเก็บเงินปลายทาง ชำระเงินสดผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร เอทีเอ็ม โมบายแบงค์กิ้ง และระบบซื้อสินค้าเงินผ่อน

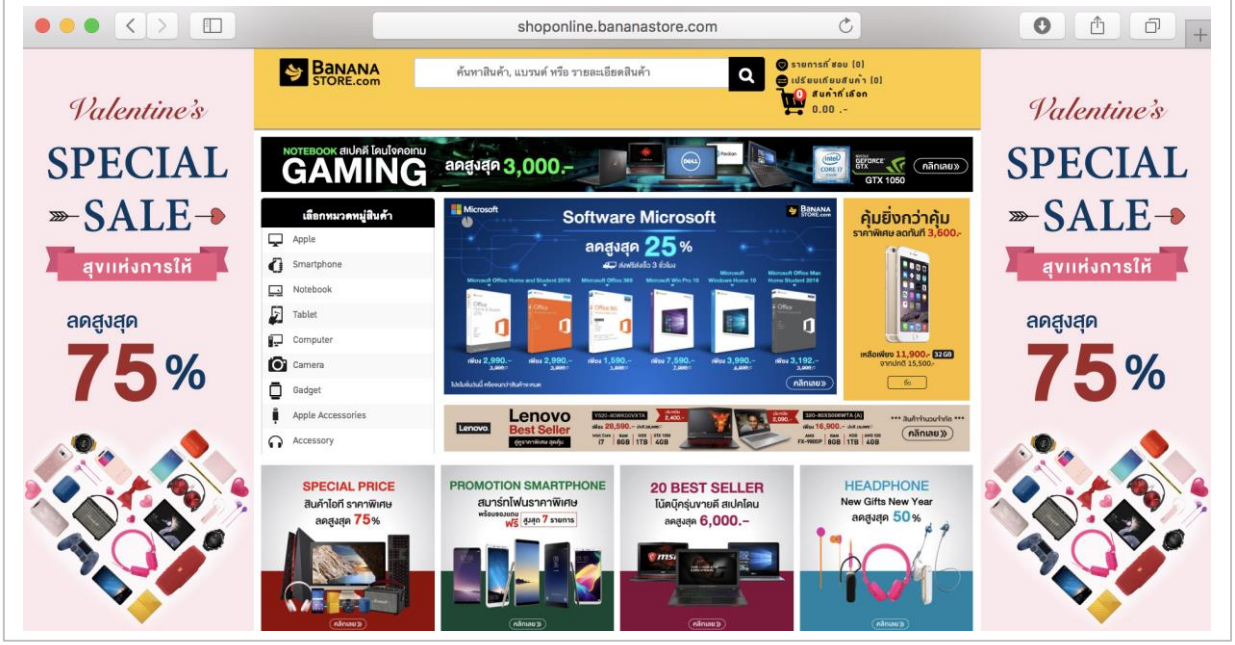
บริษัทฯ มีการจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าโดยตรงผ่านบริษัทขนส่งเอกชน ได้แก่ บริษัท เคอร์รี่ เอ็กเพรส (ประเทศไทย) จำกัด ที่ให้บริการจัดส่งด่วนในวันรุ่งขึ้น (Next Day Service) และให้บริการส่งสินค้าด่วนภายใน 3 ชั่วโมง ในเขตจังหวัดกรุงเทพฯ และพื้นที่ให้บริการโดยบริษัท ลาล่ามูฟ ประเทศไทย และ บริษัท บริษัท สกู๊ตตาร์ บียอนด์ จำกัด เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้ารวดเร็ว ตอบสนองความต้องการของลูกค้าสูงสุด

**3.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ**

ช่องทางหลักของบานาน่ากรุ๊ป คือการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางเว็ปไซต์ช้อปปิ้งออนไลน์ www.bananastore.com ในลักษณะตัวแทนขายสินค้า ซึ่งมีราคาสินค้าที่จัดจำหน่าย ระหว่าง 399 – 100,000 บาท โดยมีกลุ่มสินค้าที่มีการจัดจำหน่ายดังนี้

- สินค้าสมาร์ทโฟน (Smartphone)
- สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)
- สินค้าโน๊ตบุ๊ค (Notebook)
- สินค้าแอปเปิ้ล (Apple)
- สินค้าคอมพิวเตอร์ (Computer)
- สินค้าอุปกรณ์เสริม (Accessories)
- สินค้ากล้องและอุปกรณ์ (Camera & Accessories)

รูปภาพบานาน่าสโตร์ดอทคอม URL: www.bananastore.com




**3.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มลูกค้าของบานาน่ากรุ๊ป แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักดังนี้

**(1) กลุ่มลูกค้าขายปลีก/ลูกค้ารายย่อยทั่วไป**

ลูกค้าที่มีการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ ที่เป็นแบบสมัครสมาชิกของเว็บไซต์ และแบบที่ไม่สมัครสมาชิกที่อาศัยอยู่ในประเทศ และต่างประเทศที่มีการเข้าใช้งานระบบ Internet โดยใช้เบราเซอร์ (Browser) เข้าถึงข้อมูลที่ URL www.bananastore.com

**(2) กลุ่มลูกค้านิติบุคคล**

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

ปัจจุบันฐานลูกค้าที่เข้ามาสั่งซื้อสินค้าบนเว็บไซต์เป็นฐานลูกค้าปลีกและกลุ่มลูกค้านิติบุคคลจากการจัดส่งรายการสินค้า และการจัดเก็บข้อมูลจากรายชื่อสมาชิกที่มีการสั่งซื้อสินค้า โดยกลุ่มลูกค้าขายปลีกคิดเป็นร้อยละ 90 และกลุ่มลูกค้านิติบุคคลร้อยละ 10 โดยบริษัทได้มุ่งแผนงานในการทำการตลาดไปยัง 2 กลุ่มลูกค้าสำคัญ โดยใช้การสื่อสารการตลาด รวมกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ เพื่อนำเสนอสินค้าของเว็บไซต์บานาน่าสโตร์ ส่งตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เพื่อสร้างกระแสการรับรู้และการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ เพื่อคาดหวังให้เกิดการซื้อสินค้าจากกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

**3.4 นโยบายในการกำหนดราคา**

บานาน่ากรุ๊ปมีการร่วมกำหนดราคาขายปลีกสินค้า (SRP: Suggested Retail Price) กับผู้จัดจำหน่าย หรือผู้ขายที่นำสินค้ามาขายบนเว็บไซต์ ภายใต้นโยบายความสามารถทางการแข่งขัน (Price Competitiveness) เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าชนิดหรือประเภทเดียวกัน ที่มีการจัดจำหน่ายอยู่บนช่องทางของคู่แข่ง ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้สมาชิกของเว็บไซต์ สามารถเลือกซื้อสินค้าและมีการตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว

**3.5 สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน**

**สภาวะอุตสาหกรรม**

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 ทำให้เกิดการใช้งานอินเทอร์เน็ตในวงกว้าง ส่งผลในการขยายตัวของผู้บริโภคและการซื้อขายในธุรกิจ E-Commerce ในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยผลการสำรวจมูลค่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(e-Commerce) ในประเทศไทย ปี 2560 มีการเติบโตต่อเนื่องจากปีที่แล้วร้อยละ 14 ซึ่งนำโดยอุตสาหกรรมค้าปลีก-ค้าส่ง บริการที่พักและการผลิต โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ETDA คาดการณ์ไว้ว่า ปี 2560 กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย อาจมีมูลค่าสูงถึง 2.8 ล้านล้านบาท

ในส่วนของมูลค่า E-Commerce แบบ B2G มาจาก 2 ส่วนคือ 1. จากการจัดซื้อจัดจ้าง โดยวิธีการประมูลงานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของภาครัฐ (e-Auction) 2. จากผู้ประกอบการทำธุรกิจ E-Commerce กับหน่วยงานภาครัฐไม่ผ่าน e-Auction

หากแบ่งมูลค่า E-Commerce ปี 2560 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 หมวดอุตสาหกรรมการผลิต 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 และบริการชำกระเงินออนไลน์ 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%)

ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ณ วันที่ 28 มกราคม 2561

**สภาวะการแข่งขัน**

บริษัทมุ่งเน้นการเป็นผู้ดำเนินการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็คทรอนิกส์ (E-Commerce) อย่างมีประสิทธิภาพและมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้มีผลประกอบการที่ดีและก้าวสู่ความเป็นผู้นำ ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าในปัจจุบัน มีบริษัทที่ดำเนินธุรกิจในประเทศ แบ่งแยกตามรูปแบบของเว็บไซต์ (Website Platform) และรูปแบบทางธุรกิจการจัดจำหน่าย จำนวนหลายบริษัท โดยคู่แข่งปัจจุบันของบริษัทมีดังนี้

1) บริษัทจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ ไอที สมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริม แอปเปิ้ล โน๊ตบุ๊ค แท็บเล็ต

| บริษัท | ชื่อเว็บไซต์ |
|---|---|
| บริษัท เจ ไอ บี คอมพิวเตอร์ กรุ๊ป 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 โน๊ตบุ๊ค และสินค้าทั่วไปในรูปแบบห้างสรรพสินค้าออนไลน์

| บริษัท | ชื่อเว็บไซต์ |
|---|---|
| บริษัท อีเลฟเว่น สตรีท (ประเทศไทย) จำกัด | www.11street.co.th |
| บริษัท ลาซาด้าประเทศไทย จำกัด | www.lazada.co.th |
| บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอรเรท จำกัด | www.topvalue.co.th |
| บริษัท เอเชี่ยน สตาร์ เทรดดิ้ง จำกัด | www.tohome.com |
| บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) | www.central.com |

**กลยุทธ์การแข่งขัน**

1) ความหลากหลายของสินค้า

บานาน่ากรุ๊ปมีกลยุทธ์ในการนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้าที่เข้าชมเว็บไซต์ โดยมีความหลากหลายของสินค้า ทั้งในส่วนของสินค้าประเภทอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ไอที สมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริม ผลิตภัณฑ์แอปเปิ้ล โน๊ตบุ๊ค แก็ดเจ็ต กล้อง ที่มีมากกว่า 3,000 รายการ ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายที่มีสินค้าครบและมากที่สุด เมื่อเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2) การรับสินค้าได้ที่ร้านสาขา บานาน่า และ สตูดิโอ 7 ทั่วประเทศไทย

บานาน่ากรุ๊ปกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า โดยการซื้อสินค้าที่เว็บไซต์ พร้อมชำระเงินเสร็จสิ้น โดยลูกค้าสามารถเลือกสาขาร้าน บานาน่า หรือ ร้านสตูดิโอ 7 ใกล้บ้าน เพื่อเข้าไปรับสินค้าพร้อมรับการให้บริการเพิ่มเติม ทั้งการแนะนำการใช้งานสินค้า และการตรวจสอบสินค้าจากพนักงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ และเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป

3) การให้บริการหลังการขายและการรับประกันสินค้า

บานาน่ากรุ๊ปมุ่งเน้นการให้บริการหลังการขายเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ โดยลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการซ่อมสินค้าได้ที่ร้านในเครือบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ทุกสาขาทั่วประเทศ รวมทั้งสามารถเข้ารับบริการขอคำปรึกษา แนะนำการใช้งานได้กับพนักงานได้ทุกที่ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ากล้าที่จะตัดสินใจซื้อผ่านสินค้าผ่านเว็บไซต์ของ 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 ซึ่งบานาน่ากรุ๊ปจะร่วมดำเนินงานในการบริหารจำนวนสินค้า และการร่วมกำหนดราคาขาย เพื่อให้สินค้ามีเพียงพอต่อการจำหน่าย เป็นการป้องกันการเกิดสภาวะสินค้าขาด

**(2) บริการขนส่ง**

บานาน่ากรุ๊ปมีการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งสินค้า โดยใช้มาตรฐานการดำเนินงานที่สามารถรองรับการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าที่มีการสั่งซื้อได้ทั่วประเทศ โดยมีระยะเวลาการจัดส่งไม่เกิน 2 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 ซอฟท์แวร์ จำกัด**

**4.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ**

บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด (ไอเทค) ดำเนินการเขียนและขายโปรแกรมให้แก่บริษัทต่าง ๆ ในการช่วยดำเนินธุรกิจของกลุ่มลูกค้า ซึ่งมีราคาตั้งแต่ 15,000 ถึง 1,000,000 บาทขึ้นไป โดยมีสินค้าและบริการ 2 รายการดังนี้

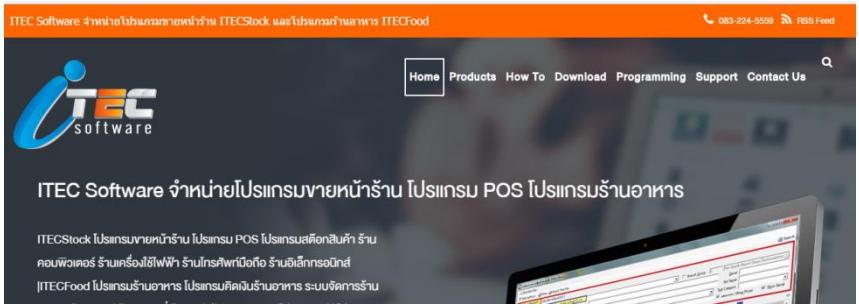
1) โปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ โปรแกรมสำเร็จรูปบริหารสต๊อกและขายหน้าร้าน และโปรแกรมร้านอาหาร
2) เขียนโปรแกรมตามความต้องการของลูกค้า (Customize)

**4.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ**

ไอเทคมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการบริการหลักดังนี้

1) การแนะนำต่อของกลุ่มลูกค้า
2) ผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของไอเทค URL: www.itecsoftware.co.th
3) ผ่านทางหน้าร้าน Banana ทุกสาขาทั่วประเทศ

รูปภาพเว็บไซต์ URL: www.itecsoftware.co.th




**4.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มลูกค้าของไอเทคแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1) บริษัทค้าปลีก
2) กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก

**4.4 นโยบายในการกำหนดราคา**

ไอเทคมีการกำหนดราคาตามต้นทุนของการบริการ รวมทั้งราคาโดยทั่วไปของตลาด ซึ่งโดยปกติจะมีอัตราราคาขั้นต่ำแต่ละเนื้องาน แบ่งเป็นขนาด เล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ เพื่อให้เกิดการแข่งขันได้

**4.5 สภาวะอุตสาหกรรมการแข่งขัน**

**สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน**

ภาพรวมตลาดซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ในประเทศไทยไม่รวมเกมและแอนิเมชั่นสำหรับปี 2560 และ 2561 มีแนวโน้มหดตัวลดลงราวร้อยละ 4-5 หรือมีมูลค่าการผลิตในประเทศราว 47,623 - 48,124 ล้านบาท แต่ยังมีปัจจัยบวกจากการตื่นตัวของกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก เช่น เทคสตาร์ทอัพ นโยบายภาครัฐทั้งไทยแลนด์ 4.0 ดิจิทัลพาร์ค และพร้อมเพย์ กระตุ้นให้มีการใช้งานไอทีมากขึ้น ทั้งจะมีธุรกิจที่ใช้ซอฟต์แวร์มาให้บริการมากขึ้น

**กลยุทธ์การแข่งขัน**

1) การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และหน้าร้าน

ไอเทคได้ดำเนินการใช้สื่อออนไลน์ในการแนะนำสินค้าและการบริการให้แก่ลูกค้า ได้แก่ ผ่านทางเฟสบุ๊ค ผ่านทางเว็บไซต์ ประกอบกับไอเทคเป็นบริษัทย่อยของบริษัทจึงสามารถดำเนินการผ่านหน้าร้าน BaNANA ที่มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศเป็นช่องทางแนะนำการบริการและสินค้าของไอเทคให้แก่ลูกค้า รวมทั้งการบริการหลังการขาย

2) คุณภาพเนื้องานและการตรงต่อเวลา

ไอเทคเน้นย้ำถึงคุณภาพของเนื้องานให้แก่ลูกค้า โดยยึดถือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักและการส่งมอบเนื้องานที่ตรงต่อเวลา โดยที่ผ่านมาได้รับความเชื่อมั่นจากกลุ่มลูกค้าจนเกิดการบอกต่อของกลุ่มลูกค้า

**4.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ไอเทคเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายโปรแกรมสำเร็จรูปตามความต้องการของลูกค้า จึงมีต้นทุนเป็นบุคคลากร และค่าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งได้รับการจัดหาจากบริษัท

**4.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

เนื่องจากไอเทคจำหน่ายสินค้าซอฟท์แวร์ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

**4.8 งานที่ยังไม่ส่งมอบ**

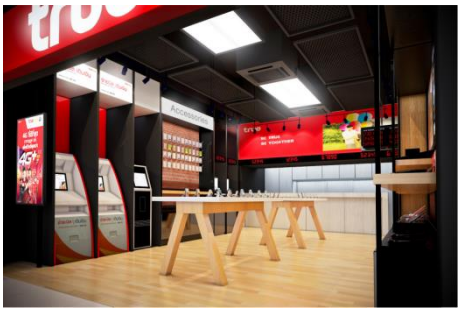
- ไม่มี -

**(5) บริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด (ดับเบิ้ลเซเว่น)**

**5.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ**

ดับเบิ้ลเซเว่นเป็นตัวแทนบริหารสาขา TRUE Shop ภายใต้ชื่อ “TRUE by Comseven” ในส่วนของห้างสรรพสินค้า Big C และ Tesco Lotus ซึ่งมีเนื้อที่ของสาขาโดยประมาณ 60 - 150 ตรม.โดยได้รับสิทธิการบริหารจัดการทั้งสิ้น 166 สาขา ในระยะเวลา 3 ปี ดับเบิ้ลเซเว่นได้เริ่มดำเนินการบริหารจัดการ TRUE by Comseven ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2559 และได้สิทธิในการต่อสัญญาจากบริษัท ทรูดิสทริบิวชั่น แอนด์ เซลส์ จำกัด (TDS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TRUE) จากการเป็นพันธมิตรทางการค้าร่วมกัน โดยสามารถทำธุรกรรมทุกอย่างได้เหมือนกับ TRUE Shop ที่ TDS บริหารเอง โดยดับเบิ้ลเซเว่นจะมีรายได้จากการเก็บค่า Commission ในรายการต่างๆ อาทิเช่น ค่าตอบแทน SIM ค่าขายสินค้าในร้าน TRUE by Comseven ค่าบริการหลังการขายและชำระบิล เป็นต้น

