ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") ประกอบธุรกิจหลักในการค้าปลีกสินค้าไอที เช่น คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ คอมพิวเตอร์แบบพกพา โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์ไลฟ์สไตล์ทันสมัยอีกมากมาย โดยในปี 2539 บริษัทได้เริ่มดำเนินธุรกิจจากการเป็นร้านค้าปลีกสินค้าไอทีในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ซึ่งกลุ่มผู้ก่อตั้งได้เล็งเห็นถึงโอกาสของการเติบโตในธุรกิจสินค้าไอทีซึ่งในขณะนั้นประเทศไทยมีสัดส่วนประชากรที่เข้าถึงการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไม่ถึงร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ กลุ่มผู้ก่อตั้งจึงได้รวมตัวกันก่อตั้งบริษัทขึ้นเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2547 เพื่อจำหน่ายสินค้าไอทีในลักษณะค้าส่งให้กับร้านค้าทั่วประเทศซึ่งถือเป็นธุรกิจหลักของบริษัทในขณะนั้น รวมทั้งขายปลีกผ่านหน้าร้านของตัวเองภายในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ต่อมาผู้บริหารของบริษัทเห็นว่าธุรกิจขายปลีกสินค้าไอทีมีโอกาสในการเติบโตและมีข้อดีมากกว่าการขายส่ง จึงได้ปรับนโยบายการทำธุรกิจของบริษัทให้เน้นการขายปลีกมากกว่าขายส่ง โดยการเพิ่มจำนวนร้านค้าปลีกให้มากยิ่งขึ้นผ่านการขยายสาขาร้านค้าของบริษัทไปยังศูนย์การค้า และห้างสรรพสินค้าต่างๆ

บริษัทมี Business Model อยู่ 4 ประเภทที่เป็นแหล่งที่มาของรายได้ ดังนี้

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

1. **ธุรกิจค้าปลีก (Retail)** - ปัจจุบันบริษัทมีสาขาครอบคลุม 75 จังหวัด จาก 77 จังหวัด ในนามของชื่อร้าน BaNANA, Studio7, BKK, KingKong Phone, Bb, BPlay และ Brand Shop แบ่งเป็น 4 ลักษณะคือ ร้านค้าที่ขายสินค้าไอทีและโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้านค้าที่ขายสินค้าแบรนด์ Apple ร้านค้าที่เน้นขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และร้านค้าแบรนด์ช็อปอื่นๆ โดยร้านค้าของบริษัทรูปแบบต่างๆ มีลักษณะและประวัติความเป็นมา ดังต่อไปนี้

(1) ร้านขายสินค้าไอทีและโทรศัพท์เคลื่อนที่ - จากนโยบายของบริษัทในปี 2552 ที่ต้องการเพิ่มช่องทางการขายปลีกไปยังศูนย์การค้าต่างๆ บริษัทได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ร้านค้าขายสินค้าไอที ซึ่งในขณะนั้นมีอยู่ประมาณ 100 สาขาและแต่ละร้านมีชื่อที่หลากหลาย ให้เปลี่ยนมาใช้ชื่อเดียวกันทั้งหมดภายใต้ชื่อ BaNANA ซึ่งนับเป็นการสร้างแบรนด์ของบริษัทให้ง่ายต่อการจดจำ รวมทั้งปรับภาพลักษณ์และบรรยากาศภายในร้านให้การเลือกซื้อสินค้าไอทีเป็นเรื่อง "ง่าย ง่าย" สำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยและรองรับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นสุภาพสตรีที่มีแนวโน้มในการใช้งานสินค้าไอทีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

ปี 2561 มีการเปิดตัวระบบร้านค้าเครือข่าย (Franchise) ภายใต้ชื่อ "BaNANA" เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs เน้นตลาดต่างจังหวัดในพื้นที่อำเภอรอง ที่ยังไม่มีสาขาของบริษัท บริษัทจะช่วยสนับสนุนระบบบริหารการจัดการและจัดส่งสินค้าไอทีให้ทั้งหมด บริษัทมีเป้าหมายที่จะผลักดันยอดขายให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

และในปีเดียวกันบริษัทได้เปิดตัว "BaNANA Outlet" แลนด์มาร์คไอทีลดราคาที่ใหญ่ที่สุดแห่งแรกในประเทศไทย บนพื้นที่กว่า 1,000 ตารางเมตร ณ ศูนย์สรรพสินค้าซีคอนสแควร์

(2) ร้านค้าที่เน้นขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ - บริษัทได้เล็งเห็นถึงพัฒนาการของเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้สินค้าสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ในปี 2556 บริษัทจึงได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตโดยเฉพาะ ภายใต้ชื่อร้าน "BaNANA Mobile" เพื่อให้ลูกค้าจำแนกและจดจำแบรนด์ของร้านได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และขยายสาขาเพิ่มเติมไปยังจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือ

ปี 2559 บริษัทได้ซื้อทรัพย์สินของบริษัท บางกอก เทเลคอม 999 จำกัด ร้านขายอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ภายใต้แบรนด์ "BKK" จำนวน 44 สาขา เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าอีกทางหนึ่ง

ปี 2561 บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด (บริษัทย่อย) ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท ดีเอ็นเอ รีเทล ลิ้งค์ 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 ที่เปิดภายในบริเวณมหาวิทยาลัยเพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ให้กับนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัย

(4) ร้านแบรนด์ช็อป - บริษัทยังมีร้านค้าแบรนด์ช็อปอื่นๆ เช่น Samsung Shop, Oppo Shop, Huawei Shop Vivo Shop และ Xaiomi Shop ซึ่งร้านค้าแบรนด์ช็อปต่างๆ ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทเจ้าของแบรนด์ทั้งการขยายสาขา และการจัดรายการส่งเสริมการขายต่างๆ โดยร้านค้าแบรนด์ช็อปเหล่านี้ ส่งผลดีต่อทั้งบริษัทและแบรนด์สินค้า ทั้งในด้านของความน่าเชื่อถือ และการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ของแบรนด์ชั้นนำต่างๆ

2. **ธุรกิจเชิงพาณิชย์และลูกค้าองค์กร (B2B)** - การขายให้ลูกค้าที่เป็นองค์กรรวมที่เป็นสถาบันการศึกษา บริษัท เรียกธุรกิจนี้ว่า Commercial และ Education คือการขายตรงไปยังบริษัททั่วไปที่เป็นนิติบุคคล รวมถึงมหาวิทยาลัย และโรงเรียนต่างๆ จากการเติบโตอย่างรวดเร็วของสินค้าไอทีที่มีประสิทธิภาพและความซับซ้อนมากขึ้น ภาคธุรกิจและการศึกษาจึงมีความจำเป็นที่จะต้องจัดหาและปรับปรุงอุปกรณ์รวมถึงเทคโนโลยีให้ทันสมัย โดยบริษัทมองเห็นความต้องการดังกล่าวในทุกหน่วยงาน เช่น ธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ หรือองค์กรของภาครัฐ บริษัทจึงได้จัดตั้งและมอบหมายให้บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ให้บริการแก่ภาคธุรกิจข้างต้น มุ่งเน้นในภาคธุรกิจ SMEs โดยอำนวยความสะดวกในการจัดหาผลิตภัณฑ์ทั้งด้านอุปกรณ์ ระบบโปรแกรมและโซลูชั่นโดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาและช่วยเหลือให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น

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

3. **ธุรกิจบริการ (Service)** - บริการหลังการขายของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ในประเทศไทย ภายใต้ชื่อ “iCare” และร้านให้บริการ TRUE Shop ภายใต้ชื่อ “TRUE by Com7” โดยร้านค้าแต่ละลักษณะมีประวัติความเป็นมาดังนี้

   (1) ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple - เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองจาก Apple ยังมีจำนวนน้อยและไม่เพียงพอต่อความต้องการในปี 2555 บริษัทได้เข้าทำสัญญาเป็น Apple Authorized Service Provider กับ Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อเปิดศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า Apple ภายใต้ชื่อ “iCare” เพื่อให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ทั้งที่อยู่ในประกันและนอกประกันซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและไว้วางใจในการซื้อสินค้าแบรนด์ Apple จากบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีศูนย์ iCare จำนวน 26 สาขา ซึ่งถือเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนสาขาศูนย์บริการ iCare ที่ได้รับการรับรองจาก Apple มากที่สุดในประเทศไทย

   (2) ร้านให้บริการ TRUE by Com7 - จากความสัมพันธ์อันดีของผู้บริหารระหว่างบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) “TRUE” กับบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) “Com7” รวมทั้งการได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ร่วมกันจากการร่วมมือทางธุรกิจครั้งนี้ บริษัทได้รับสิทธิในการบริหารร้าน TRUE Shop (สัญญา) จากบริษัท ทรู ดิสทรี บิวชั่นแอนด์เซลส์ จำกัด (TDS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ TRUE ณ วันที่ 26 เมษายน 2559 เพื่อรับมอบสิทธิ์ในการร่วมบริหารจัดการร้าน โดยบริษัททำหน้าที่ขายสินค้าและบริการในร้าน TRUE Shop ที่ได้รับสิทธิจาก TDS ภายใต้ชื่อ TRUE by Com7 เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวมทั้งเสริมสร้างช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าไอทีเพิ่มเติมอีกช่องทางหนึ่ง ในสถานที่ตามห้างสรรพสินค้า Big C, Tesco Lotus, Robinson และ ห้างท้องถิ่น ซึ่งมีเนื้อที่ของสาขาโดยประมาณ 6 - 260 ตร.ม. โดยได้รับสิทธิการบริหารจัดการในระยะเวลา 3 ปี ทั้งนี้ได้มีการต่อสัญญารอบใหม่ไปในวันที่ 1 สิงหาคม 2562 ที่ผ่านมา

4. **ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ (Online)** - จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ผู้บริโภคนิยมสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น บริษัทจึงจัดตั้งช่องทางการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ภายใต้ชื่อ www.bnn.in.th ซึ่งการทำธุรกิจออนไลน์ได้เข้ามาเสริมธุรกิจหลักของหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าที่สะดวกสบายมากขึ้น จากเดิมที่เป็นการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านเพียงช่องทางเดียวโดยการขายสินค้าออนไลน์จะเป็นตัวช่วยที่ทำให้ธุรกิจค้าปลีกของบริษัทแข็งแรงขึ้น

   www.bnn.in.th จัดจำหน่ายสินค้า อุปกรณ์ไอที สินค้า Apple สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ค แก็ดเจ็ต อุปกรณ์เสริม คอมพิวเตอร์ประกอบ สมาร์ทวอช รวมทั้งอุปกรณ์ไลฟ์สไตล์ ทันสมัยอีกมากมาย ด้วยสินค้ามากมายกว่า 7,000 รายการ มากกว่า 40 ประเภทสินค้า และ 100 แบรนด์สินค้าระดับโลก ทั้ง Apple, Asus, Acer, Toshiba, Dell, Samsung, Lenovo, Microsoft, HP, JBL และอีกมากมาย จากผู้จัดจำหน่ายชั้นนำระดับประเทศ

ภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัทฯ งวดประจำปี 2562 (สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562) มี รายได้จากการขายและให้บริการ 33,362.5 ล้านบาท เติบโตขึ้น 19.5% เมื่อเทียบกับงวดปีก่อนอยู่ที่ 27,917.1 ล้านบาท กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 4,416.3 ล้านบาท เติบโตขึ้น 21.6 เมื่อเทียบกับงวดปีก่อนอยู่ที่ 3,630.5 ล้านบาท กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่อยู่ที่ 1,216.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 36.5% เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนอยู่ที่ 891.1 ล้านบาท

ผลประกอบการที่ออกมาเติบโตโดดเด่นในครั้งนี้ เนื่องจากความสำเร็จในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ในทุกกลุ่มธุรกิจ การจัดกิจกรรมการตลาด และโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย นำเสนอสินค้าใหม่ๆ ที่สอดรับกับไลฟ์สไตล์และความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ กระแสสินค้ากลุ่มแก็ดเจ็ต (Gadget) ไอโอที (IoT) และสินค่ากลุ่มเครื่องใช้ในบ้าน (Home appliances) ได้รับการตอบรับที่ดีขึ้น รวมไปถึง ผลตอบรับจากการเปิดตัวสินค้าใหม่แบรนด์ชั้นนำโดยเฉพาะรุ่น iPhone 11 ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่ง COM7 เป็นตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ในประเทศไทย

ของ Apple ที่ได้รับปัจจัยบวกดังกล่าว รวมถึง สินค้ากลุ่ม iPad และ Apple Watch มีการเติบโตที่ดี ขณะที่ สินค้ารุ่นเก่าก็ยังได้รับการตอบรับจากลูกค้า

นอกจากนี้ การขยายธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ โดยมีรูปแบบร้านเหมือน Banana จำหน่ายสินค้าทั้งไอทีและสมาร์ทโฟน ได้รับการตอบรับเพิ่มขึ้น รวมทั้งยังสามารถให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ สนับสนุนภาพรวมยอดขาย และการลงทุนไม่สูง จึงมีแผนการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ต่อเนื่องในปีนี้ ควบคู่การรุกตลาดออนไลน์มากขึ้น

1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

วิสัยทัศน์ (Vision)

บริษัทมุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้วยการบริการที่เป็นเลิศโดยการบริหารจัดการจากทีมงานที่มีประสิทธิภาพ

พันธกิจ (Mission)

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

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

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจของบริษัท

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทในอีก 5 ปีข้างหน้า คือรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอที สมาร์ทโฟน และสินค้าดิจิตอล ควบคู่ไปกับการขยายส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าแต่ละประเภท รวมทั้งมีแผนในการขยายหน้าร้านตามประเภทสินค้าใหม่ๆ เช่น ร้านสกู๊ตเตอร์ ร้านเกมมิ่ง ร้านสินค้า IOT ร้านอุปกรณ์เสริมและแฟชั่นทันสมัย เพื่อเป็นการขยายช่องทางธุรกิจให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ควบคู่การขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านออนไลน์ และรุกตลาดองค์กรในรูปแบบโซลูชั่นมากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรที่ดีอย่างต่อเนื่อง และสร้างความแตกต่างในตลาด

ในปี 2563 บริษัทยังคงเดินหน้าเพิ่มช่องทางการขยายสาขาธุรกิจค้าปลีก และเตรียมนำสินค้าใหม่เข้ามาเพิ่มพอร์ตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าแกดเจ็ต ไอโอที และสินค้ากลุ่มเครื่องใช้ในบ้าน มุมมองภาพรวมของสินค้าแบรนด์ Apple และสินค้าประเภทโทรศัพท์สมาร์ทโฟน บริษัทยังคงเชื่อมั่นว่าสามารถเติบโตได้ต่อ และในประเทศไทยยังคงมีตลาดที่ใหญ่เพียงพอต่อการเติบโตของบริษัท ซึ่งยังคงเป็นเป้าที่บริษัทจะเพิ่มยอดขายควบคู่รายได้จากการขาย SIM อีกทั้งบริษัทมีแผนที่จะปรับปรุงหน้าร้านเดิมให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และมีความหลากหลายของสินค้ามากขึ้น

ในส่วนของแฟรนไชส์และตลาดออนไลน์ บริษัทมีแผนขยายธุรกิจแฟรนไชส์ต่อเนื่อง ควบคู่การรุกตลาดออนไลน์มากขึ้นโดยตั้งเป้าขายออนไลน์เติบโต 10% คาดว่าปี 2564 ยอดขายสินค้าออนไลน์จะสามารถเติบโตเพิ่มขึ้นเป็น 100% และอีกแนวคิดของ BNN คือการเพิ่มยอดปิดการขายที่หน้าร้าน บริษัทมองว่าสาขาหน้าร้านมีพื้นที่จำกัด จึงไม่สามารถจัดจำหน่ายสินค้าทุกประเภทได้ บริษัทจึงได้มีการปรับกลยุทธ์ใหม่ เมื่อลูกค้าเดินเข้าร้านให้พนักงานขายสินค้าที่ไม่มีในร้านได้เลย โดยขายผ่านหน้าเว็บไซต์ออนไลน์แทนและบริษัทมีการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

สำหรับของ TRUE การที่บริษัทมี Partner เป็น Operator มาช่วย Support โปรโมชั่นการซื้อขายมือถือ ทำให้ราคาถูกลงและลูกค้าตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น ดังนั้นการมีส่วนลดค่าเครื่องเมื่อลูกค้าซื้อพร้อมกับสมัครแพ็กเกจที่เป็น SIM รายเดือน ยังเป็นเรื่องสำคัญ ในขณะที่บริษัทก็คงยังมีแผนที่จะขยาย True Shop ต่อ

1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
ปี 2547	▪ จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท คอมเซเว่น อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ชื่อเดิมของบริษัท) เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2547 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท
ปี 2548	▪ บริษัทเข้าทำสัญญาเป็น Authorized Reseller กับบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน iStudio, iBeat และ U-Store by Comseven
ปี 2551	▪ ในเดือนเมษายน 2551 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 1 ล้านบาทเป็น 20 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท
ปี 2552	▪ ในเดือนมกราคม 2552 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 20 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท ▪ บริษัทมีสาขาครบ 100 สาขา และมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์และบรรยากาศ (Rebranding) ภายในร้านค้าให้ทันสมัยรองรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย และทำการเปลี่ยนชื่อร้านค้าของบริษัททั้งหมดเป็นร้าน “BaNANA IT”
ปี 2553	▪ ในเดือนธันวาคม 2553 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจาก 100 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท
ปี 2554	▪ บริษัทมีจำนวนสาขาครบ 200 สาขา
ปี 2556	▪ ในเดือนพฤษภาคม 2556 บริษัทเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตโดยเฉพาะภายใต้ชื่อร้าน “BaNANA Mobile” และขยายสาขาเพิ่มเติมไปยังจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงในภาคเหนือ ▪ ในเดือนธันวาคม 2556 บริษัทเพิ่มช่องทางธุรกิจโดยการเปิดร้าน “Samsung Shop”
ปี 2557	▪ เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2557 บริษัทจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท แมงโก้ ช็อปปิ้ง จำกัด (“บ.แมงโก้”) โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 20 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100

	บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีโทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มชุมชนในต่างจังหวัดโดยบริษัทถือหุ้น บ.แมงโก้ ในสัดส่วนร้อยละ 76 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว ■ ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 4/2557 เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2557 มีมติดังนี้ (1) อนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.25 บาท (2) อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทอีก 75 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 300 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 225 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท โดยเห็นชอบให้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ดังกล่าว เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) ■ เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2557 บริษัทแปรสภาพจากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อบริษัทจากบริษัท คอมเซเว่น อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็น บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ปี 2558	■ บริษัทได้ดำเนินการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) โดยเปิดให้จองซื้อระหว่างวันที่ 31 กรกฎาคม 2558 และ 3 - 4 สิงหาคม 2558 ในราคาเสนอขายหุ้นละ 3.35 บาท จำนวนหุ้นที่เสนอขายทั้งหมด 300,000,000 หุ้น รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 1,005,000,000 บาทและตลาดหลักทรัพย์ฯได้ประกาศรับหลักทรัพย์ของบริษัทเข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2558 และหุ้นของบริษัทเริ่มทำการซื้อขายเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2558 เป็นวันแรกเช่นเดียวกัน ■ เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558 บริษัทได้ซื้อหุ้น (บริษัท แมงโก้ช็อปปิ้ง จำกัด ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด) ทั้งหมดจาก นายทรงธรรม บุญยะทรัพย์ จำนวน 47,999 หุ้น เป็นเงินจำนวน 6,000,000 บาท บริษัทจึงมีการถือหุ้นในบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด เป็นจำนวน 199,998 หุ้นซึ่งเป็นอัตราร้อยละ 99.99 ของหุ้นในบริษัทดังกล่าว เป็นไปตามมติของที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 10/2588 เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2558 ■ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 11/2558 เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2558 มีมติให้บริษัทเข้าลงทุนในบริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัดโดยการซื้อหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 3,500 หุ้นในราคา 10,000,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.5 ของทุนจดทะเบียนของบริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจขายของเล่น ของที่ระลึกการจัดอีเว้นท์ต่างๆเนื่องจากบริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจกลุ่มนี้ที่มีอัตราการแข่งขันน้อยและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงพิจารณาเห็นว่าจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในครั้งนี้ ■ ในปี 2558 บริษัทขยายสำนักงานสาขาศูนย์ซ่อมสินค้ายี่ห้อ Apple ในชื่อร้านว่า “iCare” โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 20 สาขา ■ ในปี 2558 บริษัทมีการจัดตั้งแผนก BaNANA Business เพื่อขายสินค้าไอทีซอฟท์แวร์ติดตั้งและดูแลระบบให้กับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กถึงปานกลาง (SME) หรือหน่วยงานราชการ
ปี 2559	■ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559 มีมติให้บริษัทเข้าลงทุนในบริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด (ไอเทค ซอฟท์แวร์) โดยการซื้อหุ้นจาก นายนิธิศ สธรลักษณ์ จำนวน 1,020 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนของไอเทค ซอฟท์แวร์ รวมเป็นเงินทั้งสิ้นจำนวน 8,000,000 บาท โดยไอเทค ซอฟท์แวร์ ให้บริการในการเขียนโปรแกรมต่างๆ ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทจะต้องใช้บริการไอเทค ซอฟท์แวร์ในการเขียนโปรแกรมดังกล่าว รวมทั้งให้การสนับสนุนแผนก BaNANA Business ในการดูแลไอที

	ซอฟท์แวร์ติดตั้งและระบบ ■ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 2/2559 เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2559 มีมติให้เข้าร่วมทุนกับนายธนวัฒน์ แซ่เจียง ด้วยการก่อตั้งบริษัทใหม่ชื่อว่า “บริษัท บานาน่า ชัวร์ จำกัด” (บานาน่า ชัวร์) โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 306,000 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนของบานาน่า ชัวร์ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 30,600,000 บาท โดยบานาน่า ชัวร์ ประกอบธุรกิจเป็นผู้นำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ใช้แล้ว เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นว่าเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่จะมีกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก เป็นการขยายฐานลูกค้าจากระดับกลางลงไป ซึ่งสอดคล้องตามนโยบายการเป็นผู้นำสินค้าด้านไอทีอย่างครบวงจร ■ เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2559 บริษัทเข้าลงนามในสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจการบริหารจัดการร้าน TRUE Shop (สัญญา) กับบริษัท ทรู ดิสทรีบิวชั่น แอนด์เซลส์ จำกัด (TDS) เพื่อรับมอบสิทธิในการร่วมบริหารจัดการร้าน TRUE Shop จำนวนทั้งสิ้น 166 ร้าน เป็นระยะเวลา 3 ปี ■ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 4/2559 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2559 มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนเพิ่มเติมตามสัดส่วนในบริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด เป็นจำนวน 875 หุ้น คิดเป็นเงินจำนวน 2,500,000 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นทั้งสิ้นหลังการเพิ่มทุนที่ร้อยละ 12.5 เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ และนำไปใช้ในการเปิดร้านจำหน่ายเครื่องเล่น โมเดล หุ่นยนต์ และอุปกรณ์ รวมทั้งบริษัทได้ให้เงินกู้ยืมแก่ บริษัทไอเทค ซอฟท์แวร์จำกัด เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2,040,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3 โดยชำระเมื่อทวงถามแต่ไม่เกินระยะเวลา 1 ปีนับแต่วันที่ได้เบิกใช้เงินกู้จำนวนดังกล่าว เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนและเพิ่มสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจของบริษัทไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด ■ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2559 เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2559 ได้มีมติจัดตั้งบริษัทย่อยในนามบริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด (ดับเบิ้ลเซเว่น) เพื่อรองรับการเข้าบริหารจัดการร้าน TRUE Shop ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 5,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นสัดส่วนการถือร้อยละ 100 ■ ในปี 2559 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อร้านจากเดิมคือ iStudio iBeat และ U-Store by Comseven มาใช้ภายใต้ชื่อ “Studio7” ■ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 7/2559 เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2559 มีมติให้บริษัทซื้อหุ้นของบริษัท บานาน่าชัวร์ จำกัด จากนายธนวัฒน์ แซ่เจียง จำนวน 294,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียนบานาน่า ชัวร์เนื่องจากบริษัทพิจารณาแล้วเห็นว่าหากปล่อยให้ นายธนวัฒน์ แซ่เจียง ขายหุ้นจำนวนดังกล่าวแก่บุคคลภายนอก อาจมีปัญหาในการจัดการได้ บริษัทจึงซื้อหุ้นเพื่อให้เป็นผู้ถือหุ้นรายเดียวและสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งมีมติให้บริษัทขายหุ้นบริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด ที่บริษัทถืออยู่เป็นจำนวนทั้งสิ้น 4,375 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.5 ของทุนจดทะเบียน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 12,500,000 บาท เท่ากับมูลค่าที่ให้ลงทุนเนื่องจากรายได้ที่ผ่านมาของบริษัท ฮอบบี้ พลัส จำกัด ไม่เป็นไปตามที่ได้ตกลงกันครั้งเมื่อได้เข้าลงทุน ■ ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 8/2559 เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559 มีมติอนุมัติให้บริษัทซื้อทรัพย์สินของบริษัท บางกอก เทเลคอม 999 จำกัด (บจก. บางกอก) โดยการรับโอนทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจเป็นเงินทั้งสิ้น 184,000,000 บาท

ปี 2560	▪ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 4/2560 เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2560 มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นของ บจก.เน็คซ์ แคปปิตอล (เดิมชื่อ บจก.บัฟ) โดยเป็นการเข้าซื้อพร้อมกับ บมจ. ซินเน็ค (ประเทศไทย) และนักลงทุนรายอื่น ซึ่งบริษัทได้ซื้อหุ้นสามัญ เป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 120,660 หุ้น ในราคา 268,206,600 บาท คิดเป็นร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของ บจก.บัฟ โดย บจก.บัฟ ประกอบธุรกิจเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ และบริษัทมองว่าการเข้าร่วมลงทุนใน บจก.เน็คซ์ แคปปิตอล จะเป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทต่อยอดขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจเช่าซื้อ เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทต่อไปในอนาคต ▪ ในเดือน พฤศจิกายน 2560 บริษัทร่วมมือกับธนาคารกสิกรไทย เปิดตัวธุรกิจแฟรนไชส์ bananastore.com (ภายในปี 2561 มีการเปลี่ยนชื่อเป็น BaNANA) โดยเป็นการเปิดโอกาสให้กับเจ้าของกิจการ SMEs ทั้งขนาดกลางและขนาดเล็กได้เป็นเจ้าของร้าน BaNANA ในกลุ่มอำเภอรองที่ยังไม่มีร้านสาขาของบริษัท โดยที่บริษัทจะให้การสนับสนุนทั้งด้านสินค้า การบริหารจัดการ รวมถึงการส่งเสริมการขาย และการบริการด้านอื่นๆ
ปี 2561	▪ เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2561 บริษัทได้ขายหุ้นสามัญที่มีอยู่ใน บจก.เน็คซ์ แคปปิตอล (เดิมชื่อ บจก.บัฟ) ให้แก่ นายประพันธ์ พลชนะวสิทธิ์ จำนวน 10,055 หุ้น ถือเป็นจำนวนร้อยละ 2.50 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของบริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจุบันบริษัทจึงถือหุ้นของบริษัท เน็คซ์ แคปปิตอล จำกัด เป็นจำนวนร้อยละ 27.50 ของหุ้นทั้งหมด ▪ เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2561 บริษัทได้ขายหุ้นสามัญที่มีอยู่ใน บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด ให้แก่ นายเอกราช ปัญจวีณิน จำนวน 30,000 หุ้น และขายให้แก่ นายสุรเดช สร้อยรุ่งเรือง จำนวน 14,999 หุ้น ปัจจุบัน บริษัทจึงถือหุ้นของบริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด จำนวนร้อยละ 69.99 ของหุ้นทั้งหมด ▪ เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2561 บริษัทได้ทำบันทึกตกลงซื้อทรัพย์สิน คือ ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และอุปกรณ์สารสื่อสารโทรคมนาคม รวมทั้งสิทธิการเช่าจาก บริษัท เรดาห์ เทเลคอม จำกัด จำนวน 14 ร้าน เป็นเงินจำนวน 20,700,000 บาท ทั้งนี้เพื่อขยายกิจการจำหน่ายเครื่องมือสื่อสารทุกชนิด ▪ เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2561 บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท ดีเอ็นเอ รีเทล ลิ้งค์ จำกัด จำนวน 1,500,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน ในราคา 210,000,000 บาท ทั้งนี้เพื่อขยายกิจการจำหน่ายเครื่องมือสื่อสารทุกชนิด
ปี 2562	▪ เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2562 บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้เข้าซื้อหุ้นของบริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด จากผู้ถือหุ้นรายอื่น จำนวน 3,750,037 หุ้น ในราคาหุ้นละ 32.6664 บาท คิดเป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น 122,500,209 บาท ปัจจุบัน บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) จึงถือหุ้นของ บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 40.00% ของหุ้นทั้งหมด และช่วงปลายปี 2562 บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด ได้มีการเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท เน็คซ์ แคปปิตอล จำกัด ▪ เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2562 บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ซื้อหุ้นทั้งหมดของ นายเอกราช ปัญจวีณิน จำนวน 30,000 หุ้น ที่มีอยู่ในบริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด เนื่องจากนายเอกราช ปัญจวีณิน ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการของบริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด และได้ซื้อหุ้นจาก นายสุรเดช สร้อยรุ่งเรือง จำนวน 1 หุ้น เพื่อให้บริษัทบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในบจก. โนวัสเป็นสัดส่วนร้อยละ 90 ของหุ้นทั้งหมด

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ปัจจุบัน บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ถือหุ้นในบริษัทต่างๆรวม 5 บริษัท ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด - บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 90.00 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 15 ล้านบาท โดยบริษัทดังกล่าวดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการวางแผน การจำหน่ายอุปกรณ์ และระบบไอทีสำหรับลูกค้าองค์กร

2. บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด - บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 20 ล้านบาท โดยบริษัทดังกล่าวดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าไอทีออนไลน์

3. บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด - บริษัทถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 51 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 2 ล้านบาท โดยบริษัทดังกล่าวดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับให้บริการการเขียนโปรแกรมการจัดการต่างๆ

4. บริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด- บริษัทถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 5 ล้านบาท โดยบริษัทดังกล่าวดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการบริหารจัดการ TRUE Shop ภายใต้ชื่อ TRUE by Com7

5. บริษัท เน็คซ์ แคปปิตอล จำกัด (ชื่อเดิม บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด) - บริษัทถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 40.00 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 300 ล้านบาท โดยบริษัทดังกล่าว ดำเนินธุรกิจให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์

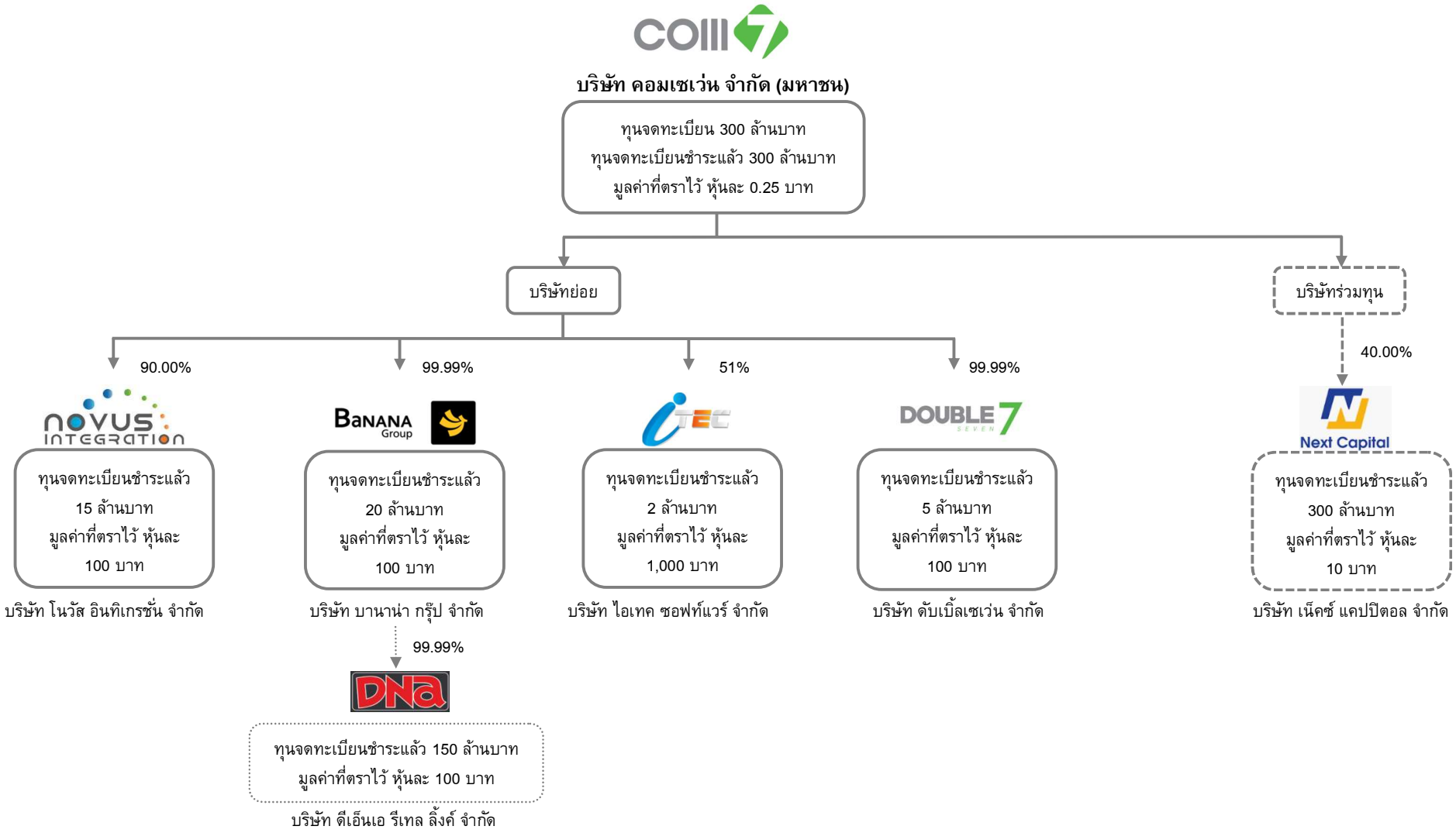
ทั้งนี้บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท ได้เข้าเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทอื่นดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. บริษัท ดีเอ็นเอ รีเทล ลิ้งค์ - บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 150 ล้านบาท โดยบริษัทดังกล่าวดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าเครื่องมือสื่อสารโทรคมนาคมทุกชนิด

1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -

แผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

(1) บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอทีและการให้บริการซ่อมแซมสินค้าและขยายธุรกิจแฟรนไชส์ให้กับนักลงทุนเพื่อมาร่วมเป็น Partner กับบริษัทฯ

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

(3) บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด (บานาน่ากรุ๊ป) ประกอบธุรกิจการนำเข้าและขายส่งสินค้าโทรคมนาคม

(4) บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด (ไอเทค) ประกอบธุรกิจให้บริการรับเขียนโปรแกรมเชิงพาณิชย์

(5) บริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด (ดับเบิ้ลเซเว่น) ประกอบธุรกิจบริหารการจัดการร้าน TRUE by Com7

กลุ่มธุรกิจ	ล้านบาท	%
ธุรกิจค้าปลีก B2C	31,713	95%
อื่นๆ	1,650	5%
รายได้จากการขายและการให้บริการ	33,362	100%

(1) บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)

1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอที ประกอบไปด้วย สินค้าดังนี้

- สินค้าแอปเปิ้ล (Apple) และอุปกรณ์เสริมแอปเปิ้ล (Apple Accessories)
- สินค้าสมาร์ทโฟน (Smartphone) และอุปกรณ์เสริมสมาร์ทโฟน (Smartphone's accessories), สินค้าเคสและฟิลม์กันรอยสำหรับสมาร์ทโฟน (Case and Film)
- สินค้าแท็บเล็ต (Tablet) และอุปกรณ์เสริมแท็บเล็ต (Tablet's accessories)
- สินค้าโน้ตบุ๊ค (Notebook)
- สินค้าคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop PC) และ สินค้าจอคอมพิวเตอร์ (Monitor)
- สินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ประกอบ (Computer Hardware and DIY), สินค้าเม้าส์และคีย์บอร์ด (Mouse and Keyboard), สินค้าอุปกรณ์เน็ตเวิร์ค (Network) และสินค้าอุปกรณ์เสริมคอมพิวเตอร์ (Computer's Accessories)
- สินค้าเกมมิ่ง (Gaming Gears)
- สินค้าอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล (Storage and Memory Card)
- สินค้าหูฟัง ลำโพง และไมโครโฟน (Headphone , Speaker and Microphone)
- สินค้าโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Software)
- สินค้าสายชาร์จและตัวแปลง (Cable and Adapter)
- สินค้ากล้องและกล้องวีดีโอ (Camera and Video)
- สินค้าไลฟ์สไตล์และแก็ดเจ็ต (Lifestyle & Gadgets)
- สินค้าสมาร์ทวอทช์และสายรัดข้อมือ (Sport tech and Smartwatch) และสินค้าอุปกรณ์สุขภาพ (Health and Fitness)
- สินค้าสมาร์ทโฮมและระบบรักษาความปลอดภัยภายในบ้าน (Smarthome and Security)
- เครื่องใช้ไฟฟ้าทั่วไป (Home and Small Appliance)

1.2 ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ช่องทางการจำหน่ายหลักของบริษัท ได้แก่

1) ร้าน BaNANA จำหน่ายสินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์แล็บท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต เครื่องเล่นวีดิโอเกม อุปกรณ์ IOT และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง

2) ร้าน Studio7 จำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple ทุกประเภท และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง

3) ร้าน BaNANA Mobile, BKK, Kingkong Phone, จำหน่ายสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ และมีร้านที่จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามแบรนด์ด้วย คือร้าน Samsung ร้าน Oppo ร้าน Huawei ร้าน Vivo และ ร้าน Xiaomi

4) ร้าน iCare เป็นศูนย์ซ่อมและให้บริการสินค้าแบรนด์ Apple

5) ร้าน Shot Pro จำหน่ายสินค้ากล้องถ่ายรูป และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้องกับกล้องถ่ายรูป

6) ร้าน Bb (Beyond D-BOX) จำหน่ายสินค้าประเภท IOT, สมาร์ชวอช, วิดีโอเกม, Gadget และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง

7) ร้าน B-Play จำหน่ายสินค่าประเภท แก็ดเจ็ตและอุปกรณ์เสริมต่างๆ

8) ร้าน Bb-Move จำหน่ายรถจักรยานไฟฟ้า (Scooter) และอุปกรณ์เสริมต่างๆ

9) ร้านค้าแฟรนไชส์ ภายใต้ชื่อ BaNANA จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์แล็บท็อป และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง

10) ร้าน BaNANA Outlet จำหน่ายสินค้าลดราคา เช่น สินค้าตัวโชว์ สินค้าตกรุ่น สินค้าลดราคา clearance

