

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

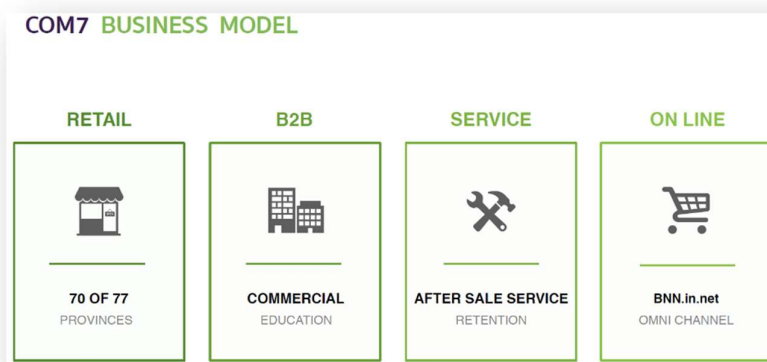
1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ประกอบธุรกิจหลักในการค้าปลีกสินค้าไอทีเช่น คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะคอมพิวเตอร์แบบพกพาโทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ตและอุปกรณ์เสริมต่างๆ โดยในปี 2539 บริษัทได้เริ่มดำเนินธุรกิจจากการเป็นร้านค้าปลีกสินค้าไอทีในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่าซึ่งกลุ่มผู้ก่อตั้งได้เล็งเห็นถึงโอกาสของการเติบโตในธุรกิจสินค้าไอทีซึ่งในขณะนั้นประเทศไทยมีสัดส่วนประชากรที่เข้าถึงการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไม่ถึงร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศกลุ่มผู้ก่อตั้งจึงได้รวมตัวกันก่อตั้งบริษัทขึ้นเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2547 เพื่อจำหน่ายสินค้าไอทีในลักษณะค้าส่งให้กับร้านค้าทั่วประเทศซึ่งถือเป็นธุรกิจหลักของบริษัทในขณะนั้น รวมทั้งขายปลีกผ่านหน้าร้านของตัวเองภายในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่าต่อมาผู้บริหารของบริษัทเห็นว่าธุรกิจขายปลีกสินค้าไอทีมีโอกาสในการเติบโตและมีข้อดีมากกว่าการขายส่งจึงได้ปรับนโยบายการทำธุรกิจของบริษัทให้เน้นการขายปลีกสินค้าไอทีมากกว่าการขายส่ง โดยการเพิ่มจำนวนช่องทางร้านค้าขายปลีกให้มากยิ่งขึ้นผ่านการขยายสาขาร้านค้าของบริษัทไปยังศูนย์การค้า และห้างสรรพสินค้าต่างๆ

บริษัทมี Business Model อยู่ 4 ประเภทที่เป็นแหล่งที่มาของรายได้ ดังนี้

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



1. **ธุรกิจค้าปลีก (Retail)** - ปัจจุบันบริษัทมีสาขารอบคลุม 70 จังหวัด จาก 77 จังหวัด ในนามของชื่อร้าน BaNANA, Studio7, BKK, KingKong Phone และ Brand Shop แบ่งได้เป็น 4 ลักษณะคือ ร้านค้าที่ขายสินค้าไอทีและเคลื่อนที่ ร้านค้าที่ขายสินค้าแบรนด์ Apple ร้านค้าที่ขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และร้านค้าแบรนด์ช้อปอื่นๆ โดยร้านค้าของบริษัทรูปแบบต่างๆ มีลักษณะและประวัติความเป็นมา ดังต่อไปนี้

- (1) **ร้านขายสินค้าไอทีและเคลื่อนที่** - จากนโยบายของบริษัทในปี 2552 ที่ต้องการเพิ่มช่องทางการขายปลีกไปยังศูนย์การค้าต่างๆ บริษัทได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ร้านค้าขายสินค้าไอที ซึ่งในขณะนั้นมีอยู่ประมาณ 100 สาขาและแต่ละร้านคามีชื่อร้านที่หลากหลาย ให้เปลี่ยนมาใช้ชื่อเดียวกันทั้งหมดภายใต้ชื่อ BaNANA ซึ่งนับเป็นการสร้างแบรนด์ของบริษัทเป็นง่ายต่อการจดจำ รวมทั้งปรับภาพลักษณ์และบรรยากาศ

ภายในร้านให้การเลือกซื้อสินค้าไอทีเป็นเรื่อง “ง่าย ง่าย” สำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยรองรับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นสุภาพสตรีที่มีแนวโน้มในการใช้งานสินค้าไอทีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

ปี 2561 มีการเปิดตัวระบบร้านค้าเครือข่าย (Franchise) ภายใต้ชื่อ “BaNANA Shopping” เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs เน้นตลาดต่างจังหวัดในพื้นที่อำเภอรอง ที่ยังไม่มีสาขาของบริษัท บริษัทจะช่วยเหลือสนับสนุนระบบบริหารจัดการและจัดส่งสินค้าไอทีให้ทั้งหมด บริษัทมีเป้าหมายที่จะผลักดันยอดขายให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ทั้งนี้บริษัทมีแผนที่จะเปิดร้านค้าแฟรนไชส์ 120 สาขาทั่วประเทศภายในสิ้นปี 2562

และในปีเดียวกันบริษัทได้เปิดตัว “Banana Outlet” แลนด์มาร์คไอทีที่ใหญ่ที่สุดแห่งแรกในประเทศไทย บนพื้นที่กว่า 1,000 ตารางเมตร ศูนย์สรรพสินค้าชีคอนสแควร์

- (2) ร้านค้าที่ขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ - บริษัทได้เล็งเห็นถึงพัฒนาการของเทคโนโลยีที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้สินค้าสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ในปี 2556 บริษัทจึงได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตโดยเฉพาะภายใต้ชื่อร้าน “BaNANA Mobile” เพื่อให้ลูกค้าแบ่งแยกและจดจำแบรนด์ของร้านได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และขยายสาขาเพิ่มเติมไปยังจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงในภาคเหนือ

ปี 2559 บริษัทได้ซื้อทรัพย์สินของบริษัท บางกอก เทเลคอม 999 จำกัด ร้านขายอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่อุปกรณ์เสริม ภายใต้แบรนด์ “BKK” จำนวน 44 สาขา เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าอีกทางหนึ่ง

ปี 2561 บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด (บริษัทย่อย) ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท ดีเอ็นเอ รีเทล ลิมิเต็ด จำกัด เพื่อขยายกิจการจำหน่ายเครื่องมือสื่อสารทุกชนิด ภายใต้แบรนด์ “KingKong Phone” จำนวน 95 สาขา

- (3) 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 ที่เปิดภายในบริเวณมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ให้กับนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัย

- (4) ร้านแบรนด์ช้อป - บริษัทยังมีร้านค้าแบรนด์ช้อปอื่นๆ เช่น Samsung Shop, Oppo Shop, Huawei Shop และ ViVo Shop ซึ่งร้านค้าแบรนด์ช้อปต่างๆ ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทเจ้าของแบรนด์ทั้งการขยายสาขา และการจัดรายการส่งเสริมการขายต่างๆ โดยร้านค้าแบรนด์ช้อปเหล่านี้ ส่งผลดีต่อทั้งบริษัทและแบรนด์สินค้า ทั้งในด้านของความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ของแบรนด์ชั้นนำต่างๆ

2. ธุรกิจเชิงพาณิชย์และลูกค้าองค์กร (B2B) - การขายไปยังลูกค้าที่เป็นองค์กรรวมถึงลูกค้าที่เป็นสถาบันการศึกษา บริษัทเรียกธุรกิจนี้ว่า Commercial และ Education คือการขายตรงไปยังบริษัททั่วไปที่เป็นนิติบุคคล รวมถึงมหาวิทยาลัย และโรงเรียนต่างๆ จากการเติบโตอย่างรวดเร็วของสินค้าไอทีที่มีประสิทธิภาพและความซับซ้อนมากขึ้น ภาคธุรกิจจึงมีความจำเป็นที่จะต้องจัดหาและปรับปรุงอุปกรณ์รวมถึงเทคโนโลยีให้ทันสมัย โดยบริษัทมองเห็นความต้องการดังกล่าวในทุกหน่วยงาน เช่น ธุรกิจการค้าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่

หรือองค์กรของภาครัฐ บริษัทจึงได้จัดตั้งและมอบหมายให้บริษัท โนวส์ อินทิเกรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ให้บริการแก่ภาครัฐกิจข้างต้น มุ่งเน้นในภาครัฐกิจ SMEs โดยอำนวยความสะดวกในการจัดหาผลิตภัณฑ์ทั้งด้านอุปกรณ์ ระบบ โปรแกรมและโซลูชันโดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาและช่วยเหลือการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทั้งนี้ทางด้านการจำหน่ายโปรแกรมของบริษัท โนวส์ อินทิเกรชั่น จำกัด ยังได้ร่วมมือกับบริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด (บริษัทย่อย) ซึ่งดำเนินธุรกิจให้บริการด้านซอฟต์แวร์ เช่น โปรแกรมสำเร็จรูป และเขียนโปรแกรมตามความต้องการของลูกค้า

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

(1) ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple - เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองจาก Apple ยังมีจำนวนน้อยและไม่เพียงพอต่อความต้องการในการใช้บริการในปี 2555 บริษัทได้เข้าทำสัญญาเป็น Apple Authorized Service Provider กับ Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อเปิดศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ขึ้นภายใต้ชื่อ “iCare” เพื่อให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ทั้งที่อยู่ในประกันและนอกประกันซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและไว้วางใจในการซื้อสินค้าแบรนด์ Apple จากบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีศูนย์ iCare จำนวน 27 สาขาซึ่งถือเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนสาขาศูนย์บริการ iCare ที่ได้รับการรับรองจาก Apple มากที่สุดในประเทศไทย

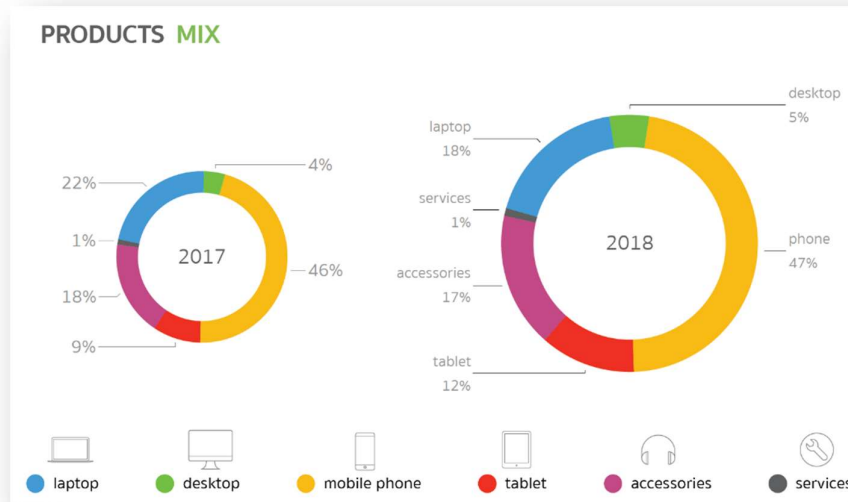
(2) ร้านให้บริการ TRUE by Comseven - จากความสัมพันธ์อันดีของผู้บริหารระหว่างบริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) “TRUE” กับบริษัท รวมทั้งการได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ร่วมกันจากการลงนามในสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจครั้งนี้ บริษัทได้รับสิทธิในการบริหารร้าน TRUE Shop (สัญญา) จากบริษัท ทรู ดิสทริบิวชั่น แอนด์ เซลล์ จำกัด (TDS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ TRUE ณ วันที่ 26 เมษายน 2559 เพื่อรับมอบสิทธิในการร่วมบริหารจัดการร้าน โดยบริษัททำหน้าที่ขายสินค้าและบริการในร้าน TRUE Shop ที่ได้รับสิทธิจาก TDS ภายใต้ชื่อ TRUE by Comseven ซึ่งตั้งอยู่ในห้างบิ๊กซี และห้างโลตัส ทั่วประเทศ จำนวน 166 สาขา ภายในระยะเวลา 3 ปี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวมทั้งเสริมสร้างช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าไอทีเพิ่มเติมอีกช่องทางหนึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีร้านให้บริการ TRUE by Comseven จำนวน 92 สาขา

4. ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ (Online) - จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ผู้บริโภคนิยมสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น บริษัทจึงได้ก่อตั้งบริษัท บานานา กรุป จำกัด เพื่อจัดตั้งช่องทางการให้บริการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ภายใต้ชื่อ www.bananashopping.com โดยในเดือนมีนาคม ปี 2562 บริษัทจะมีการ Rebranding ใหม่เปลี่ยนเป็น www.bnn.in.th ซึ่งการทำธุรกิจออนไลน์ได้เข้ามาเสริมธุรกิจหลักของหน้าร้านเพื่อให้ลูกค้าได้มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าที่แตกต่างมากขึ้นจากเดิมที่เป็นการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านเพียงช่องทางเดียวโดยการขายสินค้าออนไลน์จะเป็นตัวช่วยให้ธุรกิจค้าปลีกของบริษัทแข็งแกร่งขึ้น

BNN.in.th ร้านค้าออนไลน์ ของ บริษัท คอมเซเวน จำกัด (มหาชน) จะจำหน่ายสินค้า อุปกรณ์ไอที แอปเปิ้ล สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก แก๊ตเจ็ท อุปกรณ์เสริม คอมพิวเตอร์ประกอบ สมาร์ทวอช รวมทั้งอุปกรณ์ไลฟ์สไตล์ทันสมัยอีกมากมาย ด้วยสินค้ามากมายกว่า 2,000 รายการ มากกว่า 40 ประเภทสินค้า และ 100 แบรินด์สินค้าระดับโลก ทั้ง Apple, Asus, Acer, Toshiba, Dell, Samsung, Lenovo, Microsoft, HP, JBL และอีกมากมายจากผู้จัดจำหน่ายชั้นนำระดับประเทศ

ภาพรวมของปี 2561 บริษัทมียอดขายอยู่ที่ 27,982 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24 ด้านกำไรเติบโต 891 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 46 ในเชิงของส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ (Product Mix) บริษัทได้มีการปรับตัวมาตลอด และ

เนื่องจากบริษัทมีการปรับช่องทางการขาย (Balance Port) ที่ดีมีประเภทสินค้าที่หลากหลาย ทำให้รายได้ของบริษัทเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง และคงที่ทุกไตรมาส



1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

วิสัยทัศน์(Vision)

บริษัทมุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้วยบริการที่เป็นเลิศโดยการบริหารจัดการจากทีมงานที่มีประสิทธิภาพ

พันธกิจ (Mission)

- พัฒนาคุณภาพ ประสิทธิภาพ และยุทธวิธีการบริการของแต่ละธุรกิจ ให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนาระบบการบริหารจัดการและระบบการให้บริการโดยเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด
- ให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของพนักงานและบุคลากร ให้มีศักยภาพและความรับผิดชอบต่องานและลูกค้า
- มุ่งเน้นขยายช่องทางการให้บริการที่เข้าถึงลูกค้าทุกพื้นที่ทั่วประเทศ โดยร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพรอบด้าน และสร้างสรรค์ความสำเร็จร่วมกัน
- แสวงหาโอกาสใหม่ทางธุรกิจ เพื่ออนาคต และการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เหมาะสม

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

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจของบริษัท

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทคือรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอที สมาร์ทโฟน และสินค้าดิจิทัล ควบคู่ไปกับการขยายส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าแต่ละประเภท รวมทั้งมีแผนในการขยายฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้าระดับบุคคล และธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดเล็ก สถานศึกษา หรือหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ ให้เพิ่มมากขึ้น

ในปี 2562 บริษัทยังคงเดินหน้าเพิ่มช่องทางการขยายสาขาธุรกิจค้าปลีก โดย ณ สิ้นปี 2561 บริษัทมีสาขาจำนวน 646 สาขา มุมมองภาพรวมของสินค้าแบรนด์ APPLE บริษัทยังคงเชื่อมั่นว่าสามารถเติบโตได้ต่อ และสินค้าประเภทโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในประเทศไทยยังคงมีตลาดที่ใหญ่เพียงพอที่บริษัทจะยังคงเติบโตได้อยู่ ซึ่งยังคงเป็นเป้าที่บริษัทจะยังคงเพิ่มยอดขาย ควบคู่รายได้จากการขาย SIM



ส่วนของ BNN Online ปี 2562 จะมีการ Rebranding เปลี่ยนแนวคิดของเดิมที่ชื่อ Banana Shopping เป็น BNN เพื่อให้ลูกค้าจดจำง่าย บริษัทมองว่าในอนาคตเว็บไซต์ใหม่ หรือ การใช้ชื่อร้านเป็น BNN จะทำให้มีค่าเฉพาะ หากบริษัทจะมีการโปรโมทแบรนด์ และอีกแนวคิดของ BNN Online คือการเพิ่มยอดปิดการขายที่หน้าร้าน บริษัทมีมุมมองว่าการที่มีสาขามากกว่า 646 สาขา ทำให้ไม่สามารถให้ทุกสาขามีสินค้าทุกแบบได้ ทั้งยังไม่อยากให้หน้าร้านมีสต็อกสินค้าที่เยอะเกินไป บริษัทจึงได้มีการปรับกลยุทธ์ใหม่ เมื่อลูกค้าเดินเข้าร้านให้พนักงานขายสินค้าที่ไม่มีในร้านได้เลยโดยขายผ่านหน้าโปรแกรมของบริษัท ทั้งนี้เว็บไซต์ใหม่จะเปิดตัวเดือนมีนาคม 2562

ส่วนของ TRUE การที่บริษัทมี Partner เป็น Operator เป็นการมาช่วย Support ให้กับโปรโมชันของการซื้อขายมือถือ ทำให้ราคาถูกลงและลูกค้าตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น ดังนั้นการมีส่วนลดค่าเครื่อง เมื่อลูกค้าซื้อพร้อมกับสมัครแพ็คเกจที่เป็น Sim รายเดือน ยังเป็นเรื่องสำคัญ ในขณะที่ True Shop ก็ยังบริษัทยังคงมีแผนที่จะขยายต่อ

สำหรับธุรกิจแฟรนไชส์ปี 2562 บริษัทมีพร้อมมากขึ้นและจะเพิ่มการขยายสาขาให้ได้มากกว่า 100 สาขา ทั้งนี้สำหรับปีที่ผ่านมาธุรกิจแฟรนไชส์ใช้ชื่อร้านเป็น Banana Shopping.com และจะเริ่มใช้ชื่อใหม่ในธุรกิจแฟรนไชส์ใหม่ด้วยเช่นกันเป็น BNN ในส่วนของทำเลที่ตั้งของร้านแฟรนไชส์ส่วนใหญ่จะอยู่นอกห้าง 80% เป็น Stand-alone หรือ ดิคแถว สุดท้ายในเชิงของหน้าร้าน ภาพรวมของปี 2562 จากเดิมที่บริษัทมีอยู่ 646 สาขา บริษัทเชื่อว่าสิ้นปีจะขยายสาขาได้มากกว่า 800 สาขาขึ้นไป

