

ส่วนที่ 1: การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) “บริษัท” เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ซิงเกอร์” เช่น จักรเย็บผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านต่างๆ นอกจากนี้ยังจำหน่ายสินค้าเชิงพาณิชย์ เช่น ตู้แช่ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตร ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์ ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ เครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ และเป็นตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมและหลากหลายทั้งกลุ่มลูกค้าบ้าน และกลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ ผ่านร้านค้าปลีก ซึ่งเป็นสาขาของบริษัทเอง และผ่านทางตัวแทนจำหน่ายต่างๆ มากกว่าร้อยละ 80 ของยอดขายเป็นการขายแบบเช่าซื้อ โดยบริษัทให้เช่าซื้อผ่านทาง บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด ซึ่ง บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ปัจจัยสำคัญ และกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

วิสัยทัศน์	เป็นผู้นำตลาดเครื่องขายตรงพร้อมบริการด้านสินเชื่อและเช่าซื้อสำหรับผู้บริโภคในประเทศ
พันธกิจ	พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทยด้วยสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพ ด้วยราคาที่ซื้อหาได้
คุณค่า	บริษัทไม่ได้มีเป้าหมายเพียงแค่ทำกำไรมากมาย แต่ต้องเป็นบริษัทที่มีการบริหารจัดการที่ดี และมีคุณค่าที่ควรรักษาและใส่ใจ ดังนี้
บุคลากร	เราเชื่อมั่นในพลังของบุคลากร ซึ่งเป็นกุญแจของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจบริการของเรา ดังนั้นบุคลากรของซิงเกอร์ประเทศไทยจะต้องมีทั้งความสุข และภาคภูมิใจในบริษัท รวมทั้งมีโอกาสที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน
ลูกค้า	เรามีเป้าหมาย ที่จะมีลูกค้าใช้บริการของเราตลอดชีวิตด้วยการสร้างฐานลูกค้าที่มีความจงรักภักดี สินค้าคุณภาพดี ชำระเงินที่ตรงเวลา ติดตามดูแลอย่างใกล้ชิด 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 โดยแต่ละหมู่บ้านจะมีร้านโชห่วยเฉลี่ย 10 - 20 ร้าน ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัท และบริษัทได้ตั้งเป้าหมายที่จะเข้าไป

ช่วยยกระดับร้านโชห่วยเหล่านี้ให้มีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ในปี พ.ศ. 2432 บริษัท ซิงเกอร์แห่งสหรัฐอเมริกา ได้แต่งตั้งบริษัท เคียมฮัวเฮง จำกัด เป็นผู้จำหน่ายจักรเย็บผ้า ซิงเกอร์ในประเทศไทย ต่อมาในปี พ.ศ. 2448 บริษัท ซิงเกอร์แห่งสหรัฐอเมริกา จึงได้ตั้งสาขาขึ้นในประเทศไทย ใช้ชื่อว่า บริษัท ซิงเกอร์ โซอิ้ง แมชชีน จำกัด วัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายจักรเย็บผ้า และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับจักรเย็บผ้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ บริษัทได้ริเริ่มนำเอาบริการเช่าซื้อ โดยผ่อนชำระเป็นงวดมาใช้ครั้งแรกในปี 2468 และบริการดังกล่าวนี้ ได้กลายเป็นลักษณะประจำของซิงเกอร์ทั้งในประเทศไทย และประเทศต่างๆ ในเอเชีย นับแต่นั้นมาตลอดระยะเวลา 50 ปีเศษ บริษัทคงจำหน่ายเฉพาะจักรเย็บผ้า และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับจักรเย็บผ้าเท่านั้น จนกระทั่งปี 2500 บริษัทจึงได้เริ่มจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนโดยเริ่มจากตู้เย็นเป็นอันดับแรก ต่อมาเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2512 จึงได้มีการจดทะเบียนก่อตั้ง "บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด" เป็นบริษัทจำกัดภายใต้กฎหมายไทย เพื่อเข้ารับช่วงธุรกิจของ "บริษัท ซิงเกอร์ โซอิ้ง แมชชีน จำกัด" ซึ่งหยุดดำเนินกิจการในระยะเวลาต่อมา โดยมีทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 60 ล้านบาท ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียน 270 ล้านบาท เป็นทุนที่เรียกชำระเต็มมูลค่าหุ้นแล้ว 270 ล้านบาท และบริษัทได้รับอนุญาตให้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี 2527 ในวันที่ 4 มกราคม 2537 บริษัทได้ทำการจดทะเบียนแปรสภาพเป็น "บริษัทมหาชนจำกัด" ตั้งแต่แรกตั้งบริษัทจนถึงปัจจุบันบริษัทได้ประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต รับผิดชอบต่อสังคม มีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย และเมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2547 ถือเป็นวาระอันเป็นมหามงคลอย่างยิ่ง เมื่อพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานตราตั้ง (พระครุฑพาว์) ให้ บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) นับเป็นเกียรติประวัติและเป็นสิริมงคลสูงสุดแก่บริษัท และพนักงานทุกท่าน

เหตุการณ์สำคัญ

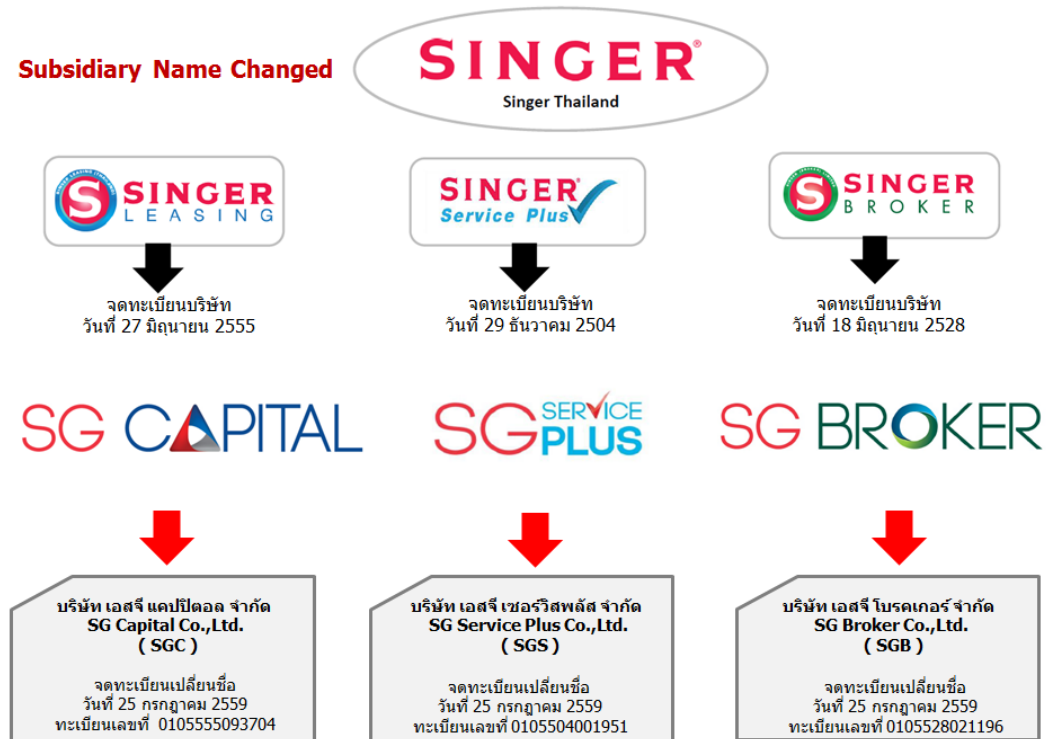
- ในปี 2552 บริษัทได้มีการมุ่งเน้น นำระบบขออนุมัติเครดิตก่อนขาย (Pre-approval Credit) โดยผ่านศูนย์อนุมัติเครดิต (Center Credit Officers) จนทำให้ยอดขายสินค้าของบริษัทลดลงไปประมาณ 20 กว่าเปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีก่อน แต่บริษัทก็ยังคงมุ่งเน้นที่จะทำต่อไปเพื่อให้ได้บัญชีเช่าซื้อที่มีคุณภาพ
- ปี 2554 เป็นปีที่บริษัทได้ขยายตลาดเข้าสู่กลุ่มผู้ประกอบการ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรายเล็กในต่างจังหวัดอย่างมีนัยสำคัญ สัดส่วนการขายสินค้าเข้าสู่ตลาดนี้เพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เช่น กลุ่มตู้แช่ทั้งตู้แช่เครื่องดื่ม ตู้แช่แข็ง ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์ เป็นต้น
- ปี 2554 บริษัทได้รับรางวัล Set Awards 2011 “บริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม” (Best Investor Relations Awards) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ปี 2555 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการขายลูกค้าย่อยครัวเรือนที่ 60% และกลุ่มผู้ประกอบการเชิงพาณิชย์ที่ 40% โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มตู้แช่เครื่องดื่มและตู้แช่แข็งมีสัดส่วนการขายมากเป็นอันดับหนึ่ง ตามด้วยเครื่องซักผ้าและเครื่องปรับอากาศ และในปีต่อไป บริษัทก็ยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตลาดนี้ให้เพิ่มมากขึ้น

ขึ้น

- ปี 2555 บริษัทได้จัดตั้ง บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิง (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2555 มีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น 850 ล้านบาท เพื่อรับโอนธุรกิจและทรัพย์สินที่เกี่ยวกับบัญชีลูกหนี้เข้าซื้อสินค้าทั้งหมด และดำเนินธุรกิจเช่าซื้อสินค้าต่อจาก บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย
- ปี 2555 บริษัท ได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท จากบริษัท อุตสาหกรรมซิงเกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มาเป็น บริษัท ซิงเกอร์เซอวิสเซิลส์ 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 ลีสซิง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุน เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2556 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น 1,450 ล้านบาท โดยมี บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99
- ปี 2558 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทในระหว่างปีได้แก่ Singer (Thailand) B.V. (ถือหุ้นร้อยละ 40.0) เป็นนิติบุคคลจัดตั้งขึ้นในประเทศเนเธอร์แลนด์ จนถึงวันที่ 4 มิถุนายน 2558 และเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2558 Singer (Thailand) B.V. ได้ขายหุ้นทั้งหมด และบริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นนิติบุคคลจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย ได้ซื้อหุ้นบริษัท ร้อยละ 24.99 จึงเป็นผลให้บริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท
- บริษัท ซิงเกอร์ (โบรคเกอร์) จำกัด ได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียน เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2558 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น 4 ล้านบาท (จำนวนหุ้นสามัญ 40,000 หุ้น หุ้นละ 100 บาท) โดยมี บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99
- ปี 2559 เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2559 บริษัทในเครือของบมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย ทั้ง 3 บริษัท ได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นดังนี้
 - บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิง (ประเทศไทย) จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด
 - บริษัท ซิงเกอร์เซอวิสเซิลส์ จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เอสจี เซอวิสเซิลส์ จำกัด
 - บริษัท ซิงเกอร์ (โบรคเกอร์) จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เอสจี โบรคเกอร์ จำกัด
- ปี 2559 บริษัทได้รับรางวัลดีเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์ในงาน Set Awards 2016 (Outstanding Investor Relations Awards) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นปีที่ 5
- ปี 2560 บริษัท เอสจี แคปปิตอล ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย ได้เริ่มดำเนินธุรกิจให้บริการสินเชื่อจำนำรถทุกประเภท ในไตรมาสแรก ปี 2560 ภายใต้สโลแกน “รถทำเงิน” เป็นการให้บริการสินเชื่อแก่ลูกค้าทั้งนิติบุคคลและรายย่อยทั่วไปที่มีกรรมสิทธิ์ในรถยนต์ โดยประเภทของรถยนต์