11) ร้าน BaNANA E-Quip จำหน่ายสินค้าเกมมิ่ง สินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ประกอบและอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง

12) ร้านค้าออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ชื่อ www.bnn.in.th

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีสาขาจำหน่ายสินค้ารวม 787 สาขาตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำและห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัดและแหล่งชุมชนตามพื้นที่ต่างๆ อาทิเช่น ห้างสยามพารากอน ศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ ศูนย์การค้าไอค่อนสยาม ห้างเซ็นทรัลทุกสาขา ห้างเดอะมอลล์ทุกสาขา ห้างโรบินสัน ห้างแฟชั่นไอส์แลนด์ ห้างซีคอนสแควร์ ห้างฟิวเจอร์พาร์ค ห้างโลตัส ห้างบิ๊กซี และห้างท้องถิ่นในจังหวัดสำคัญต่างๆ รวมไปถึงแหล่งชุมชน ตามอำเภอต่างๆ ในต่างจังหวัด

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้มีการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ ภายใต้ชื่อ BaNANA จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ไอทีที่เกี่ยวข้องต่างๆ ซึ่งตั้งอยู่ตามแหล่งชุมชน ทั้งอำเภอหลัก อำเภอรอง ซุปเปอร์มาร์เก็ต และห้างท้องถิ่นในจังหวัดสำคัญต่างๆ

สำหรับธุรกิจศูนย์บริการซ่อมแซมสินค้าภายใต้ชื่อ iCare ให้บริการซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ซึ่งประกอบด้วย iPod, iPhone, iPad, iMac, MacBook และสินค้าอื่นๆ ภายใต้แบรนด์ Apple ที่ชำรุดเสียหายทั้งเกิดจากผู้ผลิตหรือจากการใช้งานของลูกค้า ทั้งที่อยู่ในระยะเวลาประกันและนอกระยะเวลาประกัน สำหรับสินค้าที่อยู่ในระยะเวลาประกันนั้น Apple จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้าให้ทั้งหมด รวมทั้งให้ผลตอบแทนค่าบริการกับบริษัท ส่วนสินค้าที่อยู่นอกระยะเวลาประกัน บริษัทสามารถทำการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้าให้กับลูกค้าโดยคิดค่าอะไหล่ และค่าบริการกับลูกค้าได้โดยตรง ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความสะดวกและได้รับการบริการที่รวดเร็วมากขึ้น และบริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็น Authorized Service Provider จากบริษัท แอปเปิ้ล เซาท์ เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งอนุญาตให้บริษัทสามารถให้บริการรับซ่อมแซมสินค้าแบรนด์ Apple ภายใต้ชื่อร้าน “iCare” ได้ทั้งสินค้าที่อยู่ในระยะเวลาประกันและนอกระยะเวลาประกัน

โดยในปี 2560 - 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีจำนวนสาขา รวมทั้งสิ้น สาขา 368 สาขา 553 สาขา และ 787 สาขาตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีสาขาทั้งหมดจำนวน 666 สาขา โดยรายละเอียดของสาขาแสดงดังตารางต่อไปนี้

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวนสาขา	ประเภทสินค้าและบริการ	สถานที่ตั้ง
1. ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นวีดิโอเกม และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	227		
BaNANA - ร้านจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นวีดิโอเกม และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง - มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน “BaNANA” - มีการจัดวางสินค้าแยกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย และมีสต็อกจัดเก็บสินค้าที่มีปริมาณเพียงพอในการให้บริการแก่ลูกค้า - ขนาดพื้นที่ร้าน 50 - 500 ตร.ม.	223	<u>สินค้าหลัก</u> • สินค้าโน้ตบุ๊ค • สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ • สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ • สินค้าแท็บเล็ต <u>สินค้าเพิ่มเติม</u> • อุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 74 สาขา • ภาคกลาง 20 สาขา • ภาคตะวันออก 34 สาขา • ภาคเหนือ 16 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 36 สาขา • ภาคใต้ 34 สาขา • ภาคตะวันตก 9 สาขา
BaNANA Outlet - จัดจำหน่ายสินค้าประเภท สินค้าตกรุ่น สินค้าตัวโชว์ และสินค้าลดราคา Clearance - ขนาดพื้นที่ประมาณ 500-1,000 ตร.ม.	2	• สินค้าตกรุ่น • สินค้าตัวโชว์ • สินค้าลดราคา Clearance	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 2 สาขา
BaNANA E-Quip - จัดจำหน่ายสินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ค คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง - มีลักษณะรูปแบบ และมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 130 - 150 ตร.ม.	2	สินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ค คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้องสำหรับเกมมิ่ง	ห้างสรพสินค้าชั้นนำ และซุปเปอร์มาร์เก็ต โดยแบ่งตามภูมิภาคดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 2 สาขา
2. ร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Apple	102		
Studio7 - Studio7 มีลักษณะรูปแบบของร้านและการจัดวางสินค้าตามมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน “Studio7” - ขนาดพื้นที่ 100 - 300 ตร.ม.	92	<u>สินค้าแบรนด์ Apple</u> ได้แก่ • iPod • iPhone • iPad • Mac • Apple Watch • อุปกรณ์เสริมที่ใช้กับสินค้า Apple	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 25 สาขา • ภาคกลาง 10 สาขา • ภาคตะวันออก 13 สาขา • ภาคเหนือ 6 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 16 สาขา • ภาคใต้ 13 สาขา • ภาคตะวันตก 9 สาขา
U-Store (เดิมชื่อ U-Store by Comseven) - เป็นร้านจำหน่ายสินค้า Apple ที่มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน“Studio7” โดยตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยชั้นนำต่างๆ - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 50 ตร.ม.	10	<u>สินค้าแบรนด์ Apple</u> ได้แก่ • iPod • iPhone • iPad • Mac • Apple Watch • อุปกรณ์เสริมที่ใช้สินค้า Apple	มหาวิทยาลัยชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาคดังนี้ • กรุงเทพมหานคร 8 สาขา • ภาคเหนือ 1 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 สาขา
3. ร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม	220		

BaNANA Mobile - มีการจัดวางสินค้าตัวอย่างเพื่อให้ลูกค้าทดลองใช้งาน รวมทั้งมีสินค้าอุปกรณ์เสริมที่ใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อพร้อมกับอุปกรณ์ - มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน “BaNANA Mobile” - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 50 - 100 ตร.ม.	14	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ตและอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 5 สาขา • ภาคตะวันออก 5 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงใต้ 2 สาขา • ภาคใต้ 2 สาขา
Samsung Shop - จัดวางสินค้าแบรนด์ Samsung รวมถึง Accessories สำหรับสินค้าแบรนด์ Samsung - มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาซึ่งถูกกำหนดโดย Samsung (Thailand) - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 80 - 200 ตร.ม.	11	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Samsung	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 6 สาขา • ภาคตะวันตก 1 สาขา • ภาคใต้ 4 สาขา
BKK - มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน “BKK” - มีการจัดวางสินค้าแยกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย และมีสต๊อกจัดเก็บสินค้าที่มีปริมาณเพียงพอในการให้บริการแก่ทางลูกค้าได้ - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 80 ตร.ม.	55	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 20 สาขา • ภาคตะวันออก 5 สาขา • ภาคเหนือ 6 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 15 สาขา • ภาคใต้ 7 สาขา • ภาคตะวันตก 2 สาขา
Kingkong Phone - มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขาดำเนินการภายใต้ชื่อร้าน “Kingkong Phone” - มีการจัดวางสินค้าแยกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย และมีสต๊อกจัดเก็บสินค้าที่มีปริมาณเพียงพอในการให้บริการแก่ทางลูกค้าได้ - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 80 ตร.ม.	115	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 35 สาขา • ภาคตะวันออก 21 สาขา • ภาคเหนือ 12 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 28 สาขา • ภาคใต้ 14 สาขา • ภาคตะวันตก 5 สาขา
Oppo Shop - จัดวางสินค้าแบรนด์ Oppo รวมถึง Accessories ต่างๆ - มีลักษณะรูปแบบและมาตรฐานของหน้าร้านในรูปแบบซึ่งถูกกำหนดโดย Oppo - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 80 ตร.ม.	19	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ Oppo และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 12 สาขา • ภาคเหนือ 1 สาขา • ภาคตะวันออก 1 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สาขา • ภาคใต้ 2 สาขา
Vivo Shop - จัดวางสินค้าแบรนด์ Vivo รวมถึง Accessories ต่างๆ - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 80 ตร.ม.	3	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ Vivo และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • ภาคกลาง 1 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 สาขา

Huawei Shop - จัดวางสินค้าแบรนด์ Huawei รวมถึง Accessories ต่างๆ - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 30 - 80 ตร.ม.	2	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ Huawei และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาค ได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 1 สาขา • ภาคตะวันออก 1 สาขา
Xiaomi Shop - จัดวางสินค้าแบรนด์ Xiaomi รวมถึง Accessories และ สินค้า IOT ต่างๆ - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 32 ตร.ม.	1	สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ Xiaomi และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาค ได้ดังนี้ • ภาคตะวันออก 1 สาขา
4. ร้านขายกล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์เสริม Shot Pro - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 100 - 200 ตร.ม.	1	จัดจำหน่ายสินค้าประเภทกล้องถ่ายรูปสำหรับมืออาชีพ พร้อมอุปกรณ์เสริมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาค ได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 1 สาขา
5. ธุรกิจแฟรนไชส์ ร้าน BaNANA - เป็นการขายธุรกิจ ให้กับ Partner ที่มีความต้องการเปิดร้านค้า BaNANA โดยจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับ Smartphone, สินค้า Apple, คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ไอทีที่เกี่ยวข้องต่างๆ - มีลักษณะรูปแบบ และมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ซึ่งกำหนดโดยบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 40 - 100 ตร.ม.	80	<u>สินค้าหลัก</u> • สินค้าโน้ตบุ๊ค • สินค้าคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ • สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ • สินค้าแท็บเล็ต • สินค้า Brand Shop • สินค้า Brand Apple <u>สินค้าเพิ่มเติม</u> • อุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ตั้งอยู่ตามแหล่งชุมชน ทั้งอำเภอหลัก อำเภอรอง ซุปเปอร์มาร์เก็ต และห้างท้องถิ่นในจังหวัดสำคัญต่างๆ โดยแบ่งตามภูมิภาคดังนี้ • ภาคกลาง 10 สาขา • ภาคตะวันตก 5 สาขา • ภาคตะวันออก 5 สาขา • ภาคเหนือ 8 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 36 สาขา • ภาคใต้ 16 สาขา
6. Bb และ B-Play - โดยจำหน่ายสินค้าเกี่ยว IOT แก๊ดเจ็ต และอุปกรณ์เสริมต่างๆ - มีลักษณะรูปแบบ และมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 15 - 30 ตร.ม.	9	สินค้า IOT, แก๊ดเจ็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรพสินค้าชั้นนำ และซุปเปอร์มาร์เก็ต โดยแบ่งตามภูมิภาคดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 6 สาขา • ภาคตะวันออก 2 สาขา • ภาคใต้ 1 สาขา
7. BB-Move - จัดจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับจักรยานไฟฟ้า (Scooter) - มีลักษณะรูปแบบ และมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 15 - 30 ตร.ม.	1	สินค้า Scooter และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แบ่งตามภูมิภาค ได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 1 สาขา
8. iCare - ศูนย์บริการรับซ่อมสินค้า Apple - มีลักษณะรูปแบบ และมาตรฐานของหน้าร้านเดียวกันในทุกสาขา ซึ่งถูกกำหนดโดยบริษัท Apple South Asia (Thailand) Ltd. - ขนาดพื้นที่ระหว่าง 70 - 120 ตร.ม.	26	บริการ และซ่อมแซมสินค้า Apple	ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ไอทีต่างๆ แบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้ • กรุงเทพฯ และปริมณฑล 14 สาขา • ภาคกลาง 5 สาขา • ภาคตะวันออก 2 สาขา • ภาคเหนือ 1 สาขา • ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สาขา • ภาคใต้ 1 สาขา

รูปภาพร้าน BaNANA

รูปภาพร้าน Apple – Studio7

รูปภาพศูนย์บริการ iCare

รูปภาพร้าน BaNANA Mobile

รูปภาพร้าน Samsung Shop

รูปภาพร้าน BKK

รูปภาพร้าน Oppo Shop

รูปภาพร้าน Huawei Shop

รูปภาพร้าน Vivo Shop

รูปภาพร้าน BaNANA Outlet

รูปภาพร้าน BaNANA E-Quip

รูปภาพร้าน Bb (Beyond D-BOX)

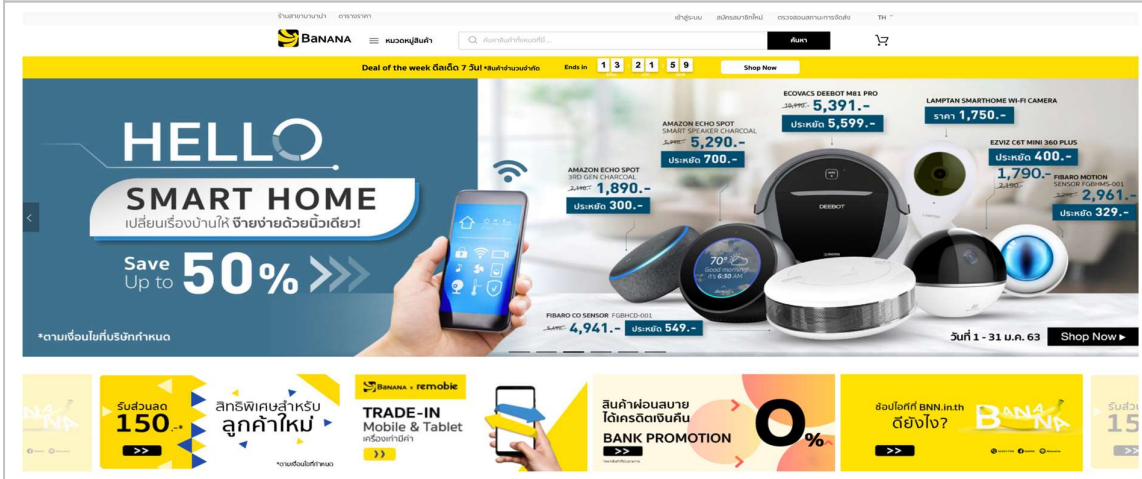
รูปภาพร้าน B-Play

รูปภาพร้าน Bb Move

รูปภาพร้าน KingKong Phone

รูปภาพร้าน Franchise

รูปภาพบีเอ็นเอ็นดอทไอเอ็นดอททีเอช URL: www.bnn.in.th



1.3 ลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ ลูกค้าขายปลีก ลูกค้าขายส่ง ลูกค้านิติบุคคล และลูกค้าออนไลน์เว็บไซต์ www.bnn.in.th

(1) กลุ่มลูกค้าขายปลีก/ลูกค้ารายย่อยทั่วไป

1. ลูกค้าทั่วไป ได้แก่ ลูกค้ารายย่อยที่ซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านสาขา หรือซื้อผ่านเว็บไซต์ของบริษัท
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 (SMEs)

(3) กลุ่มลูกค้าขายส่ง

1. ลูกค้าร้านคอมพิวเตอร์หรือร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วไปที่ซื้อสินค้าไปเพื่อจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง
2. บริษัทจำหน่ายคอมพิวเตอร์ที่เป็นผู้จัดหาอุปกรณ์ไอทีให้กับภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชนขนาดใหญ่

(4) กลุ่มลูกค้าออนไลน์

ลูกค้าที่มีการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ ที่เป็นแบบสมัครสมาชิกของเว็บไซต์ และแบบที่ไม่สมัครสมาชิกที่อาศัยอยู่ในประเทศ และต่างประเทศที่มีการเข้าใช้งานระบบ Internet โดยใช้เบราเซอร์ (Browser) เข้าถึงข้อมูลที่ URL www.bnn.in.th

ปัจจุบันฐานลูกค้าส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าขายปลีกที่ซื้อสินค้าจากหน้าร้าน อย่างไรก็ดี บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีฐานรายได้ที่หลากหลาย จึงได้เริ่มดำเนินนโยบายขยายฐานลูกค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้านิติบุคคลซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการขยายตัวที่ดีในช่วงที่ผ่านมา โดยบริษัทได้มีการอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว ทั้งในเรื่องของการประสานงานการขาย การขนส่งสินค้า การบริการ Onsite Service รวมไปถึงการให้เครดิตเทอมในซื้อขายอีกด้วย

1.4 นโยบายในการกำหนดราคา

(1) สินค้าไอที โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต

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

(2) สินค้าประเภทอุปกรณ์เสริมอื่น ๆ

โดยทั่วไปบริษัทมีนโยบายให้ Supplier มาฝากขาย และเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า โดยบริษัทจะได้กำไรจากส่วนต่างราคาของสินค้านั้นๆ สำหรับสินค้าอุปกรณ์เสริมอื่นที่มิใช่เป็นสินค้าฝากขาย บริษัทจะสามารถกำหนดราคาได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ราคาขายของสินค้าขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า วัสดุ คุณภาพและสภาพการแข่งขัน

(3) สินค้าที่ขายออนไลน์

www.bnn.in.th มีการร่วมกำหนดราคาขายปลีกสินค้า (SRP: Suggested Retail Price) กับผู้จัดจำหน่าย หรือผู้ขายที่นำสินค้ามาขายบนเว็บไซต์ ภายใต้นโยบายความสามารถทางการแข่งขัน (Price Competitiveness) เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าชนิดหรือประเภทเดียวกัน ที่มีการจัดจำหน่ายอยู่บนช่องทางของคู่แข่ง ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้สมาชิกของเว็บไซต์ สามารถเลือกซื้อสินค้าและตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว

1.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

(1) สินค้าไอทีทั่วไป (ไม่รวมสินค้าแบรนด์ Apple)

บริษัทและบริษัทย่อยมีแนวทางการจัดหาสินค้าดังนี้

1. <u>การจัดหาสินค้าจากต่างประเทศ</u>
   บริษัทมีการส่งผู้บริหารระดับสูงหรือผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับโลก รวมถึงเยี่ยมชมร้านค้าที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับบริษัท เพื่อให้เกิดมุมมอง และเพื่อเป็นการอัปเดตเทรนด์สินค้าใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา ทำให้เพิ่มโอกาสในการหาและจัดซื้อสินค้าที่ดีที่สุดได้
2. <u>การจัดหาสินค้าจากในประเทศ</u>
   ในการจัดหาสินค้าในประเทศโดยปกติจะมีผู้จัดจำหน่ายสินค้าไอที บริษัทคู่ค้านำสินค้ามาเสนอแก่บริษัท เนื่องจากบริษัทเป็นร้านจำหน่ายสินค้าไอทีรายใหญ่ที่มีสาขามากที่สุดในประเทศและมียอดขายสินค้าต่อปีที่สูง ส่งผลให้บริษัทมีอำนาจในการต่อรองกับบริษัทคู่ค้าในประเทศค่อนข้างสูง ดังนั้นบริษัทจึงสามารถต่อรองและเลือกข้อเสนอที่ดีที่สุดได้
3. <u>การจัดหาสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต</u>
   อินเทอร์เน็ตเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการจัดหาสินค้าของบริษัทโดยบริษัทมีทีมงานในการสืบค้นหาสินค้าและข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าที่นำสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้สินค้าที่บริษัทจำหน่ายสอดคล้องและตรงกับความต้องการของลูกค้า

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

นอกจากนี้ จากการที่บริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าไอทีชั้นนำมาเป็นระยะเวลานานกว่า 20 ปี บริษัทจึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าทั้งผู้จัดจำหน่ายและผู้ผลิตสินค้า ทำให้บริษัทได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้ารุ่นใหม่ รวมถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรมในความเห็นของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์แนวโน้ม และกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท

(2) สินค้าแบรนด์ Apple และการให้บริการที่เกี่ยวข้อง

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

ปัจจุบันบริษัทมีพันธมิตรคู่ค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท จำนวนมากกว่า 200 ราย ซึ่งบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีและได้ทำการค้าร่วมกันมาเป็นระยะเวลานาน โดยกลุ่มคู่ค้าหลักของบริษัทแบ่งตามประเภทและแบรนด์ของสินค้าได้ดังนี้

ตารางแสดงประเภทสินค้า ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายรายหลักของแต่ละประเภทสินค้า

ประเภทสินค้า	สินค้า	แบรนด์	ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย
1. คอมพิวเตอร์แล็บท็อป (Laptop)	Laptop	Acer	บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ จำกัด
			บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
			บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		Apple	Apple South Asia (Thailand) Ltd.
		Asus	บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
			บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
			บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
			บริษัท เวลเทค กรุ๊ป จำกัด
		Dell	บริษัท เวลเทค กรุ๊ป จำกัด
			บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
		HP	บริษัท อินแกรมไมโคร (ประเทศไทย) จำกัด
			บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		Huawei	บริษัท หัวเว่ย เทคโนโลยี่ (ประเทศไทย) จำกัด
			บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
		Lenovo	Lenovo (Thailand) Ltd.
		MSI	บริษัท ไมโคร สตาร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
			บริษัท เอสวีโอเอ จำกัด (มหาชน)
2. คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop)	Pre-built PC	Acer	บริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ จำกัด

ประเภทสินค้า	สินค้า	แบรนด์	ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย
	Pre-built PC	Asus	บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
			บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
	Pre-built PC	Dell	บริษัท เวลเทค กรุ๊ป จำกัด
		HP	บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
		Lenovo	Lenovo (Thailand) Ltd.
	CPU	AMD	บริษัท เอสเทรค (ประเทศไทย) จำกัด
		INTEL	บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
	Internal Hard Drives	Seagate	บริษัท เอสเทรค (ประเทศไทย) จำกัด
		WD	บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
	Motherboard	MSI	บริษัท เอสเทรค (ประเทศไทย) จำกัด
			บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
	Motherboard	MSI	บริษัท เอสเซนตี้ รีซอร์สเซส จำกัด
	Monitor	LG	บริษัท แอลจี อีเลกทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
	Power Supply	Cougar	บริษัท ไอทร์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด
		Thermaltake	บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
		Corsair	บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
	Solid State Drive (SSD)	HP	บริษัท คอนเน็ตไอที
	RAM	Transend	บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		WD	บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
		G.Skill	บริษัท ไอทร์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด
		Transcend	บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		Corsair	บริษัท เอสเซนตี้ รีซอร์สเซส จำกัด
3. สินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone)	iPhone	Apple	Apple South Asia (Thailand) Ltd.
	Smart Phone	Huawei	บริษัท หัวเว่ย เทคโนโลยี่ (ประเทศไทย) จำกัด
		OPPO	บริษัท โพสเซฟิ่กรุ๊ป จำกัด
		VIVO	บริษัท วีโว่ เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด
		Wiko	บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		XIAOMI	บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		Realme	บริษัท เฟซโซฟี่ จำกัด
		Lenovo	Lenovo (Thailand) Ltd.
		Samsung	บริษัท ไทยซัมซุงอิเล็คโทรนิคส์ จำกัด
4. สินค้าแท็บเล็ต (Tablet)	iPad	Apple	Apple South Asia (Thailand) Ltd
	Smart Phone and Tablet	Lenovo	Lenovo (Thailand) Ltd.
	Tablet	Acer	บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)

ประเภทสินค้า	สินค้า	แบรนด์	ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย
	Tablet	Asus	บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
		Microsoft	บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
5. สินค้าอุปกรณ์เสริม (Accessories)	Speaker	Denon	บริษัท มหาจักร ดีเวลอปเมนท์ จำกัด
		Harman	บริษัท มหาจักร ดีเวลอปเมนท์ จำกัด
		JBL	บริษัท มหาจักร ดีเวลอปเมนท์ จำกัด
	Accessories	Marshall	บริษัท แอช เอเชีย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
		B&O	บริษัท อาร์ ที บี เทคโนโลยี จำกัด
		Fender	บริษัท เจนเนอเรชั่นเอส จำกัด
		Wacom	บริษัท ไดเวอร์ซิเทค ดิสทริบิวเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
	Case	Moshi	Aevoe Corp.,
	Peripheral	UAG	บริษัท URBUN ARMOR GEAR
		Belkin	Belkin Asia Pacific Ltd.
	External Harddisk	Seagate	บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
			บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
		WD	Western Digital (S.E. Asia) Pte Ltd.
			บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
	Headphone	Beats	บริษัท ทรูดิสทริบิวชั่นแอนด์เซลส์ จำกัด
		Jabra	บริษัท อาร์ ที บี เทคโนโลยี จำกัด
		Sony	บริษัท โซนี่ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด
	Mouse & Keyboard	Logitech	บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
			บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
		Microsoft	บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
	Printer	Epson	บริษัท เอสวีโอเอ จำกัด (มหาชน)
		HP	บจม. เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย)
			บริษัท วีเอสที อีซีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
	Smart Watch	Garmin	บริษัท จีไอเอส จำกัด
		Suunto	บริษัท เอ็นจีจี เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด
		TicWatch	บริษัท อินโนเวชั่นอีทีซี จำกัด
		Huawei	บริษัท หัวเว่ย เทคโนโลยี่ (ประเทศไทย) จำกัด
		XIAOMI	บริษัท แฟนสลิ้งค์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด
		Fitbit	บริษัท บันเลือง ชินอินเตอร์ จำกัด
6. Lifestyle	IOT	XIAOMI	บริษัท แฟนสลิ้งค์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด
	Action Cam	Gopro	บริษัท เมนทาแกรม จำกัด
	Drone	DJI	บริษัท แฟนธอม (ประเทศไทย) จำกัด
7. ซิมการ์ด (SIM Card)	SIM	TRUE	บริษัท ทรู ดิสทริบิวชั่น แอนด์เซลส์ จำกัด

1.6 การบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัทได้เริ่มว่าจ้างบริษัท คูห์เน่ พลัส นาเกิ้ล จำกัด ให้เป็นผู้บริหารจัดการคลังสินค้าตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2561 จนถึงปัจจุบัน โดยบริษัท คูห์เน่ พลัส นาเกิ้ล จำกัด ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 2528 ดำเนินกิจการการขนส่งทางอากาศ (Airfreight) การขนส่งทางเรือ (Seafreight) การขนส่งทางภาคพื้นดิน (Overland) การบริหารคลังสินค้า (Inventory Control)บริหารจัดการการขนส่ง (Freight Management) คลังสินค้าและขนส่ง (Warehouse & Logistic) เป็นบริษัทที่มีศักยภาพและมีมาตรฐาน โดยให้บริการด้านต่างๆ กับบริษัทชั้นนำหลายบริษัท ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีลูกค้าสำคัญในหลายกลุ่มธุรกิจ เช่น ลูกค้ากลุ่มอุปกรณ์ไฮเทคและอิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้ากลุ่มยานยนต์ ลูกค้ากลุ่มสินค้าอุปโภค-บริโภค ลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรม และอื่นๆ ซึ่งการที่บริษัทให้บริษัท คูห์เน่ พลัส นาเกิ้ล จำกัด เป็นผู้บริหารจัดการคลังสินค้าจะช่วยทำให้บริษัทสามารถประหยัดงบลงทุนในการก่อสร้างคลังสินค้าและค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างพนักงานในคลังสินค้า 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 จะมีการตรวจสอบเบื้องต้นก่อนรับสินค้าเข้าระบบและจัดเก็บทุกครั้ง โดยหลังจากที่สินค้าผ่านการตรวจสอบและรับจัดเก็บแล้ว ผู้ให้บริการบริหารคลังสินค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายหรือสูญหายของสินค้าดังกล่าวทั้งหมด

2) การกระจายสินค้าให้สาขา

- การกระจายสินค้า จะมีการวางแผนล่วงหน้า โดยคำนวณจากสถิติยอดขายของแต่ละสาขา เพื่อประมาณการยอดคงเหลือที่แต่ละสาขาควรจะมี (Run Rate) ในกรณีที่ปริมาณสินค้าคงเหลือที่หน้าร้านของแต่ละช่องทางต่ำกว่าจุดที่กำหนดไว้ ระบบจะทำการสั่งสินค้าเข้าไปเติมที่หน้าร้านได้อย่างทันเวลา

3) การตรวจปล่อยและบรรจุสินค้า

- ก่อนขนส่งสินค้าออกจากคลังสินค้า จะมีการตรวจเช็คสินค้าก่อนนำไปบรรจุกล่อง ทั้งจำนวน และสภาพสินค้า เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าที่บรรจุลงกล่องทุกกล่องมีจำนวนตรงและอยู่ในสภาพสมบูรณ์ หลังผ่านการตรวจสอบตามกระบวนการข้างต้น แผนกคลังสินค้าจะทำการบรรจุสินค้าและติดสติ๊กเกอร์ Carton No. เพื่อระบุชนิด และจำนวนสินค้าภายใน (Packing List)

4) การจัดส่งสินค้า

- การจัดส่งสินค้า ก่อนรถขนส่งทุกคันออกจากคลังสินค้า จะมีการตรวจสอบจำนวนกล่องและปลายทาง เพื่อให้สินค้าตรงกับผู้รับ และทุกครั้งที่แผนกขนส่งทำการขนส่งสินค้าไปยังปลายทาง จะต้องมีการยืนยันรับสินค้าทุกครั้งโดยยืนยันทั้งผ่านการเซ็นรับและผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ความรับผิดชอบต่อการสูญหายของสินค้าจะอยู่กับบริษัทก็ต่อเมื่อมีการเซ็นรับสินค้าจากพนักงานของบริษัทแล้วเท่านั้น

ระยะเวลาการส่งสินค้า

- การส่งสินค้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายใน 1 วัน จัดส่งโดยบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
- การส่งสินค้าในต่างจังหวัดทั่วประเทศ ภายใน 3 วัน จัดส่งโดยบริษัท อาร์เอฟอี เซอร์วิส จำกัด บริษัท เน็กซ์เอ็กซ์เพรสอจิลิตี้ และ บริษัท ดีเอชแอล เอ็กซ์เพรส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

การจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าออนไลน์

บริษัทฯ มีการจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าโดยตรงผ่านบริษัทขนส่งเอกชน ได้แก่ บริษัท เคอร์รี่ เอ็กเพรส (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท DHL eCommerce Thailand ที่ให้บริการจัดส่งภายใน 1-3 วัน และให้บริการพิเศษ ที่คิดค่าบริการเพิ่มเติม 300 บาท สำหรับการส่งสินค้าด่วนภายใน 3 ชั่วโมง (เฉพาะสินค้าที่มีขนาดและน้ำหนักตามที่กำหนด) ในเขต จังหวัดกรุงเทพฯ และพื้นที่ให้บริการโดยบริษัท ลาล่ามูฟ ประเทศไทย และ บริษัท บริษัท สกู๊ตตาร์ บียอนด์ จำกัด เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้ารวดเร็ว ตอบสนองความต้องการของลูกค้าสูงสุด

1.7 การเลือกทำเลในการเปิดสาขา

บริษัทมีนโยบายการขยายสาขา โดยมุ่งเน้นในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้าต่างๆ การเลือกพื้นที่จะพิจารณาจากลักษณะสำคัญโดยรอบของห้างสรรพสินค้าแต่ละแห่ง ดังต่อไปนี้

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

ภายหลังจากการเลือกพื้นที่และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดและการลงทุนแล้ว บริษัทจะนำแผนการศึกษาความเป็นไปได้เสนอคณะกรรมการบริหารเพื่อพิจารณา หากสาขาใดที่ได้เปิดแล้วมีผลประกอบการไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ บริษัทจะติดตามผลการดำเนินงานของสาขาดังกล่าวอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งหาสาเหตุที่ทำให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมายเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือดำเนินการปรับสินค้าที่ขายในสาขาให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพด้านพนักงานและบริการ หากยังไม่สามารถปรับปรุงผลประกอบการให้เป็นไปตามเป้าหมายได้ บริษัทมีนโยบายที่จะย้ายสาขาไปยังทำเลอื่นที่เหมาะสมต่อไป

นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายที่จะเป็นพันธมิตรกับผู้พัฒนาและบริหารพื้นที่ค้าปลีกเพื่อหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน อีกทั้งยังมีการกระจายการเช่าพื้นที่ที่มีความหลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงเจ้าของพื้นที่เช่ารายใดรายหนึ่ง

1.8 ภาวะอุตสาหกรรมและกลยุทธ์การแข่งขัน

1.8.1 ภาวะอุตสาหกรรมสินค้าไอที

จากปีที่ผ่านๆมาตลาดกลุ่มสินค้าไอทีมีการเจริญเติบโตค่อนข้างสูง โดยทางไอดีซีเปิดเผยการคาดการณ์อุตสาหกรรมทางด้านไอทีในประเทศไทยในปี 2562 และปีต่อไปว่า ภายในปี 2565 จะเติบโตเป็น 61% ของจีดีพีทั้งประเทศ ซึ่งเกิดจากการผลักดันให้มีการใช้จ่ายด้านไอทีประมาณ 72,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2562-2565 ไอดีซีเชื่อว่าเศรษฐกิจดิจิทัลจะนำไปสู่การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านระบบดิจิทัลได้ทำการขับเคลื่อนเข้าไปในตลาดท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

“การแข่งขันเพื่อสร้างนวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และเราคาดว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในการนำเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่มาใช้ในประเทศ เพราะประเทศไทยกำลังพัฒนาในเรื่องการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยการเปลี่ยนเศรษฐกิจจากประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมไปสู่การเป็นประเทศที่ใช้นวัตกรรมชั้นสูงมาเป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อน อย่างไรก็ตาม การนำแนวคิดใหม่อาจจะยังคงส่งผลกระทบต่อทุกอุตสาหกรรม และผู้นำทางด้านธุรกิจควรให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีที่ช่วยให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจ และนี่คือช่วงเวลาที่เหมาะสมที่จะตระหนักว่าอุตสาหกรรมดิจิทัลจะผลักดันให้อุตสาหกรรมอื่นๆ เติบโตเช่นกัน” นางสาวอัญชลี..... นักวิเคราะห์ตลาดซอฟต์แวร์ประจำไอดีซีประเทศไทยกล่าว

นักวิเคราะห์เทคโนโลยีและอุตสาหกรรมของไอดีซีประเทศไทยยังเปิดเผยถึงแนวโน้มสำคัญที่กำหนดให้นำเสนอโอกาสและความท้าทายแก่ผู้นำด้านไอทีในปี 2562 และในปีถัดไป ดังนี้

1: Digitalized Economy ภายในปี 2565 จีดีพีของประเทศไทยกว่า 61% จะถูกทำให้เป็นเศรษฐกิจดิจิทัลโดยมีการเติบโตในทุกอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนแบบดิจิทัลด้วยการนำเสนอการดำเนินงานและความสัมพันธ์ที่เติบโตถึง 7,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในมูลค่าการใช้จ่ายทางด้านไอทีในปี 2562-2565

2: Digital-native IT ภายในปี 2565 การใช้จ่ายด้านไอทีของประเทศไทย 60% จะใช้เทคโนโลยีแพลตฟอร์มที่ 3 เนื่องจากมากกว่า 30% ขององค์กรที่อยู่สภาวะแวดล้อมไอทีแบบ “ดั้งเดิม” ได้ทำการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดการเติบโตเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล

3: Expand to the Edge ภายในปี 2565 จะมีการปรับใช้ระบบคลาวด์ขององค์กรในประเทศไทยมากกว่า 20% รวมถึงการประมวลผลข้อมูลที่อยู่ใกล้กับแหล่งข้อมูลให้มากที่สุด และ 25% ของอุปกรณ์และระบบปลายทางจะใช้อัลกอริทึม AI

4: AppDev Revolution ภายในปี 2565 แอปพลิเคชั่นใหม่ๆ ของประเทศไทย 70% จะเป็นแบบสถาปัตยกรรมไมโครไซต์ที่ปรับปรุงความสามารถในการออกแบบ แก้จุดบกพร่อง อัปเดต และใช้ประโยชน์จากโค้ดภายนอก และ 25% ของแอปพลิเคชันการผลิตทั้งหมดจะเป็นระบบคลาวด์

5: New Developer Class ภายในปี 2567 นักพัฒนามืออาชีพรุ่นใหม่ที่ผลิตรหัสโดยไม่มีสคริปต์ที่กำหนดเอง จะขยายจำนวนผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ขึ้น 20% ในประเทศไทย

6: Digital Innovation Explosion จากปี 2561-2566 ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือแพลตฟอร์มใหม่ จำนวนผู้พัฒนาที่เพิ่มมากขึ้น วิธีการที่คล่องตัวมากกว่าเดิมและการใช้รหัสซ้ำจำนวนมากถึง 4 ล้านแอปลอจิคัลใหม่ จะถูกสร้างขึ้นในประเทศไทย

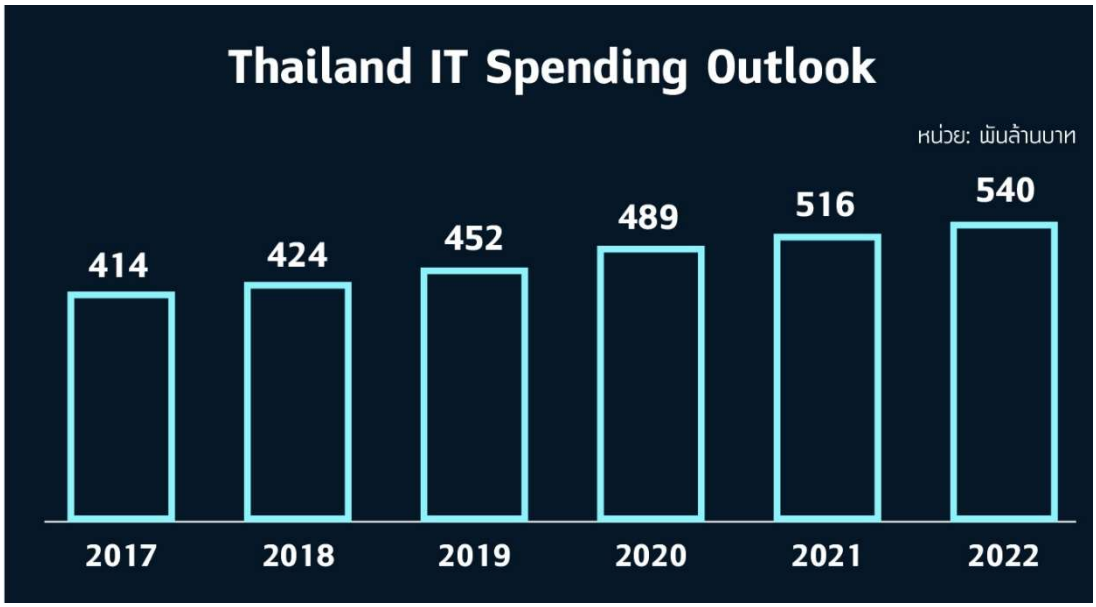
7: Growth Through Specialization ภายในปี 2565 15% ของการประมวลผลแบบคลาวด์สาธารณะจะใช้โปรเซสเซอร์ที่ไม่ใช่ x86 (รวมถึงควอนตัม) ในประเทศไทย ภายในปี 2565 องค์กรต่างๆ จะใช้จ่ายกับแอปพลิเคชันในรูปแบบการให้บริการแบบคลาวด์มากกว่าแอปพลิเคชันแบบที่ใช้ทั่วไป

