

ส่วนที่ 1: การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ซิงเกอร์” เช่น จักรเย็บผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านต่างๆ นอกจากนี้ยังจำหน่ายสินค้าเชิงพาณิชย์ เช่น เครื่องมือ และอุปกรณ์ทางการเกษตร ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์ ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ และเครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม และหลากหลายทั้งกลุ่มลูกค้าบ้าน และกลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ ผ่านร้านค้าปลีก ซึ่งเป็นสาขาของบริษัทเอง และผ่านทางตัวแทนจำหน่ายต่างๆ มากกว่าร้อยละ 80 ของยอดขายเป็นการขายแบบเช่าซื้อ โดยบริษัทให้เช่าซื้อผ่านทาง บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิง (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่ง บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ปณิธาน และกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

วิสัยทัศน์ เป็นผู้นำตลาดเครื่องขายตรงพร้อมบริการด้านสินเชื่อและเช่าซื้อสำหรับผู้บริโภคในประเทศ

พันธกิจ พัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ด้วยสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพ ด้วยราคาที่ซื้อหาได้

คุณค่า บริษัทฯ ไม่ได้มีเป้าหมายเพียงแค่ทำกำไรมากๆ แต่ต้องเป็นบริษัทที่มีการบริหารจัดการที่ดี และมีคุณค่าที่ควรรักษาและใส่ใจ ดังนี้

บุคลากร เราเชื่อมั่นในพลังของบุคลากร ซึ่งเป็นกุญแจของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจบริการของเรา ดังนั้นบุคลากรของซิงเกอร์ประเทศไทยจะต้องมีทั้งความสุข และภาคภูมิใจในบริษัท รวมทั้งมีโอกาสนี้จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ลูกค้า เรามีเป้าหมาย ที่จะมียุทธศาสตร์ให้บริการของเราตลอดชีวิตด้วยการสร้างฐานลูกค้าที่มีความจงรักภักดี สินค้าคุณภาพดี ชำระเงินที่ตรงเวลา คิดตามดูแลอย่างใกล้ชิด และสม่ำเสมอ

ผู้ถือหุ้น เราให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า และคุ้มค่าแก่การลงทุน

คู่ค้า เราพัฒนาคู่ค้าเพื่อเป็นพันธมิตรให้ก้าวหน้า และเติบโตไปด้วยกัน

คู่แข่ง เรายอมรับ และให้เกียรติ สำหรับความมุ่งมั่นในการสร้างมูลค่าตลาดร่วมกัน

ชุมชน เราดำเนินธุรกิจด้วยคุณธรรม จริยธรรม พร้อมตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อชุมชน

การสื่อสาร เราเชื่อมั่นในประสิทธิภาพของการสื่อสารแบบ 2 ทางภายในองค์กร

ภาวะผู้นำ เราเชื่อมั่นในประสิทธิผลของภาวะผู้นำ ไม่เพียงแต่จะเป็นผู้จัดการที่ดีเท่านั้น บุคลากรทุกระดับ จะต้องมีความมุ่งมั่นสู่ความเป็นผู้นำที่ดีเลิศ

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทได้ปรับกลยุทธ์ และโมเดลธุรกิจใหม่จากเดิมที่มุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าครัวเรือนเป็นหลัก มาเป็นกลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ให้มากขึ้น โดยจะเน้นการขายสินค้าให้ลูกค้านำไปสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้าครัวเรือนเพียงกลุ่มเดียว

บริษัทได้หันมาจับกลุ่มลูกค้าร้านโชห่วยที่อยู่ในหมู่บ้านต่างๆ ทั่วประเทศซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนหลายแสนราย โดยแต่ละหมู่บ้านจะมีร้านค้าโชห่วยเฉลี่ย 10 - 20 ร้าน ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัท และบริษัทได้ตั้งเป้าหมายที่จะเข้าไปช่วยยกระดับร้านโชห่วยเหล่านี้ ให้มีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

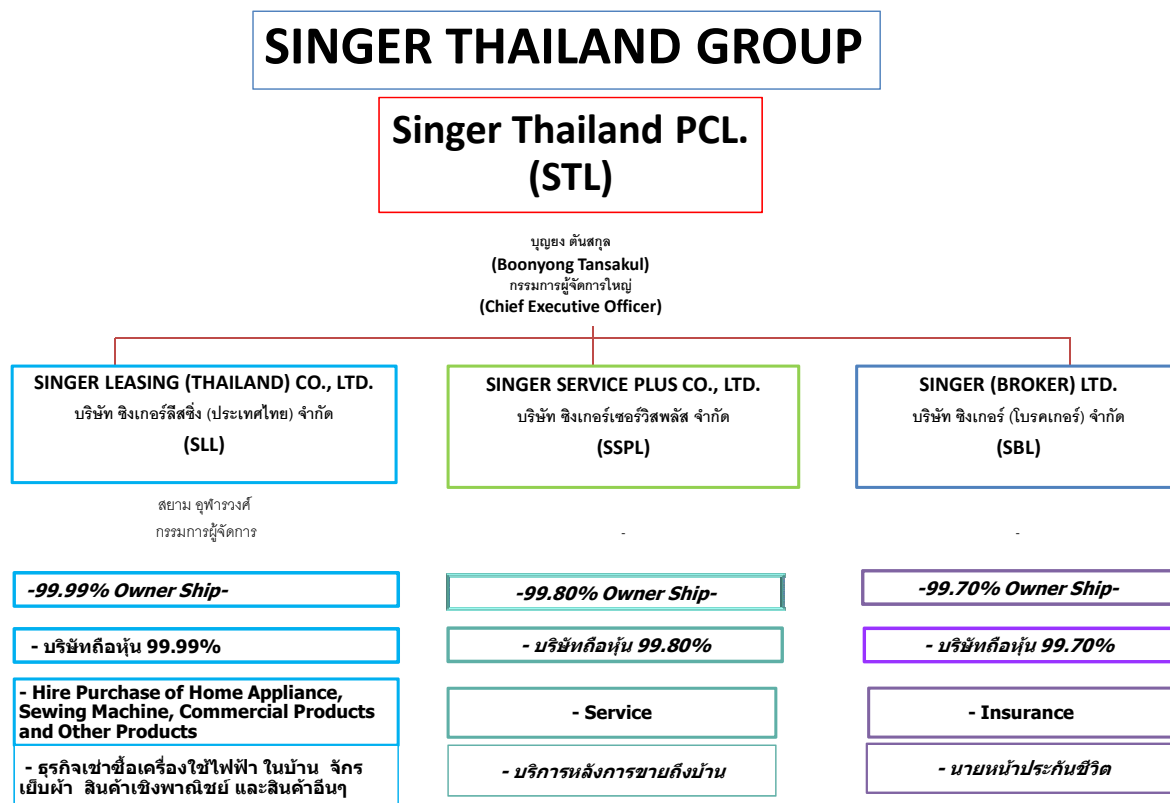
ในปี พ.ศ. 2432 บริษัท ซิงเกอร์แห่งสหรัฐอเมริกา ได้แต่งตั้งบริษัท เคียมฮัวเฮง จำกัด เป็นผู้จัดจำหน่ายจักรเย็บผ้าซิงเกอร์ในประเทศไทย ต่อมาในปี พ.ศ. 2448 บริษัท ซิงเกอร์แห่งสหรัฐอเมริกา จึงได้ตั้งสาขาร้านขึ้นในประเทศไทย ใช้ชื่อว่า บริษัท ซิงเกอร์ โซอิ้ง แมชิน จำกัด วัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายจักรเย็บผ้า และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับจักรเย็บผ้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ บริษัทได้ริเริ่มนำเอาบริการเช่าซื้อ โดยผ่อนชำระเป็นงวดมาใช้ครั้งแรกในปี 2468 และบริการดังกล่าวนี้ ได้กลายเป็นลักษณะประจำของซิงเกอร์ทั้งในประเทศไทย และประเทศต่างๆ ในเอเชีย นับแต่นั้นมาตลอดระยะเวลา 50 ปีเศษ บริษัทคงจำหน่ายเฉพาะจักรเย็บผ้า และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับจักรเย็บผ้าเท่านั้น จนกระทั่งปี 2500 บริษัทจึงได้ริเริ่มจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน โดยเริ่มจากตู้เย็นเป็นอันดับแรก ต่อมาเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2512 จึงได้มีการจดทะเบียนก่อตั้ง "บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด" เป็นบริษัท จำกัดภายใต้กฎหมายไทย เพื่อเข้ารับช่วงธุรกิจของ "บริษัท ซิงเกอร์ โซอิ้ง แมชิน จำกัด" ซึ่งหยุดดำเนินกิจการในระยะเวลาต่อมา โดยมีทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 60 ล้านบาท ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียน 270 ล้านบาท เป็นทุนที่เรียกชำระเต็มมูลค่าหุ้นแล้ว 270 ล้านบาท และบริษัทได้รับอนุญาตให้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี 2527 ในวันที่ 4 มกราคม 2537 บริษัทได้ทำการจดทะเบียนแปรสภาพเป็น "บริษัทมหาชน จำกัด" ตั้งแต่นั้นบริษัทจนถึงปัจจุบันบริษัทได้ประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต รับผิดชอบต่อสังคม มีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย และเมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2547 ถือเป็นวาระอันเป็นมหามงคลอย่างยิ่ง เมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานตราตั้ง (พระครุฑพ่าห์) ให้ บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) นับเป็นเกียรติประวัติและเป็นสิริมงคลสูงสุดแก่บริษัท และพนักงานทุกท่าน

- ในปี 2552 บริษัทฯ ได้ให้มีการมุ่งเน้นในนาระบบขออนุมัติเครดิตก่อนขาย (Pre-approval Credit) โดยผ่านศูนย์อนุมัติเครดิต (Center Credit Officers) จนทำให้ยอดขายสินค้าของบริษัทลดลงไปประมาณ 20 กว่าเปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีก่อน แต่บริษัทก็ยังคงมุ่งมั่นที่จะทำต่อไปเพื่อให้ได้บัญชีเช่าซื้อที่มีคุณภาพ
- ปี 2554 เป็นปีที่บริษัทได้ขยายตลาดเข้าสู่กลุ่มผู้ประกอบการโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรายเล็กในต่างจังหวัดอย่างมีนัยสำคัญ สัดส่วนการขายสินค้าเข้าสู่ตลาดนี้เพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เช่น กลุ่มตู้แช่ทั้งตู้แช่เครื่องดื่ม ตู้แช่แข็ง ตู้เติมเงิน โทรศัพท์มือถือออนไลน์ เป็นต้น
- ปี 2554 บริษัทได้รับรางวัล Set Awards 2011 “บริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม” (Best Investor Relations Awards) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ปี 2555 บริษัทมีส่วนรายได้จากการขายลูกค้านักครัวเรือนที่ 60% และกลุ่มผู้ประกอบการเชิงพาณิชย์ที่ 40% โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มตู้แช่เครื่องดื่มและตู้แช่แข็งมีส่วนการขายมากเป็นอันดับหนึ่ง ตามด้วยเครื่องซักผ้าและเครื่องปรับอากาศ และในปีต่อไป บริษัทฯ ก็ยังคงมุ่งมั่นที่