ที่สามารถนำมาขอใช้บริการได้แก่ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รถบรรทุก 6 ล้อและรถบรรทุก 10 ล้อ

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทย่อย

▪ บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด (SGC)

จากการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลายาวนานของซิงเกอร์ รากฐานและจุดแข็งสำคัญของบริษัทคือความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจเช่าซื้อ คณะผู้บริหารจึงได้ทำการจัดตั้ง 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. ซิงเกอร์ ประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2555 ที่ผ่านมา เพื่อให้บริการสินเชืเช่าซื้อในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ภายใต้ แปรณตซิงเกอร์ อีกทั้งยังสามารถที่จะขยายธุรกิจเช่าซื้อไปยังสินค้าภายใต้ยี่ห้ออื่นๆ สำหรับกลุ่มลูกค้าทั้งภายในกลุ่มธุรกิจซิงเกอร์ และลูกค้าทั่วไป รวมถึงการขยายตัวไปยังธุรกิจการให้สินเชื่อต่างๆ ในอนาคต เพื่อความเติบโตที่ยั่งยืน

ทั้งนี้เพื่อให้การคัดเลือกลูกค้าที่มีคุณภาพและมีมาตรการให้สินเชื่อที่ดี บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิง (ประเทศไทย) จำกัด จึงเข้าเป็นสมาชิกกับบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด เต็มรูปแบบเมื่อวันที่ 23 มกราคม 2556 ทำให้สามารถดำเนินการตรวจสอบเครดิตลูกค้าได้ทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล และเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2559 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัท จากเดิม บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิง (ประเทศไทย) จำกัด เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด ทั้งนี้บริษัทได้ทำการเปลี่ยนแปลงเฉพาะชื่อนิติบุคคลเท่านั้น

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ให้บริการเช่าซื้อโดยผ่านเครือข่ายขายตรงของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) โดยให้บริการเช่าซื้อทั้งสำหรับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในครัวเรือน และกลุ่มสินค้าเชิงพาณิชย์ต่างๆ

โครงการใหม่

บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด มีนโยบายขยายการดำเนินธุรกิจการให้บริการเช่าซื้อ โดยให้ความสำคัญสำหรับกลุ่มสินค้าเชิงพาณิชย์ ซึ่งหมายรวมถึงสินค้าภายใต้ยี่ห้อซิงเกอร์ และมีโครงการขยายการให้บริการเช่าซื้อภายใต้ยี่ห้ออื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าซิงเกอร์ และกลุ่มลูกค้าทั่วไป ซึ่งต้องการในส่วนของสินค้าภายใต้ยี่ห้อซิงเกอร์ หรือยี่ห้ออื่นๆ อาทิเช่น สินค้าในกลุ่มตู้แช่แข็ง ตู้แช่เครื่องดื่ม ตู้เติมเงินหยอดเหรียญอัตโนมัติ ตู้จำหน่ายหยอดเหรียญอัตโนมัติ ฯลฯ ที่ใช้ในการประกอบกิจการเชิงพาณิชย์

อีกทั้งบริษัทยังได้ดำเนินธุรกิจให้บริการสินเชื่อจำนำรถทุกประเภท ซึ่งได้เริ่มดำเนินการในไตรมาสแรก ปี 2560 ภายใต้สโลแกน “รถทำเงิน” โดยจะมีการขายผ่านพนักงานขายของซิงเกอร์ และผ่านช่องทางร้าน/สาขาต่างๆ ของซิงเกอร์ที่มีอยู่มากกว่า 185 สาขา ครอบคลุมทั่วประเทศซึ่งการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย จะทำให้การทำธุรกิจนี้ขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว

บริษัทได้เริ่มบริหารระบบการรับชำระค่าสินค้าตรงจากลูกค้าผ่านธนาคาร ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการเก็บค่าดำเนินการและค่าปรับกับลูกค้าที่ชำระล่าช้า เพื่อเป็นการลดต้นทุนการติดตามและจัดเก็บเงิน ตลอดจนลดจำนวนมูลค่าทุจริตจากพนักงาน และเพื่อให้มั่นใจว่าบัญชีเช่าซื้อที่เกิดขึ้นใหม่จากการขายที่เพิ่มขึ้น เป็นบัญชีเช่าซื้อที่มีคุณภาพ หากมีปัญหาก็สามารถจัดการแก้ไขได้ทันที บริษัทได้มีความเข้มงวดในการควบคุมและกำกับดูแลสินเชื่อของบัญชีเช่าซื้อเหล่านี้เป็นพิเศษอย่างใกล้ชิด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

การจัดตั้งบริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด เน้นธุรกิจหลักเป็นการให้บริการเช่าซื้อ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และลดข้อจำกัดในการให้บริการเช่าซื้อของ บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย เดิม โดยบริษัทมีการวางกลยุทธ์ ดังนี้

1. สนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้บริการเช่าซื้อสินค้าและบริการยี่ห้อซิงเกอร์
2. ขยายการให้บริการเช่าซื้อสินค้านายี่ห้ออื่นๆ โดยขึ้นต้นเน้นไปที่กลุ่มสินค้าเชิงพาณิชย์ และจะขยายไปยังสินค้าชนิดอื่นๆ ในอนาคต
3. บริหารบัญชีลูกหนี้ของบริษัท ให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีหนี้เสียต่ำ
4. กระบวนการในการพิจารณาอนุมัติ

สินเชื่อที่มีความสะดวกและรวดเร็ว โดยบริษัท

ได้มีการจัดตั้งศูนย์พิจารณาสินเชื่อ เพื่อทำการตรวจสอบ ตรวจสอบ และวิเคราะห์สถานะทางการเงินของลูกค้าก่อนอนุมัติการเข้าซื้อทุกรายการ พร้อมทั้งมีการตรวจทานเครดิตของลูกค้าผ่านทางบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติจำกัด พร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบบัญชีเข้าชื่อภาคสนาม (Field Checker) เพื่อตรวจสอบลูกค้าในพื้นที่ได้โดยตรง รวมถึงการจัดตั้งทีมเร่งรัดหนี้สินในพื้นที่ เพื่อให้การแก้ไขปัญหาหนี้ค้างได้รวดเร็วขึ้น

5. บริหารคุณภาพภายใน ทั้งบุคลากร ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานต่างๆ พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของพนักงานในทุกตำแหน่งเพื่อสร้างประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการทำงาน พร้อมทั้งช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้บริษัทมีผลกำไรมากขึ้น

- **บริษัท เอสจี เซอร์วิสพลัส จำกัด (SGS)**

บริษัท ซิงเกอร์เซอร์วิสพลัส จำกัด (SSPL) ทะเบียนเลขที่ 0105504001951 บริษัทมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 5 ล้านบาท ตั้งอยู่ที่ 8 หมู่ 4 ถนนสามโคก-เสนา ตำบลบางนมโค อำเภอสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13110 ดำเนินธุรกิจด้านการบริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด ทุกยี่ห้อ พร้อมทั้งจัดจำหน่ายอะไหล่ ภายใต้การควบคุมของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้บริษัท มีจุดมุ่งหมายในการบริการที่เป็นหนึ่ง เปรียบเสมือนช่างข้างบ้านคุณ และเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2559 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัท จากเดิม บริษัท ซิงเกอร์เซอร์วิสพลัส จำกัด (SSPL) เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท เอสจี เซอร์วิสพลัส จำกัด (SGS) ทั้งนี้บริษัทได้ทำการเปลี่ยนแปลงเฉพาะชื่อนิติบุคคลเท่านั้น

ปี 2559 การดำเนินธุรกิจของบริษัท เป็นไปในเชิงรุกเน้นการให้บริการที่รวดเร็ว ภายใต้การลงทุนระบบโปรแกรมใหม่ ที่สามารถตรวจสอบงานได้ทุกสถานะและทันที (Real Time) มีการสร้างระบบรองรับงานบริการและอะไหล่ เพื่อให้สอดคล้องกับการทำงาน สามารถควบคุมตรวจสอบผลการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพด้วยระบบบาร์โค้ด ขยายเครือข่ายงานบริการไปยังโครงการใหญ่ งานประมูลภาครัฐ โรงงาน โรงแรม และรีสอร์ทต่างๆ รวมถึงวางระบบการขายอะไหล่ทั้งเชิงรุก และอะไหล่เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด ทุกยี่ห้อ

ในส่วนด้านการพัฒนาบุคลากร บริษัทได้พัฒนาช่างให้ได้มาตรฐานฝีมือแรงงาน หลักสูตร ช่างไฟฟ้าในอาคาร ระดับ 1 และหลักสูตร แอร์พาณิชย์ขนาดเล็กระดับ 1 เพื่อให้ถูกต้องตามกฎหมายที่กระทรวงแรงงานบังคับใช้ และมีการอบรมสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการสร้างช่างรุ่นใหม่ทดแทนช่างรุ่นเก่าแบบประสานต่อเนื่องโดยบริษัท มีข้อตกลงการทำสัญญาความร่วมมือการจัดการเรียนการสอนอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี (MOU) กับสถานศึกษา ในส่วนของภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ

ภายใต้สายด่วน HOTLINE 0-818-404-555 เป็นศูนย์กลางการบริการ และประสานงาน โดยมีช่างบริการครอบคลุมทุกพื้นที่ และทุกจังหวัด จำนวน 201 คน มีเครือข่ายสาขาจากบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กว่า 170 สาขาที่ให้การสนับสนุนด้านงานบริการกับบริษัท เอสจี เซอร์วิสพลัส จำกัด ได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง

- **บริษัท เอสจี โบรคเกอร์ จำกัด**

บริษัท ซิงเกอร์ (โบรคเกอร์) จำกัด ประกอบธุรกิจนายหน้าขายกรมธรรม์ประกันชีวิตให้แก่บริษัทประกัน ในปัจจุบัน ได้แก่ บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) โดยให้พนักงานขายของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) เฉพาะที่มีใบอนุญาตตัวแทนประกันชีวิตเป็นผู้ขายกรมธรรม์ให้แก่ลูกค้า

บริษัท ซิงเกอร์ (โบรคเกอร์) จำกัด ได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียน เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2558 ปัจจุบันมี ทุนจด

ทะเบียนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น 4 ล้านบาท (จำนวนหุ้นสามัญ 40,000 หุ้น หุ้นละ 100 บาท) โดยมี บริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99 และเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2559 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัท จากเดิม บริษัท ซิงเกอร์ (โบรคเกอร์) จำกัด เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท เอสจี โบรคเกอร์ จำกัด (SGB) ทั้งนี้บริษัทได้ทำการเปลี่ยนแปลงเฉพาะชื่อนิติบุคคลเท่านั้น

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ทำการประกอบธุรกิจร่วมกับบริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่โดยตรงของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) โดยบริษัทจะทำธุรกิจด้านต่างๆ กับบริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) ตามความจำเป็นและสมควรโดยเป็นไปตามกรอบการทำงานตามที่คณะกรรมการของบริษัทกำหนด เช่น การขายสินค้ากลุ่มโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยซื้อผ่านบริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) ในรูปแบบของสินค้าฝากขายและเป็นการผูกมัดการสั่งซื้อ เพื่อให้ได้ราคาดีที่สุดจากผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงด้านภาพลักษณ์ และคุณภาพ เพื่อให้การขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถขยายตัวได้มากขึ้นในฐานะลูกค้าของบริษัท และสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าของบริษัท อีกทั้งได้มีการจ้างบริหารลูกหนี้ และติดตามหนี้กับ บริษัท เจเอ็มที เน็ทเวอร์ค เซอร์วิสเช็ส จำกัด (มหาชน) ภายใต้สัญญาดังกล่าวตกลงที่จะให้บริหารลูกหนี้และติดตามหนี้ ตามแต่ที่ประเภทของลูกหนี้ที่จะตกลงกัน ในการนี้กลุ่มบริษัทจะต้องจ่ายค่าบริการ ในอัตราตามที่ระบุในสัญญา สัญญานี้มีระยะเวลา 1 ปี โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 กันยายน 2560 ถึงวันที่ 28 กันยายน 2561 ซึ่งจัดทำเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญา โดยให้ใช้ข้อความในสัญญาเดิม รวมทั้งบรรดาเอกสารแนบท้ายทั้งหมด ให้มีผลยึดถือบังคับต่อไปเช่นเดิม จนกว่าจะมีการยกเลิกหรือครบกำหนดสัญญา

2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ซิงเกอร์” เช่น จักรเย็บผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านต่างๆ นอกจากนี้ยังจำหน่ายสินค้าเชิงพาณิชย์ เช่น ตู้แช่ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตร ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์ ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ และเครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม และหลากหลายทั้งกลุ่มลูกค้าบ้าน และกลุ่มลูกค้าเชิงพาณิชย์ การขายแบบเช่าซื้อโดยผ่านเครือข่ายซิงเกอร์มากกว่า 10,000 คน กระจายตามสาขามากกว่า 185 สาขาทั่วประเทศ ซึ่งถือว่าบริษัทมีเครือข่ายการกระจายสินค้า จักรเย็บผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน และสินค้าเชิงพาณิชย์ที่ครอบคลุมไปทั่วทุกภาคในประเทศไทย

สำหรับสินค้าซิงเกอร์สามารถแบ่งแยกเป็น 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ดังนี้ :-

ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน ได้แก่:-

- ผลิตภัณฑ์จักรเย็บผ้า เช่น จักรเย็บผ้า เข็มจักร น้ำมันหล่อลื่นอเนกประสงค์ชนิดหยอด และแบบสเปรย์พ่นกรรไกร เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน เช่น ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เตารีด เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์กลุ่มภาพ และเสียง เช่น แอลอีดี ทีวี (LED TV) กล้องรับสัญญาณดิจิตอล และโฮมเธียเตอร์ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ได้แก่:-

- กลุ่มตู้แช่ เช่น ตู้แช่แข็ง ตู้แช่เครื่องดื่ม ตู้แช่เปียร์ ตู้แช่ไวน์ ตู้แช่ไอศกรีม ตู้แช่เบเกอร์และเครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ
- กลุ่มสินค้าหยอดเหรียญ เช่น ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์ ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ ตู้เติมน้ำดื่มหยอดเหรียญ เป็นต้น
- สินค้าเครื่องมือทางการเกษตร เช่น เครื่องสูบน้ำ เครื่องพ่นยาสะพายหลัง และเครื่องสีข้าว

เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2558 บริษัทได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้น โดยผู้ถือหุ้นใหญ่รายเดิม คือ SINGER (Thailand) B.V. ที่ถือหุ้น 40% ได้ขายหุ้นที่ถืออยู่ออกไปทั้งหมด บริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้เป็น ผู้ถือหุ้นใหญ่รายใหม่ คือ มีสัดส่วนการถือหุ้น 24.99% ในปี 2559 บริษัทได้นำโทรศัพท์เคลื่อนที่ เข้ามาจำหน่ายในช่องทางการจำหน่ายของบริษัท ทั้งในรูปแบบการขายผ่านหน้าร้านซิงเกอร์ และการขายผ่านเครือข่ายร้านซิงเกอร์ทั่วประเทศในรูปแบบ Direct Sales ซึ่งบริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการขาย การกระจายสินค้า และการเก็บเงินใหม่ให้สอดคล้องและรองรับการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แตกต่างจากการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เป็นธุรกิจหลักของบริษัท

นอกจากนี้บริษัท ยังได้รับประโยชน์จากธุรกิจบริหารหนี้ของบริษัท เจเอ็มที เน็ทเวอร์ค เซอร์วิสส์ จำกัด (มหาชน) ในการบริหารลูกหนี้เช่าซื้อ และตามเก็บหนี้ค้างชำระของบริษัทอีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างในครั้งนี้ เป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญอีกจุดหนึ่งของซิงเกอร์ในประเทศไทย เป็นการผนึกกำลังกับผู้ถือหุ้นรายใหม่ นำจุดแข็งของทั้ง 2 ฝ่ายมารวมกันเพื่อขยายฐานธุรกิจเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต

ดังนั้นการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทนับตั้งแต่ช่วงครึ่งปีหลังปี 2558 เป็นต้นมา ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่จัดจำหน่ายภายใต้ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ซิงเกอร์” ในระบบเงินสด และระบบเงินผ่อน แบ่งกลุ่มสินค้าออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน และผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ และที่เพิ่มเติมเข้ามาคือผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่นๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ Samsung, OPPO, Huawei, Vivo รวมทั้งอุปกรณ์เสริมต่างๆ

บริษัทให้เข้าซื้อผ่านทาง บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด ซึ่ง บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย ถือหุ้นร้อยละ 99.99 การขายของบริษัท เป็นรูปแบบการขายตรงผ่านเครือข่ายร้าน/สาขา พนักงานขายของบริษัท และผ่านผู้แทนจำหน่ายซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ สินค้าส่วนใหญ่ที่บริษัทซิงเกอร์จำหน่าย บริษัทจะใช้วิธีผลิตแบบ OEM (Original Equipment Manufacturer) โดยการสั่งให้ผู้ผลิตภายในประเทศผลิตให้เกือบทั้งหมด

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้จากงบการเงิน (รวมดอกเบี้ยรับ) ของบริษัทตามส่วนงานทางภูมิศาสตร์ และสายผลิตภัณฑ์แบ่งได้ดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

มูลค่าการจำหน่ายในประเทศ แยกตามผลิตภัณฑ์	2560/2017	%	2559/2016	%	2558/2015	%
เครื่องซักผ้า / Washing Machine	151,549	8	208,645	9	364,211	11
ตู้เย็น / Refrigerator	121,679	6	181,422	8	303,036	10
ตู้แช่ / Freezer	221,140	11	367,044	16	647,604	20
โทรทัศน์ / Television	168,317	9	196,763	9	329,100	10
จักรเย็บผ้า / Sewing Machine	45,837	2	118,080	5	98,768	3
เครื่องปรับอากาศ / Air Conditioner	249,328	12	382,597	17	487,323	15
ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือ / ATVM	367,498	18	251,867	11	405,912	13
ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ / Petrol Vending Machine	227,418	11	322,667	14	368,866	12
โทรศัพท์เคลื่อนที่ / Mobile Phone	240,380	12	51,610	2	52,318	-
รวมมูลค่าการจำหน่ายในประเทศ	1,790,146	89	2,080,695	91	3,057,138	94
ผลิตภัณฑ์อื่นในประเทศ	220,941	11	197,458	9	178,202	6
มูลค่าการจำหน่ายต่างประเทศ	-	-	-	-	-	-
รวมรายได้จากการขายและดอกเบี้ยรับ	2,011,087	100	2,278,153	100	3,235,340	100

หมายเหตุ บริษัทดำเนินธุรกิจขายสินค้าในส่วนงานทางธุรกิจเดียว และดำเนินธุรกิจในส่วนงานทางภูมิศาสตร์เดียวคือ ในประเทศไทย ดังนั้นจึงมิได้มีการเสนอข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

โครงสร้างรายได้บริษัทย่อย

(พันบาท)

ประเภทธุรกิจ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้นของบริษัท	ปี 2560	%	ปี 2559	%	ปี 2558	%
รายได้จากการขาย								
บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย (STL)	STL	100.00	1,375,775	58.2	1,674,823	65.8	2,493,910	73.5
ดอกเบี้ยรับจากการขายผ่อนชำระ								
- บจก. เอสจี แคปปิตอล (SGC)	SGC	99.99	635,312	26.9	603,330	23.7	741,430	21.8
- บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย (STL)	STL	100.00	-	-	-	-	-	-
รายได้จากธุรกิจบริการ								
- บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย (STL)	STL	100.00	192,646	8.2	192,501	7.6	121,029	3.6
- บจก. เอสจี เซอร์วิสพลัส (SGS)	SGS	99.88	16,799	0.7	22,379	0.9	20,838	0.6
รายได้จากนายหน้าประกันชีวิต								
- บจก. เอสจี โบรคเกอร์ (SGB)	SGB	99.99	3,396	0.1	233	0.0	216	0.0
รายได้อื่นๆ								
- บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย (STL)	STL	100.00	52,745	2.2	34,449	1.3	13,282	0.4
- บจก. เอสจี แคปปิตอล (SGC)	SGC	99.99	83,978	3.6	17,131	0.7	3,257	0.1
- บจก. เอสจี เซอร์วิสพลัส (SGS)	SGS	99.88	2,622	0.1	391	0.0	566	0.0
- บจก. เอสจี โบรคเกอร์ (SGB)	SGB	99.99	132	0.0	393	0.0	30	0.0
รวม			2,363,405	100.0	2,545,629	100.0	3,394,558	100.0

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายผลิตภัณฑ์/บริการ	ลักษณะ
❖ ตู้เย็น	ประกอบด้วยตู้เย็นประตูเดียว แบบ “ Direct Cool ” ตั้งแต่ขนาด 5.8 – 6.3 คิว และตู้เย็นสองประตูแบบ “ No Frost ” ตั้งแต่ขนาด 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
❖ โพรแทคส์	เครื่องรับโทรทัศน์แบบ แอลอีดี ทีวี ขนาด ตั้งแต่ 22, 32, 42 และ 50 นิ้ว แอลอีดี ทีวีทุกรุ่นรองรับสัญญาณแบบดิจิตอลได้