8: AI is the New UI. ภายในปี 2567 อินเทอร์เฟซผู้ใช้ที่เปิดใช้งาน AI และกระบวนการอัตโนมัติจะเข้ามาแทนที่ 1 ใน 3 ของแอปฯ ที่ใช้หน้าจอในปัจจุบันในประเทศไทย ภายในปี 2565 ผู้ประกอบการ 20% จะใช้เทคโนโลยีการพูดสนทนาเพื่อการมีส่วนร่วมของลูกค้า

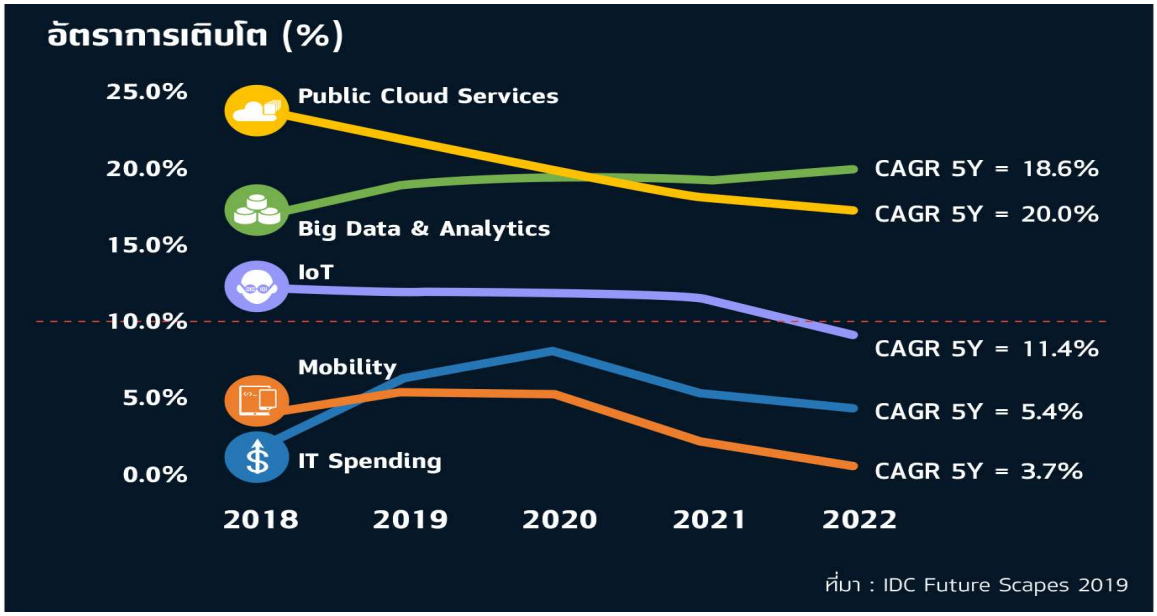
9: Expanding/Scaling Trust ภายในปี 2566 25% ของเซิร์ฟเวอร์จะทำการเข้ารหัสข้อมูลที่เหลือและการเคลื่อนไหวต่างๆ ในประเทศไทยโดยมีวิธีการแจ้งเตือนที่มีความปลอดภัยมากกว่า 20% ซึ่งจะได้รับการจัดการโดยระบบอัตโนมัติที่ขับเคลื่อนด้วย AI และ 3.5 ล้านคนจะมีอัตลักษณ์ทางดิจิทัลโดยใช้บล็อกเชน

10: Consolidation vs Multicloud ภายในปี 2565 กลุ่มผู้ให้บริการคลาวด์ “ที่รองรับระบบปฏิบัติการขนาดใหญ่” 4 อันดับแรก จะใช้พื้นที่ 80% ของการติดตั้ง IaaS / PaaS ในประเทศไทย แต่ภายในปี 2566 70% ขององค์กรในประเทศไทย 100 (T100) จะช่วยลดการล็อกอินผ่านเทคโนโลยีระบบคลาวด์ที่หลากหลายและเครื่องมือที่สามารถขับเคลื่อนได้มากกว่า 1 อย่างขึ้นไป ที่ผ่านมา

ไอดีซีประเทศไทยเปิดเผยการคาดการณ์ไอทีสำหรับองค์กรในปี 2562 และปีต่อไปเศรษฐกิจดิจิทัลจะนำไปสู่การแข่งขันที่ทวีความรุนแรง เกิดการปรับตัวใช้งานเทคโนโลยีไอทีและดิจิทัลกับองค์กรระดับกลางในประเทศมากขึ้น ผู้นำต้องเร่งพิจารณาเทคโนโลยีมาสร้างโอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจยุคใหม่ ไอดีซีเปิดเผยการคาดการณ์อุตสาหกรรมไอทีสำหรับประเทศไทยในปี 2562 และปีต่อไปว่า ภายในปี 2565 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ หรือ GDP จะเติบโตเป็น 61% ของ GDP ทั้งประเทศ ซึ่งเกิดจากการผลักดันให้มีการใช้จ่ายด้านไอที ประมาณ 7 หมื่น 2 พันล้านดอลลาร์โดยในปี 2562 ถึง 2565 ไอดีซีเชื่อว่าเศรษฐกิจดิจิทัลจะนำไปสู่การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านระบบดิจิทัล เป็นผลให้เกิดการปรับตัวใช้งานเทคโนโลยีไอทีและดิจิทัลกับองค์กรระดับกลางในประเทศมากขึ้น



ในรายงานการคาดการณ์ดังกล่าว ไอดีซีได้ให้ความเห็นว่า ผู้นำทางธุรกิจควรเร่งพิจารณานำเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นมาใช้เพื่อสร้างโอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจยุคใหม่ ไม่เฉพาะบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่เท่านั้น องค์กรที่เป็นของคนไทยในประเทศก็ควรก้าวไปสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลเช่นกัน ซึ่งองค์กรเหล่านี้เป็นองค์กรที่มีศักยภาพในการมองเห็นว่าตลาดและลูกค้าจะมีการเปลี่ยนแปลงและบูรณาการตัวเองเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในใช้งานเทคโนโลยีใหม่รวมทั้งประสิทธิภาพและโมเดลธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น



การแข่งขันเพื่อสร้างนวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และคาดว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในการนำเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่มาใช้ในประเทศ เพราะประเทศไทยกำลังทำพัฒนาในเรื่องการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยการเปลี่ยนจากประเทศที่อุตสาหกรรมไปสู่การเป็นประเทศที่ใช้นวัตกรรมชั้นสูงมาเป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ตามการนำแนวคิดใหม่อาจจะยังคงส่งผลกระทบต่อทุกอุตสาหกรรมและผู้นำทางด้านธุรกิจควรให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีที่ช่วยให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจ และนี่คือช่างเวลาที่เหมาะสมที่จะตระหนักว่าอุตสาหกรรมดิจิทัลจะผลักดันให้อุตสาหกรรมอื่นๆ เติบโตเช่นกัน

Ref. http://www.cioworldmagazine.com/idc-digitalized-economy-10-prediction/

ภาวะอุตสาหกรรมสินค้าไอทีออนไลน์

ในปี 2562 ที่ผ่านมา การเข้าถึงอินเตอร์เนตของประชากรไทยเพิ่มสูงขึ้นคิดเป็น 82% ของประชากรทั้งหมด และใช้เวลากับอินเตอร์เนตถึง 9 ชั่วโมงต่อวัน ทั้งการใช้ Social Media , Online Streming , Online Shopping โดยผ่านสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ และแท็ปเล็ตตามลำดับ และด้วยการพัฒนาที่เพิ่มขึ้นของระบบธุรกรรมการเงินออนไลน์ของธนาคารต่างๆ ทำให้ในปี 2562 การใช้งานบนสมาร์ทโฟนกว่า 74% เป็นการทำธุรกรรมการเงินทางออนไลน์ Mobile Banking และโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ อาทิ ธุรกิจโลจิสติกส์ ขนส่งพัสดุ และคลังสินค้า ทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซในไทยเติบโตถึง 12% คิดเป็นมูลค่า 3.2 ล้านล้านบาท

หากแบ่งมูลค่า E-Commerce ปี 2562 ออกเป็นอุตสาหกรรมทั้ง 8 หมวดอุตสาหกรรม (ไม่รวม e-Auction) พบว่าอุตสาหกรรมที่มีมูลค่า E-Commerce มากที่สุด อันดับ 1 ได้แก่ท่องเที่ยว มูลค่าการใช้จ่าย 4,140 ล้านเหรียญสหรัฐ อันดับ 2 คืออุตสาหกรรมอุปกรณ์อิเล็กทรนิกส์ มูลค่าการใช้จ่าย 1,043 ล้านเหรียญสหรัฐ อันดับ 3 คืออุตสาหกรรมสินค้าแฟชั่นและความสวย ความงาม มูลค่าการใช้จ่าย 908 ล้านเหรียญสหรัฐ อันดับ 4 คืออุตสาหกรรม

สินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านมูลค่าการใช้จ่าย 660 ล้านเหรียญสหรัฐ อันดับ 5 คืออุตสาหกรรมสินค้าของเล่นและงานอดิเรกมูลค่าการใช้จ่าย 575 ล้านเหรียญสหรัฐ อันดับ 6 คืออุตสาหกรรมอาหารและของใช้ส่วนบุคคล มูลค่าการใช้จ่าย 571 ล้านเหรียญสหรัฐ อันดับ 7 คืออุตสาหกรรมวิดีโอเกม มูลค่าการใช้จ่าย 158 ล้านเหรียญสหรัฐ และอันดับที่ 8 คืออุตสาหกรรมเพลงดิจิทัล มูลค่าการใช้จ่าย 45 ล้านเหรียญสหรัฐ

ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ณ วันที่ 18 ธันวาคม 2562
และบทความจาก Marketingoops.com , Marketeeronline.co และผล Survey Global trand 2019
จาก we are social , Hoot suite

1.8.2 แนวโน้มและการพัฒนาในอนาคต

เทรนด์หรือแนวโน้มของกลุ่มสินค้าเทคโนโลยีที่ต้องจับตามองในปี 2019 (พ.ศ. 2562) ยังคงหนีไม่พ้น เรื่องของการเชื่อมต่อแบบไร้ขีดจำกัด, การใช้งานระบบออโตเมชั่น และเทคโนโลยีโลกเสมือน (VR) จะถูกนำมาใช้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสิ่งต่างๆที่จะมีบทบาทมากขึ้นในปีนี้จะแบ่งได้เป็น

1. Smart ecosystem

นี่อาจไม่ใช่เรื่องใหม่นักเพราะระบบ Ecosystem ในสิ่งต่างๆ เริ่มเข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของเรามากขึ้น มีสภาพแวดล้อมที่ทำให้ คน อุปกรณ์ และ ระบบ เชื่อมต่อกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น Smart City, Digital Workspace หรือ Smart Home นั้นก็ต่างมีแนวโน้มที่จะมีบทบาทความสำคัญกับการทำงานในระบบนิเวศแบบเชื่อมต่อนี้มากขึ้น

ในแง่มุมของ USER นั้น ระบบ Smart Ecosystem จะช่วยลดความยุ่งยากและประหยัดเวลา และมีแนวโน้มที่จะแพร่หลายมากขึ้น ซึ่งอุปกรณ์ต่างๆจะถูกออกแบบให้มีการติดตั้งที่ง่าย เชื่อมต่อได้หลากหลายครบวงจร และสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับผู้ใช้ เช่นคอมพิวเตอร์ในบ้านที่มีฟังก์ชั่นในการจดจำและยืนยันตัวผู้ใช้ได้อย่างแม่นยำ ไม่ว่าจะเป็น จดจำจากเสียงหรืออัตลักษณ์ส่วนบุคคล รวมไปถึงการสื่อสารสั่งงานเพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลหรือสิ่งที่ต้องการได้โดยง่าย ซึ่งรวมไปถึงสินค้าเทคโนโลยี แก้ดเจ็ตทั้งหลายที่จะกลายมาเป็นหนึ่งในปัจจัยในการดำรงชีวิต เช่น สมาร์ทวอทช์ ที่มีแนวโน้มจะพัฒนาและเชื่อมต่อได้เพื่อการใช้งานได้มากขึ้นไปอีก หรือสินค้า Lifestyle ต่างเองก็มีความสามารถในการเชื่อมต่อมากขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับตัวผู้ใช้เองหรือภายนอกเช่นกัน

2. AI

การพัฒนาของ AI ยังคงมีต่อเนื่องและแพร่หลายในหลายด้าน และยังคงจะมีอิทธิพลต่อผู้คนในสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นอกจากในแง่ของการอำนวยความสะดวกแล้ว AI จะมีส่วนมากขึ้นของระบบการตรวจสอบทั้งในภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องมีแนวปฏิบัติที่ถูกต้องตามที่ควรจะเป็น อย่างไรก็ตามหลักการหรือกรอบจริยธรรมที่จะเป็นตัวตัดสินนั้นจะถูกพัฒนาในหลายขั้นซึ่งอาจใช้เวลานานพอควร อย่างไรก็ตาม AI ก็เป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมที่จะมีส่วนช่วยให้เกิดความมั่นคงและความน่าเชื่อถือในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี

3. 5G

ตามเมืองใหญ่ๆน่าจะได้มีการใช้เทคโนโลยี 5G หลังจากที่ผ่านการพัฒนาและทดสอบมาในช่วงปีก่อน 5G จะเป็นอีกหนึ่งกุญแจสำคัญที่ทำให้คนเรานั้นเข้าถึงสังคมดิจิทัลได้อย่างแท้จริง แม้ว่าเทคโนโลยีดังกล่าวนี้อาจจะยังเร็วไปในปี 2019 สำหรับประเทศไทย และน่าจะเริ่มเกิดหรือนำร่องในปีถัดไป ซึ่งเราจะได้เห็นประโยชน์ความเร็วจากเทค

โนโลนีในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น รถยนต์ไร้คนขับ รถหรือโดรนขนส่งที่ควบคุมด้วยระยะไกล การทำประมงอัตโนมัติ การผ่าตัดทางไกล

4. AR/VR

อีกเทคโนโลยีที่จะมีผลพลอยได้กับความเร็วสูงของ 5G ก็คือ AR (Augment Reality) และ VR (Virtual Reality) ซึ่งคือเทคโนโลยีโลกเสมือนที่ออกแบบมาเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้ใช้โดยมีจุดประสงค์แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งาน หรือในความบันเทิงอย่างต่างๆ เราอาจเริ่มเห็นธุรกิจขนาดใหญ่หลายเจ้าใช้ AR ในการช่วยเสริมประสบการณ์ให้กับลูกค้าในร้านค้าปลีกแบบ Brick and Mortar หรือ ใช้เป็นช่องทางในการทำโฆษณารูปแบบใหม่กันมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น Topshop และ Uniqlo ได้ใช้ AR เป็นส่วนช่วยในการสร้างเสริมประสบการณ์ในการช้อปปิ้ง โดยการสร้างห้องลองเสื้อผ้าเสมือนเพื่อเอาใจขาช้อปทั้งหลายที่ใช้เวลานานหลายชั่วโมงในการเลือกซื้อเสื้อผ้า ผู้ใช้งานสามารถลองเสื้อผ้าเสมือนที่สร้างขึ้นโดย AR เปลี่ยนสไตล์ เปลี่ยนสี หรือไซส์ ดังนั้นสุดท้ายนี้ AR และ VR จึงไม่ใช่สิ่งใหม่สำหรับเราอีกต่อไป แต่กำลังจะกลายเป็นเทคโนโลยีที่ถูกนำมาใช้งานในธุรกิจต่างๆอย่างมากขึ้น

5. Chatbot

ผู้ช่วยคนใหม่ขององค์กรต่างๆนั้นจะมีบทบาทมากขึ้นในปี 2019 ที่จะมีศักยภาพเพิ่มขึ้นที่จากเดิมอาจจะเป็นการโต้ตอบผ่านทางการพิมพ์ เราน่าจะได้เห็นการพัฒนาที่ผ่านระบบการสั่งการด้วยเสียงมากขึ้น รวมไปถึงการเชื่อมต่อ ecosystem ต่างๆได้อีกด้วย โดยเฉพาะกับพวกอุปกรณ์ในบ้านที่ผู้ใช้จะสามารถสั่งงานด้วยเสียง เสมือนมีผู้ช่วยส่วนตัวที่ทำให้ชีวิตในบ้านง่ายยิ่งขึ้น เช่น สั่งงานด้วยเสียงผ่านมือถือที่เชื่อมกับอุปกรณ์ในบ้านอย่างเครื่องดูดฝุ่นให้ทำเริ่มทำงานก่อนถึงบ้าน ดังนั้นอุปกรณ์ล้ำสมัยต่างๆที่สามารถสั่งงานผ่านแชทบอทได้นั้น ดูจะเป็นของเล่นชิ้นใหม่ในบ้านของทุกคนจะมีไว้ในครอบครองและใช้งานได้ไม่ยาก

6. อุตสาหกรรมเกมมิ่ง

สำหรับมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมเกมเอเชียตะวันออกเชียงใต้ในปี 2562 มีมูลค่าถึง 140,000 ล้านบาท เติบโตจากปี 2561 กว่า 22% ขณะที่มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมเกมประเทศไทยในปี 2562 มีมูลค่า 22,000 ล้านบาท ซึ่งเติบโตจากปี 2561 ถึง 13% ซึ่ง Mobile มีส่วนสำคัญทำให้อุตสาหกรรมเกมเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งมี Device, คอนเทนต์ที่หลากหลาย รวมทั้งการทำคอนเทนต์ในโซเชียลมีเดียกระจายเข้าถึงคนได้ง่าย มีการสื่อสารและสร้างคอมมูนิตี้ อีกทั้งภาครัฐและเอกชนที่เข้ามาทำเกมก็มีมากขึ้น แบรนด์สินค้าต่างๆ ที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับเกมมิ่งที่มากขึ้น

ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมเกมประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และคาดการณ์ว่าในปี 2563 อุตสาหกรรมเกมประเทศไทยจะเติบโตอย่างต่อเนื่องถึง 10-20%

ขณะที่สัดส่วนแพลตฟอร์มของเกมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ปี 2562 พบว่าแบ่งเป็น Console game 9% PC Game 24% และ Mobile Game 67% เนื่องจากปัจจุบัน Mobile เป็นอุปกรณ์ที่ราคาไม่แพง สามารถจับต้องได้ รวมทั้งเกมต่างๆ ที่อยู่ในแพลตฟอร์มของ Mobile สามารถดาวน์โหลดได้ฟรี ทำให้กลุ่มของเกมมิ่งสามารถเข้าถึงได้ง่าย และเป็นแพลตฟอร์มที่มีส่วนสำคัญทำให้อุตสาหกรรมเกมนั้นเติบโตอย่างต่อเนื่อง

Ref.https://businesstoday.co/marketing/16/10/2019/%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%95%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%A1/

1.8.3 ภาวะการแข่งขัน

บริษัทมุ่งเน้นในการเป็นผู้นำด้านการจำหน่ายสินค้าไอทีผ่านช่องทางแบบค้าปลีก กล่าวคือ เน้นจำหน่ายสินค้าที่คัดสรรมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคทุกกลุ่ม และมีความหลายหลาย ทันกระแสและสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (Customer) โดยตรง ดังนั้นคู่แข่งของบริษัทคือผู้ประกอบการค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าไอทีประเภทเดียวกัน เช่น ร้านจำหน่ายสินค้าแล็บท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมอื่นๆ โดยกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวจะมีทั้งในลักษณะที่เป็นเจ้าของคนเดียว มีจำนวนหน้าร้านเพียง 1-2 ร้าน (Single Shop) และบริษัทเอกชนที่มีหน้าร้านเป็นจำนวนมาก (Chain Store) นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในลักษณะของศูนย์การค้า และไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ ที่มีการจัดสรรพื้นที่ภายในศูนย์การค้าของตนเองสำหรับจำหน่ายสินค้าไอทีและเครื่องใช้ไฟฟ้า (Consumer Electric) โดยคู่แข่งปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับหน้าร้านของบริษัทมีดังนี้