จะพัฒนาตลาดนี้ให้เพิ่มมากขึ้น

- ปี 2555 บริษัทได้จัดตั้ง บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2555 มีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น 850 ล้านบาท เพื่อรับโอนธุรกิจและทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับบัญชีลูกหนี้เช่าซื้อสินค้าทั้งหมด และดำเนินธุรกิจเช่าซื้อสินค้าต่อจาก บมจ.ซิงเกอร์ ประเทศไทย
- ปี 2555 บริษัทได้ทำจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท จากบริษัท อุตสาหกรรมซิงเกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มาเป็น บริษัท ซิงเกอร์เซอร์วิสพลัส จำกัด เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2555 มีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจการให้บริการซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้า และพร้อมที่ให้บริการด้วยใจสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์ต่างๆ ทุกชนิด ทุกยี่ห้อถึงบ้าน
- ปี 2555 บริษัทได้รับรางวัล Set Awards 2012 “บริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม” (Best Investor Relations Awards) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นปีที่ 2
- ปี 2556 บริษัทได้รับรางวัลดีเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์ ในงาน Set Awards 2013 (Outstanding Investor Relation Awards) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ติดต่อกันเป็นปีที่ 3
- บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุน เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2556 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น 1,450 ล้านบาท โดยมี บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทย่อย

- บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (SLL) จากระากฐานการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลายาวนานของซิงเกอร์ โครงสร้างรากฐานที่สำคัญอีกจุดหนึ่งของบริษัทฯ คือจุดแข็งของความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจเช่าซื้อ คณะผู้บริหารได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในจุดแข็งดังกล่าว ซิงเกอร์จึงได้ทำการจัดตั้ง บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทย่อยโดยมี บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2555 ปัจจุบันบริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด มีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น 1,450 ล้านบาท ตั้งอยู่เลขที่ 72 อาคาร กสท.(โทรคมนาคม) ชั้น 17 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กทม. โดยได้มีการรับโอนธุรกิจเช่าซื้อ รวมทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับบัญชีลูกหนี้เช่าซื้อสินค้าทั้งหมด และดำเนินธุรกิจให้เช่าซื้อสินค้าต่อจาก บมจ.ซิงเกอร์ประเทศไทย โดยได้รับอนุมัติจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นจาก บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2555 ที่ผ่านมาเพื่อให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ภายใต้แบรนด์ ซิงเกอร์ อีกทั้งยังสามารถที่จะขยายธุรกิจเช่าซื้อไปยังสินค้าภายใต้ยี่ห้ออื่นๆ สำหรับกลุ่มลูกค้าทั้งภายในกลุ่มธุรกิจซิงเกอร์ และลูกค้าทั่วไป เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมกับการปรับเปลี่ยนธุรกิจในอนาคต และการพัฒนาธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อความเติบโตที่ยั่งยืน ทั้งนี้การให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จะมีความสามารถดำเนินการตรวจสอบเครดิตลูกค้าได้ทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลกับบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (NCB) อีกด้วย ซึ่งบริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้าเป็นสมาชิกกับบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (NCB) เมื่อวันที่ 23 มกราคม 2556

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ให้บริการเช่าซื้อโดยผ่านเครือข่ายขายตรงของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) โดยให้บริการเช่าซื้อทั้งสำหรับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในครัวเรือน และกลุ่มสินค้าเชิงพาณิชย์ต่างๆ

โครงการใหม่

บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด มีนโยบายขยายการดำเนินธุรกิจการให้บริการเช่าซื้อ โดยให้ความสำคัญสำหรับกลุ่มสินค้าเชิงพาณิชย์ ซึ่งหมายรวมถึงสินค้าภายใต้ยี่ห้อซิงเกอร์ และมีโครงการที่จะขยายการให้บริการเช่าซื้อภายใต้ยี่ห้ออื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าซิงเกอร์ และกลุ่มลูกค้าทั่วไป ไปซึ่งต้องการในส่วนของสินค้าภายใต้ยี่ห้อซิงเกอร์ หรือยี่ห้ออื่นๆ อาทิเช่น สินค้าในกลุ่มตู้แช่แข็ง ตู้แช่เครื่องดื่ม ตู้เติมเงินหยอดเหรียญอัตโนมัติ ตู้จำหน่ายหยอดเหรียญอัตโนมัติ ฯลฯ ที่ใช้ในการประกอบกิจการเชิงพาณิชย์

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

การจัดตั้งบริษัท ซิงเกอร์ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด เน้นธุรกิจหลักเป็นการให้บริการเช่าซื้อ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และลดข้อจำกัดในการให้บริการเช่าซื้อของบมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย เดิม โดยบริษัทมีการวางกลยุทธ์ดังนี้

1. ให้บริการการเช่าซื้อสินค้าและบริการทั้งยี่ห้อชิงเกอร์ และ/หรือยี่ห้ออื่นๆ ในอนาคต

2. บริหารบัญชีลูกหนี้ของบริษัท ให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีหนี้เสียต่ำ

3. กระบวนการในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อที่มีความสะดวกและรวดเร็ว โดยบริษัทได้มีการจัดตั้งศูนย์พิจารณาสินเชื่อ เพื่อทำการตรวจสอบ ตรวจสอบ และวิเคราะห์สถานะทางการเงินของลูกค้าก่อนอนุมัติการเช่าซื้อ พร้อมทั้งมีการตรวจสอบเครดิตของลูกค้าผ่านทางบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติจำกัด พร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบบัญชีเช่าซื้อภาคสนาม (Account Checker) เพื่อตรวจสอบลูกค้าในพื้นที่ได้โดยตรง

4. บริหารคุณภาพภายใน ทั้งบุคลากร ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานต่างๆ พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของพนักงานในทุกตำแหน่งเพื่อสร้างประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการทำงาน พร้อมทั้งช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้บริษัทมีผลกำไรมากขึ้น

• บริษัท ชิงเกอร์เซอร์วิสพลัส จำกัด

บริษัท ชิงเกอร์เซอร์วิสพลัส จำกัด (SSPL) เดิมชื่อบริษัท อุตสาหกรรมชิงเกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2555 มีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท บริษัท ชิงเกอร์เซอร์วิสพลัส จำกัด (SSPL) สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 8 หมู่ 4 ถนนสามโลก-เสนา ตำบลบางนมโค อำเภอสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เน้นการดำเนินธุรกิจด้านการบริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้า ทุกประเภท ทุกยี่ห้อ และจัดจำหน่ายอะไหล่และสินค้าในสถานะตัวแทนจำหน่ายยี่ห้อต่างๆ โดยมีเป้าหมาย ลูกค้าต้องพึงพอใจในการบริการ เพราะเรามีการบริการที่เหนือกว่า คือ การบริการถึงบ้าน (ช่างเข้าบ้านคุณ) ลูกค้าที่มีสินค้าชิ้นใหญ่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่ง พร้อมทั้งบุคลากรที่มีความสามารถและมีประสิทธิภาพเฉพาะด้านกว่า 20 ปี มีมาตรฐานในอัตราค่าบริการและคุณภาพการซ่อม การรับประกันหลังการซ่อม รวมทั้งการพัฒนาฝีมือช่างอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันบริษัท ชิงเกอร์เซอร์วิสพลัส จำกัด (SSPL) มีการขยายธุรกิจงานด้านประมวลภาครัฐ และเอกชนขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่อง และยังคงดำเนินธุรกิจการซ่อมสินค้าภายใต้ยี่ห้อชิงเกอร์เป็นหลัก อีกทั้งการบริการลูกค้าทั่วไป ภายใต้สายด่วน Hotline 0-818-404-555 เป็นศูนย์กลางการบริการและประสานงาน โดยมีช่างบริการครอบคลุมทุกพื้นที่ และทุกจังหวัดจำนวน 225 คน มีเครือข่ายสาขาจากบริษัท ชิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) (STL) กว่า 200 สาขา ที่ให้การสนับสนุนด้านงานบริการกับบริษัท SSPL. ได้ครอบคลุมทั่วถึง

• บริษัท ชิงเกอร์ (โบรคเกอร์) จำกัด

บริษัท ชิงเกอร์ (โบรคเกอร์) จำกัด ประกอบธุรกิจตัวแทนขายกรมธรรม์ประกันชีวิตให้แก่บริษัทประกันภัยในปัจจุบัน ได้แก่ บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) โดยให้พนักงานขายของบริษัท ชิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) เฉพาะที่มีใบอนุญาตตัวแทนประกันชีวิตเป็นผู้ขายกรมธรรม์ให้แก่ลูกค้า

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัท ชิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) จะรับบริการความช่วยเหลือด้านเทคนิค การตลาด และบริการด้านที่ปรึกษาที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ กับบริษัท Singer Asia Holdings B.V ซึ่งเป็นบริษัทฯ ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และเป็นบริษัทย่อย

ของบริษัท Singer Asia Limited และ Sewko Holdings Limited ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่โดยอ้อมของบริษัทซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท SAHBV จะให้คำแนะนำด้านต่างๆ ตามความจำเป็นและสมควรและเป็นไปตามกรอบที่คณะกรรมการของบริษัทฯ กำหนด เช่นการวางแผนผลิตภัณฑ์ การควบคุมการผลิต การตรวจสอบคุณภาพสินค้ากับผู้รับจ้างผลิตของบริษัทเพื่อนำไปสู่การผลิตตามแบบที่บริษัทต้องการ รวมถึง การแก้ปัญหาการผลิตรวมทั้งช่วยให้คำแนะนำทางด้านการตลาดประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งเป็นสินค้าของบริษัท รวมทั้งให้และแนะนำข้อมูลทางการตลาดอันเป็นประโยชน์แก่บริษัท รวมทั้งเสนอ แนะนำ ปรับปรุง การขายสินค้าและบริการแก่ลูกค้าให้มีความน่าเชื่อถือและได้มาตรฐานในระดับสากล ทำให้บริษัทสามารถขยายธุรกิจถึงกลุ่มลูกค้า และสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างต่อเนื่องและสร้างความเชื่อถือให้กับสินค้าของบริษัท โดยสัญญาได้รับความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคด้านการตลาดข้างต้นมีระยะเวลา 1 ปี เริ่มสัญญาวันที่ 1 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2557 และชำระค่าบริการดังกล่าวสำหรับปี 2557 มูลค่ารวมของรายการที่เกี่ยวข้องกันดังกล่าวคิดเป็นร้อยละไม่เกินร้อยละ 3 ของมูลค่าทรัพย์สินที่มีตัวตนสุทธิของบริษัทฯ