1.3 การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญ

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
ปี 2547	▪ จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทคอมเซเวน 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 ล้านบาทเป็น 20 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท
ปี 2552	▪ ในเดือนมกราคม 2552 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 20 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท ▪ บริษัทมีสาขาคرب 100 สาขา และมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์และบรรยากาศ (Rebranding) ภายในร้านค้าให้ทันสมัยรองรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย และทำการเปลี่ยนชื่อร้านค้าของบริษัททั้งหมดเป็นร้าน "BaNANA IT"
ปี 2553	▪ ในเดือนธันวาคม 2553 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 100 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท

ปี 2554	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทมีจำนวนสาขารอบ 200 สาขา
ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> ในเดือนพฤษภาคม 2556 บริษัทเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต โดยเฉพาะภายใต้ชื่อร้าน “BaNANAMobile” และขยายสาขาเพิ่มเติมไปยังจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงในภาคเหนือ ในเดือนธันวาคม 2556 บริษัทเพิ่มช่องทางธุรกิจโดยการเปิดร้าน “Samsung Shop”
ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2557 บริษัทจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท แมงโก้ ซุปเปอร์ จำกัด (“บ.แมงโก้”) โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 20 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีโทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มชุมชนในต่างจังหวัดโดยบริษัทถือหุ้น บ.แมงโก้ ในสัดส่วนร้อยละ 76 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 4/2557 เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2557 มีมติดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> (1) อนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.25 บาท (2) อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทอีก 75 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 300 ล้านหุ้นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 225 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท โดยเห็นชอบให้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ดังกล่าว เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2557 บริษัทแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อบริษัทจากบริษัท คอมเซเว่น อินเทอร์เน็ตในชนแดน จำกัด เป็นบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้ดำเนินการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) โดยเปิดให้จองซื้อระหว่างวันที่ 31 กรกฎาคม 2558 และ 3 - 4 สิงหาคม 2558 ในราคาเสนอขายหุ้นละ 3.35 บาทจำนวนหุ้นที่เสนอขายทั้งหมด 300,000,000 หุ้นรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 1,005,000,000 บาทและตลาดหลักทรัพย์ฯได้ประกาศรับหลักทรัพย์ของบริษัทเข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2558 และหุ้นของบริษัทเริ่มทำการซื้อขายเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2558 เป็นวันแรกเช่นเดียวกัน เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 บริษัทได้ซื้อหุ้น (บริษัท แมงโก้ซูเปอร์ จำกัด ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท บานานา กรุ๊ป จำกัด) ทั้งหมดจาก นายทรงธรรม บุญยะทรัพย์ จำนวน 47,999 หุ้นเป็นเงินจำนวน 6,000,000 บาท บริษัทจึงมีการถือหุ้นในบริษัท บานานา กรุ๊ป จำกัด เป็นจำนวน 199,998 หุ้นซึ่งเป็นอัตราร้อยละ 99.99 ของหุ้นในบริษัทดังกล่าว เป็นไปตามมติของที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 10/2558 เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2558 ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 11/2558 เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2558 มีมติให้บริษัทเข้าลงทุนในบริษัท ฮอป บี พลัส จำกัดโดยการซื้อหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 3,500 หุ้นในราคา 10,000,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.5 ของทุนจดทะเบียนของบริษัท ฮอป บี พลัส จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจขายของเล่น ของที่ระลึกการจัดอีเวนต์ต่างๆเนื่องจากบริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจกลุ่มนี้ที่มีอัตราการแข่งขันน้อยและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆจึงพิจารณาเห็นว่าได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในครั้งนี้ ในปี 2558 บริษัทขยายสำนักงานสาขาศูนย์ซ่อมสินค้ายี่ห้อ Apple ในชื่อร้านว่า “iCare” โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 20 สาขา ในปี 2558 บริษัทมีการจัดตั้งแผนก BaNANA Business เพื่อขายสินค้าไอทีซอฟต์แวร์ติดตั้งและดูแลระบบให้กับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กถึงปานกลาง (SME) หรือหน่วยงานราชการ
ปี 2559	<ul style="list-style-type: none"> ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559 มีมติให้บริษัทเข้าลงทุนในบริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด (ไอเทค ซอฟต์แวร์) โดยการซื้อหุ้นจาก นายนิธิต สรรลักษณ์ จำนวน 1,020 หุ้นหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนของไอเทค ซอฟต์แวร์ รวมเป็นเงินทั้งสิ้นจำนวน 8,000,000 บาท โดยไอเทค ซอฟต์แวร์ ให้บริการในการเขียนโปรแกรมต่างๆ ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทจะต้องใช้บริการไอเทค ซอฟต์แวร์ในการเขียนโปรแกรมห้างสรรพสินค้า รวมทั้งให้การสนับสนุนแผนก BaNANA Business ในการดูแลไอทีซอฟต์แวร์ติดตั้งและระบบ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 2/2559 เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2559 มีมติให้เข้าร่วมทุนกับนายธนวัฒน์ แซ่เจียง ด้วยการก่อตั้งบริษัทใหม่ชื่อว่า “บริษัท บานานา ชัวร์ จำกัด” (บานานา ชัวร์) โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 306,000 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนของบานานา ชัวร์ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 30,600,000 บาท โดยบานานา ชัวร์ ประกอบธุรกิจเป็นผู้นำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ใช้แล้ว เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก เป็นการขยายฐานลูกค้าจาก

	<p>ระดับกลางลงไป ซึ่งสอดคล้องตามนโยบายการเป็นผู้นำสินค้าด้านไอทีอย่างครบวงจร</p> <ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2559 บริษัทเข้าลงนามในสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจการบริหารจัดการร้าน TRUE Shop (สัญญา) กับบริษัท ทรูดีสทรีบีวีชั่นแอนด์เซลล์ จำกัด (TDS) เพื่อรับมอบสิทธิในการร่วมบริหารจัดการร้าน TRUE Shop จำนวนทั้งสิ้น 166 ร้าน เป็นระยะเวลา 3 ปี ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 4/2559 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2559 มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนเพิ่มเติมตามสัดส่วนในบริษัท ฮอปบี้ พลัส จำกัด เป็นจำนวน 875 หุ้น คิดเป็นเงินจำนวน 2,500,000 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นทั้งสิ้นหลังการเพิ่มทุนที่ร้อยละ 12.5 เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ และนำไปใช้ในการเปิดร้านจำหน่ายเครื่องเล่น โมเดลหุ่นยนต์ และอุปกรณ์ รวมทั้งบริษัทได้ให้เงินกู้ยืมแก่บริษัทไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2,040,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3 โดยชำระเมื่อทางถามแต่ไม่เกินระยะเวลา 1 ปี นับแต่วันที่ได้เบิกใช้เงินกู้จำนวนดังกล่าว เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและเพิ่มสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจของบริษัทไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2559 เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2559 ได้มีมติจัดตั้งบริษัทย่อยในนามบริษัท ดับเบิลยูเซเวน จำกัด (ดับเบิลยูเซเวน) เพื่อรองรับการเข้าบริหารจัดการร้าน TRUEShop ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 5,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100 ในปี 2559 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อร้านจากเดิมคือ iStudio iBeat และ U-Store by Comseven มาใช้ภายใต้ชื่อ "Studio7" ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 7/2559 เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2559 มีมติให้บริษัทซื้อหุ้นของบริษัท บานานา ชาร์จ จำกัด จากนายธนวัฒน์ แซ่เจียง จำนวน 294,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียนบานานา ชาร์จเนื่องจากบริษัทพิจารณาแล้วเห็นว่าหากปล่อยให้ นายธนวัฒน์ แซ่เจียง ขายหุ้นจำนวนดังกล่าวแก่บุคคลภายนอก อาจมีปัญหาในการจัดการได้ บริษัทจึงซื้อหุ้นเพื่อให้เป็นผู้ถือหุ้นรายเดียวและสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งมีมติให้บริษัทขายหุ้นบริษัท ฮอปบี้ พลัส จำกัด ที่บริษัทถืออยู่เป็นจำนวนทั้งสิ้น 4,375 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.5 ของทุนจดทะเบียน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 12,500,000 บาท เท่ากับมูลค่าที่ให้ลงทุนเนื่องจากรายได้ที่ผ่านมาของบริษัท ฮอปบี้ พลัส จำกัด ไม่เป็นไปตามที่ได้ตกลงกันครั้งเมื่อได้เข้าลงทุน ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 8/2559 เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 มีมติอนุมัติให้บริษัทซื้อทรัพย์สินของบริษัท บางกอก เทเลคอม 999 จำกัด (บจก. บางกอก) โดยการรับโอนทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจเป็นเงินทั้งสิ้น 184,000,000 บาท
ปี 2560	<ul style="list-style-type: none"> ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 4/2560 เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2560 มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นของ บจก.บัพ โดยเป็นการเข้าซื้อพร้อมกับบมจ. ชินเน็ค (ประเทศไทย) และนักลงทุนรายอื่น ซึ่งบริษัทได้ซื้อหุ้นสามัญ เป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 120,660 หุ้น ในราคา 268,206,600 บาท คิดเป็นร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของ บจก.บัพ โดย บจก.บัพ ประกอบธุรกิจเข้าซื้อรถจักรยานยนต์ และบริษัทมองว่าการเข้าร่วมลงทุนใน บจก.บัพ จะเป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทต่อยอดขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจเข้าซื้อ เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทต่อไปในอนาคต ในเดือน พฤศจิกายน 2560 บริษัทร่วมมือกับธนาคารกสิกรไทย เปิดตัวธุรกิจแฟรนไชส์ bananastore.com (ภายในปี 2560 จะมีการเปลี่ยนชื่อเป็น bananashopping.com) โดยเป็นการเปิดโอกาสให้กับเจ้าของกิจการ SMEs ทั้งขนาดกลางและขนาดเล็กได้เป็นเจ้าของร้าน BANANA ในกลุ่มอำเภอรองที่ยังมีร้านสาขาของบริษัท โดยที่บริษัทจะให้การสนับสนุนทั้งด้านสินค้า และการบริหารจัดการ รวมถึงการส่งเสริมการขาย และการบริการด้านอื่นๆ
ปี 2561	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2561 บริษัทได้ขายหุ้นสามัญที่มีอยู่ใน บริษัท บัพ (ประเทศไทย) จำกัด ให้แก่นายประพันธ์ พลชนะสิทธิ์ จำนวน 10,055 หุ้น ถือเป็นจำนวนร้อยละ 2.50 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของบริษัท บัพ (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจุบันบริษัทจึงถือหุ้นของบริษัท บัพ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นจำนวนร้อยละ 27.50 ของหุ้นทั้งหมด เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2561 บริษัทได้ขายหุ้นสามัญที่มีอยู่ใน บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด ให้แก่นายเอกราช ปัญจวิณี จำนวน 30,000 หุ้น และขายให้แก่ นายสุรเดช สร้อยรุ่งเรือง จำนวน 14,999 หุ้น

	<p>ปัจจุบัน บริษัทจึงถือหุ้นของบริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด จำนวนร้อยละ 69.99 ของหุ้นทั้งหมด</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2561 บริษัทได้ทำบันทึกตกลงซื้อทรัพย์สิน คือ ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม รวมทั้งสิทธิการเช่า จาก บริษัท เรดาร์ เทเลคอม จำกัด จำนวน 14 ร้าน เป็นเงินจำนวน 20,700,000 บาท ทั้งนี้เพื่อขยายกิจการจำหน่ายเครื่องมือสื่อสารทุกชนิด ▪ เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2561 บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท ดีเอ็นเอ รีเทล ลิมิเต็ด จำกัด จำนวน 1,500,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน ในราคา 210,000,000 บาท ทั้งนี้เพื่อขยายกิจการจำหน่ายเครื่องมือสื่อสารทุกชนิด
--	--

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ปัจจุบัน บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจอยู่ทั้งสิ้น 5 บริษัท ดังต่อไปนี้

1. บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด - ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 69.99 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 15 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจวางแผน จำหน่ายอุปกรณ์ และระบบไอที สำหรับลูกค้าองค์กร
2. บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด - ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 99.99 มีทุนจดทะเบียนชำระเต็มแล้วจำนวน 20 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีออนไลน์
3. บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด - ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 51 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 2 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการการเขียนโปรแกรมการจัดการต่างๆ
4. บริษัท ดับเบิลยูเซเว่น จำกัด - ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 99.99 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 5 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจบริหารจัดการ TRUE Shop ภายใต้ชื่อ TRUE by Comseven
5. บริษัท ดีเอ็นเอ รีเทล ลิมิเต็ด - ซึ่งบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด (บริษัทย่อย) ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.99 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 150 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าเครื่องมือสื่อสารโทรคมนาคมทุกชนิด

และมีบริษัทที่เข้าร่วมลงทุน 1 บริษัท ดังต่อไปนี้

1. บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด - ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 27.50 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 300,000,000 บาท ดำเนินธุรกิจให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์

1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -

แผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)

ทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 300 ล้านบาท
มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 0.25 บาท

บริษัทย่อย

บริษัทร่วมทุน

69.99

99.99

51%

99.99

27.50



ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว
15 ล้านบาท
มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ
100 บาท

บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด



ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว
20 ล้านบาท
มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ
100 บาท

บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด

99.99



ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 150 ล้านบาท
มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท

บริษัท ดีเอ็นเอ รีเทล ลิงค์ จำกัด



ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว
2 ล้านบาท
มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ
1,000 บาท

บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด



ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว
5 ล้านบาท
มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ
100 บาท

บริษัท ดับเบิลเซเว่น จำกัด



BAF (Thailand)

ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว
300 ล้านบาท
มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ
10 บาท

บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

- (1) บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีและการให้บริการซ่อมแซมสินค้าและขยายธุรกิจแฟรนไชส์ ให้กับนักลงทุนเพื่อมาร่วมเป็น Partner กับบริษัทฯ
- (2) บริษัท โนวีสอนิเกรชั่น จำกัด (โนวิส) ประกอบธุรกิจวางแผน จำหน่ายอุปกรณ์ และระบบ IT สำหรับลูกค้าองค์กร
- (3) บริษัท บานาน่า กรุป จำกัด (บานาน่ากรุป) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์
- (4) บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด (ไอเทค) ประกอบธุรกิจให้บริการรับเขียนโปรแกรมเชิงพาณิชย์
- (5) บริษัท ดับเบิลยูเซเว่น จำกัด (ดับเบิลยูเซเว่น) ประกอบธุรกิจบริหารจัดการ TRUE by Comseven

บริษัทและบริษัทย่อยมีโครงสร้างรายได้แยกตามกลุ่มธุรกิจ รายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มธุรกิจ	2561		2560		เปรียบเทียบ
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	YoY%
ธุรกิจค้าปลีก (B2C)	26,232.5	94%	21,433.9	97%	22.4%
อื่นๆ	1,680.5	6%	1,097.3	3%	53.2%
รายได้จากการขายและการให้บริการ	27,913.0	100%	22,531.2	100%	23.9%

(1) บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)

1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

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

- 1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นวีดิโอเกมส์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้าน BaNANA
- 2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน Studio7
- 3) ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ("Mobile") ซึ่งครอบคลุมร้าน BaNANA Mobile ร้าน Samsung Shop ร้าน Oppo Shop ร้าน Huawei Shop ร้าน Vivo Shop ร้าน BKK และร้าน Kingkong Phone
- 4) ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่ร้าน iCare
- 5) ร้านจำหน่ายสินค้ากล้องถ่ายรูป Shot Pro
- 6) ร้านค้าแฟรนไชส์ ภายใต้ชื่อ BANANA Shopping จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทและบริษัทย่อยมีสาขาจำหน่ายสินค้ารวม 643 สาขาตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำและห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัดและแหล่งชุมชนตามพื้นที่ต่างๆ อาทิเช่น ห้างสยามพารากอน ศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ ห้างเซ็นทรัลทุกสาขา ห้างเดอะมอลล์ทุกสาขา ห้างโรบินสัน ห้างแฟชั่นไอส์แลนด์ ห้างซีคอนสแควร์ทุกสาขา ห้างฟิวเจอร์พาร์ค ห้างโลดส์ ห้างบิ๊กซี และห้างท้องถิ่นในจังหวัดสำคัญต่างๆ รวมไปถึงแหล่งชุมชนตามอำเภอตามต่างจังหวัด

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้มีการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ ภายใต้ชื่อ BaNANA SHOPPING.COM จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ไอทีที่เกี่ยวข้องต่างๆ ซึ่งตั้งอยู่ตามแหล่งชุมชน ทั้งอำเภอหลัก อำเภอรอง ซุปเปอร์มาร์เก็ต 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 2561 บริษัทมีศูนย์บริการ iCare จำนวน 27 แห่ง ซึ่งทำให้บริษัทเป็นผู้ให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ที่มีศูนย์บริการมากที่สุดในประเทศไทย

รูปภาพร้าน BaNANA



รูปภาพร้าน Apple



รูปภาพศูนย์บริการ iCare



รูปภาพร้าน BaNANA Mobile



รูปภาพ Samsung Shop



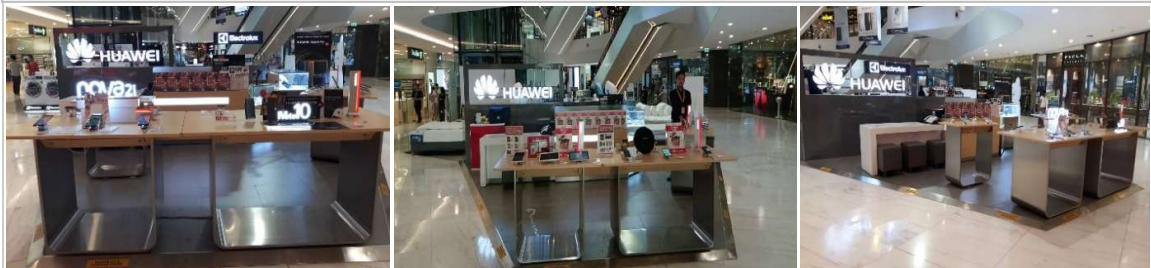
รูปภาพร้าน BKK



รูปภาพร้าน Oppo Shop



รูปภาพร้าน Huawei Shop



รูปภาพร้าน Vivo Shop



รูปภาพร้านแฟรนไชส์ BaNANA SHOPPING.COM



รูปภาพร้าน BaNANA Outlet



รูปภาพร้าน KingKong Phone



1.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ช่องทางการจำหน่ายหลักของบริษัทมี 6 ช่องทาง ได้แก่

- 1) ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นวีดิโอเกมส์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้าน BaNANA
- 2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน Studio7
- 3) ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ("Mobile") ซึ่งครอบคลุมร้าน BaNANA Mobile ร้าน Samsung Shop ร้าน Oppo Shop ร้าน Huawei Shop ร้าน Vivo Shop ร้าน BKK และร้าน KingKong Phone

4) ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่ร้าน iCare

5) ร้านจำหน่ายสินค้ากล้องถ่ายรูป Shot Pro

6) ร้านค้าแฟรนไชส์ ภายใต้ชื่อ BANANA Shopping จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง

โดยในปี 2559 - 2561 บริษัทและบริษัทย่อยมีจำนวนสาขา รวมทั้งสิ้น 325 สาขา 368 สาขา และ 553 ตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีสาขาทั้งหมดจำนวน 553 สาขา โดยรายละเอียดของสาขาแสดงดังตารางต่อไป

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวนสาขา	ประเภทสินค้าและบริการ	สถานที่ตั้ง
1. ร้านจำหน่ายสินค้า BU "BaNANA"	191		
<ul style="list-style-type: none"> BaNANA ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นวิดีโอเกมส์ และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "BaNANA" มีการจัดวางสินค้าแยกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย และมีสต็อกจัดเก็บสินค้าที่มีปริมาณเพียงพอในการให้บริการแก่ลูกค้า ขนาดพื้นที่ร้าน 50 - 500 ตร.ม. 	190	<u>สินค้าหลัก</u> <ul style="list-style-type: none"> สินค้าแล็ปท็อป สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ สินค้าแท็บเล็ต สินค้า Brand Shop <u>สินค้าเพิ่มเติม</u> <ul style="list-style-type: none"> อุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง 	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> กรุงเทพฯ และปริมณฑล 62 สาขา ภาคกลาง 14 สาขา ภาคตะวันออก 32 สาขา ภาคเหนือ 15 สาขา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 29 สาขา ภาคใต้ 29 สาขา ภาคตะวันตก 9 สาขา
<ul style="list-style-type: none"> BaNANA Outlet จัดจำหน่ายสินค้าประเภท สินค้าตกทุน สินค้าตัวโชว์ และสินค้าลดราคา Clearance ขนาดพื้นที่ประมาณ 500-1,000 ตร.ม. 	1	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าตกทุน สินค้าตัวโชว์ สินค้าลดราคา Clearance 	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> กรุงเทพฯ 1 สาขา
2. ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple	100		
<ul style="list-style-type: none"> Studio7 มีลักษณะรูปแบบของร้านและการจัดวางสินค้าตามมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "Studio7" ขนาดพื้นที่ 100 - 300 ตร.ม. 	91	<u>สินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่</u> <ul style="list-style-type: none"> iPod iPhone iPad Mac Apple Watch อุปกรณ์เสริมที่ใช้กับสินค้า Apple 	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> กรุงเทพฯ และปริมณฑล 24 สาขา ภาคกลาง 10 สาขา ภาคตะวันออก 13 สาขา ภาคเหนือ 6 สาขา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 16 สาขา ภาคใต้ 13 สาขา ภาคตะวันตก 9 สาขา
<ul style="list-style-type: none"> Studio7 (เดิมชื่อ U-Store by Comseven) เป็นร้านจำหน่ายสินค้า Apple ที่มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "Studio7" โดยตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยชั้นนำต่างๆ ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 50 ตร.ม. 	9	<u>สินค้าแบรนด์ Apple ได้แก่</u> <ul style="list-style-type: none"> iPod iPhone iPad Mac Apple Watch อุปกรณ์เสริมที่ใช้สินค้า Apple 	มหาวิทยาลัยชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาคดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> กรุงเทพมหานคร 7 สาขา ภาคเหนือ 1 สาขา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 สาขา

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวนสาขา	ประเภทสินค้าและบริการ	สถานที่ตั้ง
3. ร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม	84		
<ul style="list-style-type: none"> • BaNANA Mobile - มีการจัดวางสินค้าตัวอย่างเพื่อให้ลูกค้าทดลองใช้งาน รวมทั้งมีสินค้าอุปกรณ์เสริมที่ใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อพร้อมกับอุปกรณ์ - มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "BaNANA Mobile" - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 50 - 100 ตร.ม. - 	15	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แท็บเล็ตและอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 6 สาขา • ภาคตะวันออก 5 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงใต้ 2 สาขา • ภาคใต้ 2 สาขา
<ul style="list-style-type: none"> • Samsung Shop - จัดวางสินค้าแบรนด์ Samsung รวมถึง Accessories สำหรับสินค้าแบรนด์ Samsung - มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดย Samsung (Thailand) - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 80 - 200 ตร.ม. 	12	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Samsung	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 5 สาขา • ภาคกลาง 2 สาขา • ภาคเหนือ 1 สาขา • ภาคใต้ 4 สาขา
<ul style="list-style-type: none"> • BKK Shop - มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน "BKK" - มีการจัดวางสินค้าแยกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย และมีสต็อกจัดเก็บสินค้าที่มีปริมาณเพียงพอในการให้บริการแก่ทางลูกค้าได้ - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 80 ตร.ม. 	37	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 11 สาขา • ภาคกลาง 3 สาขา • ภาคตะวันออก 4 สาขา • ภาคเหนือ 3 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 9 สาขา • ภาคใต้ 6 สาขา • ภาคตะวันตก 1 สาขา
<ul style="list-style-type: none"> • Oppo Shop - จัดวางสินค้าแบรนด์ Oppo รวมถึง Accessories ต่างๆ - มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านในรูปแบบซึ่งถูกกำหนดโดย Oppo - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 80 ตร.ม. 	17	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ Oppo และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 10 สาขา • ภาคเหนือ 1 สาขา • ภาคตะวันออก 1 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สาขา • ภาคใต้ 2 สาขา
<ul style="list-style-type: none"> • Vivo Shop - จัดวางสินค้าแบรนด์ Vivo รวมถึง Accessories ต่างๆ - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 80 ตร.ม. 	3	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ Vivo และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	<p>ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • ภาคกลาง 1 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 สาขา

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวนสาขา	ประเภทสินค้าและบริการ	สถานที่ตั้ง
4. ศูนย์บริการรับซ่อมแซมสินค้า iCare - เป็นศูนย์บริการรับซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple โดยจะไม่มีการวางจำหน่ายสินค้า - มีลักษณะรูปแบบ และมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 70 - 120 ตร.ม.	27	บริการ และซ่อมแซมสินค้า Apple	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 14 สาขา • ภาคกลาง 5 สาขา • ภาคตะวันออก 2 สาขา • ภาคเหนือ 1 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สาขา • ภาคใต้ 1 สาขา • ภาคตะวันตก 1 สาขา
6. ร้านขายกล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์เสริม Shot Pro - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 100 - 200 ตร.ม.	2	จัดจำหน่ายสินค้าประเภทกล้องถ่ายรูปสำหรับมืออาชีพ พร้อมอุปกรณ์เสริมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 2 สาขา
7. ธุรกิจแฟรนไชส์ ร้าน BANANA SHOPPING.COM - เป็นการขายธุรกิจ ให้กับ Partner ที่มีความต้องการเปิดร้านค้า BANANA SHOPPING.COM โดยจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับ Smartphone Apple คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ไอทีที่เกี่ยวข้องต่างๆ - มีลักษณะรูปแบบ และมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ซึ่งกำหนดโดยบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 40 - 100 ตร.ม.	46	<u>สินค้าหลัก</u> • สินค้าแล็ปท็อป • สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ • สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ • สินค้าแท็บเล็ต • สินค้า Brand Shop • สินค้า Brand Apple <u>สินค้าเพิ่มเติม</u> • อุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ตั้งอยู่ตามแหล่งชุมชน ทั้งอำเภอหลัก อำเภอรอง ซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างท้องถิ่นในจังหวัดสำคัญต่างๆ โดยแบ่งตามภูมิภาคดังนี้ • ภาคกลาง 7 สาขา • ภาคตะวันตก 6 สาขา • ภาคตะวันออก 1 สาขา • ภาคเหนือ 7 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 14 สาขา • ภาคใต้ 11 สาขา
8. Kingkong Shop - โดยจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริมต่างๆ - มีลักษณะรูปแบบ และมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 15 - 30 ตร.ม.	102	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และซูเปอร์มาร์เก็ต โดยแบ่งตามภูมิภาคดังนี้ • ภาคกลาง 34 สาขา • ภาคตะวันตก 6 สาขา • ภาคตะวันออก 16 สาขา • ภาคเหนือ 8 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 25 สาขา • ภาคใต้ 13 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 Samsung Shop และ Kingkong 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 อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีฐานรายได้ที่หลากหลาย จึงได้เริ่มดำเนินนโยบายขยายฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้านิติบุคคลซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการขยายตัวที่ดีในช่วงที่ผ่านมา โดยบริษัทได้มีการอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว ทั้งในเรื่องของการประสานงานการขาย การขนส่งสินค้า การบริการ Onsite Service รวมไปถึงการให้เครดิตเทอมในซื้อขายอีกด้วย

1.4 นโยบายในการกำหนดราคา**(1) สินค้าไอที โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต**

ราคาขายของสินค้าอุปกรณ์ไอทีประเภท สินค้าแบรนด์ Apple สินค้าแบรนด์ Samsung และแบรนด์ชั้นนำอื่นๆ จะถูกกำหนดโดยลูกค้าของบริษัทซึ่งเป็นราคาเดียวกันทั่วประเทศ สำหรับทุกรูปแบบหน้าร้านและทุกสาขายกเว้นบางสาขาที่มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษในบางช่วงเวลา ทั้งนี้บริษัทจะดำเนินการปรับราคาขายสินค้าทุกครั้งตามราคาและเงื่อนไขที่ลูกค้าของบริษัทกำหนด โดยหากภายหลังสินค้ามีการลดลงราคา บริษัทจะได้รับชดเชยส่วนต่างราคาของสินค้านั้นที่มีการปรับราคาตามเงื่อนไขและระยะเวลาที่กำหนดโดยลูกค้าแต่ละราย

(2) สินค้าประเภทอุปกรณ์เสริมอื่น ๆ

โดยทั่วไปบริษัทมีนโยบายให้ Supplier มาฝากขาย และเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า โดยบริษัทจะได้กำไรจากส่วนต่างราคาของสินค้านั้นๆ สำหรับสินค้าอุปกรณ์เสริมอื่นที่มีใช้เป็นสินค้าฝากขาย บริษัทจะสามารถกำหนดราคาได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ราคาขายของสินค้าขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า และสภาพการแข่งขัน

1.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ**(1) สินค้าไอทีทั่วไป (ไม่รวมสินค้าแบรนด์ Apple)**

บริษัทและบริษัทย่อยมีแนวทางการจัดหาสินค้าดังนี้

1. การจัดหาสินค้าจากต่างประเทศ

บริษัทได้มีการส่งผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติโลก รวมถึงเยี่ยมชมร้านค้าที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกับบริษัท เพื่อให้เกิดมุมมองและเห็นโอกาสจัดซื้อสินค้าที่ทันสมัยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และนำมาพิจารณาจัดซื้อสินค้าที่มีศักยภาพต่อไป

2. การจัดหาสินค้าจากในประเทศ

ในการจัดหาสินค้าในประเทศโดยปกติจะมีผู้จำหน่ายสินค้าไอที (Supplier) นำสินค้ามาเสนอแก่บริษัท เนื่องจากบริษัทเป็นร้านจำหน่ายสินค้าไอทีรายใหญ่ที่มีสาขามากที่สุดในประเทศและมียอดขายสินค้าต่อปีที่สูง ส่งผลให้บริษัทมีอำนาจในการต่อรองกับ Supplier ในประเทศค่อนข้างสูง ดังนั้นบริษัทจึงสามารถทำการต่อรองและเลือกซื้อสินค้าที่ดีที่สุดได้

3. การจัดหาสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการจัดหาสินค้าของบริษัท โดยบริษัทมีทีมงานในการสืบค้นหาสินค้าและข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าที่น่าสนใจอยู่เสมอ เพื่อให้สินค้าที่บริษัทจำหน่ายสอดคล้องและตรงกับความต้องการของลูกค้า

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

นอกจากนี้ จากการที่บริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าไอทีชั้นนำมาเป็นระยะเวลานานกว่า 20 ปี บริษัทจึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าทั้งผู้จำหน่ายและผู้ผลิตสินค้า ทำให้บริษัทได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าน่าสนใจ รวมถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรมในความเห็นของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์แนวโน้ม และกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท

(2) สินค้าแบรนด์ Apple และการให้บริการที่เกี่ยวข้อง

1.บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็น Authorized Premium Reseller เพื่อดำเนินการเปิดร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple อย่างเป็นทางการในประเทศไทย จาก บริษัท แอปเปิ้ล เซาท์ เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด

2.บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็น Apple Authorized Reseller เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Apple โดยบริษัทจะสามารถส่งซื้อสินค้าประเภท iPhone, iPod, iPad, Mac และ Apple Watch จากบริษัท แอปเปิ้ล เซาท์ เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อวางจำหน่ายที่ร้านค้าของบริษัทได้โดยตรง

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

ปัจจุบันบริษัทมีพันธมิตรคู่ค้าที่เป็นผู้จำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท จำนวนมากกว่า 200 ราย ซึ่งบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีและได้ทำการค้าร่วมกันมาเป็นระยะเวลานาน โดยกลุ่มคู่ค้าหลักของบริษัทแบ่งตามประเภทและแบรนด์ของสินค้าได้ดังนี้

ตารางแสดงประเภทสินค้า ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายรายหลักของแต่ละประเภทสินค้า

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

ประเภทสินค้า	สินค้า	แบรนด์	ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย
		Dell	บริษัท เวลเทกรุป จำกัด
		HP	บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
		Lenovo	Lenovo (Thailand) Ltd.
	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. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
	Smart Phone and Tablet	Acer	บมจ. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		ASUS	บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
		Lenovo	Lenovo (Thailand) Ltd.
		Samsung	บริษัท ไทยซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด
4.สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)	iPad	Apple	Apple South Asia (Thailand) Ltd.
	Smart Phone and Tablet	Lenovo	Lenovo (Thailand) Ltd.
		Acer	บมจ. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
	Tablet	ASUS	บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
		Microsoft	
5.สินค้าอุปกรณ์เสริม (Accessories)	Speaker	Denon	บริษัท มหาจักร ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด
		Harman	
		JBL	
		Karmon	
		Marshall	บริษัท แอช เอเชีย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
	Accessories	Adonit	บริษัท เจนเนอเรชั่นเอส จำกัด
		Wacom	บจก. ไทเวอร์ชีเทคโนโลยีสทริบิวเตอร์ (ประเทศไทย)
	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 ทรูดีสทริบิวชั่นแอนด์เซลส์ จำกัด
		Jabra	บริษัท อาร์ ที บี เทคโนโลยี จำกัด
	Mouse & Keyboards	Logitech	บมจ. เอสไอเอสดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)

ประเภทสินค้า	สินค้า	แบรนด์	ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย
	Printer	Microsoft	
		Epson	บริษัท เอสวีโอเอ จำกัด (มหาชน)
		HP	บมจ. เอสไอเอสดีเอสทีบีวี (ประเทศไทย) บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
	Sim	TRUE	บริษัท ทรูดีเอสทีบีวีเอ็นแอลเซลส์ จำกัด
		AIS	บริษัท แอดวานซ์ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด
		DTAC	บริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด

1.6 การบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัทได้เริ่มว่าจ้างบริษัท คูห์เน่ พลัส นาเกิ้ล จำกัด ให้เป็นผู้บริหารจัดการคลังสินค้าตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2561 จนถึงปัจจุบัน โดยบริษัท คูห์เน่ พลัส นาเกิ้ล จำกัด ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 2550 ดำเนินกิจการการขนส่งทางอากาศ (Airfreight) การขนส่งทางเรือ (Seafreight) การขนส่งทางภาคพื้นดิน (Overland) การบริหารคลังสินค้า (Contract Logistics) เป็นบริษัทที่มีศักยภาพและมีมาตรฐาน โดยให้บริการด้านต่างๆ กับบริษัทชั้นนำหลายบริษัท ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีลูกค้าสำคัญในหลายกลุ่มธุรกิจ เช่น ลูกค้ากลุ่มอุปกรณ์ไฮเทคและอิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้ากลุ่มยานยนต์ ลูกค้ากลุ่มสินค้าอุปโภค-บริโภค ลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรม และอื่นๆ ซึ่งการที่บริษัทให้บริษัท คูห์เน่ พลัส นาเกิ้ล จำกัด เป็นผู้จัดการจัดการคลังสินค้าจะช่วยให้บริษัทสามารถประหยัดต้นทุนในการก่อสร้างคลังสินค้าและค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างพนักงานในคลังสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายการเข้าตรวจสอบการจัดการคลังสินค้าของบริษัท คูห์เน่ พลัส นาเกิ้ล จำกัด อย่างต่อเนื่อง โดยจะมีการตรวจนับสินค้าคงคลังทุก 3 เดือน และมีการตรวจนับร่วมกับฝ่ายบัญชีของบริษัทพร้อมกับมีประเมินผลการปฏิบัติงานทุกปี การจัดการคลังสินค้าและการขนส่งสินค้าของบริษัทจะใช้ระบบคอมพิวเตอร์และระบบออนไลน์เชื่อมต่อกับทุกช่องทางการจำหน่ายของบริษัท ซึ่งจะทำให้เจ้าหน้าที่ส่วนกลางสามารถรับรู้ข้อมูล การสั่งซื้อ การรับเข้า การจัดส่ง การโอนย้ายสินค้า รวมไปถึงยอดคงเหลือของสินค้าคงคลังได้ตลอดเวลา (Real-time) อีกทั้งการขายสินค้าของบริษัท จะใช้ระบบการสแกนบาร์โค้ดสินค้าและใช้ระบบการจัดสินค้าเข้าออกแบบ FIFO ทำให้ฝ่ายบริหารสามารถรับรู้ถึงอายุของสินค้าทุกรุ่น และสามารถกำหนดกลยุทธ์จัดการกับสินค้าคงค้างได้อย่างทันเวลา

กระบวนการบริหารสินค้าคงคลัง

1) การตรวจสินค้ารับเข้าและการจัดเก็บสินค้า

- การรับสินค้า จะมีการตรวจสอบเบื้องต้นก่อนการรับสินค้าเข้าระบบและจัดเก็บทุกครั้ง โดยหลังจากที่สินค้าผ่านการตรวจสอบและรับจัดเก็บแล้ว ผู้ให้บริการบริหารจัดการคลังสินค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายหรือสูญหายของสินค้าดังกล่าวทั้งหมด

2) การกระจายสินค้าให้สาขา

- การกระจายสินค้า จะมีการวางแผนล่วงหน้า โดยคำนวณจากสถิติยอดขายของแต่ละสาขา เพื่อประมาณการยอดคงเหลือที่แต่ละสาขาควรมี (Run Rate) ในกรณีที่ปริมาณสินค้าคงเหลือที่หน้าร้านแต่ละช่องทางต่ำกว่าจุดสั่งซื้อสินค้าที่กำหนดไว้ ระบบจะทำการสั่งสินค้าให้เข้าไปเติมที่หน้าร้านได้อย่างทันเวลา

3) การตรวจปล่อยและบรรจุสินค้า

- ก่อนขนส่งสินค้าออกจากคลังสินค้า จะมีกระบวนการตรวจเช็คสินค้าก่อนนำสินค้าไปบรรจุกล่อง ทั้งจำนวน และสภาพสินค้า เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าที่บรรจุลงกล่องทุกกล่องมีจำนวนตรงและอยู่ในสภาพปกติ หลังจากตรวจสอบผ่านกระบวนการข้างต้น แผนกคลังสินค้าจะทำการบรรจุสินค้าและติดสติ๊กเกอร์ Carton No.