(1) ร้านจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริษัท	ชื่อหน้าร้าน
บริษัท แอดไวซ์โฮลดิ้งส์ กรุ๊ป จำกัด	Advice
บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน)	Jaymart
บริษัท เจ.ไอ.บี. คอมพิวเตอร์กรุ๊ป จำกัด	J.I.B.
บริษัท ทีจี เซลลูล่าร์เวิลด์ จำกัด	TG FONE
บริษัท ไอที ซิตี้ จำกัด (มหาชน)	IT City
บริษัท คอมพิวเตอร์ ซีสเท็ม คอนเน็คชั่น อินเตอร์แนชชั่นแนล 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 ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องได้รับการแต่งตั้งจาก บริษัท แอปเปิ้ล เซาท์ เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อให้ได้รับสิทธิในการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการจึงจะสามารถดำเนินงานได้ ส่งผลให้มีจำนวนคู่แข่งที่น้อยรายกว่าร้านจำหน่ายสินค้าไอทีทั่วไป นอกจากนี้ลักษณะการตกแต่งร้าน การจัดวางสินค้าภายในร้าน โปรโมชั่นและราคาขายสินค้าจะถูกควบคุมจาก 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 แอปเปิ้ล เซาท์ เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด 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

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

(1) บริษัทจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ ไอที สมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริม แอปเปิ้ล โน๊ตบุ๊ค แท็บเล็ต

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

(2) บริษัทจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ ไอที สมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริม แอปเปิ้ล โน๊ตบุ๊ค และสินค้าทั่วไปในรูปแบบห้างสรรพสินค้าออนไลน์

บริษัท	ชื่อเว็บไซต์
บริษัท บริษัท เซ็นทรัล เจดี คอมเมิร์ซ จำกัด	www.jd.co.th
บริษัท ลาซาด้า จำกัด	www.lazada.co.th
บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด	www.shopee.co.th
บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอรเรท จำกัด	www.topvalue.co.th

1.8.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

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

(1) ทำเลที่ตั้งของสาขา

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

(2) ความหลากหลายของสินค้า

บริษัทมีกลยุทธ์ในการบริการด้วยสินค้าหลากหลายรุ่น หลากหลายแบรนด์ และหลากหลายประเภท

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

(3) การบริการที่มีคุณภาพและครบวงจร

บริษัทมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพด้วยความทุ่มเทและความตั้งใจเพื่อสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในช่องทางการจำหน่ายต่าง ๆ โดยการบริการหลักของบริษัทประกอบด้วย

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

(4) การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า

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

(5) การสร้างฐานข้อมูลลูกค้าและการบริการหลังการขาย

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

(6) การใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

บริษัทใช้นโยบายการตลาดแบบเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น การจัดทำกิจกรรมการตลาดหน้าร้าน เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ารู้จักร้านค้าเข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการต่างๆ รวมถึงการกลับเข้ามาซื้อสินค้าและมาใช้บริการของบริษัทอีกทั้งยังมีการใช้สื่อการตลาดและแผนโปรโมชั่นต่างๆ อาทิเช่น

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

(7) การฝึกอบรมพนักงานขาย

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

(8) เพิ่มศักยภาพของสาขาด้วยการเปิดสาขารูปแบบใหม่ (New from Factor) ทั้งในรูปแบบ

1. Stand alone ใน BaNANA Franchise ที่ใช้ concept ของการบริหารงานด้วยเจ้าของแบบ 1:1 ซึ่งจะช่วยให้มีการโฟกัส และการปรับตัวให้เข้ากับ ลักษณะลูกค้าในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะช่วยเค้น

ศักยภาพทั้งในเรื่องของการขาย โปรโมชั่น รวมถึง ช่วยลด ต้นทุนบางอย่างที่ไม่จำเป็นออกไป และยังช่วยขยายความครอบคลุมลงไปในพื้นที่ ห่างไกล ซึ่งเดิมทีบริษัทไม่สามารถเข้าถึงได้ เนื่องจากต้นทุนและรายได้ไม่สัมพันธ์กัน

2. Co-Branch เนื่องจากการแข่งขันระหว่าง Shopping mall ด้วยกัน มีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในบางพื้นที่ อาจจะมีสี่ถึงห้า Shopping Mall อยู่ร่วมกัน ซึ่งมันจะมีการกระจายส่วนแบ่งการตลอดออกไป ทำให้ การเปิดสาขาเพื่อขายไอที product เพียงอย่างเดียว อาจไม่คุ้มทุน เพราะ traffic ไม่เพียงพอ Concept Co-Branch จึงได้ถูกนำเสนอให้กับ Partner ที่เจอปัญหาเดียวกัน ใน สอง Sector Banking and Operator โดย Demand ของลูกค้า ทั้งสามอย่าง ไม่ว่าจะอยากมาทำธุรกรรม เกี่ยวกับ Bank, Operator หรือแม้กระทั่ง ซื้อสินค้าไอที ก็สามารถจบทุกอย่างได้ที่ร้านของเรา ซึ่งจะช่วยเพิ่ม Traffic ให้กันและกัน ซึ่งจะสามารถเพิ่มศักยภาพของสาขาให้มีโอกาสอยู่รอดได้มากขึ้น

<u>กลยุทธ์การแข่งขันช่องทางออนไลน์</u>

1) ความหลากหลายของสินค้า

www.bnn.in.th มีกลยุทธ์ในการนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้าที่เข้าชมเว็บไซต์ โดยมีความหลากหลายของสินค้าทั้งในส่วนของสินค้าประเภทอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ไอที สมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริม ผลิตภัณฑ์แอปเปิ้ล โน๊ตบุ๊ค แก็ดเจ็ต กล้อง ที่มีมากกว่า 7,000 รายการ ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายที่มีสินค้าครบและมากที่สุด เมื่อเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2) การรับสินค้าสามารถรับได้ที่ร้านสาขา BaNANA, Kingkong Phone, BKK, Studio7 และร้านแบรนด์ช้อปทั่วประเทศไทย

3) www.bnn.in.th กำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มความสะดวกให้กับลุกค้า โดยการซื้อสินค้าที่เว็บไซต์ พร้อมชำระเงินเสร็จสิ้น โดยลูกค้าสามารถเลือกสาขาร้าน บานาน่า บีเคเค คิงคองโฟน สตูดิโอ 7 และร้านแบรนด์ช้อปทั่วประเทศไทยที่ใกล้บ้าน เพื่อเข้าไปรับสินค้าพร้อมรับการให้บริการเพิ่มเติม ทั้งการแนะนำการใช้งานสินค้า และการตรวจสอบสินค้าจากพนักงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ และเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป

4) การให้บริการหลังการขายและการรับประกันสินค้า

www.bnn.in.th มุ่งเน้นการให้บริการหลังการขายเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ โดยลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการซ่อมสินค้าได้ที่ร้านในเครือบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ทุกสาขาทั่วประเทศ รวมทั้งสามารถเข้ารับบริการขอคำปรึกษา แนะนำการใช้งานได้กับพนักงานได้ทุกที่ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ากล้าที่จะตัดสินใจซื้อผ่านสินค้าผ่านเว็บไซต์ของ www.bnn.in.th

5) ความปลอดภัยในการใช้งานเว็บไซต์ และระบบการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล

www.bnn.in.th ได้ดำเนินการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้ามีความปลอดภัยในการใช้งานสูงสุดทั้งระบบการเข้ารหัสป้องกันการเข้าถึงข้อมูล SSL (Secure Socket Layer) ในระหว่างการชำระเงินค่าสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยใช้งานในระดับสูงสุด ที่ถูกควบคุมการดำเนินงานจากธนาคารและระบบการชำระเงินแบบสากล

6) การใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

www.bnn.in.th ดำเนินกลยุทธ์การตลาดออนไลน์เพื่อใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้เกิดการเข้ามายังเว็บไซต์และสร้างโอกาสการขายสินค้า รวมทั้งการกลับมาซื้อสินค้าซ้ำในครั้งต่อไป อาทิเช่น การโฆษณาผ่านสื่อเว็บไซต์ในช่องทางต่างๆ อาทิ Social Media, KOL หรือ Influncer การทำการตลาดกับระบบค้นหาข้อมูล (Search Engine Marketing) การทำตลาดแบบผู้ช่วยขาย (Affiliate Marketing) และอื่นๆ

1.9 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบริษัทและบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจหลักในการนำเข้าและค้าปลีกสินค้าไอที ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

(2) บริษัท บาหน่า กรุ๊ป จำกัด

บริษัท บาหน่า กรุ๊ป จำกัด ประกอบธุรกิจโดยเป็นตัวแทนนำเข้าและจำหน่ายสินค้าไอทีรวมถึงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องของแบรนด์หัวเว่ย ให้กับบริษัทในกลุ่ม

2.1 ช่องทางการจำหน่ายสินค้า

ช่องทางหลัก คือ การขายส่งสินค้า

2.2 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เฉพาะกลุ่มบริษัทในเครือ เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ

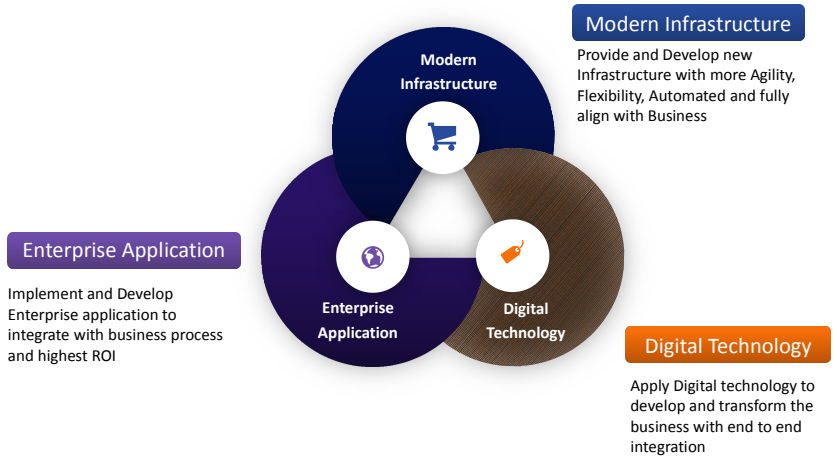
2.3 นโยบายในการกำหนดราคา

ตามราคาตลาดในธุรกิจขายส่ง

(3) บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด (ชื่อเดิมคือ บริษัท บาหน่า ชัวร์ จำกัด) ประกอบธุรกิจให้บริการวางแผน และจัดจำหน่ายสินค้าไอที วางระบบ ระบบเครือข่าย โปรแกรม การบริการและโซลูชั่นเพื่อธุรกิจ มีกลุ่มเป้าหมาย คือลูกค้าที่เป็นกลุ่มองค์กรขนาดเล็ก ขนาดกลาง ไปจนถึงขนาดใหญ่ โดยสามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร รวมถึงการนำเทคโนโลยีเพื่อไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจให้สอดรับกับสถานการณ์ในปัจจุบันและอนาคต



3.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ขายตรงไปถึงลูกค้ากลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กร

3.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของโนวัส แบ่งออกเป็นกลุ่มหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้าธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และองค์กรขนาดใหญ่

3.4 นโยบายการกำหนดราคา

มีการจำหน่ายสินค้าและให้บริการในอัตราที่ใกล้เคียงกับราคามาตราฐานทั่วไปในอุตสาหกรรมแต่จะให้ความสำคัญกับการส่งมอบงานเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

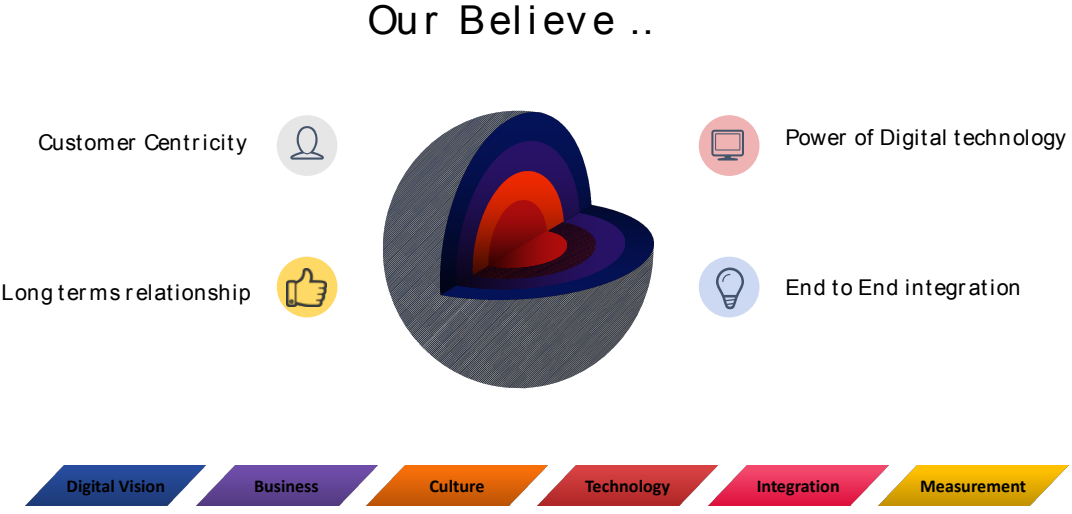
3.5 สภาวะตลาดและการแข่งขัน

<u>สภาวะตลาด</u>

การแข่งขันในตลาด ลูกค้าองค์กรในปัจจุบันซึ่งมีความต้องการในการใช้ Digital technology อย่างมาก โดยจะมีการเลือกใช้ผู้ให้บริการที่มีความชำนาญและประสบการณ์สูงซึ่งทางบริษัทมีความเชี่ยวชาญและสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างสมบูรณ์

<u>กลยุทธ์การแข่งขัน</u>

ด้วยการที่โนวัสเป็นบริษัทในเครือ COM7 ทำให้มีการกำหนดสินค้า รวมถึงค่าบริการในอัตราที่แข่งขันได้ อีกทั้งยังตอบโจทย์ในด้านของการเป็นผู้นำการให้บริการออกแบบ แนะนำ ติดตั้ง รวมถึงการดูแลหลังการขาย ด้วยทีมงานมืออาชีพที่มีความพร้อมและประสบการณ์ในการออกแบบระบบเพื่อองค์กรโดยตรง



3.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

3.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจของบริษัทเป็นการจัดจำหน่ายและให้บริการด้านไอทีแก่ลูกค้าองค์กร จึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

(4) บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด

4.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

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

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

4.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ไอเทคมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการบริการหลักดังนี้

1) การแนะนำต่อของกลุ่มลูกค้าเดิม
2) ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย ได้แก่

เว็บไซต์	: www.itecsoftware.co.th,
Facebook	: www.facebook.com/ITECSOFTWARETH
Line	: @itecsoftware

3) ผ่านทางหน้าร้าน BaNANA ทุกสาขาทั่วประเทศ

รูปภาพเว็บไซต์ URL: www.itecsoftware.co.th

4.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของไอเทคแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1) ธุรกิจค้าปลีก
2) กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก

4.4 นโยบายในการกำหนดราคา

ไอเทคมีการกำหนดราคาตามต้นทุนของการบริการ รวมทั้งราคาโดยทั่วไปของตลาด ซึ่งโดยปกติจะมีอัตราราคาขั้นต่ำแต่ละเนื้องาน แบ่งเป็นขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ เพื่อให้เกิดการแข่งขันได้

4.5 ภาวะการแข่งขัน

สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาพรวมตลาดซอฟท์แวร์และบริการซอฟท์แวร์ในประเทศไทยไม่รวมเกมส์และแอนิเมชั่นสำหรับปี 2561 และ 2562 มีแนวโน้มหดตัวลดลงราวร้อยละ 4-5 หรือมีมูลค่าการผลิตในประเทศราว 47,623 - 48,124 ล้านบาท แต่ยังมีปัจจัยบวกจากการตื่นตัวของกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก เช่น เทคสตาร์ทอัพ นโยบายภาครัฐทั้งไทยแลนด์ 4.0 ดิจิทัลพาร์ค และพร้อมเพย์ กระตุ้นให้มีการใช้งานไอทีมากขึ้น ทั้งจะมีธุรกิจที่ใช้ซอฟท์แวร์มาให้บริการมากขึ้น

กลยุทธ์การแข่งขัน

1) การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และหน้าร้าน

ไอเทคได้ดำเนินการใช้สื่อออนไลน์ในการแนะนำสินค้าและการบริการให้แก่ลูกค้า ได้แก่ ผ่านทางเฟสบุ๊ค ผ่านทางเว็บไซต์ ประกอบกับไอเทคเป็นบริษัทย่อยของบริษัทจึงสามารถดำเนินการผ่านหน้าร้าน BaNANA ที่มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ เป็นช่องทางแนะนำการบริการและสินค้าของไอเทคให้แก่ลูกค้า รวมทั้งการบริการหลังการขาย

2) คุณภาพเนื้องานและการตรงต่อเวลา

ไอเทคเน้นย้ำถึงคุณภาพของเนื้องานให้แก่ลูกค้า โดยยึดถือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก และการส่งมอบเนื้องานที่ตรงต่อเวลา โดยที่ผ่านมาได้รับความเชื่อมั่นจากกลุ่มลูกค้าจนเกิดการบอกต่อของกลุ่มลูกค้า

4.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ไอเทคเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายโปรแกรมสำเร็จรูปตามความต้องการของลูกค้า จึงมีต้นทุนเป็นบุคคลากร และค่าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งได้รับการจัดหาจากบริษัท

4.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากไอเทคจำหน่ายสินค้าซอฟท์แวร์ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

(5) บริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด (ดับเบิ้ลเซเว่น)

5.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ดับเบิ้ลเซเว่นเป็นตัวแทนบริหารสาขา TRUE Shop ภายใต้ชื่อ “TRUE by Com7” ในส่วนของห้างสรรพสินค้า Big C, Tesco Lotus, Robinson และ ห้างท้องถิ่น ซึ่งมีเนื้อที่ของสาขาโดยประมาณ 6 - 260 ตร.ม.โดยได้รับสิทธิการบริหารจัดการในระยะเวลา 3 ปี ทั้งนี้สามารถมีการต่อสัญญาได้ ดับเบิ้ลเซเว่นได้เริ่มดำเนินการบริหารจัดการ TRUE by Com7 ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2562 และได้สิทธิในการต่อสัญญาจากบริษัท ทรู ดิสทริบิวชั่น แอนด์ เซลส์ จำกัด (TDS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TRUE) จากการเป็นพันธมิตรทางการค้าร่วมกัน โดยสามารถทำธุรกรรมทุกอย่างได้เหมือนกับ TRUE Shop ที่ TDS บริหารเอง โดยดับเบิ้ลเซเว่นจะมีรายได้จากการเก็บค่า Commission ในรายการต่างๆ อาทิเช่น ค่าตอบแทน SIM ค่าขายสินค้า ค่าบริการหลังการขายและชำระบิล ฯลฯ ภายในร้าน TRUE by Com7

รูปภาพร้าน TRUE by Comseven

ดับเบิ้ลเซเว่นได้รับสิทธิในการบริหารผ่านช่องทางร้านค้าปลีก (TRUE by Com7) ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีจำนวนทั้งสิ้น 122 สาขา

5.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ

ช่องทางหลักของ TRUE by Com7 คือการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านทางพื้นที่หน้าร้านที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าต่างๆ