❖ กล่องรับสัญญาณทีวีแบบดิจิตอล (Digital Set Top Box)	กล่องรับสัญญาณทีวีแบบดิจิตอล สามารถรับสัญญาณแบบดิจิตอล ใช้สำหรับเครื่องรับโทรทัศน์รุ่นเก่าที่ไม่รองรับการรับสัญญาณแบบดิจิตอล
❖ เครื่องซักผ้า ⇒ แบบ 2 ถัง กึ่งอัตโนมัติ ⇒ แบบถังเดียว อัตโนมัติ	ใส่ผ้าด้านบน มีขนาดความจุตั้งแต่ 7.5 – 14 กิโลกรัม มีสีสันทสวยงาม ใส่ผ้าด้านบน มีขนาดความจุตั้งแต่ 9.0 กก.ถึง 15 กิโลกรัม โดยมีระบบ Low Water Pressure ซักผ้าได้แม้ในน้ำไหลเบาในรุ่น 9 และ 10.5 กิโลกรัม
❖ จักรเย็บผ้า ⇒ ฝีเข็มตรงพร้อมโต๊ะ และขา ⇒ ฝีเข็มตรง-ซิกแซก พร้อมโต๊ะ และขา ⇒ ซิกแซกกริมผ้า ⇒ กระเป๋าคือ อิเล็กทรอนิกส์ ⇒ ชุดสาหรรมฝีเข็มตรง ⇒ ชุดสาหรรมฝีเข็มตรง-ซิกแซก ⇒ ชุดสาหรรมซิกแซกกริมผ้า	- ล็อคความยาวของฝีเข็มได้ วงล้อจักรขนาดใหญ่ เพิ่มน้ำหนักในการส่งกำลังเย็บฝีเข็มตรงเพียงอย่างเดียว - เย็บลดลายซิกแซกได้ถึง 30 ลาย หัวจักรทำจากเหล็กหล่อ ทนทานกระสวยแบบบอลลูล็อค ตีนกดผ้าแบบจับติด ใส่ได้กระสวยด้านหน้า - เย็บซิกแซกกริมผ้าด้วย 3 เส้น ความเร็วรอบสูงสุด 3,000 รอบต่อนาที เสริมเอียงสะดวกต่อการเย็บ ฟันส่ง 2 แถว - จำนวน 8 – 32 ลดลาย สามารถปรับเป็นฟรีอาร์ม ปรับตำแหน่งเข็มได้ ใส่เข็มทางเดียว ตีนกดผ้าแบบจับติด - ความเร็วรอบสูงสุด 4,500 รอบต่อนาที เหมาะสำหรับเย็บผ้าบางถึงผ้าค่อนข้างหนา ระบบน้ำมันหล่อลื่นอัตโนมัติ - เย็บได้ทั้งแบบฝีเข็มตรงและแบบฝีเข็มซิกแซก สามารถทำรังคัม ม้วนริมแบนและเย็บซิปได้ เหมาะสำหรับผ้าบางและหนาปานกลางในการตัดเย็บผ้าอุตสาหกรรม - เย็บซิกแซกกริมผ้า 5 เส้นความเร็วรอบสูงสุด 5,500 รอบต่อนาที มีระบบหล่อเย็นพิเศษบริเวณเข็มทำให้เข็มไม่เกิดความร้อนในขณะที่เย็บด้วยความเร็วสูง
❖ เข็มจักร น้ำมัน กรรไกร	- เข็มจักร สำหรับใช้ในบ้านและใช้ในงานอุตสาหกรรมมีหลายประเภทขึ้นอยู่กับการใช้งาน - น้ำมันเป็นน้ำมันอเนกประสงค์สำหรับใช้ในบ้านหล่อลื่นต่างๆ จนถึงน้ำมันจักรอุตสาหกรรม - 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	พร้อมเตาอบอเนกประสงค์ด้านล่าง ที่แขวนผ้านกันเปื้อนด้านหน้าตู้อบ ประตูตู้อบเป็นกระจกทนความร้อนชนิดใส มีลิ้นชักด้านล่าง สามารถใช้อุ่นอาหารด้วยภาชนะแก้ว กระเบื้อง
❖ เครื่องปรับอากาศ	แบบติดผนัง ขนาดตั้งแต่ 12,000 และ 18,000 บีทียู 5 โปรแกรม อัตโนมัติ ฟिलเตอร์ทำความสะอาดง่าย ประหยัดไฟเบอร์ 5 และมีรีโมทคอนโทรลไร้สาย

❖ เครื่องปั่นเอนกประสงค์	มีทั้งโปกด โปปั่น ขนาดจุ 1.5 ลิตร โปมีดสแตนเลส 3 ก้าน ปั่นปรับความเร็ว 5 ระดับ ที่เก็บสายได้มอเตอร์ปรับความยาวสายได้
❖ เครื่องทำน้ำอุ่น	เครื่องทำน้ำอุ่นระบบอิเล็กทรอนิกส์ขนาด 4,500 วัตต์ เลือกปรับอุณหภูมิได้ตามที่ต้องการ พร้อมความปลอดภัยสูงสุดด้วยระบบ ELCB ตัดไฟอัตโนมัติเมื่อเกิดกระแสไฟรั่ว
❖ จานดาวเทียมซิงเกอร์	จานดาวเทียมชนิด C Band ทางเลือกใหม่ในการรับชมโทรทัศน์ ด้วยสัญญาณรายการโทรทัศน์โดยตรงจากดาวเทียมสู่ผู้ชมตามบ้านเรือน ไม่ต้องเสียค่าสมาชิก (Free to Air) จำหน่ายพร้อมอุปกรณ์ติดตั้งครบชุด สะดวกง่ายดายคุณภาพของสัญญาณภาพ และเสียงคมชัดทุกพื้นที่
❖ ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์	เติมเงินมือถือได้ทั้ง 3 ระบบคือ 1-2 Call, Happy True move-H และ Penguin เติมได้ครั้งละ 10 บาท สูงสุด 100 บาทต่อครั้ง
❖ ตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ	กรองน้ำด้วยระบบ Reverse Osmosis System ได้กรองคุณภาพมาตรฐาน USAและฆ่าเชื้อด้วยระบบ Ozone ขนาดกำลังการผลิต 600 ลิตร และ 1,200 ลิตร พร้อมระบบล้างช่องรับน้ำ และหัวจ่ายน้ำอัตโนมัติด้วยน้ำ Ozone ทุก 3 ชั่วโมง
❖ ตู้เติมน้ำมันหยอดเหรียญ	บรรจุน้ำมันได้ 200 ลิตร ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ คำนวณเงิน และปริมาณการจ่ายน้ำมันได้อย่างแม่นยำ พร้อมสัญญาณกันขโมยและบอลลูนดับเพลิง
❖ เครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ	แบบ 2 โปปั่น ความจุโกละ 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) เครื่องสูบน้ำ รุ่น WP-30BX จำหน่ายพร้อมสายสูบน้ำ ชนิดแข็ง ยาว 6 เมตร กำลังดูดลึก 8 เมตรและสายส่งชนิดอ่อน ยาว 10 เมตร กำลังส่งน้ำสูง 30 เมตร เครื่องยนต์เบนซิน 4 จังหวะ (เบนซิน 91) กำลังสูงสุด 6.5 แรงม้า เครื่องยนต์เดินเรียบ มีระบบป้องกันเครื่องยนต์เสียหายจากน้ำมันหล่อลื่นขาด
❖ โทรศัพท์เคลื่อนที่	โทรศัพท์มือถือ Smartphone ยี่ห้อชั้นนำหลายรุ่น ไม่ว่าจะเป็นยี่ห้อ Apple, Samsung, OPPO และ Huawei

2.2 ตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

บริษัทใช้กลยุทธ์การขายตรงในระบบเช่าซื้อควบคู่ไปกับการขายเงินสด ทั้งนี้การขายแบบเช่าซื้อดำเนินไปภายใต้การควบคุมที่รัดกุมโดยสม่ำเสมอเพื่อให้มีหนี้เสียที่น้อยที่สุด สินค้าที่บริษัทจำหน่ายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเท่าเทียมหรือดีกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าของผู้ผลิตรายอื่นๆ ราคาจำหน่ายเงินสดของสินค้าใกล้เคียงกับสินค้ายี่ห้ออื่น โดยกลุ่มลูกค้าของบริษัทเป็นลูกค้าในกลุ่มประชาชนตามต่างจังหวัด โดยบริษัทได้แบ่งระบบการขายของบริษัทออกเป็น 2 ระบบ ดังนี้

1. ระบบ “ Singer Direct ” เป็นระบบการขายผ่านเครือข่ายพนักงานขายของซิงเกอร์
2. ระบบขายส่ง เป็นการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย ตลอดจนช่องทางการขายต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว และพม่า ตลอดจนการขายแบบ Group Sales โดยเน้นสินค้าจักรเย็บผ้า พร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงสินค้ากลุ่มตู้แช่แข็ง ตู้แช่เครื่องดื่ม ตู้แช่ไวน์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็กภายในบ้าน

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

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

ปัจจุบันบริษัท มียอดจำหน่ายสะสมตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือได้มากกว่า 50,000 เครื่อง บริษัทได้สร้างระบบ Server ขึ้นมาเพื่อบริหารจัดการการเติมเงินผ่านเครือข่ายตู้เติมเงินของซิงเกอร์ บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแอร์ไทม์ (Air time) ให้กับเครือข่ายผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือทั้ง 3 ราย คือ AIS, Dtac และ Truemove-H ซึ่งสามารถสร้างรายได้เพิ่มเติมและเป็นฐานรายได้ใหม่ของบริษัทได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทขายสินค้าผ่านร้านสาขาของบริษัท ซึ่งมีจำนวนกว่า 185 สาขาทั่วประเทศ มีเครือข่ายพนักงานขายกว่า 10,000 คน บริษัทมีการฝึกอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ซึ่งพนักงานขายเหล่านี้เป็นกำลังสำคัญในการขยายตลาดของบริษัท ประมาณร้อยละ 90 ของยอดขายเป็นการขายแบบเช่าซื้อ โดยบริษัทให้เช่าซื้อผ่านบริษัท เอสซี แคปปิตอล จำกัด ซึ่ง บมจ.ซิงเกอร์ประเทศไทย ถือหุ้นร้อยละ 99.99

สำหรับการควบคุมคุณภาพของบัญชีเช่าซื้อ บริษัท เอสซี แคปปิตอล จำกัด มีการตรวจสอบทั้งก่อน และภายหลังการขาย โดยจัดให้มีศูนย์พิจารณาสินเชื่อ (Credit Control Office) เพื่อตรวจสอบ และอนุมัติสินเชื่อลูกค้าก่อนการขาย ทั้งนี้ การพิจารณาสินเชื่อลูกค้าจะพิจารณาทั้งจากฐานข้อมูลภายในบริษัท และตรวจสอบกับบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (National Credit Bureau) และการตรวจสอบภายหลังการขายนั้นผู้ตรวจสอบบัญชี (Account Checker) จะทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของบัญชีเช่าซื้อและข้อมูลสินเชื่อว่าถูกต้องตามที่ได้อนุมัติไปหรือไม่โดยการไปตรวจเยี่ยมผู้เช่าซื้อถึงบ้านทุกบัญชี ปัจจุบันบริษัทมีผู้ตรวจสอบบัญชีกว่า 100 คน รับผิดชอบตรวจสอบบัญชีเช่าซื้อทั่วประเทศ ภายใต้การควบคุมและตรวจสอบของฝ่ายสินเชื่อ