ดังนั้นจะทำให้บริษัทได้รับคำแนะนำและความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคและด้านการตลาดสำหรับข้อมูลในการผลิตสินค้า การบริหารการตลาด รวมทั้งการถ่ายทอดประสบการณ์จากบริษัท SAHBV เพื่อให้ได้มาตรฐานสากลเดียวกันกับบริษัทในกลุ่มและในเครือ

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ซิงเกอร์” เช่น จักรเย็บผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านต่างๆ นอกจากนี้ยังจำหน่ายสินค้าเชิงพาณิชย์ เช่น เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตร ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์ ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ และเครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม และหลากหลายทั้งกลุ่มลูกค้าบ้าน และกลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์

การขายตรงแบบเช่าซื้อโดยผ่านเครือข่ายซิงเกอร์มากกว่า 3,500 คน กระจายตามสาขามากกว่า 200 สาขาทั่วประเทศไทย ซึ่งถือว่าบริษัทมีเครือข่ายการกระจายสินค้า จักรเย็บผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน และสินค้าเชิงพาณิชย์ที่ครอบคลุมไปทั่วทุกภาคในประเทศไทย

สำหรับสินค้าซิงเกอร์สามารถแบ่งแยกเป็น 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ดังนี้ :-

ผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มครัวเรือน ได้แก่:-

- ผลิตภัณฑ์จักรเย็บผ้า เช่น จักรเย็บผ้า เข็มจักร น้ำมันหล่อลื่นอะไหล่ประตักชนิดหยอด และแบบสเปรย์พ่น กรรไกร เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน เช่น ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เตารีด เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์กลุ่มภาพ และเสียง เช่น โทรทัศน์จอแบน (CRT TV) แอลซีดี ทีวี (LCD TV) และแอลอีดี ทีวี (LED TV) ชุดจานดาวเทียม และโสมเรียเตอร์ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ได้แก่:-

- กลุ่มตู้แช่ เช่น ตู้แช่แข็ง ตู้แช่เครื่องดื่ม ตู้แช่เบียร์ ตู้แช่ไวน์ ตู้แช่ไอศกรีม และเครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ
- กลุ่มสินค้าหยอดเหรียญ เช่น ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์ ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ ตู้เติมน้ำดื่มหยอดเหรียญ ตู้เติมลมหยอดเหรียญ และตู้จำหน่ายยางอนามัยหยอดเหรียญ เป็นต้น
- สินค้าเครื่องมือทางการเกษตร เช่น เครื่องสูบน้ำ เครื่องยนต์อะไหล่ประตัก เครื่องพ่นยาสะพายหลัง

ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ซิงเกอร์” บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในระบบเงินสด และระบบเงินผ่อน โดยในระบบเงินผ่อน บริษัทให้เช่าซื้อผ่านทาง บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิง (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่ง บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย ถือหุ้นร้อยละ 99.99

การขายของบริษัท เป็นรูปแบบการขายตรงผ่านเครือข่ายร้าน/สาขา พนักงานขายของบริษัท และผ่านผู้แทนจำหน่ายซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ สินค้าส่วนใหญ่ที่บริษัทซิงเกอร์จำหน่าย บริษัทจะใช้วิธีผลิตแบบ OEM (Original Equipment Manufacturer) โดยการสั่งให้ผู้ผลิตภายในประเทศผลิตให้เกือบทั้งหมด

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้จากงบการเงิน (รวมดอกเบี้ยรับฯ) ของบริษัทตามส่วนงานทางภูมิศาสตร์ และสายผลิตภัณฑ์แบ่งได้ดังต่อไปนี้ :-

(หน่วย: พันบาท)

มูลค่าการจำหน่ายในประเทศ แยกตามผลิตภัณฑ์	2556/2013	%	2555/2012	%	2554/2011	%
เครื่องซักผ้า / Washing Machine	441,932	12	482,057	16	466,797	20
ตู้เย็น / Refrigerator	322,808	9	339,255	12	295,730	12
ตู้แช่ / Freezer	844,032	23	566,633	19	406,761	17
โทรทัศน์ / Television	374,050	10	298,904	10	230,783	10
จักรเย็บผ้า / Sewing Machine	109,583	3	96,961	3	82,444	4
เครื่องปรับอากาศ / Air Conditioner	484,009	13	442,820	15	314,926	13
ตู้เติมเงิน โทรศัพท์มือถือ / ATVM	459,167	13	467,937	16	481,963	20
ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ / Petrol Vending Machine	347,627	10	123,527	4	-	-
รวมมูลค่าการจำหน่ายในประเทศ	3,383,208	93	2,818,094	95	2,279,404	96
ผลิตภัณฑ์อื่นในประเทศ	241,310	7	132,564	5	103,081	4
มูลค่าการจำหน่ายต่างประเทศ	-	-	-	-	-	-
รวมรายได้จากขายและดอกเบี้ยรับฯ	3,624,518	100	2,950,658	100	2,382,422	100

อัตราการเพิ่ม (ลด) ของมูลค่าการจำหน่าย

2556/2013	2555/2012	2554/2011
22.84%	23.82%	14.68%

หมายเหตุ บริษัทดำเนินธุรกิจขายสินค้าในส่วนงานทางธุรกิจเดียว และดำเนินธุรกิจในส่วนงานทางภูมิศาสตร์เดียวคือในประเทศไทย ดังนั้นจึงมิได้มีการเสนอข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

โครงสร้างรายได้บริษัทย่อย

(หน่วย: พันบาท)

ประเภทธุรกิจ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้นของ บริษัท	ปี 2556	%	ปี 2555	%
รายได้จากการขาย						
บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย (STL)	STL	100.00	2,851,071	78.3	2,326,126	78.5
ดอกเบี้ยรับจากการขายผ่อนชำระ						
- บ. ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (SLL)	SLL	99.99	773,447	21.3		0.0
- บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย (STL)	STL	100.00		0.0	623,833	21.0
รายได้จากธุรกิจบริการ						
- บ. ซิงเกอร์เซอร์วิสพลัส จำกัด (SSPL)	SSPL	99.88	2,307	0.1		0.0
รายได้จากนายหน้าประกันชีวิต						
- บ. ซิงเกอร์ (โบรคเกอร์) จำกัด (SBL)	SBL	99.70	418	0.0	614	0.0
รายได้อื่นๆ						
- บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย (STL)	STL	100.00	12,081	0.3	13,302	0.4
- บ. ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (SLL)	SLL	99.99	19	0.0	3	0.0
- บ. ซิงเกอร์เซอร์วิสพลัส จำกัด (SSPL)	SSPL	99.88	58	0.0	107	0.0
- บ. ซิงเกอร์ (โบรคเกอร์) จำกัด (SBL)	SBL	99.70	59	0.0	69	0.0
รวม			3,639,460	100.0	2,964,054	100.0

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายผลิตภัณฑ์/บริการ	ลักษณะ
❖ ตู้เย็น	ประกอบด้วยตู้เย็นประตูเดียว แบบ “Direct Cool” ตั้งแต่ขนาด 5.8 – 6.3 คิว และตู้เย็นสองประตูแบบ “No Frost” ขนาด ตั้งแต่ 7 – 15.2 คิว ทั้งหมดได้มาตรฐานประหยัดไฟเบอร์ 5
❖ ตู้แช่เครื่องดื่มและตู้แช่แข็ง	มีทั้งแบบตั้ง ขนาด 8.8, 11.6, 26.5, 33 และ 36 คิว และแบบนอน ขนาด 6.5, 9.5 และ 13.5 คิว
❖ ตู้แช่ไวน์	จุไวน์ได้ 48 ขวดสูงสุด 72 ขวด ระบบการควบคุมอุณหภูมิคงที่เพื่อรักษารสชาติของไวน์ คอมเพรสเซอร์รับประกัน 5 ปี
❖ ตู้ทำน้ำร้อน - น้ำเย็น	ตู้ทำน้ำเย็น ขนาดความจุ 4.36 ลิตร รูปทรงสวยงาม เย็นจัด ประหยัดไฟฟ้า ควบคุมความเย็นด้วยเทอร์โมสตรัท
❖ โตรัทสน์	โตรัทสน์สี่จอแบนขนาดตั้งแต่ 21 และ 29 นิ้ว แอลซีดี ทีวีและแอลอีดี ทีวี ขนาด ตั้งแต่ 22, 32 และ 42 นิ้ว