เพื่อระบุชนิด และจำนวนสินค้าภายใน (Packing List)

4) การจัดส่งสินค้า

- การจัดส่งสินค้า ก่อนรถยนต์ขนส่งทุกคันออกจากคลังสินค้า จะต้องทำการตรวจสอบจำนวนกล่องและปลายทางเพื่อให้ตรงกับผู้รับ และทุกครั้งที่แผนกขนส่งทำการส่งสินค้าไปยังปลายทางจะต้องมีการยืนยันการรับสินค้าทุกครั้งโดยยืนยันทั้งผ่านการเซ็นรับและผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ความรับผิดชอบต่อการสูญหายของสินค้าจะอยู่กับบริษัทที่ต่อเมื่อมีการเซ็นรับสินค้าจากพนักงานของบริษัทแล้วเท่านั้น

ระยะเวลาการส่งสินค้า

การส่งสินค้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายใน 2 วัน จัดส่งโดยบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) การส่งสินค้าในต่างจังหวัดทั่วประเทศ ภายใน 3 วัน จัดส่งโดยบริษัท คูหน่ พลัส นาเกล จำกัด

1.7 การเลือกทำเลในการเปิดสาขา

บริษัทมีนโยบายการขยายสาขา โดยมุ่งเน้นในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้าต่างๆ การเลือกพื้นที่ที่จะพิจารณาจากลักษณะสำคัญโดยรอบของห้างสรรพสินค้าแต่ละแห่ง ดังต่อไปนี้

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

ภายหลังจากการเลือกพื้นที่และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดและการลงทุนแล้ว บริษัทจะนำแผนการศึกษาความเป็นไปได้เสนอคณะกรรมการบริหารเพื่อพิจารณา หากสาขาใดที่เปิดแล้วมีผลประกอบการไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ บริษัทจะติดตามผลการดำเนินงานของสาขาดังกล่าวอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งหาสาเหตุที่ทำให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมายเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือดำเนินการปรับสินค้าที่ขายในสาขาให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพด้านพนักงานและบริการ หากยังไม่สามารถปรับปรุงผลประกอบการให้เป็นไปตามเป้าหมายได้ บริษัทมีนโยบายที่จะย้ายสาขาไปยังทำเลอื่นที่เหมาะสมต่อไป

นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายที่จะเป็นพันธมิตรกับผู้พัฒนาและบริหารพื้นที่ค้าปลีกเพื่อหาโอกาสในการดำเนินการธุรกิจร่วมกัน อีกทั้งยังมีการกระจายการเข้าพื้นที่ที่มีความหลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงเจ้าของพื้นที่เช่ารายใดรายหนึ่ง

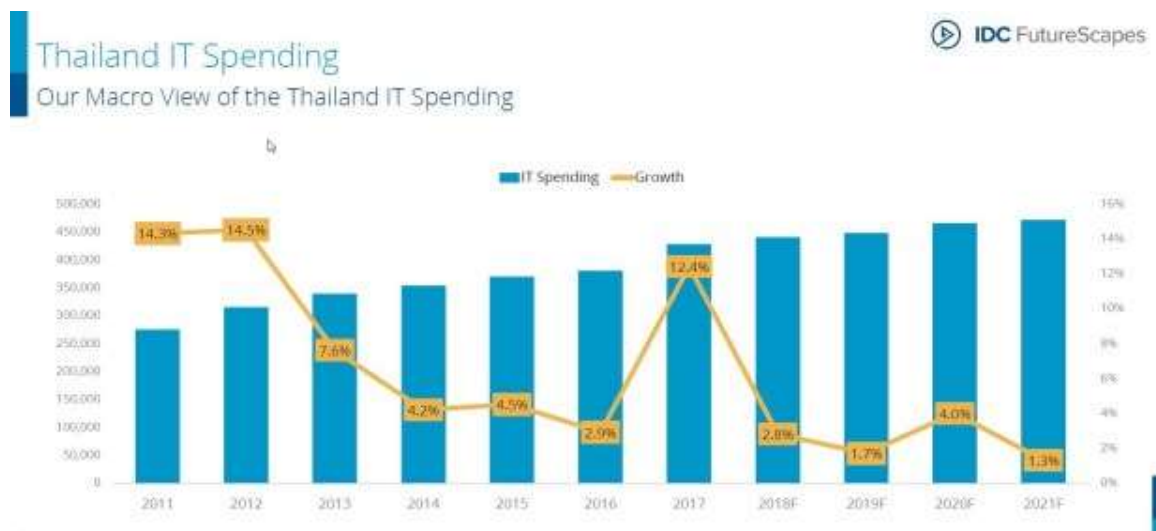
1.8 ภาวะอุตสาหกรรมและกลยุทธ์การแข่งขัน

1.8.1 ภาวะอุตสาหกรรมสินค้าไอที

ปีที่ผ่านมาเป็นปีที่ตลาดไอทีเติบโตสูงสุดในรอบ 5 ปี

การเติบโตของตลาดนี้ขับเคลื่อนจากตลาดสมาร์ทโฟนเป็นหลัก จากบรรดาโอเปอเรเตอร์ต่างนำสมาร์ทโฟนมาลดแจก แจก ทำแคมเปญการตลาดดึงดูดลูกค้าอย่างดุเดือดในต้นปี รวมถึงการแข่งขันของผู้ผลิตมือถือแบรนด์ต่างๆ โดยเฉพาะแบรนด์จีนที่เน้นโปรโมชันและจุดเด่นของกล้องถ่ายภาพดึงดูดลูกค้าให้เปลี่ยนสมาร์ทโฟนเครื่องใหม่ในปีที่ผ่านมาสัดส่วนของตลาดไอทีในส่วนของคอมพิวเตอร์แบ่งเป็น สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต 60% โน้ตบุ๊กและแล็ปท็อป 10% และอื่นๆ เช่นพริ้นเตอร์ เป็นตลาดที่ส่วนใหญ่หดตัว

ส่วนปีนี้ไอทีคาดการณ์ตลาดไอทีจะเติบโตเพียง 2.8% และเติบโตเพียง 1 ดิจิ ต่อเนื่องไปอีกหลายปี จากปีที่ผ่านมาตลาดสมาร์ทโฟนได้เปลี่ยนจากผู้ใช้งานเป็นเครื่องแรก เป็นผู้ประสบการณ์การใช้งานสมาร์ทโฟนและเลือกซื้อสมาร์ทโฟนราคาสูงขึ้น รองรับตอบโจทย์การใช้งานต่อเนื่องได้หลายปี จนเกิดการเปลี่ยนสมาร์ทโฟนช้าลง



แต่การเติบโตของกลุ่มดีไวซ์จะลดลง ในปี 2018 เป็นต้นไปถึงปี 2021 ตลาดในส่วนของ IT Service, Infrastructure และ Software จะเป็นตลาดที่กลับมาเติบโต จาก

1. ธนาคารลงทุนเพื่อปรับตัวรองรับไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของลูกค้า จากการเปลี่ยนพฤติกรรมซื้อสินค้าผ่านช่องทาง ecommerce และ social commerce และอื่นๆ
2. Telecom ลงทุนด้าน Virtualization เพื่อลดต้นทุน
3. Manufacturing ยกระดับตัวเองแข่งขันในระดับโลก ด้วย IoT และ Robotic แทนแรงงานเพื่อลดต้นทุน เพิ่ม Productivity แล้วยังได้ลดหย่อนภาษีจากภาครัฐ
4. การปรับเปลี่ยน Digital Transformation ในองค์กรต่างๆ โดยเฉพาะองค์กรขนาดใหญ่



ที่มา - <https://marketeeronline.co/archives/7586>

ETDA เผย e-Commerce ไทยโตแรงที่สุดในอาเซียนด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค ปี 2561 คาดมูลค่าพุ่งสูงถึง 3.2 ล้านล้านบาท พบยอดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกือบ 4 เท่าจากสิบปีที่ผ่านมา แพลตฟอร์มไทย-เทศเกิดขึ้นเพื่อรองรับการใช้งานนักช้อปออนไลน์เป็นจำนวนมาก ทั้งยังให้ความมั่นใจใน e-Payment และการขนส่งที่รวดเร็ว ด้านผู้ให้บริการเลือกใช้ Big Data วิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ขณะที่ AI ถูกใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการในรูปแบบ Chatbot มากที่สุด แนวโน้มเติบโตต่อเนื่องรับ 5G ที่จะเกิดนวัตกรรมใหม่ยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

ขณะเดียวกันประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุค 5G จำส่งผลทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ที่ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้โครงข่ายและตรวจตราความปลอดภัย วิดีโอสตรีมมิ่งและถ่ายทอดสดแบบ 360 องศา โลกเสมือนจริงแบบสามมิติเพื่อการเรียนรู้ สิ่งเหล่านี้จะขับเคลื่อน e-Commerce ไทยให้ไปต่อ เพราะสถิติที่ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 45 ล้านคน (2560) มี Mobile Subscriber กว่า 124.8 ล้านราย (2561) ผู้ใช้ Line กว่า 44 ล้านคน (2561) ผู้ใช้ Facebook กว่า 52 ล้านราย (2561) และมีแนวโน้มมูลค่า e-Commerce ของประเทศไทยปีล่าสุดจะสูงถึง 3.2 ล้านล้านบาท (2561) โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น 11.11 , 12.12, Black Friday ที่ผู้ประกอบการ e-Commerce ต่างจัดโปรโมชั่นส่งเสริมทางการตลาด ในปีที่ผ่านมา บางผู้ประกอบการมียอดขายสูงถึง 1.44 พันล้านบาท

<http://www.itnews24hrs.com/>

1.8.2 แนวโน้มและการพัฒนาในอนาคต

สรุป 7 เทรนด์เทคโนโลยีมาแรงแห่งปี 2019 “เทคโนโลยีต้องมาพร้อมกับความรับผิดชอบมากขึ้น”

เปิดผลสำรวจของศูนย์วิจัยเทเลเนอร์โดยเทเลเนอร์กรุ๊ปบริษัทแม่ของดีแทค ซึ่งได้คาดการณ์กระแสของแวดวงเทคโนโลยีในปีหน้า 2019

ประเด็นสำคัญคือ แม้เทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว แต่ผล “ด้านลบ” จากเทคโนโลยีจะทำให้ห่วงการโอทีทั่วโลกต้องหันมาพิจารณาถึงแง่มุมต่างๆ ของเทคโนโลยีมากขึ้น เช่น ความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติต่างๆ ทั้งระดับสังคม ครอบครัว และตัวบุคคล ด้านล่างนี้คือการคาดการณ์ถึง 7 เทรนด์เทคโนโลยีที่จะเกิดขึ้นอย่างกว้างขวางในปี 2019

1. Deepfake จะกระจายตัวมากขึ้น แต่หลายฝ่ายจะจริงจังเพื่อคุมเข้ม

ประเด็นการใช้ประโยชน์ทางลบของโซเชียลมีเดียและ AI ได้รับการจับตามองจากสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Deepfake เพื่อเป็นจุดในการปลอมแปลงข้อมูลปลอมและแพร่กระจายทางโซเชียลมีเดีย จึงมีการคาดการณ์ว่าในปี 2019 เทรนด์ Deepfake จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เป็นต้นว่า การเข้ามามีบทบาทในการให้ข้อมูลเท็จต่อสาธารณชนในการเลือกตั้ง ของไทยเองคือในปี 2019 ที่อาจจะมีการเลือกตั้งขึ้น หรือในปีหน้าที่ประเทศมหาอำนาจขนาดใหญ่อย่างสหรัฐอเมริกาและอินเดียจะมีการจัดการเลือกตั้งและเริ่มรณรงค์หาเสียงประธานาธิบดี

อย่างไรก็ตาม ในปี 2019 เราน่าจะเริ่มได้เห็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและหน่วยงานกำกับดูแล มีความจริงจังกับการกำจัดและสร้างภูมิคุ้มกันกับเทคโนโลยี Deepfake มากขึ้น

2. AI จะถูกกำหนดด้วยกรอบจริยธรรม แต่ยังเป็น Dilemma ต่อไป

การพัฒนาของ AI ที่ต่อเนื่องและแพร่หลายในภาคธุรกิจ/สังคม จะเข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อชีวิตของผู้คนในสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่สิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กันไปในปี 2019 คือการตรวจสอบการใช้งาน AI จากสาธารณะมากขึ้น ตลอดจนการกำหนดกรอบการใช้งานของ AI โดยในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจะมีการร่วมกันจัดตั้งกรอบธรรมาภิบาลและจริยธรรมในการใช้ AI เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ที่เกี่ยวข้องมีแนวปฏิบัติที่ถูกต้องตามหลักจรรยาบรรณ

แต่ทั้งนี้ กรอบจริยธรรมกับการพัฒนาวัตกรรมไม่ได้ไปด้วยกันในทุกที่ พร้อมทั้งจะมีข้อถกเถียงว่าถ้าจำกัดจริยธรรมมาก นวัตกรรมจะเกิดช้า ยกตัวอย่างเช่น การพัฒนาระบบนิเวศของ AI ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในสหรัฐอเมริกาและจีน ขณะที่ในภูมิภาคที่มีการกำกับอย่างยุโรปพัฒนาได้อย่างช้ากว่า ซึ่งชัดเจนว่าส่วนหนึ่งมาจากกรอบของการกำหนดด้วยจริยธรรมและเรื่องสิทธิมนุษยชน

แต่ถึงที่สุดแล้ว กรอบธรรมาภิบาลถือเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ AI อย่างยั่งยืน ซึ่งสุดท้ายแล้ว กรอบทางจริยธรรมที่กำหนดขึ้นจะช่วยทำให้เกิดความมั่นคง ความแข็งแกร่งและความน่าเชื่อถือในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี

3. เกิดเมืองจำลอง 5G ขึ้นทั่วโลก แต่การใช้งานจริง ยังไม่ใช่เร็วๆ นี้

การพัฒนาและทดสอบเทคโนโลยี 5G ในช่วงที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาแบบคลาวด์เพื่อเชื่อมต่อกับสถานีทดสอบคลื่น 5G หรือการพัฒนาแนวทางการใช้ประโยชน์จาก 5G เช่น การแสดงโดรนในพิธีเปิดโอลิมปิกฤดูหนาวที่เกาหลีใต้

ในปีหน้า 2019 เราจะเริ่มเห็นเมืองจำลองที่ใช้สำหรับดำเนินโครงการนำร่องเพื่อทดลองการใช้ประโยชน์จาก 5G ในภูมิภาคต่างของโลก ทั้งอเมริกาเหนือ ยุโรปและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นอกจากนั้น เราจะได้รับรู้และสัมผัสถึงความสนใจที่จริงจังอย่างแท้จริง ตัวอย่างที่เมืองคองสเบิร์ก ประเทศนอร์เวย์ ที่มีการนำร่องทดลอง 5G แล้ว

สรุปคือ 5G จะยังไม่ได้เกิดขึ้นจริงๆ ในเร็วๆ นี้ เนื่องจากมาตรฐานอย่างเป็นทางการจะออกในปี 2020 แต่ปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่หนุนให้เกิด 5G ขึ้นอย่างเต็มศักยภาพจะเกิดขึ้นในปีหน้า 2019 ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางด้านการตลาดและการรับรู้ของ 5G ในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ไร้คนขับ รถไร้คนควบคุมทางไกล การทำประมงด้วยระบบอัตโนมัติ การผ่าตัดทางไกล

พูดง่าย ๆ ก็คือ โครงการนำร่องต่างๆ ที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของ 5G จะเริ่มเกิดขึ้นในปี 2019 เพื่อเตรียมพร้อมสู่การให้บริการทางพาณิชย์ในปี 2020 แต่เอาเข้าจริงแล้ว ในแง่การนำมาใช้จริงอาจยังต้องรออีก 2-3 ปี หลังจากนั้น

4. IoT จะเข้าสู่ยุคเปลี่ยนผ่าน และเข้ามาปฏิวัติอุตสาหกรรมในวงกว้าง

IoT หรือ Internet of Things ที่เริ่มมีการใช้ในภาคอุตสาหกรรมจะเข้าสู่ “ยุคเปลี่ยนผ่าน” คือเปลี่ยนจากห้องทดลองสู่การให้บริการเชิงพาณิชย์แก่ลูกค้าในวงกว้างมากขึ้น ด้วยเครือข่ายแบบ LPWA หรือการสื่อสารแบบไร้สายทางไกลพลังงานต่ำ ซึ่งออกแบบมารองรับการสื่อสารระหว่างอุปกรณ์ต่ออุปกรณ์ (M2M) เน้นรับส่งข้อมูลจำนวนไม่มากนัก และใช้พลังงานต่ำ ทำให้การใช้งานมีความยาวนานมากกว่าการใช้ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ เมื่อต่อการใช้ประโยชน์ในขนาดใหญ่ขึ้น เช่น การบริหารเมืองอัจฉริยะ ภาคอุตสาหกรรม และแอปพลิเคชันเชิงพาณิชย์ เช่น การติดตามระบบขนส่งทั้งทางบกและทางน้ำ การทำประมง และการควบคุมจราจร

ในส่วนของระบบหลังบ้านนั้น เริ่มมีความชัดเจนขึ้นถึงการใช้ประโยชน์ของระบบการสื่อสารต่างๆ ต่อการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น ระบบ LTE เหมาะกับการใช้กับระบบกล้องวงจรปิดและระบบการสื่อสารภายในรถยนต์ ขณะที่ LTE-M เหมาะกับการใช้ในระบบขนส่ง ส่วน NB-IoT ใช้สำหรับการวัดเซนเซอร์ ซึ่งการพัฒนาของ LPWA จะยังคงมีขึ้นและได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องในปี 2019

5. Chatbot ผู้ช่วยคนต่อไป ของเล่นชิ้นใหม่ของทุกบ้าน

การพัฒนาของระบบผู้ช่วยส่วนตัวจะมาในรูปแบบของแชทบอทผ่านการพิมพ์ผ่านตัวหนังสือ ส่วนในปีหน้า 2019 เราจะได้เห็นการพัฒนาและการใช้แชทบอทที่ผ่านระบบการสั่งการด้วยเสียงมากขึ้นและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและก้าวหน้ามากขึ้น โดยเฉพาะกับอุปกรณ์ในบ้าน ทำให้การสั่งงานอุปกรณ์ภายในบ้านต่างๆ สามารถสั่งงานด้วยเสียงผ่านแชทบอทที่อยู่ในบ้าน เหมือนมีผู้ช่วยส่วนตัว ทำให้ชีวิตในบ้านง่ายดายมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าอุปกรณ์ล้ำสมัยที่สามารถสั่งการผ่านแชทบอทได้นั้น จะกลายเป็นของเล่นชิ้นใหม่ภายในบ้านทั่วโลกในปีหน้าอย่างแน่นอน