แนวโน้มอุตสาหกรรมและภาวะการแข่งขัน

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยปี 2561 นี้มีแนวโน้มสดใสขึ้น หลังจากเริ่มเห็นสัญญาณฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่ชัดเจนในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีที่ผ่านมา รัฐบาลมองว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือ GDP จะขยายตัวที่ 3.8%

การส่งออกจะผลักดันเศรษฐกิจของประเทศ เช่นเดียวกับการลงทุนภาครัฐในโครงการขนาดใหญ่ต่างๆ นอกจาก

สำนักเศรษฐกิจจะเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจดีขึ้นแล้ว ตลาดหุ้นยังขาขึ้นรับเม็ดเงินการลงทุน โดยดัชนีพุ่งสูงสุดในรอบกว่า 4 ทศวรรษและนี้อาจถือเป็นการเริ่มต้นที่ดี

ทิศทางเศรษฐกิจ ปี 2561 จะเป็นปีแห่งการเก็บเกี่ยวสิ่งที่รัฐบาลได้ลงทุนผ่านโครงการต่างๆ ไปก่อนหน้านี้ เช่น โครงการอินเทอร์เน็ตหมู่บ้านหรือโครงการพร้อมเพย์ โดยคาดว่าจะเสร็จสมบูรณ์ตามแผนภายในกลางปีนี้ เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นเศรษฐกิจดิจิทัลหัวใจสำคัญคือการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐที่จะเร่งเครื่องให้เร็วขึ้นทั้งโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) หรือโครงการรถไฟทางคู่

กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อ) ของปี 2561 อยู่ที่ 0.6-1.6% ซึ่งอยู่ภายใต้สมมติฐานการขยายตัวเศรษฐกิจทั้งปี 2561 อยู่ที่ 3.5-4% โดยราคาน้ำมันดิบดูไบอยู่ที่ 50-60 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล และอัตราแลกเปลี่ยนอยู่ที่ 33-35 บาทต่อเหรียญสหรัฐ เชื่อว่าเงินเฟ้อทั้งปีไม่เกินกรอบที่คาดการณ์ไว้คือไม่เกิน 1% การสนับสนุนภาคการเกษตรและธุรกิจขนาดเล็กจากรัฐบาลยังเป็นสิ่งที่ต้องทำต่อเนื่อง

ธุรกิจเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า

ในธุรกิจแบบเช่าซื้อมีส่วนแบ่งตลาดในประเทศอยู่ 2 กลุ่มหลักๆ ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีฐานลูกค้า และลักษณะที่ต่างกัน

กลุ่มแรกมีผู้ประกอบการรายใหญ่ในประเทศ ได้แก่ บมจ.อยุธยา แคปปิตอล เซอร์วิส (กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์) และ บมจ. อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายนั้น นอกเหนือจากการให้บริการธุรกิจเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าแล้วยังมีบริการสินเชื่อเช่าซื้อสินค้าอีกหลายประเภท เช่น อุปกรณ์สื่อสาร เครื่องใช้สำนักงาน เพอร์นิเจอร์ รถจักรยานยนต์ และรถยนต์ เป็นต้น แต่มีรูปแบบการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อโดยผ่านร้านค้าตัวแทน

กลุ่มที่สองซึ่งจะมุ่งเน้นในด้านสินค้าที่มีอายุการใช้งานยาวนาน และสินค้าจำพวกเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ปัจจุบันยังมีเพียง บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย เพียงบริษัทเดียวเท่านั้นที่ยังดำเนินธุรกิจการขายตรงแบบเช่าซื้อผ่านทางร้านสาขา และ พนักงานขายของบริษัทเอง

จากการที่เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านอันได้แก่ โทรทัศน์ และตู้เย็น ซึ่งถือเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการครอบครองที่สูง จึงทำให้การเพิ่มยอดขายเป็นไปได้ยาก แต่ผู้บริหารของบริษัทกลับมองว่าสามารถที่จะเพิ่มยอดขายได้ด้วยการนำหลักการตลาดของสินค้าทดแทน (Replacement Market) โดยอาศัยกลยุทธ์แลกซื้อ (Trade-in) สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านของลูกค้าทุกชนิดทุกยี่ห้อมาแลกกับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ของซิงเกอร์พร้อมกับเงื่อนไขรับส่วนลดระหว่าง 1,000 – 3,000 บาท พร้อมทั้งการผ่อนสบายๆ และการบริการอย่างยอดเยี่ยมกับร้านสาขาซิงเกอร์ที่มีอยู่ทั่วประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบริษัทในการขยายตลาดของสินค้าทุกชนิดที่บริษัทจัดจำหน่าย

จักรเย็บผ้า

สินค้าอุปโภคบริโภคหลายประเภทที่ผลิตใช้ในชีวิตรประจำวัน อาทิ เสื้อ กางเกง กระโปรง กระเป๋า รองเท้า ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ฯลฯ ล้วนแล้วแต่ใช้จักรเย็บผ้าในการผลิตทั้งสิ้น จักรเย็บผ้าจึงเป็นสินค้าที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งในรูปของธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดย่อม รวมถึง จักรเย็บผ้าทั่วไปที่สำหรับใช้ภายในบ้าน ตลาดของจักรเย็บผ้าสามารถแบ่งได้เป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท คือ จักรเย็บผ้าอุตสาหกรรมที่นำมาใช้ตัดเย็บเครื่องอุปโภคบริโภคในเชิงอุตสาหกรรม และจักรเย็บผ้าธรรมดาที่นำมาใช้ตัดเย็บภายในครัวเรือน สำหรับยี่ห้อที่วางจำหน่ายอย่างแพร่หลายในตลาดจักรเย็บผ้าในประเทศไทย ได้แก่ ซิงเกอร์ จาโนเม่ เอลวีร่า บราเดอร์ และจูกิ ทั้งยังมีจักรเย็บผ้าราคาถูกที่นำเข้าจากประเทศจีนอีกหลากหลายยี่ห้อที่เข้ามาแข่งขันกันในธุรกิจนี้

เนื่องจากจักรเย็บผ้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงทน และมีอายุการใช้งานยาวนานพอสมควร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการใช้งานที่เหมาะสมกับจักรเย็บผ้าแต่ละประเภทด้วย ปัจจุบันตลาดมีความต้องการซื้อจักรเย็บผ้ามากขึ้นเนื่องด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักรเย็บผ้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จนกลายเป็นจักรเย็บผ้าคอมพิวเตอร์ ที่มีรูปลักษณะสวยงาม ทันสมัย กะทัดรัด ใช้งานง่าย สามารถประดิษฐ์งานได้หลากหลายเหมาะกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไปที่กำลังนิยมงานประดิษฐ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว DIY (Do It Yourself)

การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งที่สำคัญ

ในประเทศไทยมีบริษัทใหญ่ๆ ที่ดำเนินธุรกิจทางการเงินให้กับผู้บริโภค (Consumer Finance) ที่ไม่ใช่ธนาคาร (Non-bank) โดยที่มีบริษัทที่ดำเนินธุรกิจทางด้านบัตรเครดิต (Credit Card) อันได้แก่ บริษัท อเมริกันเอ็กเพรส (ไทย) จำกัด, บริษัท บัตรกรุงศรีอยุธยา จำกัด, บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน), บริษัท เจเนอรัล คาร์ด เซอร์วิสเชส จำกัด, บริษัท ซิตี คอนซูเมอร์ โปรดักส์ ส่วนบริษัทดำเนินธุรกิจ Non-bank อันได้แก่ บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) (AEONTS), บริษัท อยุธยา แคปปิตอล เซอร์วิสเชส จำกัด (Krungsri First Choice) (KFC) และบริษัท อีซี บาย จำกัด (มหาชน) (Easy Buy) ซึ่งมุ่งเน้นในการทำธุรกิจเช่าซื้อ และสินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan) และบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) (SINGER) ที่มุ่งเน้นเฉพาะธุรกิจเช่าซื้อที่ได้ดำเนินธุรกิจมาตลอดระยะเวลากว่า 127 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) จะแข่งขันกันในเรื่องของความเร็วในการอนุมัติเครดิต และอัตราดอกเบี้ย บริษัทที่มีกลุ่มลูกค้าเป็นเกษตรกรในชนบทจะแข่งขันกันในเรื่องของการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนในท้องถิ่น และการเสนอบริการที่ดีทั้งก่อนการขาย และหลังการขาย ยิ่งไปกว่านั้นการให้บริการการขายตรงที่ให้กับลูกค้าก็จะต้องคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าโดยการนำเสนอบริการ และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

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

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

1. บริษัท ไฮเออร์ อิเล็กทริก จำกัด (มหาชน) สินค้าที่ผลิต ได้แก่ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า และเครื่องปรับอากาศ

2. บริษัท พานาโซนิก แอพไลแอนซ์ โคลด์เซน (ประเทศไทย) จำกัด สินค้าที่ผลิต ได้แก่ ตู้แช่แข็ง ตู้แช่เครื่องดื่ม และตู้แช่ไวน์
3. บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด สินค้าที่ผลิต ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ และเครื่องซักผ้า
4. Changhong Electronics Co., Ltd. สินค้าที่ผลิตได้แก่ แอลซีดีทีวี
5. บริษัท ลัคกี้เฟลม จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ เต้าแก๊ส
6. บริษัท เอดีที ออนไลน์ จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์และตู้เติมน้ำมันหยอดเหรียญ
7. บริษัท เอส เซฟ ออยล์ จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ ตู้เติมน้ำมันหยอดเหรียญ
8. บริษัท ลัคกี้สตาร์ ยูนิเวอร์แซล จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ ตู้แช่เครื่องดื่ม
9. บริษัท มีเดีย เซ็นเตอร์ จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์

นอกจากสินค้าที่ขายภายใต้เครื่องหมายการค้า ซิงเกอร์ แล้วบริษัทยังได้ร่วมมือกับบริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) ในการจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่หลากหลายยี่ห้อ หลากหลายรุ่น ซึ่งทำให้สามารถขยายกลุ่มฐานลูกค้าของบริษัทเข้าสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้มากขึ้นด้วย

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการประหยัดพลังงาน การรักษาสิ่งแวดล้อม และได้มีการรณรงค์ให้มีการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพสูงสุด บริษัทได้พัฒนาอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบประหยัดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างหนึ่ง ดังนั้นสินค้าที่บริษัทจำหน่ายจึงเป็นสินค้าที่มีฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ยิ่งไปกว่านั้น ตู้เย็นของซิงเกอร์ได้พัฒนาอีกขั้นโดยใช้น้ำยาทำความเย็นที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และไม่ทำลายชั้นบรรยากาศของโลก “NON CFC” คือสาร “C-Pentane” ซึ่งมีค่าในการทำลายโอโซนเป็นศูนย์