❖ เครื่องซักผ้า ⇒ แบบ 2 ถัง ถังอัตโนมัติ ⇒ แบบถังเดียว อัตโนมัติ	ใส่ผ้าด้านบน มีขนาดความจุตั้งแต่ 6.5 – 10 กิโลกรัม มีสีสรรสวยงาม ใส่ผ้าด้านบน มีขนาดความจุตั้งแต่ 7.0 กก.ถึง 10 กิโลกรัม โดยมีระบบ Low Water Pressure ซักผ้าได้แม้ผ้าไหลเบา เฉพาะขนาด 9 กก. มีระบบ Twin power
❖ จักรเย็บผ้า ⇒ ฝีเข็มตรงพร้อมโต๊ะ และขา ⇒ ฝีเข็มตรง-ซิกแซ็ก พร้อมโต๊ะ และขา ⇒ ซิกแซ็กริมผ้า ⇒ กระเป๋าค้นหิ้ว อิเล็กทรอนิกส์ ⇒ อุตสาหกรรมฝีเข็มตรง	- ถักความยาวของฝีเข็มได้ วงล้อจักรขนาดใหญ่ เพิ่มน้ำหนักในการส่งกำลัง เย็บฝีเข็มตรงเพียงอย่างเดียว - เย็บลวดลายซิกแซ็กได้ถึง 30 ลาย หัวจักรทำจากเหล็กหล่อ ทนทานกระสวย แบบบอลลูลอสถุ ดินกดผ้าแบบบังคับ ใสใ้กระสวยด้านหน้า - เย็บซิกแซ็กริมผ้าด้วย 3 เส้น ความเร็วรอบสูงสุด 3,000 รอบต่อนาที เสริมเสียงสะดวกต่อการเย็บ ฟันส่ง 2 แถว - จำนวน 8 – 23 ลวดลาย สามารถปรับเป็นฟรีอาร์ม ปรับตำแหน่งเข็มได้ ใส่เข็มทางเดียว ดินกดผ้าแบบบังคับ - ความเร็วรอบสูงสุด 4,500 รอบต่อนาที เหมาะสำหรับเย็บผ้าบางถึงผ้าค่อนข้างหนา ระบบน้ำมันหล่อลื่นอัตโนมัติ
❖ เข็มจักร น้ำมัน กรรไกร	- เข็มจักร สำหรับใช้ในบ้านและใช้ในงานอุตสาหกรรมมีหลายประเภทขึ้นอยู่กับการใช้งาน - น้ำมันเป็นน้ำมันเอนกประสงค์สำหรับใช้ในบ้านหล่อลื่นต่างๆจนถึงน้ำมันจักรอุตสาหกรรม - กรรไกร มีหลายขนาดตั้งแต่ 8 นิ้ว 9 นิ้ว และ 10 นิ้ว เลือกใช้ได้ตามประเภทของงาน
❖ ชุดเครื่องเสียงโฮมเธียเตอร์	กำลังขับ 315 วัตต์ ระบบ 5.1 CH ถอดรหัสแบบ Dolby Digital พร้อมฟังก์ชันคาราโอเกะ มีช่องต่อไมโครโฟน 2 ช่อง มีจูนเนอร์รับสัญญาณวิทยุได้ ช่องต่อสัญญาณภาพแบบ Composite และ HDMI
❖ เตาแก๊ส	พร้อมเตาอบเอนกประสงค์ด้านล่าง ที่แขวนผ้ากันเปื้อนด้านหน้าตู้อบ ประตูตู้อบเป็นกระจกทนความร้อนชนิดใส มีลิ้นชักด้านล่าง สามารถใช้อุ่นอาหารด้วยภาชนะแก้ว กระเบื้อง
❖ เครื่องปรับอากาศ	แบบติดผนัง ขนาดตั้งแต่ 9000, 12,000 และ 18,000 บีทียู 5 โปแกรม อัตโนมัติ ฟิลเตอร์ทำความสะอาดง่าย ประหยัดไฟเบอร์ 5 และมีรีโมทคอนโทรลไร้สาย
❖ เครื่องปั่นเอนกประสงค์	มีทั้งโบลด์ โบกี้ ขนาดจุ 1.5 ลิตร ใบมีดสแตนเลส 3 ก้าน ปุ่มปรับความเร็ว 5 ระดับ ที่เก็บสายได้มอเตอร์ปรับความยาวสายได้
❖ เครื่องทำน้ำอุ่น	เครื่องทำน้ำอุ่นระบบอิเล็กทรอนิกส์ขนาด 4,500 วัตต์ เลือกปรับอุณหภูมิได้ตามที่ต้องการ พร้อมความปลอดภัยสูงสุดด้วยระบบ ELCB ตัดไฟอัตโนมัติเมื่อเกิดกระแสไฟรั่ว

❖ จานดาวเทียมซิงเกอร์	จานดาวเทียมชนิด C Band ทางเลือกใหม่ในการรับชมโทรทัศน์ ด้วยสัญญาณรายการโทรทัศน์โดยตรงจากดาวเทียมสู่ผู้ชมตามบ้านเรือน ไม่ต้องเสียค่าสมาชิก (Free to Air) จำหน่ายพร้อมอุปกรณ์ติดตั้งครบชุด สะดวกง่ายดาย คุณภาพของสัญญาณภาพ และเสียงคมชัดทุกพื้นที่
❖ ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์	เติมเงินมือถือได้ทั้ง 3 ระบบคือ 1-2 Call, Happy และ True move เติมได้ครั้งละ 10 บาท สูงสุด 100 บาทต่อครั้ง พร้อมระบบคืนเหรียญที่ได้รับรองการจดอนุสิทธิบัตรแล้ว
❖ ตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ	กรองน้ำด้วยระบบ Reverse Osmosis System ใส้กรองคุณภาพมาตรฐาน USA และฆ่าเชื้อด้วยระบบ Ozone ขนาดกำลังการผลิต 600 ลิตร และ 1,200 ลิตร พร้อมระบบล้างช่องรับน้ำ และหัวจ่ายน้ำอัตโนมัติด้วยน้ำ Ozone ทุก 3 ชั่วโมง
❖ ตู้เติมน้ำมันหยอดเหรียญ	บรรจุน้ำมันได้ 200 ลิตร ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ คำนวณเงิน และปริมาณการจ่ายน้ำมันได้อย่างแม่นยำ พร้อมสัญญาณกันโขมยและบอลลูนดับเพลิง
❖ เครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ	แบบ 2 โถปั่น ความจุโถละ 15 ลิตร สามารถทำเครื่องดื่มที่ต้องการ เช่น น้ำหวานหลากสี น้ำอัดลม เพื่อให้ได้ความเย็นจนเป็นเกล็ดหิมะ มีระบบตัดความเย็นอัตโนมัติ ตัวเครื่องคงทนด้วยสแตนเลส S304
❖ เครื่องมือทางการเกษตร	เครื่องพ่นยาสะพ่ายหลัง รุ่น SP-25L น้ำหนักเบาเพียง 10 กิโลกรัม ขนาดความจุน้ำยา 25 ลิตร * อัตราฉีดพ่น 8 ลิตร / นาที เครื่องยนต์ 2 จังหวะ (เบนซิน 91) เครื่องยนต์เอนกประสงค์ รุ่น E-65F น้ำหนักเพียง 16 กิโลกรัม เครื่องยนต์เบนซิน 4 จังหวะ (เบนซิน 91) กำลังสูงสุด 6.5 แรงม้า แรงบิดสูงสุด 13.2 นิวตันเมตรที่ 2,500 รอบ เครื่องสูบน้ำ รุ่น WP-30BX จำหน่ายพร้อมสายสูบน้ำชนิดแข็ง ยาว 6 เมตร กำลังดูดลึก 8 เมตรและสายส่งชนิดอ่อน ยาว 10 เมตร กำลังส่งน้ำสูง 30 เมตร เครื่องยนต์เบนซิน 4 จังหวะ (เบนซิน 91) กำลังสูงสุด 6.5 แรงม้า เครื่องยนต์เดินเรียบ มีระบบป้องกันเครื่องยนต์เสียหายจากน้ำมันหล่อลื่นขาด

2.2 ตลาดและการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

บริษัทใช้กลยุทธ์การขายตรงในระบบเช่าซื้อควบคู่ไปกับการขายเงินสด ทั้งนี้การขายแบบเช่าซื้อดำเนินไปภายใต้การควบคุมที่รัดกุมโดยสม่ำเสมอเพื่อให้มีหนี้เสียน้อยที่สุด สินค้าที่บริษัทจำหน่ายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเท่าเทียมหรือดีกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าของผู้ผลิตรายอื่นๆ ราคาจำหน่ายเงินสดของสินค้าใกล้เคียงกับสินค้านี้หืออื่น โดยกลุ่มลูกค้าของบริษัทเป็นลูกค้าในกลุ่มประชาชนตามต่างจังหวัด โดยบริษัทได้แบ่งระบบการขายของบริษัทออกเป็น 2 ระบบ ดังนี้

1. ระบบ “Singer Direct” เป็นระบบการขายตรงผ่านเครือข่ายพนักงานขายของซิงเกอร์
2. ระบบขายส่ง เป็นการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย ตลอดจนช่องทางการขายต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศ

เพื่อนบ้าน เช่น ลาว กัมพูชา และพม่า ตลอดจนการขายแบบ Group Sales โดยเน้นสินค้าจักรเย็บผ้า และอุปกรณ์ต่อพ่วง สินค้ากลุ่มตู้แช่ และตู้แช่ไวน์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็กภายในบ้าน

ทางด้านกลยุทธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าหลัก เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน โดยเฉพาะเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทตู้เย็น และโทรทัศน์ ซึ่งมีอัตราการครองครองสูง และตลาดมีอัตราการเติบโตน้อย บริษัทได้ใช้กลยุทธ์ในการเทิร์นเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่าทุกประเภท ทุกยี่ห้อ เพื่อขยายตลาด และเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น ซึ่งกลยุทธ์นี้บริษัทยังได้ครอบคลุมไปถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าเกือบทุกประเภทอีกด้วยเช่น เครื่องซักผ้า ตู้แช่ ตู้แช่แข็ง ประกอบกับการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้บริษัทยังได้นำสินค้าใหม่ๆ เพื่อขยายตลาดให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการพาณิชย์ เช่น ร้านโชห่วย ร้านค้าปลีก ร้านอาหาร ร้านกาแฟ หอพัก อพาร์ทเมนต์ให้มากขึ้นอีกด้วย เช่น ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์ ตู้เติมน้ำมันหยอดเหรียญ และเครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ เพื่อช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทขายสินค้าผ่านร้านสาขาของบริษัท ซึ่งมีจำนวนกว่า 200 สาขาทั่วประเทศ มีเครือข่ายพนักงานขายกว่า 3,500 คน บริษัทมีการฝึกอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ซึ่งพนักงานขายเหล่านี้เป็นกำลังสำคัญในการขยายตลาดของบริษัท บริษัทดำเนินการขายตรงเป็นหลัก มากกว่าร้อยละ 95 ของยอดขายเป็นการขายตรงทั้งหมด และมากกว่าร้อยละ 80 ของยอดขายเป็นการขายแบบเช่าซื้อ โดยบริษัทให้เช่าซื้อผ่านบริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิง (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่ง บมจ.ซิงเกอร์ประเทศไทย ถือหุ้นร้อยละ 99.99

สำหรับการควบคุมคุณภาพของบัญชีเช่าซื้อ บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิง (ประเทศไทย) จำกัด มีการตรวจสอบทั้งก่อน และภายหลังการขาย โดยจัดให้มีศูนย์พิจารณาสินเชื่อ (Credit Control Office) เพื่อตรวจสอบ และอนุมัติสินเชื่อลูกค้าก่อนการขาย ทั้งนี้การพิจารณาสินเชื่อลูกค้านั้นจะพิจารณาทั้งจากฐานข้อมูลภายในบริษัท และตรวจสอบกับบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (National Credit Bureau) และการตรวจสอบภายหลังการขายนั้นผู้ตรวจสอบบัญชี (Account Checker) จะทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของบัญชีเช่าซื้อและข้อมูลสินเชื่อว่าถูกต้องตามที่ได้อนุมัติไปหรือไม่โดยการไปตรวจเยี่ยมผู้เช่าซื้อถึงบ้านทุกบัญชี ปัจจุบันบริษัทมีผู้ตรวจสอบบัญชีกว่า 100 คนรับผิดชอบตรวจสอบบัญชีเช่าซื้อทั่วประเทศ ภายใต้การควบคุมและตรวจสอบของฝ่ายสินเชื่อ