6. โทรศัพท์ฝาพับจะกลับมา เพราะกระแสหามือถือจะเป็น new normal

ความกังวลของผลกระทบต่อการใช้เวลากับจอสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตกำลังเป็นที่อภิปรายมากขึ้นในสังคม โดยคาดการณ์ว่าในปี 2019 การพัฒนาแอปพลิเคชันหรือเครื่องมือที่ติดตามการใช้งานจอ การเปิดโหมดป้องกันการรบกวนในเวลากลางคืนจะได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ

ผู้พัฒนาดีไวซ์หรือโซเชียมมีเดียอื่นๆ จะเพิ่มฟังก์ชันให้ผู้ใช้สามารถตั้งค่าได้เอง ขณะที่กระแส “เขตปลอดการใช้มือถือ” จะกลายเป็นบรรทัดฐานของสังคม เช่น การห้ามใช้มือถือระหว่างรับประทานอาหารกับครอบครัวหรือเพื่อน และการงดใช้มือถือระหว่างประชุม กระแสดังกล่าวจะเริ่มปรากฏและถูกรณรงค์โดยผู้ให้บริการ เพื่อสร้างการรับรู้

ด้วยเหตุนี้ ทำให้โทรศัพท์แบบฝาพับจะได้กลับมาได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มติดจอ โดยโทรศัพท์แบบฝาพับจะสามารถรองรับได้ 2 ซิม ทั้งซิมที่เน้นเฉพาะดาต้าสำหรับเล่นอินเทอร์เน็ต และซิมที่เน้นการโทร ซึ่งย้อนกลับไปสู่ยุคที่โทรศัพท์ฝาพับยุคก่อนาล็อกเคยได้รับความนิยมในอดีต

7. กระแส Green Tech จะแรงขึ้น

จากการที่คณะทำงานขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศได้ออกโรงเตือนถึงความร่วมมือในการป้องกันการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ทำให้ความกังวลและการรับรู้ของผู้คนในสังคมต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศสูงขึ้น ทำให้กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยเทคโนโลยี (Green tech) จะเริ่มมีความชัดเจนมากขึ้นในปี 2019 โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถใช้ชีวิตอย่างฉลาดขึ้นและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ตัวอย่างที่ นครออสโล ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกัน การใช้สินค้าและบริการของเทคโนโลยีที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคก็มีความนิยมสูงขึ้นเช่นเดียวกัน

กระแสนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนอร์เวย์สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยข้อมูลระบุว่า 30% ของรถยนต์ออกใหม่ในนอร์เวย์เป็นรถยนต์พลังงานไฟฟ้า สอดรับกับนโยบายภาษีและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่มีการจัดเก็บสูงขึ้นสำหรับสินค้าและบริการที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในนอร์เวย์ ซึ่งการเปลี่ยนผ่านโดยภาพรวมเป็นผลมาจากความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล ผู้พัฒนาเทคโนโลยี ผู้บริโภคและแรงกดดันจากสังคม ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนนั้นล้วนเป็นแรงผลักดันที่ก่อให้เกิดกระแส Green tech ที่นอร์เวย์ในปี 2019

ที่มา – <https://brandinside.asia/telenor-predict-7-it-trends-2019/> By BrandInside admin

1.8.3 ภาวะการแข่งขัน

บริษัทมุ่งเน้นในการเป็นผู้นำด้านการจำหน่ายสินค้าไอทีผ่านช่องทางแบบค้าปลีก กล่าวคือเน้น จำหน่ายสินค้าที่คัดสรรมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคทุกกลุ่ม และมีความหลากหลายของสินค้า ทันกระแสและสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในขั้นสุดท้าย (End-User) โดยตรง ดังนั้นคู่แข่งของบริษัทคือผู้ประกอบการค้าปลีกที่มีการจำหน่ายสินค้าไอทีประเภทเดียวกัน เช่น ร้านจำหน่ายสินค้าแล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมอื่นๆ โดยกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวจะมีทั้งในลักษณะที่เป็นเจ้าของคนเดียว มีจำนวนหน้าร้านเพียง 1-2 ร้าน (Single Shop) และบริษัทเอกชนที่มีหน้าร้านเป็นจำนวนมาก (Chain Store) นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจพัฒนาสังหาริมทรัพย์ในลักษณะของศูนย์การค้า และไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ ที่มีการจัดสรรพื้นที่ภายในศูนย์การค้าของตนเองสำหรับจำหน่ายสินค้าไอทีและเครื่องใช้ไฟฟ้า (Consumer Electric) โดยคู่แข่งปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับหน้าร้านของบริษัทมีดังนี้

(1) ร้านจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริษัท	ชื่อหน้าร้าน
บริษัท แอดไวซ์โฮลดิ้งส์ กรุ๊ป จำกัด	Advice
บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน)	Jaymart
บริษัท เจ.ไอ.บี. คอมพิวเตอร์กรุ๊ป จำกัด	J.I.B.
บริษัท ทีจี เซลูลาร์เวิลด์ จำกัด	TG FONE
บริษัท ไอที ซิตี้ จำกัด (มหาชน)	IT City
บริษัท คอมพิวเตอร์ ซีเอสเอ็ม คอนเน็คชั่น อินเทอร์เน็ตแซนแนล จำกัด	CSC
บริษัท เซ็นทรัลรีเทลคอร์ปอเรชั่น จำกัด	Power Buy
บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด	Power Mall
บริษัท เอกชัย ดิสทริบิวชั่น จำกัด	Tesco Lotus
บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)	Big C

ที่มา: ข้อมูลของบริษัท และการประมาณการจากการเก็บข้อมูลของบริษัท

(2) ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple

สำหรับร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple นั้น ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท แอปเปิ้ล เซาท์ เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อให้ได้รับสิทธิในการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการจึงจะสามารถดำเนินงานได้ ส่งผลให้มีจำนวนคู่แข่งที่น้อยรายกว่าร้านจำหน่ายสินค้าไอทีทั่วไป นอกจากนี้ลักษณะการตกแต่งร้าน การจัดวางสินค้าภายในร้าน โปรโมชันและราคาขายสินค้าจะถูกควบคุมจาก Apple ทั้งหมด ดังนั้นจุดสำคัญของการแข่งขันจึงอยู่ที่ทำเลที่ตั้งของร้านว่าอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมหรือไม่ อีกทั้งนโยบายของ Apple จะไม่อนุญาตให้มีร้าน Apple ประเภทเดียวกันอยู่ภายในศูนย์การค้าเดียวกัน ส่งผลให้การมีสาขาในบริเวณที่ทำเลดีและเปิดดำเนินการมาก่อนเป็นข้อได้เปรียบอย่างยิ่ง โดยในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ที่มีจำนวนสาขามากที่สุดและครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดมากที่สุดในประเทศไทย โดยนอกจากบริษัทแล้ว มีบริษัทอื่นๆ ที่ให้บริการด้านสินค้าและบริการที่ใกล้เคียงกันกับบริษัทดังนี้

บริษัท
บริษัท เอสพีวีไอ จำกัด (มหาชน)
บริษัท คอปเปอร์ไวร์ จำกัด
บริษัท ยูฟิคอน จำกัด

นอกจากนี้บริษัทยังได้ประกอบธุรกิจศูนย์ให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple (iCare) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและเป็นช่องทางหารายได้เพิ่มเติม โดยศูนย์บริการดังกล่าวผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อให้ได้รับสิทธิในการเป็นผู้ให้บริการอย่างเป็นทางการจึงจะสามารถดำเนินงานได้ ส่งผลให้มีจำนวนคู่แข่งที่น้อยรายและในปี 2561 เรายังได้มีจำนวนร้านบริการที่เป็น Premium service provider มากที่สุดในประเทศอีกด้วย โดยนอกจากบริษัทแล้ว มีบริษัทอื่นๆ ที่ให้บริการด้านสินค้าและบริการที่ใกล้เคียงกันกับบริษัทดังนี้

บริษัท
บริษัท เอสพีวีไอ จำกัด(มหาชน)
บริษัท คอปเปอร์ไวร์ จำกัด
บริษัท ยูฟิคอน จำกัด
บริษัท ยูนิตี้โพรเกรส จำกัด

1.8.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

ธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทไอทีเป็นธุรกิจที่มีอัตราการขึ้นต้นก่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทอื่น ส่งผลให้การบริหารจัดการต้นทุนคงที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนด้านพนักงาน ต้นทุนด้านการขยายสาขา ต้นทุนทางการเงิน ล้วนแล้วแต่มีผลต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ดังนั้นผู้ประกอบการที่มียอดขายที่สูง หรือมีเงินทุนมากกว่า จะได้เปรียบผู้ประกอบการรายย่อยค่อนข้างมาก นอกจากนี้บริษัทจะมีนโยบายในการควบคุมต้นทุนต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว บริษัทยังมีการกำหนดกลยุทธ์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันธุรกิจค้าปลีกสินค้าประเภทไอทีโดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ทำเลที่ตั้งของสาขา

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

(2) ความหลากหลายของสินค้า

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

(3) การบริการที่มีคุณภาพและครบวงจร

บริษัทมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพด้วยความทุ่มเทและความตั้งใจเพื่อสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในช่องทางการจำหน่ายต่างๆ โดยบริการหลักของบริษัทประกอบด้วย

- การบริการลูกค้า : บริษัทเน้นคุณภาพของบุคลากรเพื่อให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าทุกราย พนักงานงานขายของบริษัทสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการเลือกซื้อและแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับ

การใช้งาน นอกจากนี้บริษัทมีบริการด้านการชำระเงินในรูปแบบการโอนเงินผ่านธนาคารสำหรับลูกค้าทั่วประเทศ

- การรับประกันสินค้าและบริการหลังการขาย : สินค้าของบริษัทและบริษัทย่อยมีการรับประกันตัวสินค้าทุกชิ้น รองรับการเปลี่ยนและซ่อมสินค้าจากผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าชั้นนำ ลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้ที่ช่องทางการจำหน่ายทุกสาขาทั่วประเทศ ภายใต้เงื่อนไขของการให้บริการ
- การจัดส่งสินค้า : บริษัทมีทางเลือกมากมายในการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัย อาทิ เช่น บริการจัดส่งทั่วประเทศผ่านบริษัทขนส่งเอกชนชั้นนำ ซึ่งเป็นที่นาเชื่อถือด้านการขนส่งที่ระมัดระวัง ปลอดภัย และรวดเร็ว หรือไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (“EMS”)
- ระบบการสั่งซื้อออนไลน์ที่ทันสมัยและปลอดภัย : บริษัทได้ลงทุนด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าสามารถค้นหาสินค้า เลือกดูรายละเอียดของสินค้าและได้รับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า และเพื่อรับประกันความปลอดภัยในการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ บริษัทใช้ SSL (Secure Socket Layer) ตลอดทุกขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าเพื่อป้องกันการละเมิดใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงระบบการชำระเงินที่สะดวกสบาย ทั้งการเก็บเงินปลายทาง การชำระผ่านบัตรเครดิต และการชำระผ่านเคาน์เตอร์บริการ ครบคลุมทุกรูปแบบ

(4) การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

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

(5) การสร้างฐานข้อมูลลูกค้าและการบริการหลังการขาย

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

(6) การใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

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

- การใช้สื่อผ่าน Facebook, Twitter, Website และสื่อ Magazine BaNANA ที่บริษัทจัดทำเพื่อแจกลูกค้าฟรีที่หน้าร้านของบริษัททุกสาขา และมีการทำกิจกรรม Two-Way Communication เล่นเกมส์ชิงรางวัล อย่างสม่ำเสมอ

- การจัดรายการส่งเสริมการขายทั้งที่หน้าร้านของบริษัท ลานโปรโมชั่นภายในห้าง และงานกิจกรรมเกี่ยวกับไอทีต่างๆ เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักและช่วยกระตุ้นยอดขาย
- การจัดตกแต่งร้านตามเทศกาลต่างๆ ตามแผนงานโปรโมชั่นในแต่ละเดือน เพื่อให้ภาพลักษณ์ภายในร้านเป็นร้านไอทีที่ง่ายต่อการเลือกสินค้าและมีบรรยากาศของความสนุก
- การร่วมกับธนาคาร เพื่อทำโปรโมชั่นผ่อน 0% และโปรโมชั่น “Cash Back” เพื่อกระตุ้นยอดขาย
- การจัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (EDM) ให้กับลูกค้าของบริษัท เพื่อแจ้งข้อมูลการตลาด รายการส่งเสริมการขาย โปรโมชั่นสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้บริการกับร้านค้าในเครืออย่างต่อเนื่อง

(7) การฝึกอบรมพนักงานขาย

บริษัทมีการกำหนดมาตรฐานในการทำงานของพนักงานให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน โดยพนักงานต้องผ่านหลักสูตรอบรมการขายและการให้บริการจากบริษัท โดยหลักสูตรดังกล่าวจะมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถในการนำเสนอสินค้าต่อลูกค้า และกริยาท่าทางที่พร้อมต่อการให้บริการลูกค้า ให้กับพนักงานขายทุกคน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและความประทับใจในการได้รับบริการ ตั้งแต่การปรึกษาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า รวมไปถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าและชำระเงิน โดยบริษัทมีทีมงานมืออาชีพที่ผ่านการฝึกอบรมทุกคนและกระจายอยู่ทุกสาขา เพื่อคอยให้บริการลูกค้าทั่วประเทศ และบริษัทยังมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถสร้างทีมพนักงานขายใหม่ เพื่อบรรจุเข้าสู่สาขาใหม่ที่มีการขยายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและทดแทนพนักงานเก่าที่อาจมีการลาออกได้อย่างทันกาล ซึ่งโดยปกติพนักงานใหม่ต้องได้รับการฝึกอบรมจากบริษัทเป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ ก่อนการปฏิบัติงานจริง ซึ่งทำให้มั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับการบริการที่ดีและข้อมูลที่แม่นยำที่สุด

(8) เพิ่มศักยภาพของสาขาด้วยการเปิดสาขารูปแบบใหม่ (New from Factor) ทั้งในรูปแบบ

1. Standalone ใน Banana Franchise ที่ใช้ concept ของการบริหารงานด้วยเจ้าของแบบ 1:1 ซึ่งจะช่วยให้มีการโฟกัส และการปรับตัวให้เข้ากับ ลักษณะลูกค้าในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะช่วยเสริมศักยภาพทั้งในเรื่องของการขาย โปรโมชั่น รวมถึง ช่วยลด ต้นทุนบางอย่างที่ไม่จำเป็นออกไป และยังช่วยขยายความครอบคลุมลงไปในพื้นที่ ห้างไกล ซึ่งเดิมที่บริษัทไม่สามารถเข้าถึงได้ เนื่องจากต้นทุนและรายได้ไม่สัมพันธ์กัน

2. Co-Branch เนื่องจากการแข่งขันระหว่าง Shopping mall ด้วยกัน มีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในบางพื้นที่ อาจจะมีสิ่งดึงดูด Shopping Mall อยู่ร่วมกัน ซึ่งมันจะมีการdilute purchasing power ออกไป ทำให้ การเปิดสาขาเพื่อขายไอทีproduct เพียงอย่างเดียว อาจทำให้ไม่คุ้มทุน เพราะ traffic ไม่เพียงพอ Concept Co-Branch จึงได้ถูกนำเสนอ ทาง partner ที่เจอปัญหาเดียวกัน ใน สอง Sector Banking and Operator โดย Demand ของลูกค้า ทั้งสามอย่าง ไม่ว่าจะเป็นอยากมาทำธุรกรรมเกี่ยวกับ Bank, Operator หรือแม้กระทั่ง ซื้อสินค้าไอที ก็สามารถจบทุกอย่างได้ที่ร้านของเรา ซึ่งจะ ช่วยเพิ่ม Traffic ให้กันและกัน ซึ่งจะสามารถเพิ่มศักยภาพของสาขาให้มีโอกาสอยู่รอดได้มากขึ้น

1.9 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบริษัทและบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจหลักในการนำเข้าและค้าปลีกสินค้าไอที ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

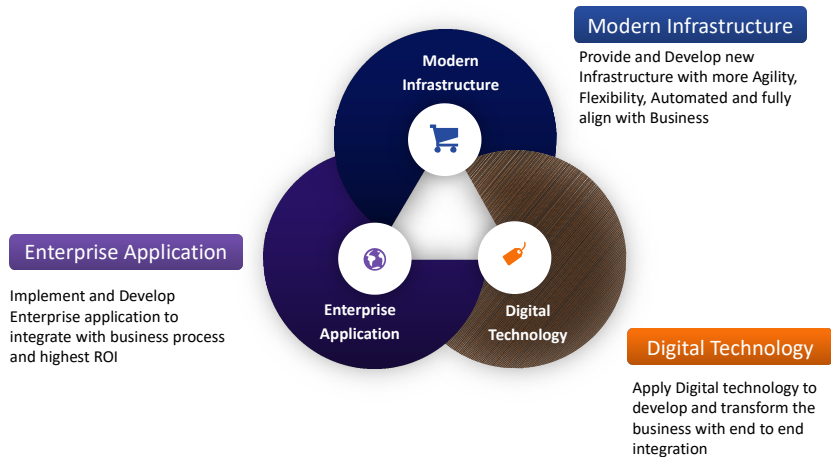
1.10 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

(2) บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด (ชื่อเดิมคือ บริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด) ประกอบธุรกิจให้บริการวางแผน และ จัดจำหน่ายสินค้าไอที วางระบบ ระบบเครือข่าย โปรแกรม การบริการและโซลูชันเพื่อธุรกิจ มีกลุ่มเป้าหมาย คือลูกค้าที่เป็นกลุ่มองค์กรขนาดเล็ก ขนาดกลาง ไปจนถึงขนาดใหญ่ โดยสามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่าง ครบวงจร รวมถึงการนำเทคโนโลยีเพื่อไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันและอนาคต

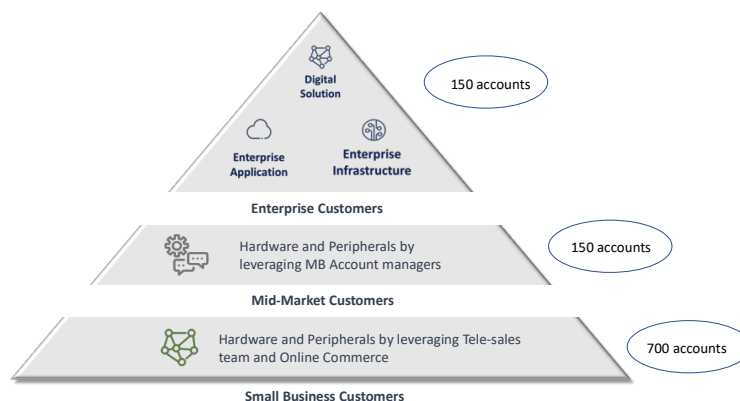


2.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

- 1) ขายตรงไปถึงลูกค้ากลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กร

2.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของโนวัส แบ่งออกเป็นกลุ่มหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้าธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และองค์กรขนาดใหญ่ โดยปัจจุบันมีฐานลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม โดยเน้นกลุ่มธุรกิจตัวอย่าง เช่น Healthcare, Hospitality, Property and Consumer Retail



2.4 นโยบายการกำหนดราคา

มีการจำหน่ายสินค้าและให้บริการในอัตราที่ใกล้เคียงกับราคามาตรฐานทั่วไปในอุตสาหกรรมแต่จะให้ความสำคัญกับการส่งมอบงานเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

2.5 สภาวะตลาดและการแข่งขัน

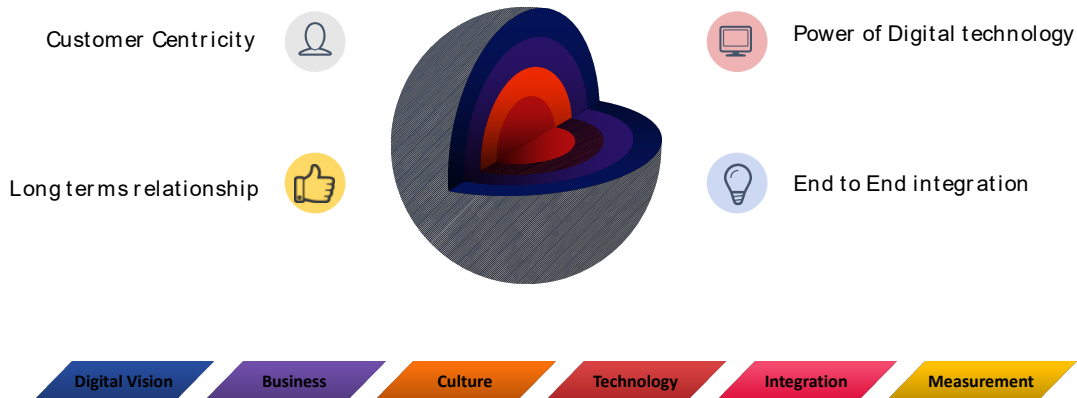
สภาวะตลาด

การแข่งขันในตลาด ลูกค้าองค์กรในปัจจุบันซึ่งมีความต้องการในการใช้ Digital technology อย่างมาก โดยจะมีการเลือกใช้บริการที่มีความชำนาญและประสบการณ์สูงซึ่งทางบริษัทมีความเชี่ยวชาญและสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างสมบูรณ์

กลยุทธ์การแข่งขัน

ด้วยการที่โนวส์เป็นบริษัทในเครือ COM7 ทำให้มีการกำหนดสินค้า รวมถึงค่าบริการในอัตราที่แข่งขันได้ อีกทั้งยังตอบโจทย์ในด้านของการเป็นผู้นำการให้บริการออกแบบ แนะนำ ติดตั้ง รวมถึงการดูแลหลังการขาย ด้วยทีมงานมืออาชีพที่มีความพร้อมและประสบการณ์ในการออกแบบระบบเพื่อองค์กรโดยตรง

Our Believe ..