รูปภาพร้าน TRUE by Comseven



**5.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ**

ดับเบิ้ลเซเว่นได้รับสิทธิในการบริหารผ่านช่องทางร้านค้าปลีก (TRUE by Comseven) จำนวนทั้งสิ้น 166 สาขา ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 68 สาขา

**5.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

กลุ่มลูกค้าของดับเบิ้ลเซเว่น แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักดังนี้

**(1) กลุ่มลูกค้าขายปลีก/ลูกค้ารายย่อยทั่วไป**

ลูกค้าหน้าร้านทั่วไป ได้แก่ลูกค้าขายปลีกทั่วไปที่เดินมาซื้อของตามห้างสรรพสินค้า

**(2) กลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นลูกค้า TRUE เดิม**

ลูกค้าซึ่งเป็นลูกค้า TRUE เดิมมาชำระค่าบิลหรือใช้บริการหลังการขาย

**5.4 นโยบายในการกำหนดราคา**

นโยบายการกำหนดราคาสินค้าเป็นไปตามนโยบายของ TDS

**5.5 สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน**

**สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน**

ปัจจุบันสามารถแบ่งตามสินค้าและบริการได้ดังนี้

**(1) ผลิตภัณฑ์กลุ่ม SIM**

เป็นไปตามการแข่งขันในกลุ่มสื่อสารซึ่งปัจจุบัน TRUE มีความได้เปรียบจากการได้รับสัมปทานคลื่นความถี่ที่มากกกว่าคู่แข่ง

**(2) ผลิตภัณฑ์กลุ่มสินค้าไอที**

สภาพตลาดเป็นไปตามการแข่งขันเช่นเดียวกับบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) สภาวะการแข่งขันตามข้อมูลการตลาดและการแข่งขัน

**(3) บริการชำระบิลและบริการหลังการขาย**

- ในส่วนของการชำระบิลมีคู่แข่งที่สำคัญดังนี้ เช่น ตู้ ATM ร้านสะดวกซื้อ ชำระผ่านอินเทอร์เนต และการตัดบัญชีผ่านธนาคารอัตโนมัติ
- ในส่วนบริการหลังการขาย ดับเบิ้ลเซเว่นได้ประโยชน์จากการที่ลูกค้า TRUE ขยายเพิ่มมากขึ้น และโดยเฉพาะบางจังหวัด ได้เปรียบในแง่ของพื้นที่สาขาที่มีเฉพาะดับเบิ้ลเซเว่นบริหารจัดการอยู่

**กลยุทธ์การแข่งขัน**

ดำเนินกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องตามนโยบายของ TDS โดยดับเบิ้ลเซเว่นจะเข้ามาบริหารประสิทธิภาพในการบริการและเพิ่มความสามารถในการขายสินค้าใน TRUE by Comseven โดยมีกลยุทธ์ดังนี้

1) ปรับการวางสินค้าโชว์หน้าร้านให้มีความหลากหลายมากขึ้น
2) เพิ่มความรู้และทักษะการขายให้พนักงาน
3) จัดการสินค้าให้เพียงพอต่อการขาย

**5.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของดับเบิ้ลเซเว่นเป็นไปตามนโยบายบริหารการจัดการของ TDS โดยที่ดับเบิ้ลเซเว่นไม่ต้องมีคลังสินค้าเนื่องจากไม่มีการเก็บสินค้าเอง ซึ่งดับเบิ้ลเซเว่นจะคอยบริหารจำนวนสินค้าและจำหน่ายให้แก่ลูกค้าหน้าร้านโดยไม่ต้องรับความเสี่ยงจากสินค้าด้อยค่าหรือล้าสมัย เนื่องจากสินค้าทั้งหมดที่อยู่หน้าร้านเป็นของ TDS

**5.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

เนื่องจากดับเบิ้ลเซเว่นดำเนินการบริหารจัดการ TRUE by Comseven ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

**5.8 งานที่ยังไม่ส่งมอบ**

- ไม่มี -

## 3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงอย่างยั่งยืน และสนับสนุนให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่นำไปสู่การสร้างสรรค์มูลค่าให้แก่องค์กร ด้วยการบริหารปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่มีผลกะทบต่อการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่องค์กรสามารถควบคุมและอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยใช้กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมในการหลีกเลี่ยง ถ่ายโอน ควบคุม หรือยอมรับความเสี่ยง ทั้งนี้ ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

**<u>ความเสี่ยงเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ</u>**

**1. ความเสี่ยงจากความล้าสมัยของสินค้าคงคลัง**

เนื่องด้วยธุรกิจหลักของบริษัท คือ การค้าปลีกสินค้าประเภทไอที บริษัทต้องมีการจัดเก็บสินค้าคงคลังให้มีจำนวนเพียงพอเพื่อจำหน่ายในแต่ละร้านของบริษัท แต่สินค้าไอทีเป็นสินค้าที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อาจเกิดความเสี่ยงจากการที่สินค้าคงคลังของบริษัทเกิดความล้าสมัย ส่งผลให้มีต้นทุนในการบริหารสูงขึ้น และอาจต้องมีการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยหรือด้อยค่าที่อาจทำให้มีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้นำระบบ ITEC Stock ซึ่งเป็นระบบที่สามารถช่วยบริหารจัดการงานขายสินค้าและบริหารจัดการสินค้าคงคลังสาขา โดยระบบสามารถวิเคราะห์ข้อมูลการขายสินค้าและความต้องการของผู้บริโภคของแต่ละสาขา รวมทั้งสามารถตรวจสอบจำนวนสินค้าคงเหลือของแต่ละสาขา ทำให้บริษัททราบความเคลื่อนไหวของสินค้าและสามารถวางแผนและกำหนดปริมาณการสำรองสินค้าในแต่ละสาขาได้ ตลอดจนบริษัทมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและรายการส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขายและระบายสินค้าที่มีอยู่ก่อนที่สินค้าดังกล่าวจะเสื่อมความนิยม อีกทั้งบริษัทได้รับเงื่อนไขพิเศษจากตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตรายใหญ่สำหรับสินค้าบางรุ่น เช่น การให้ส่วนลดพิเศษ การเปลี่ยนคืนสินค้ารุ่นที่ล้าสมัยเพื่อแลกกับสินค้ารุ่นใหม่ 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 ภายใต้สัญญาการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า รวมถึงการให้บริการหลังการขายซึ่งเป็นสัญญาปีต่อปี หากสัญญาระหว่างบริษัทและ Apple SA สิ้นสุดลงโดยไม่ได้รับการต่อสัญญาหรือบริษัทถูกยกเลิกสัญญา ก็จะส่งผลให้บริษัทไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าโดยตรงจาก Apple SA ได้ รวมถึงอาจจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์ของ Apple โดยตรง เช่น Studio7 ได้เช่นกัน ซึ่งจะทำให้เกิดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท

การทำสัญญาแบบปีต่อปีกับ Apple SA เป็นไปตามนโยบายของ Apple SA ในการที่จะทำสัญญารูปแบบดังกล่าวกับตัวแทนจำหน่ายสินค้า Apple ในประเทศไทยทุกบริษัท อย่างไรก็ดี บริษัทดำเนินธุรกิจร่วมกับ Apple SA มาตั้งแต่ปี 2548 และได้รับการต่อสัญญาอย่างต่อเนื่องทุกปีซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับ Apple SA ประกอบกับความสามารถในการทำยอดขายที่มีจำนวนมากและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องให้กับ Apple SA และได้รับรางวัลต่างๆ จาก Apple SA มาโดยตลอด ทำให้ผู้บริหารของบริษัทเชื่อมั่นว่า ถึงแม้สัญญาจะเป็นลักษณะแบบปีต่อปี แต่บริษัทไม่มีความเสี่ยงจากการไม่ได้ต่อสัญญาดังกล่าว และจะได้รับการสนับสนุนจาก Apple SA อย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้บริษัทจำหน่ายสินค้าประเภทไอทีของทุกแบรนด์เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายและครอบคลุมความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

**3. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจ**

บริษัทประกอบธุรกิจหลักในการนำเข้าและค้าปลีกสินค้าไอที เช่น คอมพิวเตอร์แล็บท็อป คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์สริมที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตด้วยกันเองในการพัฒนาสินค้าและออกสินค้ารุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด หรือการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าซึ่งเป็นคู่แข่งกับบริษัทโดยตรง ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าประเภทไอทีและโทรศัพท์เคลื่อนที่ประมาณร้อยละ 80 ของรายได้รวมจากการขายและบริการ หากสถานการณ์ความรุนแรงทางการแข่งขันในตลาดหรือมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีศักยภาพสูงเข้ามาแข่งขันในธุรกิจ อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการรวมของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญได้