(ข) แนวโน้มอุตสาหกรรมและภาวะการแข่งขัน

เศรษฐกิจไทยมีศักยภาพจะเติบโตได้ประมาณ 3.4% ในปี 2556 ต่ำกว่าประมาณการ เนื่องจาก

- 1) การส่งออกในระยะที่ผ่านมาเติบโตได้น้อยกว่าที่คาด
- 2) การบริโภคและการลงทุนชะลอตัวลงมากกว่าที่คาด
- 3) การเบิกจ่ายงบประมาณภาครัฐต่ำกว่าเป้าหมาย

แต่อย่างไรก็ตามคาดว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2557 จะขยายตัวประมาณ 3.0% มีปัจจัยเสี่ยงจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองที่มีแนวโน้มที่จะยืดเยื้อ ส่งผลให้มีโอกาสเกิดความล่าช้าในการจัดตั้งรัฐบาลที่มีอำนาจในการบริหารราชการได้

อย่างเต็มที่ และอาจทำให้การขยายตัวของเศรษฐกิจลดลงไปอยู่ในระดับ 2.4% เกิดความล่าช้าในการเบิกจ่ายงบลงทุน และโครงการลงทุนขนาดใหญ่ต่างๆ นอกจากนี้ความไม่แน่นอนทางการเมืองยังส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นที่เกี่ยวข้องกับทั้งการบริโภคและการลงทุนภาคเอกชน สำหรับแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักในปี 2557 จะมาจากการส่งออกที่มีแนวโน้มขยายตัว 6% ตามเศรษฐกิจโลกที่ปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะเศรษฐกิจสหรัฐฯ ซึ่งจะชดเชยอุปสงค์ภายในประเทศที่มีแนวโน้มชะลอตัว

ธุรกิจเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า

ในธุรกิจแบบเช่าซื้อมีส่วนแบ่งตลาดในประเทศอยู่ 2 กลุ่มหลักๆ ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีฐานลูกค้า และลักษณะที่ต่างกัน

กลุ่มแรกมีผู้ประกอบการรายใหญ่ในประเทศ ได้แก่ บจ.อยุธยา แคปปิตอล เซอร์วิสเซส (กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์) และ บมจ. อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายนั้น นอกเหนือจากการให้บริการธุรกิจเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าแล้วยังมีบริการสินเชื่อเช่าซื้อสินค้าอีกหลายประเภท เช่น อุปกรณ์สื่อสาร เครื่องใช้สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ รถจักรยานยนต์ และรถยนต์ เป็นต้น

กลุ่มที่สองซึ่งจะมุ่งเน้นในด้านสินค้าที่มีอายุการใช้งานยาวนาน และสินค้าจำพวกเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ปัจจุบันยังมีเพียง บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย เพียงบริษัทเดียวเท่านั้นที่ยังดำเนินธุรกิจการขายตรงแบบเช่าซื้อผ่านทางร้านสาขา และ พนักงานขาย/พนักงานเก็บเงิน

จากการที่เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านอันได้แก่ โทรทัศน์ และตู้เย็น ซึ่งถือเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการครอบครองที่สูง จึงทำให้การเพิ่มยอดขายเป็นไปได้ยาก แต่ผู้บริหารของบริษัทกลับมองว่าสามารถที่จะเพิ่มยอดขายได้ด้วยการนำหลักการตลาดของสินค้าทดแทน (Replacement Market) โดยอาศัยกลยุทธ์ดีแลก (Trade-in) สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านของลูกค้าทุกชนิดทุกยี่ห้อมาแลกกับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ของซิงเกอร์พร้อมกับเงื่อนไขรับส่วนลดระหว่าง 1,000 – 5,000 บาท พร้อมทั้งการผ่อนสบายๆ และการบริการอย่างยอดเยี่ยมกับร้านสาขา ซิงเกอร์ที่มีอยู่ทั่วประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบริษัทในการขยายตลาดของสินค้าทุกชนิดที่บริษัทจัดจำหน่าย

จักรเย็บผ้า

สินค้าอุปโภคบริโภคหลายประเภทที่ผลิตใช้ในชีวิตประจำวัน อาทิ เสื้อ กางเกง กระโปรง กระเป๋า รองเท้า ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ฯลฯ ล้วนแล้วแต่ใช้จักรเย็บผ้าในการผลิตทั้งสิ้น จักรเย็บผ้าจึงเป็นสินค้าที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งในรูปของธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดย่อม รวมถึง จักรเย็บผ้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ตลาดของจักรเย็บผ้าสามารถแบ่งได้เป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภท คือ จักรเย็บผ้าอุตสาหกรรมที่นำมาใช้ตัดเย็บเครื่องอุปโภคบริโภคในเชิงอุตสาหกรรม และจักรเย็บผ้าธรรมดาที่นำมาใช้ตัดเย็บภายในครัวเรือน สำหรับยี่ห้อที่วางจำหน่ายอย่างแพร่หลายในตลาดจักรเย็บผ้าในประเทศไทย ได้แก่ ซิงเกอร์ จาโนเม่ เอลวีร่า บราเดอร์ และจูกิ ทั้งยังมีจักรเย็บผ้าราคาถูกที่นำเข้าจากประเทศจีนอีกหลากหลายยี่ห้อที่เข้ามาแข่งขันกันในตลาดนี้

เนื่องจากจักรเย็บผ้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงทน และมีอายุการใช้งานยาวนานพอสมควร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการใช้งานที่เหมาะสมกับจักรเย็บผ้าแต่ละประเภทด้วย ปัจจุบันตลาดมีความต้องการซื้อจักรเย็บผ้ามากขึ้นเนื่องด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักรเย็บผ้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จนกลายเป็นจักรเย็บผ้า

คอมพิวเตอร์ ที่มีรูปลักษณ์สวยงาม ทันสมัย กระทัดรัด ใช้งานง่าย สามารถประดิษฐ์งานได้หลากหลายเหมาะกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไปที่กำลังนิยมนงานประดิษฐ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว DIY (Do It Yourself)

การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งที่สำคัญ

ในประเทศไทยมีบริษัทใหญ่ๆ ที่ดำเนินธุรกิจทางการเงินให้กับผู้บริโภค (Consumer Finance) ที่ไม่ใช่ธนาคาร (Non-bank) โดยที่มีบริษัทที่ดำเนินธุรกิจทางด้านบัตรเครดิต (Credit Card) อันได้แก่ American Express (Thai) (AMEX), General Card Services, Krungsriyuthaya Card (KCC), Krungthai Card (KTC), และ Tesco Card Services ส่วนบริษัทดำเนินธุรกิจ Non-bank อันได้แก่ AEON Thana Sinsap (Thailand) (AEONTS), Krungsri First Choice (KFC) และ Easy Buy ซึ่งมุ่งเน้นในการทำธุรกิจเช่าซื้อ และสินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan) และ Singer Thailand (SINGER) ที่มุ่งเน้นเฉพาะธุรกิจเช่าซื้อที่ได้ดำเนินธุรกิจมาตลอดระยะเวลากว่า 120 ปี

บริษัทที่เป็น Non-bank ดังกล่าวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม แต่ละกลุ่มก็มีเป้าหมายของตนเอง ดังเช่น AEONTS, EASY BUY และ Krungsri First Choice จะมุ่งเน้นธุรกิจทางขายแบบเช่าซื้อและสินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loans) กับลูกค้าที่มีประวัติดี และมีรายได้ประจำไม่น้อยกว่า 4,000 บาท ในขณะที่ SINGER จะมุ่งเน้นไปในกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในต่างจังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจการเกษตรอันถือเป็นกลุ่มฐานราก บริษัทเหล่านี้ดำเนินธุรกิจแบบขายตรงซึ่งนำต้นทุนทางการเงินพร้อมค่าใช้จ่ายของการให้บริการก่อนและหลังการขายมารวมอยู่ในอัตราที่คิดกับลูกค้า

การแข่งขันของบริษัทในกลุ่มเหล่านี้จะแตกต่างกันโดยที่บริษัทในกลุ่มแรก (AEONTS, KFC และ EASY BUY) จะแข่งขันกันในเรื่องของความรวดเร็วในการอนุมัติเครดิต และอัตราดอกเบี้ย บริษัทที่มีกลุ่มลูกค้าเป็นเกษตรกรในชนบทจะแข่งขันในเรื่องของการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนในท้องถิ่น และการเสนอบริการที่ดีทั้งก่อนการขาย และหลังการขาย ยิ่งไปกว่านั้นการให้บริการการขายตรงที่ให้กับลูกค้าก็จะต้องคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าโดยการนำเสนอบริการ และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์จักรเย็บผ้า หลังกลางปี 2545 บริษัทได้เปลี่ยนวิธีการสั่งซื้อ จากเดิมบริษัทใช้วิธีการสั่งซื้อจักรเย็บผ้าจากบริษัท อุตสาหกรรมซิงเกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มาเป็นการสั่งซื้อจักรเย็บผ้าสำเร็จรูปโดยตรงจากต่างประเทศแทน เนื่องจากต้นทุนของการนำเข้าผลิตภัณฑ์จักรเย็บผ้าสำเร็จรูปต่ำกว่าต้นทุนการผลิตและประกอบภายในประเทศ สินค้าที่บริษัทซื้อจากผู้ผลิตจากต่างประเทศมีมูลค่าประมาณร้อยละ 3 ของสินค้าที่ซื้อทั้งหมด

ในส่วนของเครื่องใช้ไฟฟ้า บริษัทสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในประเทศในลักษณะของ OEM (Original Equipment Manufacturer) กล่าวคือ ผู้ผลิตจะผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมาย “ซิงเกอร์” ให้แก่บริษัทโดยผู้ผลิตหลักซึ่งผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านให้แก่บริษัทได้แก่:-

1. บริษัท ไฮเออร์ อิเล็กทริก จำกัด (มหาชน) สินค้าที่ผลิต ได้แก่ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า และเครื่องปรับอากาศ
2. บริษัท ชันโย คอมเมอเชียล โซลูชั่น (ไทยแลนด์) จำกัด สินค้าที่ผลิต ได้แก่ ตู้แช่แข็ง ตู้แช่เครื่องดื่ม และตู้แช่ไวน์

3. บริษัท ไทยซัมซุง อิเล็คโทรนิคส์ จำกัด สินค้าที่ผลิต ได้แก่ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ และเครื่องซักผ้า
4. บริษัท ชาร์ปไทย จำกัด สินค้าที่ผลิต ได้แก่ ตู้เย็น
5. Changhong Electronics Co., Ltd. สินค้าที่ผลิตได้แก่ แอลซีดีทีวี
6. บริษัท ลักกี้เฟลม จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ เตาแก๊ส
7. บริษัท เอดีที ออนไลน์ จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์
8. บริษัท เอส เซฟ ออยล์ จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ ตู้เติมน้ำมันหยอดเหรียญ
9. บริษัท ลักกี้สตาร์ ยูนิเวอร์แซล จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ ตู้แช่เครื่องดื่ม
10. บริษัท แอ็นทรีเรียม เทคโนโลยี จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์