5.3 ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของดับเบิ้ลเซเว่น แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักดังนี้

(1) กลุ่มลูกค้าขายปลีก/ลูกค้ารายย่อยทั่วไป

ลูกค้าหน้าร้านทั่วไป ได้แก่ลูกค้าขายปลีกทั่วไปที่เดินมาซื้อของตามห้างสรรพสินค้า

(2) กลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นลูกค้า TRUE เดิม

ลูกค้าซึ่งเป็นลูกค้า TRUE เดิมมาชำระค่าบิลหรือใช้บริการหลังการขาย

5.4 นโยบายในการกำหนดราคา

นโยบายการกำหนดราคาสินค้าเป็นไปตามนโยบายของ TDS

5.5 สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ปัจจุบันสามารถแบ่งตามสินค้าและบริการได้ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์กลุ่ม SIM

เป็นไปตามการแข่งขันในกลุ่มสื่อสารซึ่งปัจจุบัน TRUE มีความได้เปรียบจากการได้รับสัมปทานคลื่นความถี่ที่มากกกว่าคู่แข่ง

(2) ผลิตภัณฑ์กลุ่มสินค้าไอที

สภาพตลาดเป็นไปตามการแข่งขันเช่นเดียวกับบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) สภาวะการแข่งขันตามข้อมูลการตลาดและการแข่งขัน

(3) บริการชำระบิลและบริการหลังการขาย

- ในส่วนของการชำระบิลมีคู่แข่งที่สำคัญดังนี้ เช่น ตู้ ATM ร้านสะดวกซื้อ ชำระผ่านอินเทอร์เน็ต และการตัดบัญชีผ่านธนาคารอัตโนมัติ
- ในส่วนบริการหลังการขาย ดับเบิ้ลเซเว่นได้ประโยชน์จากการที่ลูกค้า TRUE ขยายเพิ่มมากขึ้นและโดยเฉพาะบางจังหวัด ได้เปรียบในแง่ของพื้นที่สาขาที่มีเฉพาะดับเบิ้ลเซเว่นบริหารจัดการอยู่

กลยุทธ์การแข่งขัน

ดำเนินกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องตามนโยบายของ TDS โดยดับเบิ้ลเซเว่นจะเข้ามาบริหารประสิทธิภาพในการบริการและเพิ่มความสามารถในการขายสินค้าใน TRUE by Com7 โดยมีกลยุทธ์ดังนี้

1) ปรับการวางสินค้าโชว์หน้าร้านให้มีความหลากหลายมากขึ้น
2) เพิ่มความรู้และทักษะการขายให้พนักงาน
3) จัดการสินค้าให้เพียงพอต่อการขาย

5.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของดับเบิ้ลเซเว่นเป็นไปตามนโยบายบริหารการจัดการของ TDS โดยที่ดับเบิ้ลเซเว่นไม่ต้องมีคลังสินค้าเนื่องจากไม่มีการเก็บสินค้าเอง ซึ่งดับเบิ้ลเซเว่นจะคอยบริหารจำนวนสินค้าและจำหน่ายให้แก่ลูกค้าหน้าร้านโดยไม่ต้องรับความเสี่ยงจากสินค้าด้อยค่าหรือล้าสมัย เนื่องจากสินค้าทั้งหมดที่อยู่หน้าร้านเป็นของ TDS

5.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากดับเบิ้ลเซเว่นดำเนินการบริหารจัดการ TRUE by Com7 ดังนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงอย่างยั่งยืน และสนับสนุนให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่นำไปสู่การสร้างสรรค์มูลค่าให้แก่องค์กร ด้วยการบริหารปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่มีผลกะทบต่อการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่องค์กรสามารถควบคุมและอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยใช้กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมในการหลีกเลี่ยง ถ่ายโอน ควบคุม หรือยอมรับความเสี่ยง ทั้งนี้ ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

ความเสี่ยงเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ

1. ความเสี่ยงจากความล้าสมัยของสินค้าคงคลัง

เนื่องด้วยธุรกิจหลักของบริษัท คือ การค้าปลีกสินค้าประเภทไอที บริษัทต้องมีการจัดเก็บสินค้าคงคลังให้มีจำนวนเพียงพอเพื่อจำหน่ายในแต่ละร้านของบริษัท แต่สินค้าไอทีเป็นสินค้าที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อาจเกิดความเสี่ยงจากการที่สินค้าคงคลังของบริษัทเกิดความล้าสมัย ส่งผลให้มีต้นทุนในการบริหารสูงขึ้น และอาจต้องมีการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยหรือด้อยค่าที่อาจทำให้มีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท

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

นอกจากนี้มีการพัฒนาโปรแกรมบนมือถือเพื่อรองรับการทำงานด้านต่างๆ ตั้งแต่การบริหารจัดการสินค้าแบบรายงานผลได้ทันทีและตลอดเวลา ตลอดจนการอำนวยความสะดวกให้กับบุคลากรภายในองค์ ซึ่งโปรแกรมดังกล่าวรองรับระบบปฏิบัติการทั้ง Android และ IOS

ตลอดจนการกำหนดนโยบายในการตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าล้าสมัยตามประเภทและอายุสินค้าเพื่อแสดงมูลค่าที่แท้จริงของสินค้า มีการกำหนดมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว เช่น

- กำหนดให้ฝ่ายจัดซื้อและบริหารสินค้าเป็นผู้ติดตามความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีของสินค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อคัดเลือกสินค้าและสั่งซื้อสินค้าในจำนวนที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาดมาจำหน่าย เพื่อลดความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัย
- กำหนดช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายเพื่อเพิ่มโอกาสการกระจายสินค้า โดยการจัดทำโปรโมชั่นสำหรับการจำหน่ายสินค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (BaNANA Store E-Commerce) และการจัดกิจกรรมลดราคาสินค้าประจำปี (Clearance Sale)
- กำหนดให้มีการจัดงานแสดงสินค้าและลดราคาสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริหาร เพิ่มช่องทางในการขายสินค้า และสร้างฐานข้อมูลลูกค้า
- มีการขยายสาขาเพิ่มเติม เพื่อรองรับกลุ่มสินค้าใหม่ที่สามารถรองรับระบบ 5G เช่น IOT, Gaming

จากการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดดังกล่าว ประกอบกับความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้บริหาร จึงทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงนี้ค่อนข้างน้อย

2. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจ

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

อย่างไรก็ดี บริษัทเห็นว่าผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกอาจมีข้อจำกัดในเรื่องของการหาพื้นที่การขายสินค้า เนื่องจากในแต่ละพื้นที่จะมีผู้เช่าพื้นที่รายเดิมเป็นเจ้าของอยู่แล้ว ประกอบกับบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีและมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการบริหารพื้นที่ ดังจะเห็นได้จากการที่บริษัทไม่เคยถูกยกเลิกพื้นที่จากผู้ให้บริการเช่าพื้นที่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

นอกจากนี้ ธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอทีจะมีอัตรากำไรที่ไม่สูงและผู้ประกอบการแต่ละรายจะกำหนดราคาขายสินค้าชนิดเดียวกันไม่แตกต่างกันมากนัก การแข่งขันในธุรกิจดังกล่าวจึงเน้นที่ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในคุณภาพของสินค้า การบริการที่ประทับใจ และการบริการหลังการขายที่ลูกค้าสามารถเชื่อมันและไว้วางใจได้ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีสาขาครอบคลุม 65 จังหวัด จาก 77 จังหวัดในนามของชื่อร้าน BaNANA, Studio 7 และ Brand Shop คือร้านค้าที่ขายสินค้าไอทีทั่วไป ร้านค้าที่ขายสินค้าแบรนด์ Apple และร้านค้าแบรนด์ช็อปอื่นๆ จึงมั่นใจได้ว่าบริษัทมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ ตลอดจนมีบริการหลังการขายที่สามารถเชื่อมั่นและไว้วางใจได้ และด้วยความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้บริหาร จึงทำให้เชื่อมั่นได้ว่าบริษัทมีความพร้อมและสามารถเป็นผู้นำทางการแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจได้

3. ความเสี่ยงจากการขยายสาขา

เนื่องจากธุรกิจของบริษัทคือธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอที ซึ่งช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายสินค้าคือหน้าร้าน บริษัทจึงมีนโยบายที่จะขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด โดยในปี 2560-2562 บริษัทมีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 368 สาขา 553 สาขา และ 787 สาขา ตามลำดับ บริษัทจึงมีความเสี่ยงในกรณีที่ผลประกอบการของสาขาที่เปิดใหม่ไม่เป็นไปตามที่คาดหมายหรือคลาดเคลื่อนจากที่ประมาณการไว้ อย่างไรก็ดี บริษัทมีหน่วยงานขยายกิจการซึ่งมีประสบการณ์และความชำนาญ ทำหน้าที่ศึกษาและวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความสามารถในการทำกำไร ทำเลที่ตั้งของสาขา ปริมาณลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ขนาดพื้นที่ และยอดขาย โดยเปรียบเทียบกับสาขาที่มีขนาดใกล้เคียงกัน และกำหนดให้มีการติดตามผลการดำเนินงานของสาขาอย่างใกล้ชิดโดยหากมียอดขายหลังจากเปิดดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด บริษัทจะทำการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือพิจารณาย้ายหรือปิดสาขาที่ขาดทุนต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทมีส่วนงานที่มีความชำนาญในการดูแลและควบคุมขั้นตอนการตกแต่งสาขาจึงทำให้ใช้งบประมาณในการตกแต่งสาขาไม่มาก และสินทรัพย์ส่วนใหญ่สามารถเคลื่อนย้ายได้ หากมีการย้ายสาขาบริษัทจึงไม่ต้องลงทุนในสินทรัพย์ใหม่ทั้งหมด และบริษัทจะมีการเจรจาเพื่อขอคืนเงินมัดจำจากศูนย์การค้าหรือเจ้าของพื้นที่ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทสามารถขอคืนเงินมัดจำได้ จึงทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทในกรณีที่ต้องมีการย้ายหรือปิดสาขาไม่มากนัก ประกอบกับจากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการเลือกทำเลที่ตั้งและการบริหารงานสาขาของผู้บริหารที่สะท้อนจากรายได้และจำนวนสาขาของบริษัทที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี บริษัทเชื่อมั่นว่าการขยายสาขาใหม่ของบริษัทจะเป็นการเพิ่มช่องทางและโอกาสทางการขายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

1. ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นเกินร้อยละ 25

ณ วันที่ 7 มกราคม 2563 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท คือ นายสุระ คณิตทวีกุล ซึ่งถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.05 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท การถือหุ้นในสัดส่วนดังกล่าวส่งผลให้กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด

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

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร

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

บริษัทได้ตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารดังกล่าว จึงมีนโยบายสนับสนุนให้บุคลากรของบริษัทมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์และแผนธุรกิจของบริษัทและผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงานให้เพิ่มมากขึ้นรวมทั้งมีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในการทำงานเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถเพื่อสืบทอดงานต่อจากผู้บริหาร นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริหารหลักของบริษัทซึ่งได้แก่ นายสุระ คณิตทวีกุล และผู้บริหารที่เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ร่วมงานกับบริษัทมาตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าผู้บริหารหลักจะทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาวต่อไป

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน

ความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากร เนื่องด้วยลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท จำเป็นต้องมีพนักงานขายและบริการจำนวนมาเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามสาขาต่างๆ ของบริษัท อย่างไรก็ดี เนื่องด้วยลักษณะงานของพนักงานขายและบริการที่จะต้องให้บริการและคำแนะนำแก่ลูกค้ารวมถึงต้องใช้ความขยันและอดทนในการปฏิบัติงานทำให้พนักงานในในกลุ่มดังกล่าวในกลุ่มดังกล่าวมีอัตราการเปลี่ยนงาน (Turn over) ที่ค่อนข้างสูง ซึ่งอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการขาดพนักงานที่มีความรู้และความสามารถในการขายสินค้าและให้บริการลูกค้าและส่งผลกระทบต่อยอดขายสินค้าของบริษัท

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

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

ความเสี่ยงด้านการเงิน

1. ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญาสนับสนุนทางการเงินของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

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

บริษัทเชื่อมั่นว่าผู้ถือหุ้นรายใหญ่จะให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าว เพื่อให้บริษัทได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากธนาคารอย่างต่อเนื่อง

2. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

เนื่องจากบริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าและอุปกรณ์ไอทีบางประเภทจากต่างประเทศ โดยมูลค่าการสั่งซื้อของบริษัทในปี 2562 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 1 ของต้นทุนขายรวม

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

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

4.1 ที่ดินอาคารและอุปกรณ์

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทและบริษัทย่อยโดยมีรายละเอียดดังนี้

รายการทรัพย์สิน	ราคาทุน* (ล้านบาท)	ค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่า (ล้านบาท)	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)
1. ส่วนปรับปรุงอาคาร	754.9	(435.90)	319.0
2. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	475.3	(300.10)	175.2
3. อุปกรณ์ที่มีไว้เพื่อให้เช่า	49.2	(16.20)	33.0
4. ยานพาหนะ	7.1	(5.10)	2.0
5. งานระหว่างก่อสร้าง	2.7	-	2.7
รวม	**1,289.2**	**(757.3)**	**531.9**

* รวมที่ซื้อมาระหว่างปี

4.2 สิทธิการเช่า

รายละเอียด	จำนวน
มูลค่าตามบัญชี	131.50 ล้านบาท
จำนวนสาขา	26 แห่ง
อายุการให้ประโยชน์	1-20 ปี

*สิทธิการเช่าทั้งหมดเป็นการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดสาขาของบริษัท โดยสำหรับสาขาอื่นในปัจจุบัน บริษัทได้มีการทำสัญญาเช่าระยะสั้นในลักษณะที่ไม่มีค่าเซ้ง

4.3 เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า จำนวน 22 รายการ และมีเครื่องหมายการค้าที่อยู่ระหว่างการขอขึ้นทะเบียนอีกจำนวน 15 รายการดังต่อไปนี้

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ)	วันที่จดทะเบียน	รายละเอียด	ระยะเวลาคุ้มครอง
1	COM7	บ44275	15 ส.ค.2551	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	15 ส.ค.2561-14 ส.ค.2571
2	banana IT	บ46438	15 ส.ค.2551	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	15 ส.ค.2561-14 ส.ค.2571
3	Stuff	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	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	4 พ.ย.2553 - 3 พ.ย.2563
5		บ61458	6 พ.ค.2554	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	6 พ.ค.2554 -5 พ.ค.2564
6		บ57771	4 ม.ค.2555	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	4 ม.ค.2555 - 3 ม.ค.2565
7		บ67010	27 ก.ย.2556	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	27 ก.ย.2556-26 พ.ย.2566
8		บ66813	28 ม.ค.2557	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค.2557-27 ม.ค.2567
9		บ66814	28 ม.ค.2557	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค.2557- 27 ม.ค.2567
10		บ69975	28 ม.ค.2557	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค.2557- 27 ม.ค.2567
11		171103101	21 ต.ค. 2557	บริการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ	21 ต.ค. 2557- 20 ต.ค.2567
12		171100045	28 ม.ค. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค. 2558-27 ม.ค.2568
13		171100046	28 ม.ค. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	28 ม.ค.2558-27 ม.ค.2568
14		161103090	13 ก.พ. 2558	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	13 ก.พ. 2558-12 ก.พ.2568
15		181116009	3 มี.ค. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	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	BANANA sure	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (1035621)	4 เม.ย. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
18	BANANA	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (1035622)	4 เม.ย. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
19	Studio 7	181119404	27ธ.ค.2560	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	27 ธ.ค. 2560 - 26 ธ.ค. 2570
20	DOUBLE 7 SEVEN	191112282	24 มิ.ย. 2559	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	24 มิ.ย. 2559 - 23 มิ.ย. 2569
21	NOVUS INTEGRATION	201100787	25 ต.ค. 2560	จำหน่ายซอฟท์แวร์คอมพิวเตอร์ และ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับซอฟท์แวร์	25 ต.ค. 2560 – 24 ต.ค. 2570
22	SHOTPRO	191112283	7 ก.พ. 2561	จัดการธุรกิจด้านขายสินค้าประเภทกล้องและอุปกรณ์	7 ก.พ. 2561 - 6 ก.พ. 2571
23	BKK tablet | smartphone	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (180106573)	2 มี.ค. 2561	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
24	BANANA SHOPPING	191117829	5 เม.ย. 2561	คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	5 เม.ย. 2561 - 4 เม.ย. 2571
25	KINGKONG PHONE	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190142861)	8 พ.ย. 2562	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
26	CYBORG KONG	191113359	12 ก.พ. 2561	จัดจำหน่ายอุปกรณ์โทรคมนาคม	12 ก.พ. 2561 – 11 ก.พ. 2571

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน/ (เลขที่คำขอ)	วันที่จดทะเบียน	รายละเอียด	ระยะเวลาคุ้มครอง
27	BANANA SHOPPING.COM	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190109979)	14 มี.ค. 2562	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
28	TECHPRO	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190130214)	8 ส.ค. 2562	จัดจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
29	QPLUS	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190130215)	8 ส.ค. 2562	จัดจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
30	Bb BEYOND D - BOX	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190130216)	8 ส.ค. 2562	จัดจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
31	BLUE BOX LIFE & GADGET	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190130217)	8 ส.ค. 2562	จัดจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
32	E-QUIP	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190130218)	8 ส.ค. 2562	จัดจำหน่ายเครื่องเกมส์และอุปกรณ์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
33	bkk Digitally Yours.	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190130219)	8 ส.ค. 2562	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
34	B PLAY	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190130220)	8 ส.ค. 2562	จำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
35	BANANA OUTLET	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190130221)	8 ส.ค. 2562	จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
36	BANANA	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190146310)	28 พ.ย. 2562	จัดจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน
37	B CAMPUS	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน (190146311)	28 พ.ย. 2562	จัดจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	อยู่ระหว่างการพิจารณาของนายทะเบียน

* สามารถต่ออายุหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้คราวละ 10 ปี

4.4 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนซึ่งได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์และชื่อทางการค้า โดยเป็นมูลค่าสุทธิ จำนวน 20 ล้านบาท และ 47 ล้านบาทตามลำดับ

4.5 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและการร่วมค้า

บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและการร่วมค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ดังนี้

No.	ที่ตั้ง	ชนิดของธุรกิจ	เงินลงทุน (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1	บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด	E - Commerce	15,200,380	99.99
2	บริษัท ดีเอ็นเอ รีเทลลิ้งค์ จำกัด	ประกอบธุรกิจค้าปลีก มือถือและอุปกรณ์พ่วง	209,999,720	99.99
3	บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด	ประกอบธุรกิจเขียนและจำหน่ายโปรแกรมคอมพิวเตอร์	5,288,000	51.00
4	บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด	ประกอบธุรกิจให้บริการวางแผน และจัดจำหน่ายสินค้าไอที วางระบบระบบเครือข่าย โปรแกรม การบริการและโซลูชั่นเพื่อธุรกิจ	12,547,585	90.00
5	บริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด	ตัวแทนบริหารสาขา TRUE Shop	4,999,700	99.99
6	บริษัท เน็คซ์ แคปปิตอล จำกัด	เช่าซื้อรถจักรยานยนต์	449,750,203	40.00

<u>เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด</u>
บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด เป็นจำนวน 199,998 หุ้น ซึ่งเป็นอัตราร้อยละ 99.99 ของหุ้นในบริษัท โดยเป็นการดำเนินการตามมติในที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 10/2558 ณ วันที่ 10 พฤศจิกายน 2558

วันที่ 5 ตุลาคม 2561 ได้มีการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงกรรมการบริษัท โดย นางวาสนาพงศ์แสงลึก เข้ามาเป็นกรรมการแทนที่ นายวุฒิชัย นาควิเชียร