อย่างไรก็ดี บริษัทเห็นว่าผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกอาจมีข้อจำกัดในเรื่องของการหาพื้นที่การขายสินค้า เนื่องจากในแต่ละพื้นที่จะมีผู้เช่าพื้นที่รายเดิมเป็นเจ้าของอยู่แล้ว ประกอบกับบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีและมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการบริหารพื้นที่ ดังจะเห็นได้จากการที่บริษัทไม่เคยถูกยกเลิกพื้นที่จากผู้ให้บริการเช่าพื้นที่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

นอกจากนี้ ธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอทีจะมีอัตรากำไรที่ไม่สูงและผู้ประกอบการแต่ละรายจะกำหนดราคาขายสินค้าชนิดเดียวกันไม่แตกต่างกันมากนัก การแข่งขันในธุรกิจดังกล่าวจึงเน้นที่ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในคุณภาพของสินค้า การบริการที่ประทับใจ และการบริการหลังการขายที่ลูกค้าสามารถเชื่อมันและไว้วางใจได้ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ Apple ที่มีจำนวนสาขามากที่สุดในประเทศไทย โดยมีจำนวนสาขา Studio7 จำนวน 98 สาขาทั่วประเทศ และมีสาขาร้าน BaNANA IT, BaNANA Mobile และ BKK รวมกันมากถึง 217 สาขาทั่วประเทศ และบริษัทยังมีศูนย์บริการ iCare ซึ่งเป็นศูนย์ซ่อมและบริการที่ได้รับการรับรองจาก Apple จำนวน 26 สาขาทั่วประเทศ จึงมั่นใจได้ว่าบริษัทมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ ตลอดจนมีบริการหลังการขายที่สามารถเชื่อมั่นและไว้วางใจได้ และด้วยความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้บริหาร จึงทำให้เชื่อมั่นได้ว่าบริษัทมีความพร้อมและสามารถเป็นผู้นำทางการแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจได้

**4. ความเสี่ยงจากการขยายสาขา**

เนื่องจากธุรกิจของบริษัทคือธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอที ซึ่งช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายสินค้าคือหน้าร้าน บริษัทจึงมีนโยบายที่จะขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด โดยในปี 2558-2560 บริษัทมีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 287 สาขา 325 สาขา และ 341 สาขา ตามลำดับ บริษัทจึงมีความเสี่ยงในกรณีที่ผลประกอบการของสาขาที่เปิดใหม่ไม่เป็นไปตามที่คาดหมายหรือคลาดเคลื่อนจากที่ประมาณการไว้ อย่างไรก็ดี บริษัทมีหน่วยงานขยายกิจการซึ่งมีประสบการณ์และความชำนาญ ทำหน้าที่ศึกษาและวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความสามารถในการทำกำไร ทำเลที่ตั้งของสาขา ปริมาณลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ขนาดพื้นที่ และยอดขาย โดยเปรียบเทียบกับสาขาที่มีขนาดใกล้เคียงกัน และกำหนดให้มีการติดตามผลการดำเนินงานของสาขาอย่างใกล้ชิดโดยหากมียอดขายหลังจากเปิดดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด บริษัทจะทำการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือพิจารณาย้ายหรือปิดสาขาที่ขาดทุนต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทมีส่วนงานที่มีความชำนาญในการดูแลและควบคุมขั้นตอนการตกแต่งสาขาจึงทำให้ใช้งบประมาณในการตกแต่งสาขาไม่มาก และสินทรัพย์ส่วนใหญ่สามารถเคลื่อนย้ายได้ หากมีการย้ายสาขาบริษัทจึงไม่ต้องลงทุนในสินทรัพย์ใหม่ทั้งหมด และบริษัทจะมีการเจรจาเพื่อขอคืนเงินมัดจำจากศูนย์การค้าหรือเจ้าของพื้นที่ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทสามารถขอคืนเงินมัดจำได้ จึงทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทในกรณีที่ต้องมีการย้ายหรือปิดสาขาไม่มากนัก ประกอบกับจากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการเลือกทำเลที่ตั้งและการบริหารงานสาขาของผู้บริหารที่สะท้อนจากรายได้และจำนวนสาขาของบริษัทที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี บริษัทเชื่อมั่นว่าการขยายสาขาใหม่ของบริษัทจะเป็นการเพิ่มช่องทางและโอกาสทางการขายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน

**ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ**

**1. ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นเกินร้อยละ 25**

ณ วันที่ 12 ธันวาคม 2560 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท คือ นายสุระ คณิตทวีกุล ซึ่งถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.388 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท การถือหุ้นในสัดส่วนดังกล่าวส่งผลให้กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด

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

**2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร**

เนื่องจากผู้บริหารหลักของบริษัทเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจมาเป็นเวลานาน เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ในกลยุทธ์การขาย การตลาด และการพิจารณาทำเลที่ตั้งสาขาที่มีศักยภาพ รวมถึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จำหน่ายสินค้ารายใหญ่ ห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าที่เป็นเจ้าของพื้นที่ ดังนั้น บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักในการบริหารงาน ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหลัก และไม่สามารถสรรหาผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมได้ อาจส่งผลต่อการบริหารงานอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทได้ตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารดังกล่าว จึงมีนโยบายสนับสนุนให้บุคลากรของบริษัทมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์และแผนธุรกิจของบริษัทและผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงานให้เพิ่มมากขึ้นรวมทั้งมีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในการทำงานเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อ สร้างบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถเพื่อสืบทอดงานต่อจากผู้บริหาร นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริหารหลักของบริษัทซึ่งได้แก่ นายสุระ คณิตทวีกุล และผู้บริหารที่เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ร่วมงานกับบริษัทมาตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าผู้บริหารหลักจะทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาวต่อไป

**ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน**

ความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากร เนื่องด้วยลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท จำเป็นต้องมีพนักงานขายและบริการจำนวนมาเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามสาขาต่างๆ ของบริษัท อย่างไรก็ดี 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

**<u>ความเสี่ยงด้านการเงิน</u>**

**1. ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญาสนับสนุนทางการเงินของผู้ถือหุ้นรายใหญ่**

ตามเงื่อนไขของสัญญาสนับสนุนทางการเงินที่บริษัทมีอยู่กับธนาคาร มีข้อกำหนดเรื่องการดำรงสัดส่วนการถือหุ้นและการดำรงตำแหน่งผู้บริหารหลักของนายสุระ คณิตทวีกุล ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทตลอดระยะเวลาของสัญญาสนับสนุนทางการเงินดังกล่าว อย่างไรก็ดี ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้ทำสัญญากับบริษัท (Undertaking Agreement) รับรองว่าจะรักษาสัดส่วนการถือหุ้นตามที่ธนาคารกำหนดและจะยังคงเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท จนกว่าธนาคารจะตกลงให้ยกเลิกข้อกำหนดในเรื่องดังกล่าว

บริษัทเชื่อมั่นว่าผู้ถือหุ้นรายใหญ่จะให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าว เพื่อให้บริษัทได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากธนาคารอย่างต่อเนื่อง

**2. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน**

เนื่องจากบริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าและอุปกรณ์ไอทีบางประเภทจากต่างประเทศ โดยมูลค่าการสั่งซื้อของบริษัทในปี 2560 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3 ของต้นทุนขายรวม

ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดมาตรการเพื่อลดความเสี่ยง โดยได้ดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายทางการเงินอย่างระมัดระวัง ทั้งในเรื่องอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนและการบริหารควบคุมความผันผวนจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยได้มีการทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า (Forward Contract) เพื่อบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการนำเข้าสินค้าและอุปกรณ์ไอทีจากต่างประเทศ และมาตรการขอปรับราคาสินค้าตามการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและอัตราแลกเปลี่ยนตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ เพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากการนำเข้าสินค้า

## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

### 4.1 ที่ดินอาคารและอุปกรณ์

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทและบริษัทย่อยโดยมีรายละเอียดดังนี้

| รายการทรัพย์สิน | ราคาทุน* (ล้านบาท) | ค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่า (ล้านบาท) | มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท) |
|---|---|---|---|
| 1. ส่วนปรับปรุงอาคาร | 578.57 | (292.61) | 285.96 |
| 2. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน | 433.32 | (272.23) | 161.09 |
| 3. ยานพาหนะ | 14.52 | (13.43) | 1.09 |
| 4. งานระหว่างก่อสร้าง | 1.33 | - | 1.33 |
| **รวม** | **1,027.74** | **(578.27)** | **449.47** |

* รวมที่ซื้อมาระหว่างปี

### 4.2 สิทธิการเช่า

| รายละเอียด | จำนวน |
|---|---|
| มูลค่าตามบัญชี | 174 ล้านบาท |
| จำนวนสาขา | 36 แห่ง |
| อายุการให้ประโยชน์ | 1 - 20 ปี |