นอกจากสินค้าที่ขายภายใต้เครื่องหมายการค้า ซิงเกอร์ แล้วบริษัทยังได้ร่วมมือกับบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และประกันภัยจาก บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เพื่อขยายตลาดประกันชีวิต และประกันภัยเข้าสู่กลุ่มฐานลูกค้าของบริษัทให้มากขึ้นด้วย

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการประหยัดพลังงาน การรักษาสิ่งแวดล้อม และได้มีการรณรงค์ให้มีการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างหนึ่ง บริษัทได้พัฒนาอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นสินค้าที่บริษัทจำหน่ายจึงเป็นสินค้าที่มีฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ยิ่งไปกว่านั้นตู้เย็นของซิงเกอร์ได้พัฒนาอีกขั้นโดยใช้น้ำยาทำความเย็นที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และไม่ทำลายชั้นบรรยากาศของโลก “NON CFC” คือสาร “C-Pentane” ซึ่งมีค่าในการทำลายโอโซนเป็นศูนย์

ทางบริษัทมีความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจอย่างมีคุณภาพ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม และผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ภาพรวมการบริหารความเสี่ยงของบริษัท

เพื่อเป็นการตระหนักถึงความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงได้มีการกำหนดหลักการและแนวทางในการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนทบทวนพร้อมปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างมาตรฐานและความพร้อมในการรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ทั้งนี้หลักการและกระบวนการบริหารความเสี่ยง พร้อมประเภทความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

● หลักการในการบริหารความเสี่ยง

บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงในหลายด้านด้วยกัน ได้แก่ การบริหารความเสี่ยงด้านบัญชีลูกหนี้เข้าซื้อ การบริหารความเสี่ยงด้านตลาด การบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง การบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ และการบริหารความเสี่ยงด้านอื่นๆ เช่น ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ อันได้แก่ น้ำท่วม แผ่นดินไหว สึนามิ เป็นต้น โดยบริษัทยึดหลักการในการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

- การมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยงของหน่วยธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยหน่วยธุรกิจ ซึ่งดำเนินธุรกิจที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อการบริหารความเสี่ยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นดังกล่าวมีความเหมาะสมกับอัตราผลตอบแทนที่กำหนดภายใต้ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ขณะที่หน่วยงานสนับสนุนซึ่งมีหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติงานให้แก่หน่วยธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันนั้น จะรับผิดชอบการจัดการความเสี่ยงด้านปฏิบัติการซึ่งเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ
- การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมความเสี่ยงโดยหน่วยงานที่เป็นเอกเทศ โดยกระบวนการควบคุมมีความเป็นอิสระ และมีหน่วยงานควบคุมทำหน้าที่รับผิดชอบในการให้ความเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นอิสระและเชื่อถือได้ รวมทั้งการควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ภายใต้ระดับที่ยอมรับได้
- การมีนโยบายในการบริหารความเสี่ยงที่ชัดเจน โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กร จะทำหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง ภายใต้แนวทางที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
- การบริหารความเสี่ยงโดยรวมความเสี่ยงทุกประเภทที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกรรม โดยการบริหารความเสี่ยงควรคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยงทุกประเภทซึ่งเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกรรม อีกทั้งยังจะต้องครอบคลุมถึงทุกระดับงานภายในองค์กร
- การวัดผลงานโดยปรับความเสี่ยงของหน่วยธุรกิจ โดยหน่วยงานธุรกิจจะได้รับการประเมินผลงานตามประสิทธิภาพของการทำงานที่ปรับด้วยความเสี่ยงแล้ว รวมถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นๆ

● กระบวนการบริหารความเสี่ยง

เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงมีกระบวนการบริหารความเสี่ยงซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนหลักต่าง ๆ ดังนี้

- **การระบุความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนที่จะมีการบ่งชี้ถึงความเสี่ยง ทั้งในแง่ของประเภทความเสี่ยง สาเหตุ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงทั้งที่เป็นปัจจัยภายใน และภายนอก ตลอดจนมีการพิจารณา หรือคาดการณ์ถึงความเสี่ยงที่บริษัทกำลังประสบอยู่ หรือความเสี่ยงใหม่ที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นในอนาคต
- **การประเมินความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนที่จะมีการนำเครื่องมือ และวิธีการต่าง ๆ ที่เหมาะสมมาใช้ประเมินความเสี่ยง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะต้องได้รับการตรวจสอบ อนุมัติ และทบทวนภายใต้กรอบระยะเวลาที่เหมาะสม
- **การติดตามและควบคุมความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนที่จะมีการติดตาม และควบคุมการดำเนินการตามนโยบายความเสี่ยง ระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยง และขอบเขตของความเสี่ยง เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายความเสี่ยง และระดับความเสี่ยงที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทโดยมีการติดตามและควบคุมความเสี่ยงดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง
- **การรายงานความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนของการรายงานความเสี่ยงประเภทต่าง ๆ อย่างครอบคลุม ซึ่งจะต้องมีความเหมาะสมและเพียงพอ เพื่อให้การบริหารจัดการความเสี่ยงเกิดประสิทธิผลสูงสุด

ทั้งนี้ เพื่อหลีกเลี่ยงความสูญเสียทางการเงิน และสนับสนุนให้หน่วยธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง กระบวนการบริหารความเสี่ยงที่ดี ยังได้รับการออกแบบให้คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม ทั้งที่เป็นสภาวะปกติและสภาวะวิกฤติด้วย

ความเสี่ยงที่อาจจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

ความเสี่ยงในด้านการตลาดและการขาย

ความเสี่ยงในด้านการตลาดและการขาย หมายถึง ความเสี่ยงต่อรายได้ หรือการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งรายได้หลักมาจากองค์ประกอบ 2 ส่วนที่สำคัญได้แก่

1. การจำหน่ายสินค้า ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน จักรเย็บผ้า ตู้แช่ ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์ ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ ซึ่งสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่มีการแข่งขันกันสูงต้องอาศัยการพัฒนาด้านเทคโนโลยีไปตามวงจรของสินค้าแต่ละชนิดอยู่ตลอดเวลา แต่เนื่องจากบริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายไม่ได้เป็นผู้ผลิตดังนั้นความเสี่ยงในด้านเทคโนโลยีจึงไม่ได้มีผลกระทบโดยตรงกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ประกอบกับบริษัทได้มีการสืบหาผู้ผลิตที่มีความรู้ความสามารถในการผลิตสินค้า และบริการ แต่ไม่มีช่องทางการจำหน่ายที่บริษัทสามารถเข้าไปช่วยเหลือพร้อมทั้งเชิญมาเป็นพันธมิตรทางการค้า จึงทำให้สินค้าของบริษัทมีการพัฒนาไปอยู่ตลอดเวลา ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทได้มีการตั้งสำรองสินค้าล้าสมัย และเสื่อมคุณภาพเพื่อรองรับความเสี่ยงดังกล่าวบางส่วนที่จะมากระทบกับงบการเงินของบริษัท

2. ดอกเบี้ยรับจากการให้เช่าซื้อ ซึ่งระบุไว้ในสัญญาเช่าซื้อในอัตราคงที่ตามสภาวะการแข่งขัน และอัตราดอกเบี้ยในตลาดในขณะที่มีการขายให้กับลูกค้า ในขณะที่เดียวกันบริษัทก็ได้มีการกู้เงินเพื่อมาใช้ในการดำเนินธุรกิจด้วยเงินกู้ที่มีทั้งระยะสั้นและระยะยาวจากธนาคาร และสถาบันการเงินต่างๆ ตลอดจนรวมไปถึงนักลงทุนโดยทั่วไป และเฉพาะเจาะจง ซึ่งในเงินกู้ดังกล่าวนี้บริษัทได้ให้มีการออกหุ้นกู้ระยะยาวซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ในปี 2555 และ

ปี 2556 เพื่อมาคืนเงินกู้ตามสัญญาขายระยะเวลาชำระหนี้ที่มีต่อสถาบันการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่เป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัว จึงทำให้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมส่วนใหญ่ของบริษัทสูง แต่หากมีการขึ้นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ บริษัทก็จะให้มีการพิจารณาความเหมาะสมก่อน แล้วให้มีการปรับอัตราดอกเบี้ยเข้าซื้อขึ้นตามเพื่อเป็นการชดเชยผลกระทบของต้นทุนดอกเบี้ยที่สูงขึ้น

ความเสี่ยงด้านบัญชีลูกหนี้เข้าซื้อ

บัญชีลูกหนี้เข้าซื้อถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ เพราะมากกว่าร้อยละ 80 ของการขายเป็นการขายแบบเข้าซื้อ บริษัทจึงให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากบัญชีลูกหนี้เข้าซื้อ อันได้แก่ การเก็บเงินไม่ได้ หนี้สูญ และการทุจริตจากบัญชีลูกหนี้ บริษัทจึงได้กำหนดมาตรการต่างๆ ในการกำกับดูแลบัญชีลูกหนี้อย่างเข้มงวดตั้งแต่ขั้นตอนของการพิจารณาความน่าเชื่อถือ (Credit Scoring) การติดตาม การประเมินผล ตลอดจนการฟ้องร้อง การดำเนินคดีตามกฎหมายในกรณีผิดนัดชำระหนี้ ซึ่งถือเป็นขั้นตอนของการปฏิบัติการ (Operation) เพื่อให้มีการดำเนินการอย่างเป็นอิสระ และมุ่งเน้นในการบริหารธุรกิจเข้าซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2555 บริษัทจึงได้มีการจัดตั้งบริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ขึ้นจากโครงสร้างการบริหารของฝ่ายสินเชื่อและบริหารความเสี่ยง (Credit & Risk Department) ที่แยกเป็นอิสระจากการขาย และการเก็บเงินจากเดิม เพื่อให้การทำงานสะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น สินเชื่อเข้าซื้อทั้งหมดจะต้องมีผู้ค้ำประกันหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน หลังจากທີ່บริษัทได้ให้มีการตรวจสอบเครดิตของลูกค้ำก่อนที่จะมีการขาย โดยแผนกอนุมัติเครดิตก่อนขาย (Credit Control Officers) อันเป็นผลทำให้ยอดขายของบริษัทลดลงมาที่ตาม บริษัทก็ยังคงให้มีการตรวจสอบเครดิตของลูกค้ำก่อนขายต่อไป พร้อมทั้งยังให้มีการขยายการตรวจสอบเครดิตก่อนขายเพิ่มขึ้นอีกเพื่อให้ได้บัญชีใหม่ที่มีคุณภาพ และยังให้มีการพัฒนาปรับปรุงฐานข้อมูลของลูกค้ำ และวิธีการปฏิบัติการด้านสินเชื่อ ให้มีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อลดความเสียหายที่อาจจะเกิดจากบัญชีเข้าซื้อ พร้อมทั้งให้มีการตั้งสำรองความสูญเสียที่อาจจะเกิดจากบัญชีลูกหนี้อย่างต่อเนื่องโดยใช้หลักความระมัดระวัง โดยให้มีการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญทันทีที่มีการขายเข้าซื้อ เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับงบการเงิน

ในด้านการกำกับดูแล นอกจากบริษัทยังคงเน้นให้มีการปฏิบัติตามนโยบายไม่ยอมให้มีการทุจริต (Zero Tolerance) ที่เรื่อนำมาใช้ตั้งแต่ปี 2553 แล้วบริษัทยังได้จัดให้มีการต่อสัญญาประกันภัยพนักงานทุจริต (Employee Fidelity Insurance) กับบริษัทประกันภัยเป็นประจำทุกปี เพื่อลดความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการทุจริตภายในองค์กร อันถือเป็นมาตรการหนึ่งที่ทำให้กำไรของบริษัทเพิ่มขึ้น

ความเสี่ยงในการผลิต

สินค้าส่วนใหญ่ที่บริษัทจำหน่ายมาจากการจ้างผลิตแบบ OEM (Original Equipment Manufacturer) ซึ่งต้องอาศัยผู้ผลิตที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการผลิต โดยบริษัทได้ให้มีการติดต่อกับผู้ผลิตหลายรายไม่เจาะจงเฉพาะรายใดรายหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ เพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดโดยผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งเท่านั้น อีกทั้งทำให้เกิดอำนาจต่อรองในการสั่งซื้อสินค้าเพื่อให้ได้ต้นทุนที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ

ความเสี่ยงทางการเงิน

การดำเนินงานของบริษัทจำเป็นต้องใช้แหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมทั้งจากธนาคาร สถาบันการเงิน ตลอดจนนักลงทุนสถาบัน ซึ่งมีความไม่แน่นอนเกิดขึ้นตามสถานะของตลาดเงินและตลาดทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นบริษัทย่อมได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพคล่องทางการเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่เกิดขึ้น บริษัทมีนโยบายการกู้ยืมจากธนาคาร สถาบันการเงิน และนักลงทุนสถาบัน โดยไม่เจาะจงกู้ยืมจากธนาคารหรือสถาบันการเงินใดสถาบันหนึ่งเท่านั้น เพื่อกระจายความเสี่ยงและต้นทุนของแหล่งเงินทุน

เพื่อให้เกิดสภาพคล่องและรองรับการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่อาจจะส่งผลกระทบกับการดำเนินงานและต้นทุนทางการเงินของบริษัท บริษัทได้มีการออกหุ้นกู้ระยะยาวที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ตามที่ระบุคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 80.4% ของเงินกู้ทั้งหมดโดยมีหุ้นกู้ดังกล่าวที่จะถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีเท่ากับ 16.3% สำหรับสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจของบริษัท เมื่อพิจารณาจากอัตราส่วนหมุนเวียน (Current Ratio) ของบริษัท ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2556 เท่ากับ 2.8 เท่าอันประกอบด้วยเงินกู้ระยะสั้นและหุ้นกู้ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีเท่ากับ 375 ล้านบาทโดยมีความเสี่ยงในการก่อหนี้ของบริษัท (Leverage Ratio) เท่ากับ 1.27 เท่าซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำ

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นมีผลกระทบกับการดำเนินงานของบริษัทในด้านการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉลี่ยมีมูลค่าไม่เกินร้อยละ 3 ของยอดขายของบริษัทซึ่งมีผลกระทบเล็กน้อยกับต้นทุนของสินค้าที่นำเข้าอันได้แก่ จักรเย็บผ้า แต่บริษัทก็สามารถลดผลกระทบดังกล่าวได้จากการขึ้นราคาขาย ประกอบกับการลดอัตราภาษีนำเข้าของจักรเย็บผ้าจากประเทศจีนตามนโยบายของรัฐบาลในการเปิดการค้าเสรี (Free Trade Agreement- FTA) กับประเทศจีน

ความเสี่ยงจากการปฏิบัติตามเงื่อนไขการกู้ยืมเงิน (Covenant) / คovenันต์ชำระหนี้/ภาระการลงทุนในอนาคตในการกู้ยืมทั้งจากธนาคาร สถาบันการเงิน และนักลงทุนนั้น ได้มีการกำหนดเงื่อนไขสำคัญที่บริษัทต้องปฏิบัติตาม ได้แก่ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) ไม่เกิน 3 : 1 และอัตราส่วนเงินกู้ที่มีดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นต้องไม่เกิน (Interest Bearing Ratio) ไม่เกิน 2:1 ซึ่งจากงบการเงินสำหรับปี 2556 ล่าสุด บริษัทก็ยังรักษาสัดส่วนทั้งสองอยู่ในระดับที่ต่ำ โดยอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทอยู่ที่ 1.27 เท่าและอัตราส่วนเงินกู้ที่มีดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.80 เท่า เว้นแต่เปอร์เซ็นต์ของ NPL สำหรับมูลค่าของลูกค้าที่ค้างชำระเกินกว่าสามเดือนซึ่งได้กำหนดไว้กับธนาคารแห่งหนึ่งไม่เกิน 5% แต่เมื่อผลปรากฏว่าอยู่ที่ 5.98% ซึ่งในกรณีนี้ บริษัทได้มีการไปแจ้งให้ธนาคารแห่งนั้นทราบแล้ว และได้มีการอนุโลมให้แล้ว พร้อมกับจะให้มีการกำหนด อัตราส่วนนี้ใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทต่อไป ในเรื่องของการปฏิบัติตามเงื่อนไขการกู้ยืมเงินเป็นเรื่องที่บริษัทจะต้องปฏิบัติตาม หากเงื่อนไขใดไม่สามารถปฏิบัติตามได้ก็จะต้องให้มีการเจรจา พร้อมให้เหตุผลให้ผู้ให้กู้อบรม เพื่อให้ผู้ให้กู้นั้นๆ เข้าใจลักษณะการดำเนินธุรกิจ และข้อจำกัดของบริษัทเพราะแต่ละบริษัทก็จะมีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไม่สามารถที่จะมาใช้เงื่อนไขการกู้ยืมที่เหมือนกันได้ มิฉะนั้นแล้วจะทำให้เกิดการผิดสัญญาการกู้ยืมอันอาจนำมาซึ่งการผิดนัดชำระหนี้ได้

ความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินการของรัฐบาล

ธุรกิจเช่าซื้อนี้เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงมากทำให้รัฐบาลให้ความสำคัญที่จะเข้ามาควบคุม โดยการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ขึ้นมาดูแลมิให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจเช่าซื้อเอาเปรียบผู้บริโภค และในขณะเดียวกันกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้มีประกาศให้ธุรกิจให้เช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2544 เพื่อนำมาเป็นหลักปฏิบัติในเรื่องการกำหนดอัตราดอกเบี้ยค่าธรรมเนียมการผิณฑ์ชำระหนี้ หรือค่าปรับในการชำระหนี้ล่าช้า ซึ่งอาจทำให้เกิดการเอาเปรียบกับผู้บริโภคได้ ตลอดจนการออกกฎหมายให้ผู้ประกอบการค้าต้องมีความรับผิดชอบเกี่ยวกับสินค้า (Product Liabilities) ต่อผู้บริโภค ดังนั้นบริษัทจึงได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับธุรกิจเช่าซื้อของบริษัท ตลอดจนการรับประกันสินค้าที่จำหน่ายให้สอดคล้องกับแนวทางที่ทางราชการกำหนดพร้อมกับติดตามข้อมูลข่าวสารดังกล่าวตลอดเวลาเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้การดำเนินงานของบริษัทสอดคล้องกับกฎระเบียบของรัฐบาล ดังจะเห็นได้จากการที่บริษัทได้รับประกาศเกียรติคุณจาก สคบ. ในด้านการจัดทำฉลากสินค้า การโฆษณาสินค้า และสัญญาเช่าซื้อที่เป็นธรรมต่อลูกค้า เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2546 และเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2550 ต่อเนื่องถึงปี 2551 ในฐานะผู้ประกอบการที่พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค เป็นต้น

ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

จากเหตุการณ์อุทกภัย แผ่นดินไหว และสึนามิ ที่ผ่านมามีพบว่า ภัยธรรมชาติได้เข้ามาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจอันหนึ่งที่บริษัทจะต้องให้ความสำคัญ เพราะมันจะส่งผลให้เกิดความเสียหายกับทรัพย์สิน และธุรกิจของบริษัทได้ ความเสี่ยงนี้เป็นความเสี่ยงที่บริษัทไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ แต่สามารถลดความเสียหายหรือหาทางป้องกันได้ด้วยการเตรียมพร้อม ภายใต้ความร่วมมือระหว่างพนักงานทุกคนที่จะปกป้องทรัพย์สินของบริษัท เพราะบริษัทได้มีการมอบหมายให้ผู้จัดการร้านทำการบริหารร้านเสมือนหนึ่งเป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เองที่จะต้องปกป้องและดูแลทรัพย์สินภายในร้าน รวมทั้งธุรกิจของบริษัทเสมือนหนึ่งเป็นของตนเอง อีกทั้งร้านของบริษัทนั้นตั้งกระจายไปตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศไทย อันถือเป็นการกระจายความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น กล่าวคือหากมีภัยธรรมชาติเกิดขึ้นที่ท้องที่หนึ่ง ร้านอื่นๆ ที่อยู่ท้องที่อื่นก็ยังคงสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยไม่หยุดชะงัก ยิ่งไปกว่านั้นลักษณะของการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่อาศัยการเดินตลาด (Canvassing) ที่ไม่ได้เป็นการขายที่ร้านเท่านั้น ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นจึงไม่ได้ทำให้การขายของร้านหยุดลงแม้จะเกิดน้ำท่วมที่ร้านก็ตาม ดังได้ปรากฏแล้วกับเหตุการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายจังหวัดในภาคกลางและกรุงเทพฯ ที่ผ่านมา แต่ผลการขายและการเก็บเงินของบริษัทก็ยังดำเนินต่อไปได้และก็สามารถฟื้นตัวกลับมาอยู่ในภาวะปกติได้ภายในระยะเวลาสั้นๆ และเพื่อเป็นการลดความเสียหายที่อาจจะเกิดกับทรัพย์สิน เมื่อเกิดภัยธรรมชาติ บริษัทก็ยังได้มีการโอนความเสี่ยงนี้ด้วยการทำประกันภัยที่เรียกว่า All Risk กับบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้วย