เนื่องจากบริษัทไม่มีโรงงานผลิตสินค้า แต่ใช้วิธีการสั่งซื้อสินค้าด้วยการผลิตแบบ OEM (Original Equipment Manufacturer) จากโรงงานที่มีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ และหลีกเลี่ยงการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตที่ไม่มีคุณภาพ โดยบริษัทมีหน่วยงานตรวจสอบคุณภาพสินค้า (Quality Assurance) เพื่อคัดกรองสินค้าให้ได้ตามมาตรฐาน และบริษัทมีนโยบายเลือกโรงงานที่ให้ความสำคัญในเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและในเรื่องต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น

ทางบริษัทมีความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจอย่างมีคุณภาพ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม และผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ภาพรวมการบริหารความเสี่ยงของบริษัท

เพื่อเป็นการตระหนักถึงความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงได้มีการกำหนดหลักการและแนวทางในการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนทบทวนพร้อมปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างมาตรฐานและความพร้อมในการรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้หลักการและกระบวนการบริหารความเสี่ยง พร้อมประเภทความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

● หลักการในการบริหารความเสี่ยง

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

- **การมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยงของหน่วยธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** โดยหน่วยธุรกิจ ซึ่งดำเนินธุรกิจที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อการบริหารความเสี่ยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นดังกล่าวมีความเหมาะสมกับอัตราผลตอบแทนที่กำหนดภายใต้ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ขณะที่หน่วยงานสนับสนุนซึ่งมีหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติงานให้แก่หน่วยธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันนั้น จะรับผิดชอบการจัดการความเสี่ยงด้านปฏิบัติการซึ่งเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ
- **การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมความเสี่ยงโดยหน่วยงานที่เป็นเอกเทศ** โดยมีการจัดตั้งฝ่ายบริหารความเสี่ยงองค์กรซึ่งความเป็นอิสระในการทำงานโดยรายงานตรงต่อกรรมการตรวจสอบ และมีการจัดตั้งทีม Risk Owner ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบในการให้ความเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นอิสระและเชื่อถือได้ รวมทั้งการควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ภายใต้ระดับที่ยอมรับได้
- **การมีนโยบายในการบริหารความเสี่ยงที่ชัดเจน** โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กร จะทำหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง ภายใต้แนวทางที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
- **การบริหารความเสี่ยงโดยรวมความเสี่ยงทุกประเภทที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกรรม** โดยการบริหารความเสี่ยงควรคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยงทุกประเภทซึ่งเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกรรม อีกทั้งยังจะต้องครอบคลุมถึงทุกระดับงานภายในองค์กร
- **การวัดผลงานโดยปรับความเสี่ยงของหน่วยธุรกิจ** โดยหน่วยงานธุรกิจได้มีการแต่งตั้ง Risk Owner ซึ่งจะเป็นผู้ประเมินความเสี่ยงในหน่วยงาน การปรับเปลี่ยนงานตามประสิทธิภาพของการทำงานที่ปรับหลังจากได้รับการประเมินความเสี่ยงแล้ว รวมถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นๆ

● กระบวนการบริหารความเสี่ยง

เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงมีกระบวนการบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนหลักต่างๆ ดังนี้

- **การระบุความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนที่จะมีการบ่งชี้ถึงความเสี่ยง ทั้งในแง่ของประเภทความเสี่ยง สาเหตุ และ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงทั้งที่เป็นปัจจัยภายใน และภายนอก ตลอดจนมีการพิจารณา คาดการณ์ถึง ความเสี่ยงที่บริษัทกำลังประสบอยู่ หรือความเสี่ยงใหม่ที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นในอนาคต

- **การประเมินความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนที่จะมีการนำเครื่องมือ และวิธีการต่างๆ ที่เหมาะสมมาใช้ประเมิน ความเสี่ยง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะต้องได้รับการตรวจสอบ อนุมัติ และทบทวนภายใต้กรอบระยะเวลาที่ เหมาะสม
- **การติดตามและควบคุมความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนที่จะมีการติดตาม และควบคุมการดำเนินการตามนโยบาย ความเสี่ยง ระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยง และขอบเขตของความเสี่ยง เพื่อให้สอดคล้องกับ นโยบายความเสี่ยง และระดับความเสี่ยงที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทโดยมีการติดตามและ ควบคุมความเสี่ยงดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง
- **การรายงานความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนของการรายงานความเสี่ยงประเภทต่างๆ อย่างครอบคลุม ซึ่งจะต้องมี ความเหมาะสมและเพียงพอ เพื่อให้การบริหารจัดการความเสี่ยงเกิดประสิทธิผลสูงสุด

ทั้งนี้ เพื่อหลีกเลี่ยงความสูญเสียทางการเงิน และสนับสนุนให้หน่วยธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง กระบวนการบริหารความเสี่ยงที่ดี ยังได้รับการออกแบบให้คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม ทั้งที่เป็นสภาวะ ปกติและสภาวะวิกฤตด้วย

ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท/ กลุ่มบริษัท สามารถสรุปได้ดังนี้

ความเสี่ยงในด้านการตลาดและการขาย

ความเสี่ยงในด้านการตลาดและการขาย หมายถึง ความเสี่ยงต่อรายได้ หรือการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งรายได้ หลักของบริษัท/กลุ่มบริษัท มาจาก 3 แหล่งที่สำคัญอันได้แก่

1. รายได้จากการจำหน่ายสินค้า ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน จักรเย็บผ้า ตู้แช่ ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือ ออนไลน์ ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่มีการแข่งขันกันสูงต้องอาศัยการ พัฒนาด้านเทคโนโลยีไปตามวงจรของสินค้าแต่ละชนิดอยู่ตลอดเวลา แต่เนื่องจากบริษัทเป็นผู้จำหน่าย ไม่ได้เป็นผู้ผลิต ดังนั้นความเสี่ยงในด้านเทคโนโลยีจึงไม่ได้มีผลกระทบโดยตรงกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ประกอบกับบริษัท ได้มีการสืบหาผู้ผลิตและผู้จำหน่ายที่มีความรู้ความสามารถในการผลิตสินค้า และบริการ แต่ไม่มีช่องทางการจำหน่าย หรือต้องการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมทั่วประเทศที่บริษัทสามารถเข้าไปช่วยเหลือพร้อมทั้งเชิญมา เป็นพันธมิตรทางการค้า จึงทำให้สินค้าของบริษัทมีการพัฒนาไปอยู่ตลอดเวลา ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทได้มีการตั้งสำรองสินค้า ล้าสมัย และเสื่อมคุณภาพเพื่อรองรับความเสี่ยงดังกล่าวบางส่วนที่จะมากระทบกับการเงินของบริษัท รวมถึงขยายฐาน ลูกค้ากลุ่มโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีเงินเดือนประจำเพื่อลดความเสี่ยงเรื่องรายได้และคุณภาพของลูกค้า

2. ดอกเบี้ยรับจากการให้สินเชื่อ ซึ่งระบุไว้ในสัญญาเช่าซื้อในอัตราคงที่ ณ วันที่ที่ได้มีการทำสัญญาเช่าซื้อ ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยของเงินกู้ซึ่งถือเป็นต้นทุนทางการเงินของกลุ่มบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาไปตามสภาวะ เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ อันถือเป็นความเสี่ยงของต้นทุนทางการเงินของกลุ่ม บริษัท ด้วยเหตุนี้กลุ่มบริษัทจึงได้ให้มีการบริหารการกู้ยืมเงินจาก ธนาคาร สถาบันการเงินและการออกหุ้นกู้ทั้งระยะสั้นและ ระยะยาวด้วยอัตราดอกเบี้ยที่คงที่และผันแปรเพื่อให้เหมาะสมกับลูกหนี้เช่าซื้อทั้งมูลค่าและระยะเวลาของบริษัท

3. รายได้จากการให้บริการ การให้บริการหลังการขาย (After Sale Service) เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจที่

ซิงเกอร์ได้ดำเนินการมาโดยตลอดจนถือเป็นจุดแข็งที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าซิงเกอร์ แต่การให้บริการดังกล่าวนี้ นั้น ก็มีความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถให้บริการได้ทันตามความต้องการของลูกค้า อันเนื่องมาจากจำนวนช่างบริการที่ไม่เพียงพอ และการขาดอะไหล่ในการให้บริการจนเป็นเหตุทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นและเปลี่ยนใจไปเลือกซื้อสินค้ายี่ห้ออื่นแทน ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงได้มีการจัดตั้ง บริษัท ซิงเกอร์เซอร์วิสพลัสจำกัด ขึ้นมารับผิดชอบดูแลโดยตรง

ความเสี่ยงด้านบัญชีลูกหนี้เข้าซื้อ

บัญชีลูกหนี้เข้าซื้อถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ เพราะมากกว่าร้อยละ 80 ของการขายเป็นการขายแบบเชื่อ บริษัทจึงให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากบัญชีลูกหนี้เข้าซื้อ อันได้แก่การเก็บเงินไม่ได้ หนี้สูญ และการทุจริตจากบัญชีลูกหนี้ บริษัทจึงได้กำหนดมาตรการต่างๆ ในการกำกับดูแลบัญชีลูกหนี้ อย่างเข้มงวดตั้งแต่ขั้นตอนของการพิจารณาความน่าเชื่อถือ (Credit Scoring) การติดตาม การประเมินผล ตลอดจนการฟ้องร้อง การดำเนินคดีตามกฎหมายในกรณีผิดนัดชำระหนี้ ซึ่งถือเป็นขั้นตอนของการปฏิบัติการ (Operation) เพื่อให้มีการดำเนินการอย่างเป็นอิสระ และมุ่งเน้นในการบริหารธุรกิจเข้าซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2555 บริษัทจึงได้มีการจัดตั้ง บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด ขึ้นจากโครงสร้างการบริหารของฝ่ายควบคุมและพัฒนาสินเชื่อ (Credit Control and Development Department) ที่แยกเป็นอิสระจากการขาย และการเก็บเงินจากเดิม เพื่อให้การทำงานสะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น สินเชื่อเข้าซื้อทั้งหมดจะต้องมีผู้ค้ำประกันหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน หลังจากที่บริษัทได้ให้มีการตรวจสอบเครดิตของลูกค้าก่อนที่จะมีการขาย โดยแผนกอนุมัติเครดิตก่อนขาย (Credit Control Officers) อันเป็นผลทำให้ยอดขายของบริษัทลดลงมากตาม บริษัทก็ยังคงให้มีการตรวจสอบเครดิตของลูกค้าก่อนขายต่อไป พร้อมทั้งยังให้มีการขยายการตรวจสอบเครดิตก่อนขายเพิ่มขึ้นอีกเพื่อให้ได้บัญชีใหม่ที่มีคุณภาพ และยังให้มีการพัฒนาปรับปรุงฐานข้อมูลของลูกค้า และวิธีการปฏิบัติการด้านสินเชื่อ ให้มีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากบัญชีเข้าซื้อ พร้อมทั้งให้มีการตั้งสำรองความสูญเสียที่อาจจะเกิดจากบัญชีลูกหนี้อย่างต่อเนื่องโดยใช้หลักความระมัดระวัง โดยให้มีการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญทันทีที่มีการขายเข้าซื้อ เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับงบการเงิน

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

ความเสี่ยงในการผลิต

สินค้าส่วนใหญ่ที่บริษัทจำหน่ายมาจากการจ้างผลิตแบบ OEM (Original Equipment Manufacturer) ซึ่งต้องอาศัยผู้ผลิตที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการผลิต โดยบริษัทได้ให้มีการติดต่อกับผู้ผลิตหลายรายไม่เจาะจงเฉพาะรายใดรายหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ เพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดของบริษัทจากผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งเท่านั้น อีกทั้งทำให้เกิดอำนาจต่อรองในการสั่งซื้อสินค้าเพื่อให้ได้ต้นทุนที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ

ความเสี่ยงทางการเงิน

การดำเนินงานของบริษัทจำเป็นต้องใช้แหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมทั้งจากธนาคาร สถาบันการเงิน ตลอดจนนักลงทุนสถาบัน ซึ่งมีความไม่แน่นอนเกิดขึ้นตามสภาวะของตลาดเงินและตลาดทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทย่อมได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพคล่องทางการเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่เกิดขึ้น บริษัทมี

นโยบายการกู้ยืมจากธนาคาร สถาบันการเงิน และนักลงทุนสถาบัน โดยไม่เจาะจงกู้จากธนาคารหรือสถาบันการเงินใดสถาบันหนึ่งเท่านั้น เพื่อกระจายความเสี่ยงและต้นทุนของแหล่งเงินทุน

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นมีผลกระทบกับการดำเนินงานของบริษัทในด้านของการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉลี่ยมีมูลค่าไม่เกินร้อยละ 3 ของยอดขายของบริษัท โดยปัจจุบันบริษัทมีนโยบายในการจัดซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในประเทศเป็นหลัก ดังนั้นจึงมีผลกระทบเล็กน้อยกับต้นทุนของสินค้าที่นำเข้าอันเพียงบางรายการ อาทิ อุปกรณ์จักรเย็บผ้า อย่างไรก็ตามบริษัทสามารถลดผลกระทบดังกล่าวได้จากการปรับราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุน ประกอบกับการลดอัตราภาษีนำเข้าของอุปกรณ์จักรเย็บผ้าจากประเทศจีนตามนโยบายของรัฐบาลในการเปิดการค้าเสรี (Free Trade Agreement- FTA) ซึ่งโดยส่วนใหญ่มีอัตราภาษีอากรนำเข้าที่ร้อยละ 0

ความเสี่ยงจากการปฏิบัติตามเงื่อนไขการกู้ยืมเงิน (Covenant) ผิดนัดชำระหนี้ การระงับการลงทุนในอนาคต ในการกู้ยืมทั้งจากธนาคาร สถาบันการเงิน และนักลงทุนนั้น ได้มีการกำหนดเงื่อนไขสำคัญที่บริษัทต้องปฏิบัติตามได้แก่ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) ไม่เกิน 3 : 1 และอัตราส่วนเงินกู้ที่มีดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Ratio) ไม่เกิน 2:1 อัตราส่วนของลูกหนี้เข้าซื้อทั้งหมดที่มียอดค้างชำระเกินกว่า 3 เดือนต่อลูกหนี้เข้าซื้อทั้งหมด เป็นต้น ซึ่งจากงบการเงินสำหรับปี 2559 และปี 2560 ภายใต้งบการเงินรวม บริษัทก็ยังคงรักษาสัดส่วนทั้งสองอยู่ในระดับที่ต่ำ โดยอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทอยู่ที่ 0.93 เท่า และ 1.22 เท่าตามลำดับ สำหรับอัตราส่วนเงินกู้ที่มีดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.47 เท่า และ 0.82 เท่าตามลำดับ ทั้งนี้ ในระหว่างปี 2560 อัตราส่วนของลูกหนี้เข้าซื้อทั้งหมดที่มียอดค้างชำระเกินกว่า 3 เดือนต่อลูกหนี้เข้าซื้อทั้งหมดไม่เป็นไปตามข้อกำหนด ทางบริษัทได้ยื่นจดหมายขอผ่อนผันอัตราส่วนดังกล่าวและได้รับการอนุมัติข้อกำหนดจากสถาบันการเงินเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินการของรัฐบาล

ธุรกิจเข้าซื้อนี้เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงมากทำให้รัฐบาลให้ความสำคัญที่จะเข้ามาควบคุม โดยการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ขึ้นมาดูแลมิให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจเข้าซื้อเอาเปรียบผู้บริโภค และในขณะเดียวกันกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้มีประกาศให้ธุรกิจให้เข้าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2544 เพื่อนำมาเป็นหลักปฏิบัติในเรื่องการกำหนดอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมการผิมนัดชำระหนี้ หรือค่าปรับในการชำระหนี้ล่าช้า ซึ่งอาจทำให้เกิดการเอาเปรียบกับผู้บริโภคได้ ตลอดจนการออกกฎหมายให้ผู้ประกอบการค้าต้องมีความรับผิดชอบต่อสินค้า (Product Liabilities) ต่อผู้บริโภค ดังนั้นบริษัทจึงได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับธุรกิจเข้าซื้อของบริษัท ตลอดจนการรับประกันสินค้าที่จำหน่ายให้สอดคล้องกับแนวทางที่ทางราชการกำหนดพร้อมทั้งติดตามข้อมูลข่าวสารดังกล่าวตลอดเวลา เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้การดำเนินงานของบริษัทสอดคล้องกับกฎระเบียบของรัฐบาล ดังจะเห็นได้จากการที่บริษัทได้รับประกาศเกียรติคุณจาก สคบ. ในด้านการจัดทำฉลากสินค้า การโฆษณาสินค้า และสัญญาเข้าซื้อที่เป็นธรรมต่อลูกค้า เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2546 และเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2550 ต่อเนื่องถึงปี 2551 ในฐานะผู้ประกอบการที่พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค เป็นต้น

สำหรับธุรกิจตู้เติมน้ำมันหยอดเหรียญนั้น บริษัทก็ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานราชการอันได้แก่กฎหมายซึ่งตวงวัดที่จะต้องได้มีการตรวจสอบอุปกรณ์ในการจ่ายน้ำมันให้ได้ตามมาตรฐานตามที่กำหนดจากโรงงานผู้ผลิตก่อนออกจำหน่าย และจะต้องให้มีการตรวจสอบเป็นประจำทุกสองปีหลังจากที่ได้ใช้งานไปแล้ว พร้อมกับจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของกรมธุรกิจพลังงานที่เข้ามาควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยของตู้เติมน้ำมันหยอดเหรียญให้ได้มาตรฐาน

ตามที่กำหนด ซึ่งในเรื่องเหล่านี้บริษัทได้มีการประสานงานกับผู้ผลิตและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อปฏิบัติตามกฎระเบียบดังกล่าวให้ถูกต้อง หากมีจุดใดที่ต้องแก้ไขก็จัดให้มีการดำเนินงานแก้ไขให้ถูกต้อง เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับการผิดกฎระเบียบดังกล่าว

ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

จากเหตุการณ์อุทกภัย แผ่นดินไหว และสึนามิ ที่ผ่านมาจะพบว่า ภัยธรรมชาติได้เข้ามาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจอันหนึ่งที่บริษัทจะต้องให้ความสำคัญ เพราะมันจะส่งผลให้เกิดความเสียหายกับทรัพย์สิน และธุรกิจของบริษัทได้ ความเสี่ยงนี้เป็นความเสี่ยงที่บริษัทไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ แต่สามารถลดความเสียหายหรือหาทางป้องกันได้ด้วยการเตรียมพร้อม ภายใต้ความร่วมมือระหว่างพนักงานทุกคนที่จะปกป้องทรัพย์สินของบริษัท เพราะบริษัทได้มีการมอบหมายให้ผู้จัดการร้านทำการบริหารร้านเสมือนหนึ่งเป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เองที่จะต้องปกป้องและดูแลทรัพย์สินภายในร้าน รวมทั้งธุรกิจของบริษัทเสมือนหนึ่งเป็นของตนเอง อีกทั้งร้านของบริษัทนั้นตั้งกระจายไปตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศไทย อันถือเป็นการกระจายความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น กล่าวคือหากมีภัยธรรมชาติเกิดขึ้นที่ท้องที่หนึ่ง ร้านอื่นๆ ที่อยู่ท้องที่อื่นก็ยังคงสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยไม่หยุดชะงัก ยิ่งไปกว่านั้นลักษณะของการดำเนินธุรกิจของบริษัทก็อาศัยการเดินตลาด (Canvassing) ที่ไม่ได้เป็นการขายที่ร้านเท่านั้น ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นจึงไม่ได้ทำให้การขายของร้านหยุดลงแม้จะเกิดน้ำท่วมที่ร้านก็ตาม ดังได้ปรากฏแล้วกับเหตุการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายจังหวัดในภาคกลางและกรุงเทพฯ ที่ผ่านมา แต่ผลกรการขายและการเก็บเงินของบริษัทก็ยังดำเนินต่อไปได้และก็สามารถฟื้นตัวกลับมาอยู่ในภาวะปกติได้ภายในระยะเวลาสั้นๆ และเพื่อเป็นการลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพย์สิน เมื่อเกิดภัยธรรมชาติ บริษัทก็ยังได้มีการโอนความเสี่ยงนี้ด้วยการทำประกันภัยที่เรียกว่า All Risk กับบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ด้วย

ความเสี่ยงจากทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของความสำเร็จของบริษัท และเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการดำเนินงานของบริษัทได้ เช่น การเกษียณอายุ การลาออก เป็นต้น ที่อาจจะมีผลทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจได้ บริษัทจึงได้ให้ความสำคัญกับพนักงานทุกคน และดูแลเอาใจใส่ทุกข์สุขของพนักงานทุกคนเสมือนหนึ่งเป็นคนในครอบครัวเดียวกัน พร้อมสนับสนุนให้ทำงานตามตำแหน่งที่เหมาะสมกับหน้าที่ความสามารถ และการบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้มีการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ บริษัทได้มีการตั้งสำรองกองทุนพนักงานเกษียณอายุ (Retirement Funds) เพื่อมิให้มีผลกระทบกับงบการเงินเมื่อมีพนักงานเกษียณอายุเกิดขึ้น