*สิทธิการเช่าทั้งหมดเป็นการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดสาขาของบริษัท โดยสำหรับสาขาอื่นในปัจจุบัน บริษัทได้มีการทำสัญญาเช่าระยะสั้นในลักษณะที่ไม่มีค่าเช้ง

### 4.3 เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า จำนวน 14 รายการ และมีเครื่องหมายการค้าที่อยู่ระหว่างการขอขึ้นทะเบียนอีกจำนวน 11 รายการดังต่อไปนี้

| ลำดับ | เครื่องหมายการค้า | เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ) | วันที่จดทะเบียน | รายละเอียด | ระยะเวลาคุ้มครอง |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | | บ44275 | 15 ส.ค. 2551 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 15 ส.ค. 2551 - 14 ส.ค. 2561 |
| 2 | | บ46438 | 15 ส.ค. 2551 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 15 ส.ค. 2551 - 14 ส.ค. 2561 |

| ลำดับ | เครื่องหมายการค้า | เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ) | วันที่จด ทะเบียน | รายละเอียด | ระยะเวลาคุ้มครอง |
|---|---|---|---|---|---|
| 3 | Stuff | บ53539 | 4 พ.ย. 2553 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 4 พ.ย. 2553 - 3 พ.ย. 2563 |
| 4 | UP | บ53538 | 4 พ.ย. 2553 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 4 พ.ย. 2553 - 3 พ.ย. 2563 |
| 5 | iBeat by comseven | บ61458 | 6 พ.ค. 2554 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 6 พ.ค. 2554 - 5 พ.ค. 2564 |
| 6 | BANANA IT | บ57771 | 4 ม.ค. 2555 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 4 ม.ค. 2555 - 3 ม.ค. 2565 |
| 7 | COMMIT | บ67010 | 27 ก.ย. 2556 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 27 ก.ย. 2556 - 26 พ.ย. 2566 |
| 8 | 7 degrees | บ66813 | 28 ม.ค. 2557 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 28 ม.ค. 2557 - 27 ม.ค. 2567 |
| 9 | SUNZ | บ66814 | 28 ม.ค. 2557 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 28 ม.ค.2557- 27 ม.ค. 2567 |
| 10 | BANANA Mobile | บ69975 | 28 ม.ค. 2557 | จำหน่ายโทรศัพท์มือและอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 28 ม.ค.2557- 27 ม.ค. 2567 |

| ลำดับ | เครื่องหมายการค้า | เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ) | วันที่จดทะเบียน | รายละเอียด | ระยะเวลาคุ้มครอง |
|---|---|---|---|---|---|
| 11 | Pineapple | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (948846) | 7 ส.ค. 2557 | จำหน่ายโทรศัพท์ | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน |
| 12 | B-Play | 171103101 | 21 ต.ค. 2557 | บริการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ | 21 ต.ค. 2557 – 20 ต.ค. 2567 |
| 13 | BANANA | 171100045 | 28 ม.ค. 2558 | จำหน่ายโทรศัพท์มือและอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 28 ม.ค. 2558 – 27 ม.ค. 2568 |
| 14 | BANANA IT | 171100046 | 28 ม.ค. 2558 | จำหน่ายโทรศัพท์มือและอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 28 ม.ค. 2558 – 27 ม.ค. 2568 |
| 15 | SEVEN NEW YORK | 161103090 | 13 ก.พ. 2558 | จำหน่ายโทรศัพท์มือและอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | 13 ก.พ. 2558 - 12 ก.พ. 2568 |
| 16 | BANANA BUSINESS | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (1030448) | 3 มี.ค. 2559 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน |
| 17 | BANANA IT | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (1035620) | 4 เม.ย. 2559 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน |

| ลำดับ | เครื่องหมายการค้า | เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ) | วันที่จดทะเบียน | รายละเอียด | ระยะเวลาคุ้มครอง |
|---|---|---|---|---|---|
| 18 | | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (1035621) | 4 เม.ย. 2559 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน |
| 19 | | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (1035622) | 4 เม.ย. 2559 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน |
| 20 | | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (1035623) | 4 เม.ย. 2559 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน |
| 21 | | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (1048314) | 24 มิ.ย. 2559 | จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน |
| 22 | | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (170101116) | 11 ม.ค. 2560 | บริการจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน |
| 23 | | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (170137617) | 25 ต.ค. 2560 | จำหน่ายซอฟท์แวร์คอมพิวเตอร์ และ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับซอฟท์แวร์ | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน |
| 24 | | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (180104059) | 7 ก.พ. 2561 | จัดการธุรกิจด้านขายสินค้าประเภทกล้องและอุปกรณ์ | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน |

| ลำดับ | เครื่องหมายการค้า | เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ) | วันที่จด ทะเบียน | รายละเอียด | ระยะเวลาคุ้มครอง |
|---|---|---|---|---|---|
| 25 | The Pixel | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (180104060) | 7 ก.พ. 2561 | ฟิล์มพลาสติกกันรอยหน้าจอโทรศัพท์มือถือ / จัดการธุรกิจด้านขายสินค้าประเภทอุปกรณ์ของโทรศัพท์มือถือ | อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน |

* สามารถต่ออายุหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้คราวละ 10 ปี

**4.4 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนซึ่งได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์และชื่อทางการค้า โดยเป็นมูลค่าสุทธิ จำนวน 14 ล้านบาท และ 50 ล้านบาทตามลำดับ

**4.5 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและการร่วมค้า**

บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ดังนี้

| No. | ที่ตั้ง | ชนิดของธุรกิจ | เงินลงทุน (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
|---|---|---|---|---|
| 1 | บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด | E - Commerce | 15,200,380 | 99.99 |
| 2 | บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด | ผลิตและจำหน่ายโปรแกรมคอมพิวเตอร์ | 8,000,000 | 51.00 |
| 3 | บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด | ผลิตและจำหน่ายโปรแกรมคอมพิวเตอร์ | 14,606,085 | 99.99 |
| 4 | บริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด | ตัวแทนจำหน่าย | 4,999,700 | 99.99 |
| 5 | บริษัท บัฟ ( ประเทศไทย ) จำกัด | เช่าซื้อรถจักรยานยนต์ | 268,206,600 | 30 |

<u>เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ซอฟท์บ็อกซ์ จำกัด)</u>
เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2559 บริษัทได้เข้าลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด โดยซื้อหุ้นสามัญจำนวน 1,020 หุ้น จากผู้ถือหุ้นเดิม รวมเป็นเงิน 8,000,000 บาท และคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 51.00 ของหุ้นทุนจดทะเบียนทั้งหมดของบริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด ซึ่งบริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นดังกล่าวทั้งหมดเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2559

<u>เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด )</u>
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 ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมได้ชดเชยขาดทุนสะสมใน

บริษัท บานาน่าชัวร์ จำกัด เป็นจำนวน 27,621,572 บาท โดยภายหลังการซื้อหุ้นดังกล่าว สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 51.00 เป็นร้อยละ 99.99

ณ วันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2560 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท บานานา ชัวร์ จำกัด ได้มีมติเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด โดยบริษัทได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2560

การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2560 ของบริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2560 ได้มีมติลดทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 60,000,000 บาท เป็น 15,000,000 บาท โดยลดหุ้นสามัญจำนวน 450,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท เป็นจำนวนเงิน 45,000,000 บาท เพื่อล้างขาดทุนสะสมและคืนทุนให้ผู้ถือหุ้น บริษัทได้จดทะเบียนลดทุนกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2560 โดยจ่ายคืนให้กับบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) เป็นจำนวน 39,533,951 บาท โดยบริษัทมียังคงถือหุ้นในสัดส่วนเท่าเดิมคือร้อยละ 99.99

<u>เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด</u>
เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2559 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด ในประเทศไทย โดยมีทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 50,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท) โดยบริษัทถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวร้อยละ 99.99 บริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นดังกล่าวทั้งหมดเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2559

<u>การร่วมค้า - บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด</u>
เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 บริษัทได้ทำสัญญาซื้อหุ้น (Share Subscription Agreement) เพื่อซื้อหุ้นสามัญของบริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 120,660 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 30 ของหุ้นสามัญทั้งหมด และคิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 268,206,600 บาท

**4.6 สรุปสาระสำคัญของสัญญา**

**4.6.1 สัญญาเช่า**

บริษัทมีการทำสัญญาเช่าพื้นที่ภายในบริเวณศูนย์การค้าเพื่อประกอบกิจการร้าน Banana IT, Studio7, Banana mobile, Samsung shop, iCare และมีการเช่าพื้นที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อประกอบกิจการร้าน U store
( ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ทำการเปลี่ยนชื่อร้านจาก iStudio, iBeat และ U store ทั้งหมดเปลี่ยนเป็น Studio7 ) โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีสาขารวมทั้งหมด 368 สาขาซึ่งสัญญาเช่าของสาขาส่วนใหญ่เป็นสัญญาเช่าระยะสั้นรายละเอียดที่สำคัญของสัญญาเช่าสามารถสรุปได้ดังนี้