2.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทสามารถหาสินค้าจาก COM7 หรือผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือตัวแทนจำหน่ายอื่น รวมถึงการจัดหาจากผู้ถือสิทธิในผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยบริษัทจะพิจารณาและเสนอให้ลูกค้าตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลและความพร้อมที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันต่อเวลาและความต้องการ รวมถึงการเป็น Front line partner ตัวอย่างเช่น Hewlett Packard Enterprise, Microsoft, Vertiv, K2, etc.

2.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจของบริษัทเป็นการจัดจำหน่ายและให้บริการด้านไอทีแก่ลูกค้าองค์กร จึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2.8 ลูกค้าของ Novus บางส่วน ในปี 2018



(3) บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด (บานาน่ากรุ๊ป)

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด (บานาน่ากรุ๊ป) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) โดยมีเว็บไซต์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้เว็บไซต์ www.bananastore.com มีรูปแบบการขายแบบ แพลตฟอร์มการขาย (Sale Platform) และตัวแทนจำหน่ายสินค้า (Agent) โดยกำหนดให้ผู้จัดจำหน่าย (Seller) หรือผู้ขาย (Supplier) ทำการส่งข้อมูลสินค้าพร้อมราคาจำหน่าย นำเสนอต่อผู้เข้าชมเว็บไซต์ ผ่านระบบการเชื่อมต่อสินค้าโดยตรงกับระบบเว็บไซต์ รวมทั้งการดำเนินการจัดซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้จัดจำหน่าย เพื่อการขายสินค้าโดยตรงผ่านเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการโดยมีระบบการรับชำระค่าสินค้าครบตามรูปแบบการชำระค่าสินค้า ทั้งในรูปแบบบัตรเครดิต การเก็บเงินปลายทาง ชำระเงินสดผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร เอทีเอ็ม โฉนดเช็ค และระบบซื้อสินค้าเงินผ่อน

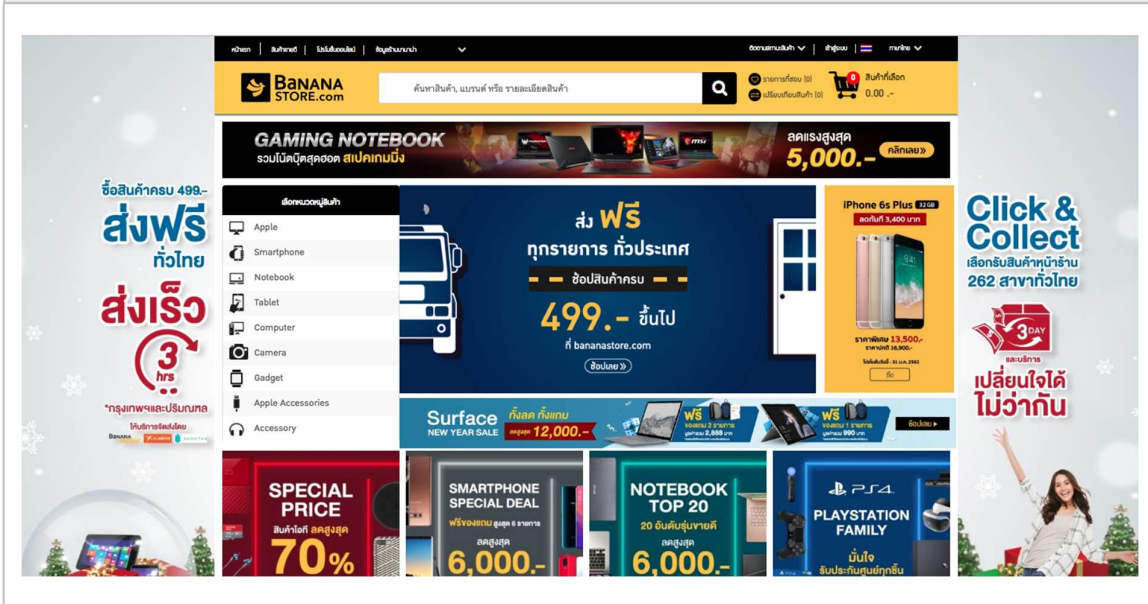
บริษัทฯ มีการจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าโดยตรงผ่านบริษัทขนส่งเอกชน ได้แก่ บริษัท เคอร์รี่ เอ็กเพรส (ประเทศไทย) จำกัด ที่ให้บริการจัดส่งด่วนในวันรุ่งขึ้น (Next Day Service) และให้บริการส่งสินค้าด่วนภายใน 3 ชั่วโมง ในเขตจังหวัดกรุงเทพฯ และพื้นที่ให้บริการโดยบริษัท ลาล่ามูฟ ประเทศไทย และ บริษัท บริษัท สกูตตาร์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

3.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

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

- สินค้าสมาร์ตโฟน (Smartphone)
- สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)
- สินค้าโน้ตบุ๊ก (Notebook)

- สินค้าแอปเปิ้ล (Apple)
- สินค้าคอมพิวเตอร์ (Computer)
- สินค้าอุปกรณ์เสริม (Accessories)
- สินค้ากล้องและอุปกรณ์ (Camera & Accessories)

รูปภาพบานานาสโตร์ดอทคอม URL: www.bananastore.com

3.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบานานาสโตร์ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักดังนี้

(1) กลุ่มลูกค้าขายปลีก/ลูกค้ารายย่อยทั่วไป

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

(2) กลุ่มลูกค้านิติบุคคล

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

ปัจจุบันฐานลูกค้าที่เข้ามาสั่งซื้อสินค้าบนเว็บไซต์เป็นฐานลูกค้าปลีกและกลุ่มลูกค้านิติบุคคลจากการจัดส่งรายการสินค้า และการจัดเก็บข้อมูลจากรายชื่อสมาชิกที่มีการสั่งซื้อสินค้า โดยกลุ่มลูกค้าขายปลีกคิดเป็นร้อยละ 90 และกลุ่มลูกค้านิติบุคคลร้อยละ 10 โดยบริษัทได้มุ่งแผนงานในการทำการตลาดไปยัง 2 กลุ่มลูกค้าสำคัญ โดยใช้การสื่อสารการตลาด รวมทั้งกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ เพื่อนำเสนอสินค้าของเว็บไซต์บานานาสโตร์ 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 4G ทำให้เกิดการใช้งานอินเทอร์เน็ตในวงกว้าง ส่งผลในการขยายตัวของผู้บริโภคและการซื้อขายในธุรกิจ E-Commerce ในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีด้านข้อมูล (Big Data) ที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้รู้จักและเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อสินค้าออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยผลการสำรวจมูลค่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ในประเทศไทย ปี 2561 มีการเติบโตต่อเนื่องจากปีที่แล้วร้อยละ 8.76 ซึ่งนำโดยอุตสาหกรรมค้าปลีก-ค้าส่ง บริการที่พักและการผลิต โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ETDA คาดการณ์ไว้ว่า ปี 2561 กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย อาจมีมูลค่าสูงถึง 3.05 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 2561 ออกเป็นอุตสาหกรรมทั้ง 8 หมวดอุตสาหกรรม (ไม่รวม e-Auction) พบว่าอุตสาหกรรมที่มีมูลค่า E-Commerce มากที่สุด อันดับ 1 ได้แก่ อุตสาหกรรมการค้าปลีกและการค้าส่ง มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 1,029,807.83 ล้านบาท (36.59%) อันดับ 2 อุตสาหกรรมให้บริการที่พัก มีมูลค่า E-Commerce 694,649.08 ล้านบาท (24.68%) อันดับ 3 อุตสาหกรรมข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 486,191.71 (17.27%) อันดับ 4 หมวดอุตสาหกรรมการผลิต มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 442,154.84 ล้านบาท (15.71%) อันดับ 5 อุตสาหกรรมขนส่ง มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 123,607.60 ล้านบาท (4.39%) อันดับ 6 อุตสาหกรรมศิลปะ บันเทิง และนันทนาการ มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 24,909.49 ล้านบาท (0.89%) อันดับ 7 อุตสาหกรรมบริการด้านอื่นๆ เช่น การจัดหาคนออนไลน์ และบริการชำระเงินออนไลน์ มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 10,221.23 ล้านบาท (0.36%) และอันดับ 8 อุตสาหกรรมการประกันภัย มีมูลค่า E-Commerce จำนวน 2,985.72 ล้านบาท (0.11%)

ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ณ วันที่ 27 กันยายน 2561

สภาวะการแข่งขัน

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

- 1) บริษัทจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ ไอที สมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริม แอปเปิ้ล โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต

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

- 2) บริษัทจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ ไอที สมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริม แอปเปิ้ล โน้ตบุ๊ก และสินค้าทั่วไปในรูปแบบห้างสรรพสินค้าออนไลน์

บริษัท	ชื่อเว็บไซต์
บริษัท บริษัท เซ็นทรัล เจดี คอมเมิร์ซ จำกัด	www.jd.co.th
บริษัท ลาซาด้า จำกัด	www.lazada.co.th
บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด	www.topvalue.co.th
บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด	www.shopee.co.th
บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)	www.central.com

กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) ความหลากหลายของสินค้า

บานาน่ากรุ๊ปมีกลยุทธ์ในการนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้าที่เข้าชมเว็บไซต์ โดยมีความหลากหลายของสินค้า ทั้งในส่วนของสินค้าประเภทอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ไอที สมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริม ผลิตภัณฑ์แอปเปิ้ล โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต เกจเจ็ดกลิ้ง ที่มีมากกว่า 3,000 รายการ ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายที่มีสินค้าครบและมากที่สุด เมื่อเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

- 2) การรับสินค้าได้ที่ร้านสาขา บานาน่า บีเคเค และ สตูดิโอ 7 ทั่วประเทศไทย

บานาน่ากรุ๊ปกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า โดยการซื้อสินค้าที่เว็บไซต์ พร้อมชำระเงินเสร็จสิ้น โดยลูกค้าสามารถเลือกสาขา ร้าน บานาน่า บีเคเคหรือ 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 ซึ่งบานาน่ากรุ๊ปจะร่วมดำเนินการในการบริหารจำนวนสินค้า และการร่วมกำหนดราคาขาย เพื่อให้สินค้ามีเพียงพอต่อการจำหน่าย เป็นการป้องกันการเกิดสถานะสินค้าขาด

(2) บริการขนส่ง

บานาน่ากรุ๊ปมีการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งสินค้า โดยใช้มาตรฐานการดำเนินงานที่สามารถรองรับการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าที่มีการสั่งซื้อได้ทั่วประเทศ โดยมีระยะเวลาการจัดส่งไม่เกิน 2 วัน เมื่อได้รับรายการขนส่งสินค้าจากบานาน่ากรุ๊ป ภายใต้ราคาการให้บริการขนส่งที่ไม่เกินมาตรฐานการให้บริการโดยทั่วไป รวมทั้งให้บริการส่งเร็ว 3 ชั่วโมงในพื้นที่กรุงเทพฯ และพื้นที่ให้บริการ เพื่อตอบรับกับพฤติกรรม การซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการความรวดเร็วในการได้รับสินค้าเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจากเว็บไซต์

(3) บริการรับชำระทางการเงิน

บานาน่ากรุ๊ปเลือกใช้บริการของผู้ให้บริการรับชำระทางการเงิน ภายใต้มาตรฐานความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือสูงสุด เพื่อให้สมาชิกที่สั่งซื้อสินค้ามีความมั่นใจในการชำระเงินได้อย่างสะดวก ทั้งในรูปแบบชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต และชำระด้วยเงินสด

(4) การบริหารสินค้าคงคลัง

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

3.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบานาน่ากรุ๊ปจำหน่ายสินค้าไอทีออนไลน์ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3.8 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

(4) บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด

4.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

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

- 1) โปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ โปรแกรมสำเร็จรูปบริหารสต็อกและขายหน้าร้าน และโปรแกรมร้านอาหาร
- 2) เขียนโปรแกรมตามความต้องการของลูกค้า (Customize)

4.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ไอเทคมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการบริการหลักดังนี้

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



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

ภาพรวมตลาดซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ในประเทศไทยไม่รวมเกมส์และแอนิเมชันสำหรับปี 2561 และ 2561 มีแนวโน้มหดตัวลดลงราวร้อยละ 4-5 หรือมีมูลค่าการผลิตในประเทศราว 47,623 - 48,124 ล้านบาท แต่ยังมีปัจจัยบวกจากการตื่นตัวของกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก เช่น เทศสตาร์ทอัพ 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

เนื่องจากไอเทคจำหน่ายสินค้าซอฟต์แวร์ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

4.8 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

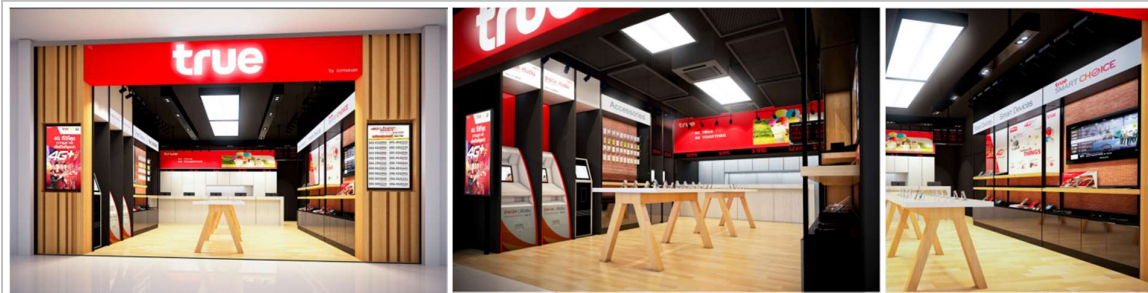
- ไม่มี -

(5) บริษัท ดับเบิลยูเชเวน จำกัด (ดับเบิลยูเชเวน)

5.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ดับเบิลยูเชเวนเป็นตัวแทนบริหารสาขา TRUE Shop ภายใต้ชื่อ “TRUE by Comseven” ในส่วนของห้างสรรพสินค้า Big C และ Tesco Lotus ซึ่งมีเนื้อที่ของสาขาโดยประมาณ 30 - 200 ตรม. โดยได้รับสิทธิการบริหารจัดการทั้งสิ้น 166 สาขา ในระยะเวลา 3 ปี ดับเบิลยูเชเวนได้เริ่มดำเนินการบริหารจัดการ TRUE by Comseven ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2559 และได้สิทธิในการต่อสัญญาจากบริษัท ทูริสทริบิวชั่น แอนด์ เซลส์ จำกัด (TDS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ทูรคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TRUE) จากการเป็นพันธมิตรทางการค้าร่วมกัน โดยสามารถทำธุรกรรมทุกอย่างได้เหมือนกับ TRUE Shop ที่ TDS บริหารเอง โดยดับเบิลยูเชเวนจะมีรายได้จากการเก็บค่า Commission ในรายการต่างๆ อาทิเช่น ค่าตอบแทน SIM ค่าขายสินค้าในร้าน TRUE by Comseven ค่าบริการหลังการขายและชำระบิล เป็นต้น

รูปภาพร้าน TRUE by Comseven



5.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ดับเบิลยูซีวีได้รับสิทธิในการบริหารผ่านช่องทางร้านค้าปลีก (TRUE by Comseven) จำนวนทั้งสิ้น 166 สาขา ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 91 สาขา

5.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของดับเบิลยูซีวีแบ่งออกเป็น 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 มีความได้เปรียบจากการได้รับสัมปทานคลื่นความถี่ที่มากกว่าคู่แข่ง

(2) ผลิตภัณฑ์กลุ่มสินค้าไอที

สภาพตลาดเป็นไปตามการแข่งขันเช่นเดียวกับบริษัท คอมเซเวน จำกัด (มหาชน) สภาวะการแข่งขันตามข้อมูลการตลาดและการแข่งขัน

(3) บริการชำระบิลและบริการหลังการขาย

- ในส่วนของการชำระบิลมีคู่แข่งที่สำคัญดังนี้ เช่น ตู้ ATM ร้านสะดวกซื้อ ชำระผ่านอินเทอร์เน็ต และการตัดบัญชีผ่านธนาคารอัตโนมัติ
- ในส่วนบริการหลังการขาย ดับเบิลยูซีวีได้ประโยชน์จากการที่ลูกค้า TRUE ขยายเพิ่มมากขึ้น และโดยเฉพาะบางจังหวัด ได้เปรียบในแง่ของพื้นที่สาขาที่มีเฉพาะดับเบิลยูซีวีบริหารจัดการอยู่