ความเสี่ยงจากความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศไทย

บริษัทตระหนักดีว่า การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความเสี่ยงที่อาจเผชิญกับภัยคุกคามต่าง ๆ ที่อาจมาจากสภาวะความไม่แน่นอนทางการเมือง ซึ่งจากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงกับชีวิตและทรัพย์สิน รวมถึงความปลอดภัยของพนักงาน และส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ บริษัทจึงได้เตรียม

ความพร้อม ติดตาม และวิเคราะห์สถานการณ์อย่างต่อเนื่อง หากมีแนวโน้มที่จะเกิดเหตุการณ์รุนแรงก็จะให้มีการติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์อย่างใกล้ชิด สื่อสารแจ้งสถานการณ์ และข้อปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย ไปยังผู้เกี่ยวข้อง และเพิ่มระบบการรักษาความปลอดภัยในสถานที่ปฏิบัติงานของบริษัทและเตรียมแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) ซึ่งรวมถึงการเตรียมความพร้อมระบบ ITการทำงานที่บ้าน และการทำงานที่ Backup Office

ความเสี่ยงจากทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของความสำเร็จของบริษัท และเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการดำเนินงานของบริษัทได้ เช่น การเกษียณอายุ การลาออก เป็นต้น ที่อาจจะมีผลที่ทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจได้ บริษัทจึงได้ให้ความสำคัญกับพนักงานทุกคน และดูแลเอาใจใส่ทุกข้อของพนักงานทุกคนเสมือนหนึ่งเป็นคนในครอบครัวเดียวกัน พร้อมสนับสนุนให้ทำงานตามตำแหน่งที่เหมาะสมกับหน้าที่ความสามารถ และด้วยการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ บริษัทได้มีการตั้งสำรองกองทุนพนักงานเกษียณอายุ (Retirement Funds) เพื่อมิให้มีผลกระทบกับงบการเงินเมื่อมีพนักงานเกษียณอายุเกิดขึ้น

ความเสี่ยงจากการยืดยืดสินค้าน

ปกติธุรกิจเข้าซื้อมีความเสี่ยงในด้านการยืดยืดสินค้าน และถือเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ถึงแม้การยืดยืดสินค้านั้นเป็นความเสี่ยงต่อการลดลงของยอดขาย และมีผลทำให้สินค้าคงเหลือมีจำนวนมากก็ตาม ในอีกด้านหนึ่งก็ถือเป็น การชดเชยต่อความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการหยุดชะงักของเงินของลูกค้าได้ เพราะบริษัทยังสามารถนำสินค้าเหล่านั้นมาจำหน่ายในตลาดสินค้ามือสองได้อีกด้วย อันถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอีกรูปแบบหนึ่ง

การบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการหมายถึง ความเสี่ยงเนื่องจากความผิดพลาด หรือความไม่เพียงพอของกระบวนการทำงาน พนักงาน ระบบงาน หรือระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และเหตุการณ์หรือปัจจัยภายนอก ซึ่งทำให้ได้รับความเสียหายต่อรายได้หรือบัญชีเข้าชื่อของบริษัททั้งทางตรง และทางอ้อม

• แนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการปรากฏอยู่ในทุกกระบวนการของหน่วยงาน รวมถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท ลูกค้า รวมทั้งผู้ถือหุ้น บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญในการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการเสมอ และได้มีนโยบายให้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ รวมถึงได้มีการพัฒนารอบการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ทุกหน่วยงานมีการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงการควบคุมความเสี่ยง และประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน มีการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐานเดียวกัน มีการประเมิน และป้องกันความเสี่ยงก่อนที่จะเกิดความเสียหาย นอกจากนี้ผู้บริหารระดับสูงสามารถเห็นภาพรวมของความเสี่ยง เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพสามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจสำหรับธุรกิจ รวมทั้งสอดคล้องตามข้อกำหนดของกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดให้มีการประเมินความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการควบคุมความเสี่ยงสำหรับธุรกิจใหม่ๆ และระบบงานใหม่ต่างๆ ที่นำมาใช้ อันได้แก่ การจัดตั้ง บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อดำเนินการธุรกิจเช่าซื้อ และการเปลี่ยนชื่อของ บริษัท อุตสาหกรรมซิงเกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มาเป็น บริษัท ซิงเกอร์เซอร์วิสเซส จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการซ่อมให้กับลูกค้าของบริษัทถึงบ้าน เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจและระบบงานใหม่ดังกล่าว มีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และมีกระบวนการควบคุมที่เหมาะสม ก่อนที่จะเริ่มให้บริการแก่ลูกค้า

ทั้งนี้บริษัทยังคงมุ่งที่จะพัฒนาระบบและกระบวนการในการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการตลอดจนเครื่องมือที่ทันสมัยมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักร

จำนวนร้านสาขาทั้งหมด 214 สาขา บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดิน และอาคารรวม 52 แห่ง ที่เหลือเป็นร้านสาขาที่บริษัทเช่าซึ่งรวมทั้งอาคารที่ใช้เป็นสำนักงานใหญ่ ปัจจุบันสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 72 อาคาร กสท โทรคมนาคม ชั้น 17 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โดยเช่าจาก บมจ.กสท โทรคมนาคม ด้วยสัญญาเช่าที่มีอายุการเช่า 3 ปีสิ้นสุดสัญญาในวันที่ 14 มกราคม 2558 โดยในสัญญาเช่ากำหนดค่าเช่าพื้นที่รวมเป็นเงิน 602,000 บาทต่อเดือน และค่าบริการรวมเป็นเงิน 367,950 บาทต่อเดือน นอกจากนั้นก็จะมีการเช่าอาคารคลังสินค้าที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่บริษัททำสัญญาเช่าเป็นระยะเวลา 3 ปี จากบริษัท จอल्ली แลนด์ จำกัด โดยมีราคาค่าเช่า เดือนละ 308,000 บาท ซึ่งสิ้นสุดสัญญาในวันที่ 10 ธันวาคม 2557

มูลค่าตามบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ – สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ของ บมจ. ซิงเกอร์ ประเทศไทย และบริษัทย่อย มีจำนวนเท่ากับ 360,722,308.- บาท

4.2 บริษัทหรือบริษัทย่อยไม่ได้ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

-

4.3 สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

สิทธิบัตร ไม่มี

เครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้า “SINGER” และ “SINGER AT HOME WORLDWIDE” และ ชื่อในทางการค้า “ซิงเกอร์” ที่บริษัทใช้อยู่ นั้น เป็นไปตามสัญญาอนุญาตการใช้เครื่องหมายการค้า (Trade Mark License Agreement) โดยบริษัทต้องจ่ายค่าเครื่องหมายการค้าดังกล่าวให้กับ Singer Asia Limited ในต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 0.1 ของยอดขายสุทธิเฉพาะสินค้าที่ใช้เครื่องหมาย SINGER เท่านั้น ซึ่งเป็นไปตามที่ระบุไว้ในสัญญาที่ทำร่วมกัน

ค่าธรรมเนียมการบริการ (Consultancy Agreement) เป็นค่าใช้จ่ายที่ Singer Asia Holding B.V. โดยให้บริการความช่วยเหลือด้านเทคนิคการตลาด และบริการด้านที่ปรึกษาที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท โดยคำนวณจากร้อยละ 1.0 ของยอดขายสุทธิ รวมกับดอกเบี้ยรับจากธุรกิจผ่อนชำระเงินตามที่ปรากฏในงบการเงินประจำปี ซึ่งเป็นไปตามที่ระบุไว้ในสัญญาที่ทำร่วมกัน

บัตรส่งเสริมการลงทุน ไม่มี

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

รายละเอียดเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทในเครือ บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการและลักษณะธุรกิจ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (บาท)	% การถือหุ้น	มูลค่าเงินลงทุน (ตามราคาทุน) (บาท)
บริษัทย่อย				
บริษัท ซิงเกอร์ (โบรคเกอร์) จำกัด	ประกอบธุรกิจนายหน้าค้า กรรมธรรม์ประกันชีวิต	200,000	99.70	199,400
บริษัท ซิงเกอร์ เซอร์วิสพลัส จำกัด	บริการ	5,000,000	99.88	4,994,000
บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิ่ง (ประเทศ ไทย) จำกัด	ธุรกิจเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ในบ้าน จักรเย็บผ้า สิ้นค้า เชิงพาณิชย์ และสินค้าอื่นๆ	1,450,000	99.99	1,449,997,000
บริษัทร่วม	ไม่มี			

ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2556 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยเหล่านี้จะยังคงการถือหุ้นในสัดส่วนที่เท่าเดิม ทั้งนี้ คณะกรรมการ และผู้บริหารของบริษัทย่อยเป็นผู้บริหารที่คณะฝ่ายจัดการคัดเลือกจากผู้บริหารภายในบริษัท ให้ทำหน้าที่ควบคุมดูแลในการดำเนินงานของบริษัทย่อย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายหลักในการประกอบกิจการของบริษัท บริษัท มีเงินลงทุนรวมในบริษัทย่อยเท่ากับ 1,455.19 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.95 ของสินทรัพย์รวม

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ปัจจุบัน บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดๆ ที่มียุทธศาสตร์ ตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ. 40/2540 (ฉบับประมวล)

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อ บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน)

ทะเบียนเลขที่ 0107537000050

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

เลขที่ 72 อาคาร กสท โทรคมนาคม ชั้น 17 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทรศัพท์ : 0-2352 4777 โทรสาร : 0-2352 4799

ศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) : 0-2234-7171

ศูนย์บริการ Hot Line: 08-1840-4555

Home page : www.singerthai.co.th

ธุรกิจหลัก

- จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า, จักรเย็บผ้า, สินค้าเชิงพาณิชย์ และอื่นๆ ภายใต้การขายเงินสด
- บริการผ่อนชำระ
- บริการหลังการขาย, บำรุงรักษา และซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า

รอบระยะเวลาบัญชี

1 มกราคม – 31 ธันวาคม

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท ที่ปรึกษากฎหมายแซนด์เลอร์และทองเอก จำกัด

20 อาคารบุปผจิต ชั้น 7-9 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ

ผู้ตรวจสอบบัญชี

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

195 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50-51 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ

นายทะเบียน

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

62 รัชดาภิเษก ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ

ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้

ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ นายทะเบียนหุ้นกู้ และตัวแทนชำระเงิน

ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)

ทุนจดทะเบียน

270,000,000 บาท (ห้าแสนเจ็ดสิบล้าน ห้าหมื่นบาท)

ทุนชำระแล้ว : 270,000,000 บาท

วันที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

28 มิถุนายน 2527