<u>เงินลงทุนในบริษัทย่อย ของบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด - บริษัท ดีเอ็นเอ รีเทลลิ้งค์ จำกัด</u>
วันที่ 25 ธันวาคม 2561 บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด ได้ซื้อหุ้นทั้งหมดของ บริษัท ดีเอ็นเอ รีเทลลิ้งค์ จำกัด จำนวน 1,1499,448 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนเป็นจำนวนเงิน 209,999,720 บาท ทั้งนี้เพื่อเป็นการขยายกิจการด้านการจำหน่ายอุปกรณ์สื่อสาร

<u>เงินลงทุนในบริษัทย่อย ของบริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด - บริษัท ไพร์ม โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด</u>
วันที่ 18 ธันวาคม 2562 บริษัท บานาน่า กรุ๊ป จำกัด ได้ซื้อหุ้นของ บริษัท ไพร์ม โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำนวน 1 หุ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการขยายกิจการด้านการขาย ติดตั้ง ระบบและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทุกชนิด และมีแผนที่จะลงทุนเพิ่มเติมจากการเข้าซื้อหุ้นในการเพิ่มทุนของบริษัทดังกล่าว ในปี 2563

<u>เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด</u>
วันที่ 1 เมษายน 2559 บริษัทได้เข้าลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัดโดยซื้อหุ้นสามัญจำนวน 1,020 หุ้น จากผู้ถือหุ้นเดิม รวมเป็นเงิน 8,000,000 บาท และคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 51.00 ของหุ้นทุนจด

ทะเบียนทั้งหมดของบริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัดซึ่งบริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นดังกล่าวทั้งหมดเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2559

เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด

วันที่ 5 เมษายน 2559 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท บานาน่าชัวร์ จำกัด มีทุนจดทะเบียน 60,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 600,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท) โดยบริษัทถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวร้อยละ 51.00 บริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นดังกล่าวทั้งหมดเป็นจำนวนเงิน 30,600,000 บาท เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2559

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

วันที่ 28 สิงหาคม 2560 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท บานานา ชัวร์ จำกัด ได้มีมติเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด โดยบริษัทได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2560

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

วันที่ 18 พฤษภาคม 2561 บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ขายหุ้นที่มีอยู่ในบริษัท โนวัส อินทิเกรชั่นจำกัด ให้แก่ นายเอกราช ปัญจวีณิน จำนวน 30,000 หุ้น และนายสุรเดช สร้อยรุ่งเรือง จำนวน 14,999 หุ้น บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) จึงถือหุ้นของบริษัท โนวัสอินทิเกรชั่น จำกัด จำนวนร้อยละ 69.99 ของหุ้นทั้งหมด

เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2562 บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้ซื้อหุ้นทั้งหมดของ นายเอกราช ปัญจวีณิน จำนวน 30,000 หุ้น ที่มีอยู่ในบริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด เนื่องจากนายเอกราช ปัญจวีณิน ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการของบริษัท โนวัส อินทิเกรชั่น จำกัด และได้ซื้อหุ้นจาก นายสุรเดช สร้อยรุ่งเรือง จำนวน 1 หุ้น เพื่อให้บริษัทบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในบจก. โนวัสเป็นสัดส่วนร้อยละ 90 ของหุ้นทั้งหมด

เงินลงทุนในบริษัทย่อย - บริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด

วันที่ 7 มิถุนายน 2559 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ดับเบิ้ลเซเว่น จำกัด มีทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 50,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท) โดยบริษัทถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวร้อยละ 99.99 บริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นดังกล่าวทั้งหมดเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2559

การร่วมลงทุน - บริษัท เน็คซ์ แคปปิตอล จำกัด เดิมชื่อ บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด

เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2560 บริษัทได้ทำสัญญาซื้อหุ้น (Share Subscription Agreement) เพื่อซื้อหุ้นสามัญของบริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 120,660 หุ้นคิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 30 ของหุ้นสามัญทั้งหมด และคิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 268,206,600 บาท

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

เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2562 บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) ได้เข้าซื้อหุ้นของบริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด จากผู้ถือหุ้นรายอื่น จำนวน 3,750,037 หุ้น ในราคาหุ้นละ 32.6664 บาท คิดเป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น 122,500,209 บาท ปัจจุบันบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) จึงถือหุ้นของ บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 40.00% ของหุ้นทั้งหมด

ในช่วงปลายปี 2562 บริษัท บัฟ (ประเทศไทย) จำกัด ได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เน็คซ์ แคปปิตอล จำกัด

4.6 สรุปสาระสำคัญของสัญญา

4.6.1 สัญญาเช่า

บริษัทได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่ สัญญาบริการภายในบริเวณศูนย์การค้าเพื่อประกอบกิจการร้าน BaNANA, Studio7, BaNANA Mobile, Samsung Shop, iCare, BKK, SHOTPRO, OPPO, VIVO, HUAWEI, Kingkong, TRUE Shop, E-Quip, Xiaomi, Bb และมีการเช่าพื้นที่ภายในมหาวิทยาลัยต่างๆเพื่อประกอบกิจการร้าน U-Store โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีสาขารวมทั้งสิ้น 701 สาขา ซึ่งสัญญาเช่า สัญญาบริการ ของสาขาส่วนใหญ่เป็นสัญญาระยะสั้น โดยมีรายละเอียดที่สำคัญของสัญญาเช่า สัญญาบริการ ที่สามารถสรุปได้ดังนี้

- พื้นที่เช่า ตำแหน่งพื้นที่เช่า วัตถุประสงค์การเช่า ขอบเขตการให้บริการ
- อัตราค่าเช่า อัตราค่าบริการ กำหนดชำระค่าเช่า/ค่าบริการ การชำระค่าภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง
- อายุสัญญามีระยะเวลา 1-3 ปี และการต่ออายุสัญญานั้นผู้เช่าต้องแจ้งความประสงค์ในการต่ออายุสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรแก่ผู้ให้เช่าล่วงหน้าก่อนครบกำหนดอายุสัญญา
- เงินประกันการเช่า/เงินประกันการบริการ จะได้รับคืนเงินประกันโดยไม่มีดอกเบี้ยเมื่อครบกำหนดเวลาตามสัญญาและไม่มีหนี้สินใดๆที่คงค้างชำระ
- การเช่าช่วง/การให้บริการช่วงหรือการโอนสิทธิตามสัญญาไม่สามารถกระทำได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่า/ผู้ให้บริการ ภายใต้เงื่อนไขเฉพาะในแต่ละสัญญา
- การเลิกสัญญาเช่า สัญญาบริการ ผู้เช่า/ผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้หากคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งมีการปฏิบัติผิดเงื่อนไขในสัญญา

4.6.2 สัญญาให้สิทธิทางการค้าและบริการ (Studio7 Franchise)

บริษัทได้ทำสัญญาในการให้สิทธิทางการค้าและบริการกับคู่ค้า ส่วนใหญ่สัญญามีอายุ 5 ปี โดยบริษัทอนุญาตให้คู่ค้าสามารถดำเนินงานร้าน Studio7 by Comseven ในลักษณะของ Franchisee ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 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)

บริษัทได้ทำสัญญาในการให้สิทธิทางการค้าและบริการกับคู่ค้าส่วนใหญ่สัญญามีอายุ 3 ปี โดยบริษัทอนุญาตให้คู่ค้าสามารถดำเนินงานร้าน BaNANA ในลักษณะของ Franchisee ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีร้าน BaNANA ที่บริหารงานโดย Franchisee จำนวน 80 สาขา โดยรายละเอียดที่สำคัญของสัญญาประกอบด้วย

- ตำแหน่งและขนาดของพื้นที่สาขา
- ระบบการบริหารจัดการร้าน
- ค่าธรรมเนียมสำหรับสิทธิทางการค้าและบริการ
- ส่วนแบ่งรายได้ที่คู่ค้าจะได้รับจากการจำหน่ายสินค้า

คู่ค้าจะเป็นผู้ลงทุนตกแต่งหน้าร้าน และทำการนำสินค้าของบริษัทเข้ามาวางจำหน่ายในลักษณะของการฝากขาย โดยสินค้าจะเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทจนกว่าคู่ค้าจะสามารถจำหน่ายออกจากหน้าร้านได้ และบริษัทจะแบ่งส่วนแบ่งรายได้ให้กับคู่ค้าตามสัดส่วนของยอดขายที่คู่ค้าทำได้ในแต่ละเดือนตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญา ทั้งนี้การตกแต่งหน้าร้าน การจัดวางสินค้า รวมถึงระบบการจัดการสินค้าภายในร้าน คู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่บริษัทได้กำหนดไว้ทั้งหมด

4.6.4สัญญาเกี่ยวกับสินเชื่อเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน

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

วันที่ทำสัญญา	21 กันยายน 2560
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด(มหาชน)
วัตถุประสงค์	▪ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ▪ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ▪ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อเพื่อธุรกิจคล่องตัว จำนวนรวม 1,200,000,000 บาทได้แก่ 1. วงเงินหนังสือค้ำประกันเพื่อค้ำประกันการยื่นซอง และ/หรือ เพื่อปฏิบัติตามสัญญา และ/หรือ เพื่อประกันผลงานและ/หรือ เพื่อการซื้อสินค้า ใช้ได้สูงสุด 854,000,000 บาท 2. วงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C)ใช้ได้สูงสุด 754,000,000 บาท 3. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) ใช้ได้สูงสุด 300,000,000 บาท 4. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) กู้ร่วมในนามบริษัท และ บริษัทในเครือ (Co-Borrower) คือ บริษัท โนวัสอินทิเกรชั่น จำกัด, บริษัท ไอเทค ซอฟท์แวร์ จำกัด และ บริษัทดับเบิ้ล เซเว่น จำกัด ใช้ได้สูงสุด 30,000,000 บาท 5. วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ(DL/C) และ/หรือ วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต(L/C) และ/หรือ วงเงินทรัสต์รีซีท(T/R) ใช้ได้สูงสุด 270,000,000 บาท 6. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract)จำนวน 16,000,000บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	▪ ดำรงสัดส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า พิจารณาจากงบการเงินประจำปีที่ตรวจสอบแล้วโดยผู้สอบบัญชี ▪ ดำรงสัดส่วน Inventory Day on Hands ไม่เกิน 70 วัน โดยคำนวณทุก 6 เดือนจากงบการเงินครึ่งปี และจากงบการเงินประจำปีที่ตรวจสอบแล้วโดยผู้สอบบัญชี ▪ นำส่งรายงานสินค้าคงเหลือ (Inventory Aging) รายไตรมาส ▪ คุณสุระ คณิตทวีกุล จะต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วบริษัท โดยคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นที่สูงสุดของบริษัท พร้อมกับดำรงตำแหน่งผู้บริหารหลักของบริษัท
หลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (Clean)

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

วันที่ทำสัญญา	25 ตุลาคม 2560
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 3 วงเงินได้แก่ 1. วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) และ/หรือ วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C) และ/หรือ 2. วงเงินทรัสต์รีซีท (T/R) และ/หรือวงเงินหนังสือค้ำประกันการรับสินค้า Shipping Guarantee (S/G) และ/หรือ วงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) ทั้งหมดใช้ร่วมกันไม่เกินจำนวน 450,000,000 บาท 3. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N)จำนวน 10,000,000 บาท 4. วงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า(Forward Contract)จำนวน 100,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	■ ดำรงอัตราส่วน Gearing Ratio = Total Bank Borrowing + Factoring and Hire Purchase) / Tangible Net Worth (Tangible Net Worth = Total Equities – Intangible Assets) ไม่เกิน 2.5 เท่า พิจารณาจากงบการเงินรายปีที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชี ■ คุณสุระ คณิตทวีกุล จะต้องเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุด และต้องดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารหลักของบริษัท
หลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (Clean)

3) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สามวงเงินรวมจำนวน 950,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	11 มีนาคม 2558, 31 สิงหาคม 2558, 29 ธันวาคม 2560
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ■ เพื่อใช้ในการเช่าระยะยาวในพื้นที่บางส่วนในอาคารศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 3 วงเงินได้แก่ 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	■ 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 มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สี่วงเงินรวมจำนวน 705,000,000 บาท และวงเงินซื้อขายต่างประเทศล่วงหน้าจำนวน 14,400,000 เหรียญดอลล่าร์สหรัฐฯ (USD)

วันที่ทำสัญญา	8 ธันวาคม 2558, 17 พฤษภาคม 2559, 22 พฤศจิกายน 2560
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 3 วงเงินได้แก่ 1. วงเงิน Mixed Line ประกอบด้วย วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C),วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ (DL/C), วงเงินทรัสต์รีซีท (T/R), วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) และวงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C)รวมจำนวน 700,000,000 บาทโดยวงเงินหนังสือค้ำประกัน (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 เหรียญดอลล่าสหรัฐ (USD)
เงื่อนไขที่สำคัญ	▪ 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

วันที่ทำสัญญา	6 พฤษภาคม 2558, 4 มกราคม 2559
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	▪ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ▪ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ▪ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 400,000,000 บาท ประกอบด้วยวงเงินและมีเงื่อนไขดังนี้ 1. วงเงิน Open Account Financing จำนวน 394,000,000 บาท สามารถใช้ร่วมกับวงเงินเบิกเกินบัญชี(O/D), วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N), วงเงินหนังสือค้ำประกัน (B/G) และวงเงินซื้อขายต่างประเทศล่วงหน้า (PSE) รวมกันไม่เกิน 400,000,000 บาท 2. วงเงินซื้อขายต่างประเทศล่วงหน้า (PSE) จำนวน 6,000,000 บาท สามารถใช้ร่วมกับวงเงินข้อที่ 1, ข้อที่ 2, ข้อที่ 3, ข้อที่ 4 รวมกันไม่เกิน 40,000,000 บาท
หลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (Clean)

6) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่หกวงเงินรวมจำนวน100,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	21 เมษายน 2557, 11 กรกฎาคม2559
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	▪ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ▪ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) และ วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) ใช้ร่วมกันไม่เกินจำนวน 100,000,000 บาท
เงื่อนไขที่สำคัญ	▪ ส่งรายงานสินค้าคงคลังรายไตรมาสให้แก่ธนาคาร ภายใน 2 เดือน เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาแต่ละไตรมาส ▪ ตกลงให้มีระยะเวลาปลอดการใช้สินเชื่อตั๋วเงิน (Clean up period) ตามหลักเกณฑ์และระยะเวลาที่ธนาคารกำหนด
หลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (Clean)

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

วันที่ทำสัญญา	27มิถุนายน 2559, 28 มิถุนายน 2560, 21 กันยายน 2560, 5 กันยายน 2561
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด(มหาชน)
วัตถุประสงค์	▪ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ▪ เพื่อค้ำประกันการซื้อสินค้า ▪ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 2 วงเงินได้แก่ 1. วงเงินทรัสต์รีซีทภายในประเทศ (T/R Local) ใช้ร่วมกับวงเงินหนังสือค้ำประกันต่างประเทศ (Standby L/C) รวมจำนวน 700,000,000 บาทโดยวงเงินทรัสต์รีซีทภายในประเทศ (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	■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า ■ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 4 วงเงินได้แก่ 1. วงเงินเบิกเกินบัญชี (OD) จำนวน 5,000,000 บาท 2. วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C) และ/หรือ ทรัสต์รีซีท (T/R) และ/หรือ หนังสือค้ำประกันการรับสินค้า Shipping Guarantee (S/G) และ/หรือ วงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ(DL/C) และ/หรือวงเงินหมุนเวียนระยะสั้น ใช้ร่วมกันไม่เกินจำนวน350,000,000 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	■ 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 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	■ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ■ เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาและการซื้อสินค้า
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อรวม 2 วงเงินได้แก่ 1. วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (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 บาทโดยวงเงินทรัสต์รีซีทภายในประเทศ (T/R Local) ใช้ได้สูงสุด 400,000,000 บาท และวงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) ใช้ได้สูงสุด 200,000,000 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 ▪ คุณสุระ คณิตทวีกุล จะต้องดำรงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 โดยคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นที่สูงสุด พร้อมกับดำรงตำแหน่งผู้บริหารหลักของบริษัท
หลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (Clean)

11) บริษัท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์แห่งที่สิบเอ็ดวงเงินจำนวน 700,000,000 บาท

วันที่ทำสัญญา	24 เมษายน 2561
ผู้กู้	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น
วงเงินสินเชื่อ	วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) 500,000,000 บาท และ วงเงิน SBLC 200,000,000 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 ของแบรนด์Apple เช่น ร้าน “Studio7, iStudio”ในประเทศไทย
สาระสำคัญ	▪ บริษัทได้รับสิทธิเป็นผู้จำหน่าย(Reseller) ผลิตภัณฑ์ต่างๆของ 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	▪ บริษัทได้รับสิทธิเป็นผู้จำหน่าย (Reseller) ผลิตภัณฑ์ต่างๆของแบรนด์ 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	ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการโดยได้รับสิทธิในการเป็นผู้ให้บริการบนผลิตภัณฑ์ต่างๆของ Apple ทั้งผลิตภัณฑ์ Hardware และ Software โดยให้บริการเฉพาะภายในประเทศไทย

สาระสำคัญ	▪ 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	▪ นายสุระฯ และกลุ่มผู้ถือหุ้น ให้คำรับรองว่า จะดำรงสัดส่วนการถือหุ้นที่ถืออยู่ในบริษัท รวมกันแล้วไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ตลอดระยะเวลาของสัญญา ▪ นายสุระ จะดำรงตำแหน่งผู้บริหารของบริษัท ตลอดระยะเวลาของสัญญา
ระยะเวลา	ตั้งแต่วันที่ 26 มิถุนายน 2558 จนกระทั่งมีการยกเลิกหรือปลดข้อกำหนดดังกล่าวจากธนาคารพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องทุกธนาคาร

4.7 กรมธรรม์ประกันภัย

ประเภทกรมธรรม์	กรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
วันที่ทำสัญญา	5 สิงหาคม 2561
ระยะเวลาคุ้มครอง	1 ปี (5 สิงหาคม 2561- 5 สิงหาคม 2562)
บริษัทประกันภัย	บริษัท ศรีอยุธยาเจนเนอรัลประกันภัยจำกัด (มหาชน)
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	1. อาคารสิ่งปลูกสร้าง (ไม่รวมฐานราก) 2. เฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งตรึงตรา 3. เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ 4. สต็อกสินค้าและบรรจุภัณฑ์
จำนวนทุนประกันภัย	2,742,458,499 บาท
ความคุ้มครอง	คุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันสืบเนื่องมาจาก ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากอากาศยานภัยจากการเฉี่ยวหรือชนของยวดยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยจากไฟป่า ภัยจากการนัดหยุดงาน การจลาจล และการกระทำอันมีเจตนาร้าย และรวมถึงอุบัติเหตุต่างๆ ที่มิอาจคาดถึงจากปัจจัยภายนอก หรือภัยอื่นๆที่มิได้ระบุไว้

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 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	:	7,427 ราย (ณ วันที่ 7 มกราคม 2563)
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free float)	:	49.22%
ประเภทธุรกิจ	:	จำหน่ายสินค้าไอที IOT สินค้าไลฟ์สไตล์ และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง ให้บริการศูนย์ซ่อม สินค้า Apple ครบวงจร ให้บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และชำระค่าบริการอื่นๆ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 549/1 ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107557000462
Call Center	:	02 017 7770
โทรศัพท์	:	02 017 7777
โทรสาร	:	02 017 7711
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	:	บริษัท ไพร้ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอเอส จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	อาคารบางกอกซิตี้ทาวเวอร์ เลขที่ 179/74 - 80 ชั้น 15 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์	:	02-844-1000
โทรสาร	:	02-286-5050

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-