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

**4.6.2 สัญญาให้สิทธิทางการค้าและบริการ (Studio7 Franchise)**

บริษัทได้ทำสัญญาในการให้สิทธิทางการค้าและบริการกับคู่ค้าส่วนใหญ่สัญญามีอายุ 5 ปี โดยบริษัทอนุญาตให้คู่ค้าสามารถดำเนินงานร้าน Studio7 by Comseven ในลักษณะของ Franchisee ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีร้าน Studio7 ที่บริหารงานโดย Franchisee จำนวน 7 สาขา ( เดิมชื่อร้าน iBeat ) โดยรายละเอียดที่สำคัญของสัญญาประกอบด้วย

- ตำแหน่งและขนาดของพื้นที่สาขา
- ระบบการบริหารจัดการร้าน
- ค่าธรรมเนียมสำหรับสิทธิทางการค้าและบริการ
- ส่วนแบ่งรายได้ที่คู่ค้าจะได้รับจากการจำหน่ายสินค้า

คู่ค้าจะเป็นผู้ลงทุนตกแต่งหน้าร้าน และทำการนำสินค้าของบริษัทเข้ามาวางจำหน่ายในลักษณะของการฝากขาย โดยสินค้าจะเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทจนกว่าคู่ค้าจะสามารถจำหน่ายออกจากหน้าร้านได้ และบริษัทจะแบ่งส่วนแบ่งรายได้ให้กับคู่ค้าตามสัดส่วนของยอดขายที่คู่ค้าทำได้ในแต่ละเดือนตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญา ทั้งนี้การตกแต่งหน้าร้าน การจัดวางสินค้า รวมถึงระบบการจัดการสินค้าภายในร้าน คู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่บริษัทได้กำหนดไว้ทั้งหมด

**4.6.3 สัญญาเกี่ยวกับสินเชื่อเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน**

1) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่หนึ่งวงเงินรวมจำนวน 1,200,000,000 บาท

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 21 กันยายน 2560 |
| ผู้กู้ | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด(มหาชน) |
| วัตถุประสงค์ | ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น<br>■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า<br>■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน |
| วงเงินสินเชื่อ | วงเงินสินเชื่อเพื่อธุรกิจคล่องตัว จำนวนรวม 1,200,000,000 บาท ได้แก่<br>1. วงเงินหนังสือค้ำประกันเพื่อค้ำประกันการยื่นซอง และ/หรือ เพื่อปฏิบัติตามสัญญา และ/หรือ เพื่อประกันผลงานและ/หรือ เพื่อการซื้อสินค้า ใช้ได้สูงสุด 854,000,000 บาท<br>2. วงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) ใช้ได้สูงสุด 754,000,000 บาท<br>3. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) ใช้ได้สูงสุด 300,000,000 บาท<br>4. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) กู้ร่วมในนามบริษัท และ บริษัทในเครือ (Co-Borrower) คือ บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด, บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด และ บริษัทดับเบิ้ล เซเว่น จำกัด ใช้ได้สูงสุด 30,000,000 บาท<br>5. วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ (DL/C) และ/หรือ วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต(L/C) และ/หรือ วงเงินทรัสต์รีซีท(T/R) ใช้ได้สูงสุด 270,000,000 บาท<br>6. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 16,000,000 บาท |

| | |
|---|---|
| เงื่อนไขที่สำคัญ | ▪ ดำรงสัดส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า พิจารณาจากงบการเงินประจำปีที่ตรวจสอบแล้วโดยผู้สอบบัญชี<br>▪ ดำรงอัตราส่วน D/E Ratio ไม่เกิน 2.0 เท่า คำนวณจากงบการเงินประจำปีที่ตรวจสอบแล้วโดยผู้สอบบัญชี<br>▪ ดำรงสัดส่วน Inventory Day on Hands ไม่เกิน 70 วัน โดยคำนวณทุก 6 เดือนจากงบการเงินครึ่งปี และ จากงบการเงินประจำปีที่ตรวจสอบแล้วโดยผู้สอบบัญชี<br>▪ นำส่งรายงานสินค้าคงเหลือ (Inventory Aging) รายไตรมาส<br>▪ คุณสุระ คณิตทวีกุล จะต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วบริษัท โดยคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นที่สูงสุดของบริษัท พร้อมกับดำรงตำแหน่งผู้บริหารหลักของบริษัท |
| หลักประกัน | ไม่มีหลักประกัน (Clean) |

2) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สองวงเงินรวมจำนวน 460,000,000 บาท และวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า จำนวน 100,000,000 บาท

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 25 ตุลาคม 2560 |
| ผู้กู้ | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) |
| วัตถุประสงค์ | ▪ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น<br>▪ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า<br>▪ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน |
| วงเงินสินเชื่อ | วงเงินสินเชื่อรวม 3 วงเงิน ได้แก่<br>1. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G ) และ/หรือ วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C) และ/หรือ วงเงินทรัสต์รีซีท (T/R) และ/หรือ วงเงินหนังสือค้ำประกันการรับสินค้า Shipping Guarantee (S/G) และ/หรือ วงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) ทั้งหมดใช้ร่วมกันไม่เกินจำนวน 450,000,000 บาท<br>2. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) จำนวน 10,000,000 บาท<br>3. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า(Forward Contract) จำนวน 100,000,000 บาท |
| เงื่อนไขที่สำคัญ | ▪ ดำรงอัตราส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า พิจารณาจากงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี<br>▪ คุณสุระ คณิตทวีกุล จะต้องเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุด และต้องดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท |
| หลักประกัน | ไม่มีหลักประกัน (Clean) |

3) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สามวงเงินรวมจำนวน 950,000,000 บาท

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 11 มีนาคม 2558, 31 สิงหาคม 2558, 29 ธันวาคม 2560 |
| ผู้กู้ | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) |
| วัตถุประสงค์ | ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น<br>■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า<br>■ เพื่อใช้ในการเช่าระยะยาวในพื้นที่บางส่วนในอาคารศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ |
| วงเงินสินเชื่อ | วงเงินสินเชื่อรวม 3 วงเงิน ได้แก่<br>1. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G 1) จำนวน 500,000,000บาท<br>2. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G 2) จำนวน 50,000,000 บาท<br>3. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) จำนวน 400,000,000 บาท |
| เงื่อนไขที่สำคัญ | ■ ดำรงอัตราส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า พิจารณาจากงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี<br>■ คุณสุระ คณิตทวีกุล จะต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 โดยคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นที่สูงสุด พร้อมกับดำรงตำแหน่งผู้บริหารหลักของบริษัท |
| หลักประกัน | จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัท คิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ |

4) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สี่วงเงินรวมจำนวน 705,000,000 บาท และวงเงินซื้อขายต่างประเทศล่วงหน้า จำนวน 14,400,000 เหรียญดอลล่าร์สหรัฐฯ (USD)

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 8 ธันวาคม 2558, 17 พฤษภาคม 2559, 22 พฤศจิกายน 2560 |
| ผู้กู้ | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) |
| วัตถุประสงค์ | ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น<br>■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า<br>■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน |
| วงเงินสินเชื่อ | วงเงินสินเชื่อรวม 3 วงเงิน ได้แก่<br>1. วงเงิน Mixed Line ประกอบด้วย วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C), วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ(DL/C), วงเงินทรัสต์รีซีท (T/R), วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) และ วงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) รวมจำนวน 700,000,000 บาท โดยวงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) ใช้ได้สูงสุด 130,000,000 บาท และวงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) ใช้ได้สูงสุด 400,000,000 บาท<br>2. วงเงินกู้เบิกเกินบัญชี (O/D) จำนวน 5,000,000 บาท<br>3. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 14,400,000 เหรียญดอลล่าสหรัฐ (USD) |
| เงื่อนไขที่สำคัญ | ■ ดำรงอัตราส่วน DSCR (adjusted) ไม่ต่ำกว่า 1.5 เท่า พิจารณาจากงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี<br>■ ดำรงอัตราส่วน Interest Bearing D/E (adj) Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า พิจารณาจากงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี |
| หลักประกัน | ไม่มีหลักประกัน (Clean) |

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

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 6 พฤษภาคม 2558, 4 มกราคม 2559 |
| ผู้กู้ | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) |
| วัตถุประสงค์ | ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น<br>■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า<br>■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน |
| วงเงินสินเชื่อ | วงเงินสินเชื่อรวม 400,000,000 บาท ประกอบด้วยวงเงินและมีเงื่อนไขดังนี้<br>1. วงเงินเบิกเกินบัญชี (O/D) จำนวน 10,000,000 บาท<br>2. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) จำนวน 50,000,000 บาท<br>ทั้งนี้ วงเงินข้อที่ 1 และ 2 ใช้ร่วมกันไม่เกิน 60,000,000 บาท<br>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<br>4. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (B/G) จำนวน 40,000,000 บาท สามารถใช้ร่วมกับวงเงินเบิกเกินบัญชี (O/D) รวมกันไม่เกิน 50,000,000 บาท<br>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 | ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น<br>■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า |
| วงเงินสินเชื่อ | วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) และ วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) ใช้ร่วมกันไม่เกินจำนวน 100,000,000 บาท |
| เงื่อนไขที่สำคัญ | ■ ส่งรายงานสินค้าคงคลังรายไตรมาสให้แก่ธนาคาร ภายใน 2 เดือน เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาแต่ละไตรมาส<br>■ ตกลงให้มีระยะเวลาปลอดการใช้สินเชื่อตั๋วเงิน (Clean up period) ตามหลักเกณฑ์และระยะเวลาที่ธนาคารกำหนด |
| หลักประกัน | ไม่มีหลักประกัน (Clean) |

7) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่เจ็ดวงเงินจำนวน 768,206,600 บาท และวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า จำนวน 60,000,000 บาท

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 27 มิถุนายน 2559, 28 มิถุนายน 2560, 21 กันยายน 2560 |
| ผู้กู้ | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) |
| วัตถุประสงค์ | ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น<br>■ เพื่อค้ำประกันการซื้อสินค้า<br>■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน<br>■ เพื่อลงทุนซื้อหุ้นบริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด |
| วงเงินสินเชื่อ | วงเงินสินเชื่อรวม 3 วงเงิน ได้แก่<br>1. วงเงินทรัสต์รีซีทภายในประเทศ (T/R Local) ใช้ร่วมกับวงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) รวมจำนวน 500,000,000 บาท โดยวงเงินทรัสต์รีซีทภายในประเทศ (T/R Local) ใช้ได้สูงสุด 300,000,000 บาท และวงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) ใช้ได้สูงสุด 500,000,000 บาท<br>2. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 60,000,000 บาท<br>3. วงเงินกู้ระยะยาว จำนวน 268,206,600 บาท |
| เงื่อนไขที่สำคัญ | ■ ดำรงอัตราส่วน DSCR ไม่ต่ำกว่า 1.2 เท่า พิจารณาจากงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี<br>■ ดำรงอัตราส่วน D/E Ratio ไม่เกิน 2.0 เท่า คำนวณจากงบการเงินประจำปีที่ตรวจสอบแล้วโดยผู้สอบบัญชี |
| หลักประกัน | ■ วงเงินที่ 1 และ 2 ไม่มีหลักประกัน (Clean)<br>■ วงเงินที่ 3 หลักประกันเป็นการจำนำหุ้น บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด |

8) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่แปดวงเงินจำนวน 410,000,000 บาท และวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า จำนวน 5,000,000 บาท

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 3 กรกฎาคม 2560 |
| ผู้กู้ | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) |
| วัตถุประสงค์ | ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น<br>■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า<br>■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน |
| วงเงินสินเชื่อ | วงเงินสินเชื่อรวม 4 วงเงิน ได้แก่<br>1. วงเงินเบิกเกินบัญชี (OD) จำนวน 5,000,000 บาท<br>2. วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C) และ/หรือ ทรัสต์รีซีท (T/R) และ/หรือ หนังสือค้ำประกัน การรับสินค้า Shipping Guarantee (S/G) และ/หรือ วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ(DL/C) และ/หรือวงเงินหมุนเวียนระยะสั้น ใช้ร่วมกันไม่เกินจำนวน 350,000,000 บาท<br>3. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G ) และ/หรือ วงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) ใช้ร่วมกันไม่เกินจำนวน 50,000,000 บาท<br>4. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 5,000,000 บาท |

| | |
|---|---|
| เงื่อนไขที่สำคัญ | ▪ ดำรงอัตราส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า พิจารณาจากงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี<br>▪ คุณสุระ คณิตทวีกุล ต้องดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารสูงสุดของบริษัท |
| หลักประกัน | จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัท คิดเป็นสัดส่วน 5% ของวงเงินสินเชื่อ |

9) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่เก้าวงเงินจำนวน 650,000,000 บาท

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 19 ตุลาคม 2560 |
| ผู้กู้ | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) |
| วัตถุประสงค์ | ▪ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น<br>▪ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า |
| วงเงินสินเชื่อ | วงเงินสินเชื่อรวม 2 วงเงิน ได้แก่<br>1. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) จำนวน 500,000,000 บาท<br>2. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) จำนวน 150,000,000 บาท |
| เงื่อนไขที่สำคัญ | ดำรงอัตราส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า พิจารณาจากงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี |
| หลักประกัน | ไม่มีหลักประกัน (Clean) |

10) บริษัทย่อย มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งวงเงินรวมจำนวน 20,000,000 บาท

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 11 กันยายน 2557, 19 มกราคม 2560 |
| ผู้กู้ | บริษัท บานาน่ากรุ๊ป จำกัด |
| วัตถุประสงค์ | ▪ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น<br>▪ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า |
| วงเงินสินเชื่อ | วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) และวงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) วงเงินทั้งหมดใช้ร่วมกันไม่เกิน 20,000,000 บาท โดยวงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) ใช้ได้สูงสุด 20,000,000 บาท และวงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) ใช้ได้สูงสุด 10,000,000 บาท |
| เงื่อนไขที่สำคัญ | ▪ บมจ. คอมเซเว่น ต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว<br>▪ ดำรงอัตราส่วน หนี้สินรวมต่อผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) ให้ไม่เกิน 3.5 เท่า |
| หลักประกัน | ▪ จำนำบัญชีเงินฝากของบริษัทคิดเป็นสัดส่วน 10% ของวงเงินสินเชื่อ<br>▪ บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ค้ำประกันเต็มวงเงิน |

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

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 1 มกราคม 2558 |
| ระยะเวลาสัญญา | 1 มกราคม 2558 ถึง 30 ธันวาคม 2559 |
| คู่สัญญา | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (“คู่สัญญาฝ่ายที่ 1”) และ<br>Citicom7 company limited โดย Mr. Hla Moe (“คู่สัญญาฝ่ายที่ 2”) |

| | |
|---|---|
| ข้อตกลงที่สำคัญ | ▪ คู่สัญญาฝ่ายที่ 1 ประสงค์ที่จะอนุญาตให้คู่สัญญาฝ่ายที่ 2 มีสิทธิใช้เครื่องหมายการค้า Banana IT ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของคู่สัญญาฝ่ายที่ 1 ได้โดยไม่มีค่าตอบแทน โดยจะสามารถใช้เครื่องหมายการค้ากับร้านค้าจำหน่ายสินค้าประเภทไอทีที่อยู่บริเวณเมืองย่างกุ้ง ประเทศพม่าเท่านั้น<br>▪ คู่สัญญาฝ่ายที่ 2 จะดำเนินการตกแต่งสถานที่ที่จะใช้เป็นร้านจำหน่ายสินค้าไอทีภายใต้เครื่องหมายการค้า Banana IT ตามรูปแบบและรายละเอียดที่ได้รับคำแนะนำจากคู่สัญญาฝ่ายที่ 1 รวมทั้งจะดูแลซ่อมแซมสิ่งชำรุดบกพร่องของเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งภายในร้านค้าให้อยู่ในสภาพเดิมหรือใกล้เคียงเดิมเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้า<br>▪ ทั้งนี้การให้สิทธิใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าว มิได้หมายถึงการให้สิทธิ์ในการใช้แต่เพียงผู้เดียว และ มิได้เป็นการตัดสิทธิคู่สัญญาฝ่ายที่ 1 ในการเปิดดำเนินการร้านจำหน่ายสินค้าไอทีภายใต้เครื่องหมายการค้าดังกล่าว |

**4.6.5 สัญญากิจการร่วมลงทุน**

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 12 กุมภาพันธ์ 2557 |
| คู่สัญญา | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (“คู่สัญญาฝ่ายที่ 1”) และ<br>นายทรงธรรม บุญยะทรัพย์ (“คู่สัญญาฝ่ายที่ 2”) |
| ข้อตกลงที่สำคัญ | ▪ ประสงค์ร่วมทุนกันจัดตั้งบริษัทขึ้นใหม่ มีชื่อว่า บริษัท แมงโก้ ช็อปปิ้ง จำกัด (”แมงโก้”) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบกิจการจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ สินค้าไอที อุปกรณ์ ต่อพ่วงหรืออุปกรณ์เสริมต่างๆ และรับบริการชำระเงินรวมทั้งการให้สิทธิทางการค้าแก่ผู้อื่น<br>▪ ตามที่บริษัท คอมเซเว่น จำกัด ( มหาชน ) ได้มีการเข้าทำสัญญาร่วมลงทุนกับนายทรงธรรม บุญยะทรัพย์ (“นายทรงธรรม”) เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2557 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดตั้งบริษัท แมงโก้ ช็อปปิ้ง จำกัด (“แมงโก้ ช็อปปิ้ง”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยร้อยละ 76 เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ สินค้าไอที อุปกรณ์ต่อพ่วงหรืออุปกรณ์เสริมต่างๆ และรับบริการชำระเงินรวมทั้งการให้สิทธิการค้าแก่ผู้อื่น ซึ่งในรอบปี 2558 ได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นดังต่อไปนี้<br>1. เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2558 ได้มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท จากเดิมชื่อ “ บริษัท แมงโก้ ช็อปปิ้ง จำกัด ” เปลี่ยนใหม่เป็นชื่อ “ บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด ”<br>2. เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 บริษัท คอมเซเว่น จำกัด ( มหาชน ) ได้ซื้อหุ้นทั้งหมดจากนายทรงธรรม 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<br>3. เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 ได้มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงกรรมการบริษัท โดย นาย วุฒิชัย นาควิเชียร เข้ามาเป็นกรรมการแทนที่ นายทรงธรรม บุญยะทรัพย์<br>ดังนั้นจึงถือว่าสัญญาร่วมลงทุนระหว่าง บริษัท คอมเซเว่น จำกัด ( มหาชน ) กับ นายทรงธรรม บุญยะทรัพย์ ได้สิ้นสุดลง เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 |