กลยุทธ์การแข่งขัน

ดำเนินกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องตามนโยบายของ TDS โดยดับเบิลยูซีวีจะเข้ามาบริหารประสิทธิภาพในการบริการและเพิ่มความสามารถในการขายสินค้าใน TRUE by Comseven โดยมีกลยุทธ์ดังนี้

- 1) ปรับการวางสินค้าโชว์หน้าร้านให้มีความหลากหลายมากขึ้น
- 2) เพิ่มความรู้และทักษะการขายให้พนักงาน
- 3) จัดการสินค้าให้เพียงพอต่อการขาย

5.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของดับเบิลยูเซเวนเป็นไปตามนโยบายบริหารจัดการของ TDS โดยที่ดับเบิลยูเซเวนไม่ต้องมีคลังสินค้าเนื่องจากไม่มีการเก็บสินค้าเอง ซึ่งดับเบิลยูเซเวนจะคอยบริหารจำนวนสินค้าและจำหน่ายให้แก่ลูกค้าหน้าร้านโดยไม่ต้องรับความเสี่ยงจากสินค้าด้อยค่าหรือล้าสมัย เนื่องจากสินค้าทั้งหมดที่อยู่หน้าร้านเป็นของ TDS

5.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากดับเบิลยูเซเวนดำเนินการบริหารจัดการ TRUE by Comseven ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

5.8 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงอย่างยั่งยืน และสนับสนุนให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่นำไปสู่การสร้างสรรค์มูลค่าให้แก่องค์กร ด้วยการบริหารปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่องค์กรสามารถควบคุมและอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยใช้กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมในการหลีกเลี่ยง ถ่ายโอน ควบคุม หรือยอมรับความเสี่ยง ทั้งนี้ ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

ความเสี่ยงเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ

1. ความเสี่ยงจากความล้มเหลวของสินค้าคงคลัง

เนื่องด้วยธุรกิจหลักของบริษัท คือ การค้าปลีกสินค้าประเภทไอที บริษัทต้องมีการจัดเก็บสินค้าคงคลังให้มีจำนวนเพียงพอเพื่อจำหน่ายในแต่ละร้านของบริษัท แต่สินค้าไอทีเป็นสินค้าที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อาจเกิดความเสี่ยงจากการที่สินค้าคงคลังของบริษัทเกิดความล้าสมัย ส่งผลให้มีต้นทุนในการบริหารสูงขึ้น และอาจต้องมีการตั้งราคาเพื่อสินค้าล้าสมัยหรือต่ออายุสินค้าที่อาจทำให้มีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท

บริษัทได้นำระบบ ITEC Stock ซึ่งเป็นระบบที่สามารถช่วยบริหารจัดการงานขายสินค้าและบริหารจัดการสินค้าคงคลังสาขา โดยระบบสามารถวิเคราะห์ข้อมูลการขายสินค้าและความต้องการของผู้บริโภคของแต่ละสาขา รวมทั้งสามารถตรวจสอบจำนวนสินค้าคงเหลือของแต่ละสาขา ทำให้บริษัททราบความเคลื่อนไหวของสินค้าและสามารถวางแผนและกำหนดปริมาณการสำรองสินค้าในแต่ละสาขาได้ ตลอดจนบริษัทมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและรายการส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขายและระบายสินค้าที่มีอยู่ก่อนที่สินค้าดังกล่าวจะเสื่อมความนิยม อีกทั้งบริษัทได้รับเงื่อนไขพิเศษจากตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตรายใหญ่สำหรับสินค้าบางรุ่น เช่น การให้ส่วนลดพิเศษ การเปลี่ยนคืนสินค้านั้นที่ล้าสมัยเพื่อแลกกับสินค้านั้นใหม่ หรือการได้รับชดเชยส่วนต่างในกรณีที่สินค้ามีการลดราคา (Price Protection) เป็นต้น ซึ่งจะสามารถช่วยลดปัญหาการล้าสมัยของสินค้าคงคลังลงได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากนี้มีการพัฒนาโปรแกรมบนมือถือเพื่อรองรับการทำงานด้านต่างๆ ตั้งแต่การบริหารจัดการสินค้าแบบรายงานผลได้ทันทีและตลอดเวลา ตลอดจนการอำนวยความสะดวกให้กับบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งโปรแกรมดังกล่าวรองรับระบบปฏิบัติการทั้ง Android และ IOS

ตลอดจนการกำหนดนโยบายในการตั้งราคาเพื่อมูลค่าสินค้าล้าสมัยตามประเภทและอายุสินค้าเพื่อแสดงมูลค่าที่แท้จริงของสินค้า มีการกำหนดมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว เช่น

- กำหนดให้ฝ่ายจัดซื้อและบริหารสินค้าเป็นผู้ติดตามความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีของสินค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อคัดเลือกสินค้าและสั่งซื้อสินค้าในจำนวนที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาดมาจำหน่าย เพื่อลดความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัย

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

- กำหนดให้มีการจัดงานแสดงสินค้าและลดราคาสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริหารเพิ่มช่องทางในการขายสินค้า และสร้างฐานข้อมูลลูกค้า

จากการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดดังกล่าว ประกอบกับความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้บริหาร จึงทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงนี้ค่อนข้างน้อย

2. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจ

บริษัทประกอบธุรกิจหลักในการนำเข้าและค้าปลีกสินค้าไอที เช่น คอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตด้วยกันเองในการพัฒนาสินค้าและออกสินค้านวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด หรือการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าซึ่งเป็นคู่แข่งกับบริษัทโดยตรง ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าประเภทไอทีและโทรศัพท์เคลื่อนที่ประมาณร้อยละ 80 ของรายได้รวมจากการขายและบริการ หากสถานการณ์ความรุนแรงทางการแข่งขันในตลาดหรือมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีศักยภาพสูงเข้ามาแข่งขันในธุรกิจ อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการรวมของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญได้

อย่างไรก็ดี บริษัทเห็นว่าผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกอาจมีข้อจำกัดในเรื่องของการหาพื้นที่การขายสินค้า เนื่องจากในแต่ละพื้นที่จะมีผู้เช่าพื้นที่รายเดิมเป็นเจ้าของอยู่แล้ว ประกอบกับบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีและมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการบริหารพื้นที่ ดังจะเห็นได้จากการที่บริษัทไม่เคยถูกยกเลิกพื้นที่จากผู้ให้บริการเช่าพื้นที่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

นอกจากนี้ ธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอทีจะมีอัตรากำไรที่ไม่สูงและผู้ประกอบการแต่ละรายจะกำหนดราคาขายสินค้าชนิดเดียวกันไม่แตกต่างกันมากนัก การแข่งขันในธุรกิจดังกล่าวจึงเน้นที่ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในคุณภาพของสินค้า การบริการที่ประทับใจ และการบริการหลังการขายที่ลูกค้าสามารถเชื่อมั่นและไว้วางใจได้ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีสาขาครอบคลุม 65 จังหวัด จาก 77 จังหวัดในนามของชื่อร้าน BaNANA, Studio7 และ Brand Shop คือร้านค้าที่ขายสินค้าไอทีทั่วไป ร้านค้าที่ขายสินค้าแบรนด์ Apple และร้านค้าแบรนด์ช้อปอื่นๆ จึงมั่นใจได้ว่าบริษัทมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ ตลอดจนมีบริการหลังการขายที่สามารถเชื่อมั่นและไว้วางใจได้ และด้วยความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้บริหาร จึงทำให้เชื่อมั่นได้ว่าบริษัทมีความพร้อมและสามารถเป็นผู้นำทางการแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจได้

3. ความเสี่ยงจากการขยายสาขา

เนื่องจากธุรกิจของบริษัทคือธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอที ซึ่งช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายสินค้าคือหน้าร้าน บริษัทจึงมีนโยบายที่จะขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด โดยในปี 2559-2561 บริษัทมีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 325 สาขา 341 สาขา และ 378 สาขา ตามลำดับ บริษัทจึงมีความเสี่ยงในกรณีที่ผลประกอบการของสาขาที่เปิดใหม่ไม่เป็นไปตามที่คาดหมายหรือคลาดเคลื่อนจากที่ประมาณการไว้ อย่างไรก็ดี บริษัทมีหน่วยงานขยายกิจการซึ่งมีประสบการณ์และความชำนาญ ทำหน้าที่ศึกษาและวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความสามารถในการทำกำไร ทำเลที่ตั้งของสาขา ปริมาณลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ขนาดพื้นที่ และยอดขาย โดยเปรียบเทียบกับสาขาที่มีขนาดใกล้เคียงกัน และกำหนดให้มีการติดตามผลการดำเนินงานของสาขาอย่างใกล้ชิดโดยหากมียอดขายหลังจากเปิดดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด บริษัทจะทำการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือพิจารณาย้ายหรือปิดสาขาที่ขาดทุนต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทมีส่วนงานที่มีความชำนาญในการดูแลและควบคุมขั้นตอนการตกแต่งสาขาจึงทำให้ใช้งบประมาณในการตกแต่งสาขาไม่มาก และสินทรัพย์ส่วนใหญ่สามารถเคลื่อนย้ายได้ หากมีการย้ายสาขาบริษัทจึงไม่ต้องลงทุนในสินทรัพย์ใหม่ทั้งหมด และบริษัทจะมีการเจรจาเพื่อขอคืนเงินมัดจำจากศูนย์การค้าหรือเจ้าของพื้นที่ ซึ่งที่ผ่านมามีบริษัทสามารถขอคืนเงินมัดจำได้ จึงทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทในกรณีที่ต้องมีการย้ายหรือปิดสาขาไม่มากนัก ประกอบกับจากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการเลือกทำเลที่ตั้งและการบริหารงานสาขาของผู้บริหารที่สะท้อนจากรายได้และจำนวนสาขาของบริษัทที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี บริษัทเชื่อมั่นว่าการขยายสาขาใหม่ของบริษัทจะเป็นการเพิ่มช่องทางและโอกาสทางการขายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

1. ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นเกินร้อยละ 25

ณ วันที่ 12 ธันวาคม 2561 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท คือ นายสุระ คณิตทวีกุล ซึ่งถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.39 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท การถือหุ้นในสัดส่วนดังกล่าวส่งผลให้กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด

อย่างไรก็ดี บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการถ่วงดุลอำนาจ จึงได้จัดทำโครงสร้างการจัดการให้ประกอบด้วยคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเป็นการแต่งตั้งบุคคลภายนอกที่มีความอิสระจำนวน 3 ท่าน เข้าร่วมในคณะกรรมการบริษัทจากจำนวนกรรมการทั้งหมด 7 ท่าน เพื่อทำหน้าที่สอบทานการทำงานและมีการถ่วงดุลอำนาจในฐานะตัวแทนของผู้ถือหุ้นรายย่อย รวมทั้งช่วยกลั่นกรองเรื่องสำคัญต่างๆ อาทิเช่น ความสมเหตุสมผลในการทำการรายการระหว่างกัน ก่อนการนำเสนอต่อที่ประชุมถือหุ้น และมีการกำหนดมาตรการและแนวทางในการทำการรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นทุกรายโดยเท่าเทียมกัน

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร

เนื่องจากผู้บริหารหลักของบริษัทเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจมาเป็นเวลานาน เป็นผู้วิสัยทัศน์ในกลยุทธ์การขาย การตลาด และการพิจารณาทำเลที่ตั้งสาขาที่มีศักยภาพ รวมถึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าหนี้รายใหญ่ ห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าที่เป็นเจ้าของพื้นที่ ดังนั้น บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักในการบริหารงาน ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหลัก และไม่สามารถสรรหาผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมได้ อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารงานอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทได้ตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารดังกล่าว จึงมีนโยบายสนับสนุนให้บุคลากรของบริษัทมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์และแผนธุรกิจของบริษัทและผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงานให้เพิ่มมากขึ้นรวมทั้งมีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในการทำงานเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถเพื่อสืบทอดงานต่อจากผู้บริหาร นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริหารหลักของบริษัทซึ่งได้แก่นายสุระ คณิตทวีกุล และผู้บริหารที่เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ร่วมงานกับบริษัทมาตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าผู้บริหารหลักจะทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาวต่อไป

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน

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

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

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

ความเสี่ยงด้านการเงิน**1. ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญาสนับสนุนทางการเงินของผู้ถือหุ้นรายใหญ่**

ตามเงื่อนไขของสัญญาสนับสนุนทางการเงินที่บริษัทมีอยู่กับธนาคาร มีข้อกำหนดเรื่องการดำรงสัดส่วนการถือหุ้น และการดำรงตำแหน่งผู้บริหารหลักของนายสุระ คณิตทวีกุล ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทตลอดระยะเวลาของสัญญาสนับสนุนทางการเงินดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้ทำสัญญากับบริษัท (Undertaking Agreement) รับรองว่าจะรักษาสัดส่วนการถือหุ้นตามที่ธนาคารกำหนดและจะยังคงเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท จนกว่าธนาคารจะตกลงให้ยกเลิกข้อกำหนดในเรื่องดังกล่าว

บริษัทเชื่อมั่นว่าผู้ถือหุ้นรายใหญ่จะให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าว เพื่อให้บริษัทได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากธนาคารอย่างต่อเนื่อง

2. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

เนื่องจากบริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าและอุปกรณ์ไอทีบางประเภทจากต่างประเทศ โดยมูลค่าการสั่งซื้อของบริษัทในปี 2561 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5 ของต้นทุนขายรวม

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

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

4.1 ที่ดินอาคารและอุปกรณ์

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทและบริษัทย่อยโดยมีรายละเอียดดังนี้

รายการทรัพย์สิน	ราคาทุน* (ล้านบาท)	ค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อ การด้อยค่า (ล้านบาท)	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)
1. ส่วนปรับปรุงอาคาร	669.90	(361.84)	308.06
2. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	412.47	(230.31)	182.16
3. อุปกรณ์ที่มีไว้เพื่อให้เช่า	38.82	(7.09)	31.73
4. ยานพาหนะ	11.08	(8.43)	2.65
5. งานระหว่างก่อสร้าง	0.32	-	0.32
รวม	1,132.59	(607.67)	524.92

* รวมที่ซื้อมาระหว่างปี




4.2 สิทธิการเช่า

รายละเอียด	จำนวน
มูลค่าตามบัญชี	152 ล้านบาท
จำนวนสาขา	26 แห่ง
อายุการให้ประโยชน์	1 - 20 ปี


*สิทธิการเช่าทั้งหมดเป็นการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดสาขาของบริษัท โดยสำหรับสาขาอื่นในปัจจุบัน บริษัทได้มีการทำสัญญาเช่าระยะสั้นในลักษณะที่ไม่มีค่าเช่า


4.3 เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า จำนวน 17 รายการ และมีเครื่องหมายการค้าที่อยู่ระหว่างการขอขึ้นทะเบียนอีกจำนวน 11 รายการดังต่อไปนี้

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ)	วันที่จดทะเบียน	รายละเอียด	ระยะเวลาคุ้มครอง
1		บ44275	15 ส.ค. 2551	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	15 ส.ค. 2561-14 ส.ค. 2571
2		บ46438	15 ส.ค. 2551	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	15 ส.ค. 2561-14 ส.ค. 2571
3		บ53539	4 พ.ย. 2553	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	4 พ.ย. 2553 - 3 พ.ย. 2563

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ)	วันที่จดทะเบียน	รายละเอียด	ระยะเวลาคุ้มครอง
4		บ53538	4 พ.ย. 2553	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	4 พ.ย. 2553 - 3 พ.ย. 2563
5		บ61458	6 พ.ค. 2554	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	6 พ.ค. 2554 - 5 พ.ค. 2564
6		บ57771	4 ม.ค. 2555	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	4 ม.ค. 2555 - 3 ม.ค. 2565
7		บ67010	27 ก.ย. 2556	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	27 ก.ย. 2556-26 พ.ย. 2566
8		บ66813	28 ม.ค. 2557	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค. 2557-27 ม.ค. 2567
9		บ66814	28 ม.ค. 2557	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค. 2557- 27 ม.ค. 2567
10		บ69975	28 ม.ค. 2557	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค. 2557- 27 ม.ค. 2567
11		171103101	21 ต.ค. 2557	บริการจัดจำหน่ายสินค้า ประเภทอุปกรณ์ โทรศัพท์มือถือ	21 ต.ค. 2557- 20 ต.ค. 2567
12		171100045	28 ม.ค. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค. 2558-27 ม.ค. 2568
13		171100046	28 ม.ค. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค. 2558-27 ม.ค. 2568
14		161103090	13 ก.พ. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	13 ก.พ. 2558-12 ก.พ. 2568
15		181116009	3 มี.ค. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	3 มี.ค. 2559 - 2 มี.ค. 2569

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ)	วันที่จดทะเบียน	รายละเอียด	ระยะเวลาคุ้มครอง
16	BANANA 	181120769	4 เม.ย. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	4 เม.ย. 2559-3 เม.ย. 2569
17		อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (1035621)	4 เม.ย. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
18		อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (1035622)	4 เม.ย. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
19	Studio 	181119404	27 ธ.ค. 2560	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	27 ธ.ค. 2560-26 ธ.ค. 2570
20	DOUBLE 7 SEVEN	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (1048314)	24 มิ.ย. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
21		อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (170137617)	25 ต.ค. 2560	จำหน่ายซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ และ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับซอฟต์แวร์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
22	SHOTPRO 	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (180104059)	7 ก.พ. 2561	จัดการธุรกิจด้านขายสินค้าประเภทกล้องและอุปกรณ์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
23	BKK tablet smartphone	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (180106573)	2 มี.ค. 2561	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
24	BANANA SHOPPING	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (180110487)	6 เม.ย. 2561	คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
25		อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (160106649)	14 ก.ย. 2559	จัดจำหน่ายอุปกรณ์โทรคมนาคม	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ)	วันที่จดทะเบียน	รายละเอียด	ระยะเวลาคุ้มครอง
26		อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน (180104609)	12 ก.พ. 2561	จัดจำหน่ายอุปกรณ์ โทรคมนาคม	อยู่ระหว่างการพิจารณาของ นายทะเบียน

* สามารถต่ออายุหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้คราวละ 10 ปี

4.4 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนซึ่งได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์และชื่อทางการค้า โดยเป็นมูลค่าสุทธิ จำนวน 20 ล้านบาท และ 47 ล้านบาทตามลำดับ

4.5 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและการร่วมค้า

บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและการร่วมค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

No.	ที่ตั้ง	ชนิดของธุรกิจ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1	บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด	E - Commerce	15,200,380	99.99
2	บริษัท ดีเอ็นเอ รีเทล ลิงค์ จำกัด	ประกอบธุรกิจค้าปลีก มือถือและอุปกรณ์ฟอง	209,999,720	99.99
3	บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด	ประกอบธุรกิจเขียนและจำหน่ายโปรแกรมคอมพิวเตอร์	5,288,000	51.00
4	บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด	ประกอบธุรกิจให้บริการวางแผน และจัดจำหน่ายสินค้าไอที วางระบบ ระบบเครือข่าย โปรแกรม การบริการและโซลูชันเพื่อธุรกิจ	10,106,185	69.99
5	บริษัท ดับเบิลยูเชเวน จำกัด	ตัวแทนบริหารสาขา TRUE Shop	4,999,700	99.99
6	บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด	เช่าซื้อรถจักรยานยนต์	327,249,994	27.50

เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด

บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด เป็นจำนวน 199,998 หุ้น ซึ่งเป็นอัตราร้อยละ 99.98 ของหุ้นในบริษัท ดำเนินการตามมติในที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 10/2558 ณ วันที่ 10 พฤศจิกายน 2558

วันที่ 5 ตุลาคม 2561 ได้มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงกรรมการบริษัท โดย นางสาวนา พงศ์แสงสีห์ เข้ามาเป็นกรรมการแทนที่ นายวุฒิชัย นาควิเชียร

เงินลงทุนในบริษัทย่อย ของบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด - บริษัท ดีเอ็นเอ รีเทล ลิงค์ จำกัด

วันที่ 25 ธันวาคม 2561 บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด ได้ซื้อหุ้นทั้งหมดของ บริษัท ดีเอ็นเอ รีเทล ลิงค์ จำกัด จำนวน 1,149,448 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน เป็นจำนวนเงิน 209,999,720 บาท ทั้งนี้เพื่อเป็นการขยายกิจการด้านการจำหน่ายอุปกรณ์สื่อสาร

เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด

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

ทะเบียนทั้งหมดของบริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด ซึ่งบริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นดังกล่าวทั้งหมดเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2559

เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด

วันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2559 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท บานานา 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

วันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนเพิ่มในบริษัท บานานา ชัวร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดยการซื้อหุ้นสามัญจากผู้ถือหุ้นเดิมในราคาหุ้นละ 94.64 บาทต่อหุ้น ตามราคาที่ตกลงกันคิดเป็นจำนวนเงินค่าหุ้นที่บริษัทต้องชำระทั้งสิ้น 27,824,144 บาท ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมได้ชดเชยขาดทุนสะสมในบริษัท บานานา ชัวร์ จำกัด เป็นจำนวน 27,621,572 บาท โดยภายหลังการซื้อหุ้นดังกล่าว สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 51.00 เป็นร้อยละ 99.99

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 โดยจ่ายเงินให้กับบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) เป็นจำนวน 39,533,951 บาท โดยบริษัทมียังคงถือหุ้นในสัดส่วนเท่าเดิมคือร้อยละ 99.99

วันที่ 18 พฤษภาคม 2561 บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ขายหุ้นที่มีอยู่ในบริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด ให้แก่นายเอกราช ปัญจวิณิน จำนวน 30,000 หุ้น และขายให้แก่นายสุรเดช สร้อยรุ่งเรือง จำนวน 14,999 หุ้น ปัจจุบัน บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) จึงถือหุ้นของบริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด จำนวน 69.99% ของหุ้นทั้งหมด

เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด

วันที่ 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

การร่วมค้า - บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด

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

เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2561 บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ขายหุ้นที่มีอยู่ในบริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด ให้แก่นายประพันธ์ พลชนะวลีสิทธิ์ จำนวน 10,055 หุ้น ปัจจุบันบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) จึงถือหุ้นของบริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 27.50% ของหุ้นทั้งหมด

4.6 สรุปสาระสำคัญของสัญญา

4.6.1 สัญญาเช่า

บริษัทมีการทำสัญญาเช่าพื้นที่ภายในบริเวณศูนย์การค้าเพื่อประกอบกิจการร้าน BaNANA, Studio7, BaNANA Mobile, Samsung Shop, iCare, BKK, SHOTPRO, OPPO, VIVO, HUAWEI และมีการเช่าพื้นที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อประกอบกิจการร้าน U Store โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีสาขารวมทั้งหมด 399 สาขาซึ่งสัญญาเช่าของสาขาส่วนใหญ่เป็นสัญญาเช่าระยะสั้นรายละเอียดที่สำคัญของสัญญาเช่าสามารถสรุปได้ดังนี้

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

4.6.2 สัญญาให้สิทธิทางการค้าและบริการ (Studio7 Franchise)

บริษัทได้ทำสัญญาในการให้สิทธิทางการค้าและบริการกับคู่ค้าส่วนใหญ่สัญญาอายุ 5 ปี โดยบริษัทอนุญาตให้คู่ค้าสามารถดำเนินงานร้าน Studio7 by Comseven ในลักษณะของ Franchisee ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีร้าน Studio7 ที่บริหารงานโดย Franchisee จำนวน 6 สาขา โดยรายละเอียดที่สำคัญของสัญญาประกอบด้วย

- ตำแหน่งและขนาดของพื้นที่สาขา
- ระบบการบริหารจัดการร้าน
- ค่าธรรมเนียมสำหรับสิทธิทางการค้าและบริการ
- ส่วนแบ่งรายได้ที่คู่ค้าจะได้รับจากการจำหน่ายสินค้า

คู่ค้าจะเป็นผู้ลงทุนตกแต่งหน้าร้าน และทำการนำสินค้าของบริษัทเข้ามาวางจำหน่ายในลักษณะของการฝากขาย โดยสินค้าจะเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทจนกว่าคู่ค้าจะสามารถจำหน่ายออกจากหน้าร้านได้ และบริษัทจะแบ่งส่วนแบ่งรายได้ให้กับคู่ค้าตามสัดส่วนของยอดขายที่คู่ค้าทำได้ในแต่ละเดือนตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญา ทั้งนี้การตกแต่งหน้าร้าน การจัดวางสินค้า รวมถึงระบบการจัดการสินค้าภายในร้าน คู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่บริษัทได้กำหนดไว้ทั้งหมด

4.6.3 สัญญาให้สิทธิทางการค้าและบริการ (Banana Shopping Franchise)

บริษัทได้ทำสัญญาในการให้สิทธิทางการค้าและบริการกับคู่ค้าส่วนใหญ่สัญญาอายุ 3 ปี โดยบริษัทอนุญาตให้คู่ค้าสามารถดำเนินงานร้าน Banana Shopping ในลักษณะของ Franchisee ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีร้าน Banana Shopping ที่บริหารงานโดย Franchisee จำนวน 46 สาขา โดยรายละเอียดที่สำคัญของสัญญาประกอบด้วย

- ตำแหน่งและขนาดของพื้นที่สาขา
- ระบบการบริหารจัดการร้าน
- ค่าธรรมเนียมสำหรับสิทธิทางการค้าและบริการ
- ส่วนแบ่งรายได้ที่คู่ค้าจะได้รับจากการจำหน่ายสินค้า

ลูกค้าจะเป็นผู้ลงทุนตกแต่งหน้าร้าน และทำการนำสินค้าของบริษัทเข้ามาวางจำหน่ายในลักษณะของการฝากขาย โดยสินค้าจะเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทจนกว่าลูกค้าจะสามารถจำหน่ายออกจากหน้าร้านได้ และบริษัทจะแบ่งส่วนแบ่งรายได้ให้กับลูกค้าตามสัดส่วนของยอดขายที่ลูกค้าทำได้ในแต่ละเดือนตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญา ทั้งนี้การตกแต่งหน้าร้าน การจัดวางสินค้า รวมถึงระบบการจัดการสินค้าภายในร้าน ลูกค้าต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่บริษัทได้กำหนดไว้ทั้งหมด

4.6.4 สัญญาเกี่ยวกับสินเชื่อเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน

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

วันที่ทำสัญญา	21 กันยายน 2560
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด(มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	<p>วงเงินสินเชื่อเพื่อธุรกิจคล่องตัว จำนวนรวม 1,200,000,000 บาท ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วงเงินหนังสือค้ำประกันเพื่อค้ำประกันการยื่นขอ และ/หรือ เพื่อปฏิบัติตามสัญญา และ/หรือ เพื่อประกันผลงานและ/หรือ เพื่อการซื้อสินค้า ใช้ได้สูงสุด 854,000,000 บาท 2. วงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) ใช้ได้สูงสุด 754,000,000 บาท 3. วงเงินตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) ใช้ได้สูงสุด 300,000,000 บาท 4. วงเงินตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) กู้ร่วมในนามบริษัท และ บริษัทในเครือ (Co-Borrower) คือ บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด, บริษัท ไอเทค ซอฟต์แวร์ จำกัด และ บริษัทดับเบิล ซีเว่น จำกัด ใช้ได้สูงสุด 30,000,000 บาท 5. วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ (DL/C) และ/หรือ วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต(L/C) และ/หรือ วงเงินทรัสต์รีซีพ(T/R) ใช้ได้สูงสุด 270,000,000 บาท 6. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 16,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ■ ดำรงสัดส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า พิจารณาจากงบการเงินประจำปี que ตรวจสอบแล้วโดยผู้สอบบัญชี ■ ดำรงสัดส่วน Inventory Day on Hands ไม่เกิน 70 วัน โดยคำนวณทุก 6 เดือนจากงบการเงินครึ่งปี และจากงบการเงินประจำปี que ตรวจสอบแล้วโดยผู้สอบบัญชี ■ นำส่งรายงานสินค้าคงเหลือ (Inventory Aging) รายไตรมาส ■ คุณสุระ คณิตทวีกุล จะต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วบริษัท โดยคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นที่สูงที่สุดของบริษัท 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	<ul style="list-style-type: none"> ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 3 วงเงิน ได้แก่ 1. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) และ/หรือ วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C) และ/หรือ 2. วงเงินทรัสต์รีซีพ (T/R) และ/หรือ วงเงินหนังสือค้ำประกันการรับสินค้า Shipping Guarantee (S/G) และ/หรือ วงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) ทั้งหมดใช้รวมกันไม่เกินจำนวน 450,000,000 บาท 3. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) จำนวน 10,000,000 บาท 4. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 100,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 ▪ 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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ▪ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ▪ เพื่อใช้ในการชำระระยะยาวในพื้นที่บางส่วนในอาคารศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 3 วงเงิน ได้แก่ 1. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G 1) จำนวน 500,000,000 บาท 2. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G 2) จำนวน 50,000,000 บาท 3. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) จำนวน 400,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 ▪ คุณสุระ คณิตทวีกุล จะต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 โดยคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นที่สูงสุด พร้อมกับดำรงตำแหน่งผู้บริหารหลักของบริษัท
หลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (Clean)

4) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สองวงเงินรวมจำนวน 705,000,000 บาท และวงเงินซื้อขายต่างประเทศล่วงหน้า จำนวน 14,400,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ (USD)

วันที่ทำสัญญา	8 ธันวาคม 2558, 17 พฤษภาคม 2559, 22 พฤศจิกายน 2560
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> ▪ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ▪ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ▪ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 3 วงเงิน ได้แก่ 1. วงเงิน Mixed Line ประกอบด้วย วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C), วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ (DL/C), วงเงินทรัสต์รีซีพ (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 2. วงเงินกู้เบิกเกินบัญชี (O/D) จำนวน 5,000,000 บาท 3. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 14,400,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ (USD)

เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 400,000,000 บาท ประกอบด้วยวงเงินและมีเงื่อนไขดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> วงเงินเบิกเกินบัญชี (O/D) จำนวน 10,000,000 บาท วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) จำนวน 50,000,000 บาท ทั้งนี้ วงเงินข้อที่ 1 และ 2 ใช้ร่วมกันไม่เกิน 60,000,000 บาท 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 วงเงินหนังสือค้ำประกัน (B/G) จำนวน 40,000,000 บาท สามารถใช้ร่วมกับวงเงินเบิกเกินบัญชี (O/D) รวมกันไม่เกิน 50,000,000 บาท วงเงินซื้อขายต่างประเทศล่วงหน้า (PSE) จำนวน 1,000,000 บาท สามารถใช้ร่วมกับวงเงินข้อที่ 1, ข้อที่ 2, ข้อที่ 3, ข้อที่ 4 รวมกันไม่เกิน 40,000,000 บาท
หลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (Clean)

6) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่หกวงเงินรวมจำนวน 100,000,000 บาท

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

7) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่เจ็ดวงเงินจำนวน 700,000,000 บาท และวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า จำนวน 60,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	27 มิถุนายน 2559, 28 มิถุนายน 2560, 21 กันยายน 2560, 5 กันยายน 2561
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น เพื่อค้ำประกันการซื้อสินค้า เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 2 วงเงิน ได้แก่ 1. วงเงินทรัสต์รีซีทภายในประเทศ (T/R Local) ใช้ร่วมกับวงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) รวมจำนวน 700,000,000 บาท โดยวงเงินทรัสต์รีซีทภายในประเทศ (T/R Local) ใช้ได้สูงสุด 500,000,000 บาท และวงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) ใช้ได้สูงสุด 700,000,000 บาท 2. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 60,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	ไม่มี
หลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (Clean)

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

วันที่ทำสัญญา	3 กรกฎาคม 2560
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 4 วงเงิน ได้แก่ 1. วงเงินเบิกเกินบัญชี (OD) จำนวน 5,000,000 บาท 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 3. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) และ/หรือ วงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) ใช้ร่วมกันไม่เกินจำนวน 50,000,000 บาท 4. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) จำนวน 5,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ คุณสุระ คณิตทวิกุล ต้องดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารสูงสุดของบริษัท
หลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (Clean)

- 9) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่เก้าวงเงินจำนวน 1,150,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	19 ตุลาคม 2560, 1 มิถุนายน 2561
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> ■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 2 วงเงิน ได้แก่ 1. วงเงินตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) จำนวน 1,000,000,000 บาท 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) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สิบวงเงินจำนวน 400,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	3 มกราคม 2561
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)

วัตถุประสงค์	เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินทรัสต์รีซีทภายในประเทศ (T/R Local) ใช้ร่วมกับวงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) รวมจำนวน 400,000,000 บาท โดยวงเงินทรัสต์รีซีทภายในประเทศ (T/R Local) ใช้ได้สูงสุด 400,000,000 บาท และวงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) ใช้ได้สูงสุด 200,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ■ ดำรงอัตราส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า พิจารณาจากงบการเงินรายปีที่ผ่านมาการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี ■ คุณสุระ คณิตทวีกุล จะต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 โดยคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นที่สูงสุด พร้อมกับดำรงตำแหน่งผู้บริหารหลักของบริษัท
หลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (Clean)

11) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สิบเอ็ดวงเงินจำนวน 500,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	24 เมษายน 2561
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) 500,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	ไม่มี
หลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (Clean)

4.6.5 สัญญา Authorized Premium Reseller Agreement

วันที่ทำสัญญา	23 ธันวาคม 2557
คู่สัญญา	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท Apple South Asia (Thailand) Limited ("Apple")
วัตถุประสงค์	ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการโดยได้รับสิทธิในการเป็นผู้เปิดหน้าร้าน เพื่อจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของแบรนด์ Apple เช่น ร้าน "Studio7, iStudio" ในประเทศไทย
สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ■ บริษัทได้รับสิทธิเป็นผู้จำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของ Apple ■ สิทธิที่ได้รับในพื้นที่เฉพาะในประเทศไทยและในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น (Authorized location) ■ ลักษณะการตกแต่งร้านและการจัดวางสินค้าจะต้องเป็นไปตามที่ Apple กำหนด
ระยะเวลา	จนกว่าจะมีการบอกเลิกสัญญา

4.6.6 สัญญา Apple Authorized Reseller Agreement

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

4.6.7 สัญญา Apple Authorized Service Provider

วันที่ทำสัญญา	23 ธันวาคม 2557
คู่สัญญา	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท Apple South Asia (Thailand) Limited
วัตถุประสงค์	ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการโดยได้รับสิทธิในการเป็นผู้ให้บริการบนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของ Apple ทั้งผลิตภัณฑ์ Hardware และ Software โดยให้บริการเฉพาะภายในประเทศไทย

สาระสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทได้รับสิทธิเป็นผู้ให้บริการ (Service Provider) ผลิตภัณฑ์ต่างๆของ Apple และสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์บริการในชื่อตราสินค้า “Apple Care Service” สิทธิที่ได้รับในพื้นที่เฉพาะในประเทศไทยและในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น (Authorized Service Location)
ระยะเวลา	จนกว่าจะมีการบอกเลิกสัญญา

4.6.8 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	<ul style="list-style-type: none"> นายสุระฯ และกลุ่มผู้ถือหุ้น ให้คำรับรองว่า จะดำรงสัดส่วนการถือหุ้นที่ถืออยู่ในบริษัท รวมกันแล้วไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ตลอดระยะเวลาของสัญญา นายสุระฯ จะดำรงตำแหน่งผู้บริหารของบริษัท ตลอดระยะเวลาของสัญญา
ระยะเวลา	ตั้งแต่วันที่ 26 มิถุนายน 2558 จนกระทั่งมีการยกเลิกหรือปลดข้อกำหนดดังกล่าวจากธนาคารพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องทุกธนาคาร

4.7 กรณธรรมประกันภัย

ประเภทกรณธรรม	กรณธรรมประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
วันที่ทำสัญญา	5 สิงหาคม 2561
ระยะเวลาคุ้มครอง	1 ปี (5 สิงหาคม 2561 - 5 สิงหาคม 2562)
บริษัทประกันภัย	บริษัท ศรีอยุธยา เจนเนอรัล ประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เอาประกัน ภัย	<ol style="list-style-type: none"> อาคารสิ่งปลูกสร้าง (ไม่รวมฐานราก) เฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งถาวร เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ สต็อกสินค้าและบรรจุภัณฑ์
จำนวนทุนประกันภัย	2,742,458,499 บาท
ความคุ้มครอง	คุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันสืบเนื่องมาจาก ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากอากาศยาน ภัยจากการเฉี่ยวหรือชนของยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยจากไฟฟ้า ภัยจากการนัดหยุดงาน การจลาจล และการกระทำอันมีเจตนาร้าย และรวมถึงอุบัติเหตุต่างๆ ที่มีอาจคาดถึงจากปัจจัยภายนอก หรือภัยอื่นๆที่มีได้ระบุไว้

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสินทรัพย์ของบริษัทเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ก. บริษัท

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	:	Com7
วันที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	:	10 ส.ค. 2558
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	:	300,000,000 บาท
จำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด	:	6,306 ราย (ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2561)
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free float)	:	52.55%
ประเภทธุรกิจ	:	จำหน่ายสินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง การให้บริการซ่อมแซมสินค้า ชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และชำระค่าบริการอื่นๆ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 549/1 ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107557000462
Call Center	:	02 017 7770
โทรศัพท์	:	02 017 7777
โทรสาร	:	02 017 7778
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.comseven.com

ข. บุคคลอื่นๆ

1) นายทะเบียนหลักทรัพย์

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

2) ผู้สอบบัญชี

บริษัท	:	นางวรารณ วรจิตกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4474 บริษัท ไพร์วอเดอ์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอส จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 179/74 - 80 ชั้น 15 อาคารบางกอกซิติ์ทาวเวอร์ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์	:	02-344-1000 และ 02-824-5000
โทรสาร	:	02-344-1463

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-