**4.6.6 สัญญา Authorized Premium Reseller Agreement**

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 23 ธันวาคม 2557 |
| คู่สัญญา | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท Apple South Asia (Thailand) Limited (“Apple”) |
| วัตถุประสงค์ | ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการโดยได้รับสิทธิในการเป็นผู้เปิดหน้าร้าน เพื่อจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของแบรนด์ Apple เช่น ร้าน “Studio7, iStudio” ในประเทศไทย |
| สาระสำคัญ | ■ บริษัทได้รับสิทธิเป็นผู้จำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ต่างๆของ Apple<br>■ สิทธิที่ได้รับในพื้นที่เฉพาะในประเทศไทยและในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น (Authorized location)<br>■ ลักษณะการตกแต่งร้านและการจัดวางสินค้าจะต้องเป็นไปตามที่ Apple กำหนด |
| ระยะเวลา | จนกว่าจะมีการบอกเลิกสัญญา |

**4.6.7 สัญญา Apple Authorized Reseller Agreement**

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 23 ธันวาคม 2557 |
| คู่สัญญา | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท Apple South Asia (Thailand) Limited (“Apple”) |
| วัตถุประสงค์ | ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการโดยได้รับสิทธิในการเป็นผู้จำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของแบรนด์ Apple โดยบริษัทจะสามารถนำสินค้าแบรนด์ Apple มาวางจำหน่ายที่หน้าร้านทุกประเภทของบริษัทได้ตามความเหมาะสม |
| สาระสำคัญ | ■ บริษัทได้รับสิทธิเป็นผู้จำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ต่างๆของแบรนด์ Apple |
| ระยะเวลา | จนกว่าจะมีการบอกเลิกสัญญา |

**4.6.8 สัญญา Apple Authorized Service Provider**

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 23 ธันวาคม 2557 |
| คู่สัญญา | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท Apple South Asia (Thailand) Limited |
| วัตถุประสงค์ | ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการโดยได้รับสิทธิในการเป็นผู้ให้บริการบนผลิตภัณฑ์ต่างๆของ Apple ทั้งผลิตภัณฑ์ Hardware และ Software โดยให้บริการเฉพาะภายในประเทศไทย |
| สาระสำคัญ | ■ บริษัทได้รับสิทธิเป็นผู้ให้บริการ (Service Provider ) ผลิตภัณฑ์ต่างๆของ Apple และสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์บริการในชื่อตราสินค้า “Apple Care Service”<br>■ สิทธิที่ได้รับในพื้นที่เฉพาะในประเทศไทยและในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น (Authorized Service Location ) |
| ระยะเวลา | จนกว่าจะมีการบอกเลิกสัญญา |

**4.6.9 สัญญาให้คำรับรองในการถือหุ้นและเป็นผู้บริหาร (Undertaking Agreement)**

| | |
|---|---|
| วันที่ทำสัญญา | 26 มิถุนายน 2558 |
| คู่สัญญา | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) กับนายสุระ คณิตทวีกุล (“นายสุระฯ”) และกลุ่มผู้ถือหุ้นหลักของบริษัท ที่มีรายชื่อ ณ วันที่ 1 ก.พ. 2557 (“กลุ่มผู้ถือหุ้น”) |
| วัตถุประสงค์ | เนื่องจากธนาคารพาณิชย์บางแห่งมีเงื่อนไขในการให้สินเชื่อเงินกู้ยืมว่า นายสุระฯ และกลุ่มผู้ถือหุ้นต้องคงสัดส่วนการถือหุ้นรวมกันไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 โดยมีนายสุระฯ ดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารของบริษัท นายสุระฯ และกลุ่มผู้ถือหุ้นจึงทำสัญญาให้คำรับรองกับบริษัท |

| | |
|---|---|
| สาระสำคัญ | ▪ นายสุระฯ และกลุ่มผู้ถือหุ้น ให้คำรับรองว่า จะดำรงสัดส่วนการถือหุ้นที่ถืออยู่ในบริษัทรวมกันแล้วไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ตลอดระยะเวลาของสัญญา<br>▪ นายสุระ จะดำรงตำแหน่งผู้บริหารของบริษัท ตลอดระยะเวลาของสัญญา |
| ระยะเวลา | ตั้งแต่วันที่ 26 มิถุนายน 2558 จนกระทั่งมีการยกเลิกหรือปลดข้อกำหนดดังกล่าวจากธนาคารพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องทุกธนาคาร |

**4.7 กรมธรรม์ประกันภัย**

**4.7.1**

| | |
|---|---|
| ประเภทกรมธรรม์ | กรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน |
| วันที่ทำสัญญา | 5 สิงหาคม 2560 |
| ระยะเวลาคุ้มครอง | 1 ปี (5 สิงหาคม 2560 - 5 สิงหาคม 2561) |
| บริษัทประกันภัย | บริษัท แอกซ่าประกันภัย จำกัด (มหาชน) |
| ผู้เอาประกันภัย | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) |
| ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย | 1. อาคารสิ่งปลูกสร้าง (ไม่รวมฐานราก)<br>2. เฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งตรึงตรา<br>3. เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ<br>4. สต็อกสินค้าและบรรจุภัณฑ์ |
| จำนวนทุนประกันภัย | 1,941,241,607.00 บาท |
| ความคุ้มครอง | คุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันสืบเนื่องมาจาก ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากอากาศยาน ภัยจากการเฉี่ยวหรือชนของยวดยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยจากไฟป่า ภัยจากการนัดหยุดงาน การจลาจล และการกระทำอันมีเจตนาร้าย และรวมถึงอุบัติเหตุต่างๆ ที่มิอาจคาดถึงจากปัจจัยภายนอก หรือภัยอื่นๆที่มิได้ระบุไว้ |

**4.7.2**

| | |
|---|---|
| ประเภทกรมธรรม์ | กรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน |
| วันที่ทำสัญญา | 31 พฤษภาคม 2560 |
| ระยะเวลาคุ้มครอง | 31 พฤษภาคม 2560 - 31 พฤษภาคม 2561 |
| บริษัทประกันภัย | บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) |
| ผู้เอาประกันภัย | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) |
| ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย | สต็อกสินค้าทุกชนิด สต็อกสินค้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์, สินค้าเบ็ดเตล็ด และสินค้าต่างๆ ที่อยู่ในความดูแลรักษาของผู้เอาประกันภัยในฐานะผู้รักษาทรัพย์ภายในสถานที่ โกดังสินค้า 8 ของ บริษัท อจิลิตี้ จำกัด |
| จำนวนทุนประกันภัย | 400,000,000 บาท |
| ความคุ้มครอง | คุ้มครองความสูญเสีย หรือความเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัย เนื่องมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยจากการระอุหรือการระเบิดเนื่องจากการระอุตามธรรมชาติ ภัยอากาศยาน ภัยจากยวดยานพาหนะ ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยลูกเห็บ การโจรกรรม การปล้นทรัพย์ การชิงทรัพย์ และการลักทรัพย์ที่ปรากฏร่องรอยการงัดแงะต่ออาณาเขตสถานที่เอาประกันภัย รวมถึงอุบัติเหตุที่มีสาเหตุจากปัจจัยภายนอก และเกิดขึ้นอย่างฉับพลันโดยมิได้คาดหมายเช่น การตกหล่น การชน การกระแทก ซึ่งมิได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ |

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2560 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสินทรัพย์ของบริษัทเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

**ก. บริษัท**

| | | |
|---|---|---|
| บริษัทที่ออกหลักทรัพย์ | : | บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) |
| ประเภทธุรกิจ | : | จำหน่ายสินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง การให้บริการซ่อมแซมสินค้า ชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และชำระค่าบริการอื่นๆ |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : | เลขที่ 549/1 ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 |
| โทรศัพท์ | : | 02 017 7777 |
| โทรสาร | : | 02 017 7778 |
| เลขทะเบียนบริษัท | : | 0107557000462 |
| โฮมเพจบริษัท | : | http://www.comseven.com |

**ข. บุคคลอื่น ๆ**

1) นายทะเบียนหลักทรัพย์

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

2) ผู้สอบบัญชี

| | | |
|---|---|---|
| บริษัท | : | นางวราภรณ์ วรธิติกุล<br>ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4474<br>บริษัท ไพร้ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอเอส 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-