ความเสี่ยงจากการยืดสินค้าคืน

ปกติธุรกิจเข้าซื้อมีความเสี่ยงในด้านการยืดสินค้าคืน และถือเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ถึงแม้การยืดสินค้าคืนนั้นเป็นความเสี่ยงต่อการลดลงของยอดขาย และมีผลทำให้สินค้าคงเหลือมีจำนวนมากก็ตาม ในอีกด้านหนึ่งก็ถือเป็นการชดเชยต่อความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการหยุดชำระหนี้ของลูกค้าได้ เพราะบริษัทยังสามารถนำสินค้าเหล่านั้นมาจำหน่ายในตลาดสินค้ามือสองเพื่อชดเชยความเสียหายจากการผิมนัดชำระหนี้ถึงแม้ว่าจะมีผลขาดทุนจากการยืดคืน (Loss on reprocess) ระหว่างราคาสินค้ายืดคืนที่ขายได้กับมูลค่าคงเหลือในบัญชีรวมกับต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการปรับสภาพสินค้าดังกล่าวให้พร้อมขายในบางกรณี แต่การยืดสินค้าคืนนี้ก็ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอีกรูปแบบหนึ่งของการบริหารธุรกิจเข้าซื้อ

การบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการหมายถึง ความเสี่ยงเนื่องจากความผิดพลาด หรือขั้นตอนการควบคุมไม่เพียงพอในกระบวนการทำงาน พนักงาน ระบบงาน หรือระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และเหตุการณ์หรือปัจจัยภายนอก ซึ่งทำให้ได้รับความเสียหายต่อรายได้หรือบัญชีรายชื่อของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม

• แนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการปรากฏอยู่ในทุกกระบวนการของหน่วยงาน รวมถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท ลูกค้า รวมทั้งผู้ถือหุ้น บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญในการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการเสมอมา และได้มีนโยบายให้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ รวมถึงได้มีการพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ทุกหน่วยงานมีการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงการควบคุมความเสี่ยง และประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน มีการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐานเดียวกัน มีการประเมิน และป้องกันความเสี่ยงก่อนที่จะเกิดความเสียหาย นอกจากนี้ผู้บริหารระดับสูงสามารถเห็นภาพรวมของความเสี่ยง เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพ สามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจสำหรับธุรกิจ รวมทั้งสอดคล้องตามข้อกำหนดของกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดให้มีการประเมินความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการควบคุมความเสี่ยงสำหรับธุรกิจใหม่ๆ และระบบงานใหม่ต่างๆ ที่นำมาใช้ อันได้แก่ การจัดตั้ง บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด เพื่อมาดำเนินการธุรกิจเช่าซื้อ และการเปลี่ยนชื่อของ บริษัท อุตสาหกรรมซิงเกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มาเป็น บริษัท เอสจี เซอร์วิสพลัส จำกัด เพื่อมาดำเนินธุรกิจให้บริการซ่อมให้กับลูกค้าของบริษัทถึงบ้าน เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจและระบบงานใหม่ดังกล่าว มีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และมีกระบวนการควบคุมที่เหมาะสม ก่อนที่จะเริ่มให้บริการแก่ลูกค้า

ทั้งนี้บริษัทยังคงมุ่งที่จะพัฒนาระบบและกระบวนการในการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการตลอดจนเครื่องมือที่ทันสมัยมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงจากสัญญาค่าธรรมเนียมซื้อการค้าและเครื่องหมายการค้า

เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2558 บริษัทได้ทำสัญญาค่าธรรมเนียมซื้อการค้ากับ Singer Company Limited S.a.r.l และสัญญาค่าธรรมเนียมเครื่องหมายการค้ากับ Singer Asia Limited ซึ่งสัญญาใหม่นี้อ้างอิงสิทธิจากสัญญาให้ใช้สิทธิบัตรหลักระหว่าง Singer Asia Limited กับ The Singer Company Limited (Isle of Man) โดยแยกเป็นการจ่ายค่าธรรมเนียมการใช้ซื้อการค้าเท่ากับ 0.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปีให้กับ Singer Company Limited S.a.r.l และการจ่ายค่าธรรมเนียมเครื่องหมายการค้าในจำนวนร้อยละ 0.5 ของรายได้ตามที่ระบุในสัญญาให้กับ Singer Asia Limited สัญญานี้มีกำหนดระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2558 ถึง 31 กรกฎาคม 2568 เว้นแต่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะบอกเลิกสัญญาล่วงหน้า 12 เดือน โดยให้มีผลเริ่มนับการบอกเลิกสัญญาตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม 2563 เป็นต้นไปสำหรับสัญญาค่าธรรมเนียมเครื่องหมายการค้า และตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม 2568 เป็นต้นไปสำหรับสัญญาค่าธรรมเนียมซื้อการค้า

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักร

จำนวนร้านสาขาทั้งหมด 185 สาขา บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดิน และอาคารรวม 51 แห่ง ที่เหลือเป็นร้านสาขาที่บริษัทเช่า ซึ่งรวมทั้งอาคารที่ใช้เป็นสำนักงานใหญ่ ปัจจุบันสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 72 อาคาร กสท โทรคมนาคม ชั้น 17 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โดยเช่าจาก บมจ.กสท โทรคมนาคม ให้สัญญาเช่าต่อไปอีก 3 ปีสิ้นสุดสัญญาในวันที่ 14 มกราคม 2564 ขนาดพื้นที่ 2408 ตารางเมตร ในอัตราค่าเช่าพื้นที่เดิม เป็นเงิน 602,000 บาทต่อเดือน และค่าบริการเป็นเงิน 367,950 บาทต่อเดือน และพื้นที่ชั้น 20 ขนาดพื้นที่รวม 666 ตารางเมตร ในอัตราค่าเช่า 166,500 บาทต่อเดือน ค่าบริการเป็นเงิน 99,900 บาทต่อเดือน ซึ่งทางบริษัทได้มีการปรับปรุงสำนักงานให้มีความทันสมัย นอกจากนั้นก็จะมีการเช่าอาคารคลังสินค้าที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่บริษัทต่อสัญญาเช่าต่อไปอีกเป็นระยะเวลา 3 ปี จากบริษัท จอลลี่ แลนด์ จำกัด โดยมีอัตราค่าเช่าเดือนละ 338,800 บาท และสัญญาสิ้นสุดในวันที่ 10 ธันวาคม 2563

มูลค่าตามบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ – สุทธิ ของ บมจ.ซิงเกอร์ ประเทศไทย และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2559 และ 31 ธันวาคม 2560 มีจำนวนเท่ากับ 376.32 ล้านบาท และ 438.95 ล้านบาท ตามลำดับ

ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักรดังกล่าว ไม่มีภาระผูกพัน

4.2 บริษัทหรือบริษัทย่อยไม่ได้ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

-

4.3 สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

- สิทธิบัตร ไม่มี
- เครื่องหมายการค้า

สัญญาค่าธรรมเนียมเครื่องหมายการค้าและค่าธรรมเนียมการบริการ

บริษัทมีสัญญากับ Singer Asia Limited ในการใช้เครื่องหมายการค้า โดยจ่ายค่าธรรมเนียมการใช้เครื่องหมายการค้าในจำนวนร้อยละ 0.1 ของยอดขายสุทธิ เฉพาะสินค้าที่ใช้เครื่องหมาย “Singer” เท่านั้น และค่าธรรมเนียมการบริการเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านการตลาด การวางแผน การออกแบบ วางแผนผลิตภัณฑ์ในจำนวนร้อยละ 1 ของยอดขายสุทธิ เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2558 บริษัทและ Singer Asia Limited มีความเห็นร่วมกันและออกหนังสือเพื่อยุติสัญญาการใช้เครื่องหมายการค้าและค่าธรรมเนียมการบริการ

สัญญาค่าธรรมเนียมซื้อการค้าและเครื่องหมายการค้า

เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2558 บริษัทได้ทำสัญญาค่าธรรมเนียมซื้อการค้ากับ Singer Company Limited S.a.r.l และสัญญาค่าธรรมเนียมเครื่องหมายการค้ากับ Singer Asia Limited ซึ่งสัญญาใหม่นี้อ้างอิงสิทธิจากสัญญาให้ใช้สิทธิฉบับหลักระหว่าง Singer Asia Limited กับ The Singer Company Limited (Isle of Man) โดยแยกเป็นการจ่ายค่าธรรมเนียมการใช้ซื้อการค้าเท่ากับ 0.25 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปีให้กับ Singer Company Limited S.a.r.l และการจ่ายค่าธรรมเนียมเครื่องหมายการค้าในจำนวนร้อยละ 0.5 ของรายได้ตามที่ระบุในสัญญาให้กับ Singer Asia Limited สัญญานี้มีกำหนดระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2558 ถึง 31 กรกฎาคม 2568 เว้นแต่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะ

บอกเลิกสัญญาล่วงหน้า 12 เดือน โดยให้มีผลเริ่มนับการบอกเลิกสัญญาตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม 2563 เป็นต้นไป สำหรับสัญญาค่าธรรมเนียมเครื่องหมายการค้า และตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม 2568 เป็นต้นไปสำหรับสัญญาค่าธรรมเนียมชื่อการค้า

- บัตรส่งเสริมการลงทุน ไม่มี

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

รายละเอียดเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทในเครือ บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการและลักษณะธุรกิจ	ทุนที่เรียกชำระแล้ว (บาท)	% การถือหุ้น	มูลค่าเงินลงทุน (ตามราคาทุน) (บาท)
บริษัทย่อย				
บริษัท เอสจี ไบรด์เกอร์ จำกัด	ประกอบธุรกิจนายหน้าค้า กรรมธรรม์ประกันชีวิต	4,000,000	99.99	3,999,400
บริษัท เอสจี เซอร์วิสพลัส จำกัด	บริการ	5,000,000	99.88	4,994,000
บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด	ธุรกิจเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ในบ้าน จักรเย็บผ้า สินค้า เชิงพาณิชย์ และสินค้าอื่นๆ	1,450,000	99.99	1,449,997,000
บริษัทร่วม		ไม่มี		

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย เหล่านี้จะยังคงการถือหุ้นในสัดส่วนที่เท่าเดิม ทั้งนี้คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อย เป็นผู้บริหารที่คณะฝ่ายจัดการคัดเลือกจากผู้บริหารภายในบริษัท ให้ทำหน้าที่ควบคุมดูแลในการดำเนินงานของบริษัทย่อย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายหลักในการประกอบกิจการของบริษัท บริษัท มีเงินลงทุนรวมในบริษัทย่อยเท่ากับ 1,458.99 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.87 ของสินทรัพย์รวม

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ปัจจุบัน บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดๆ ที่มีนัยสำคัญ ตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ. 40/2540 (ฉบับประมวล)

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

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

ประกอบธุรกิจ :

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

รอบระยะเวลาบัญชี

1 มกราคม - 31 ธันวาคม

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท ที่ปรึกษากฎหมาย ซีเอ็มที จำกัด

75 ซอยพื้งมี 11 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260

ผู้ตรวจสอบบัญชี

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50-51 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก

แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ 02-009-9999

โทรสาร 02-009-9991

นายทะเบียนหุ้นกู้

ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)

ที่อยู่ 44 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

สถาบันการเงินที่ติดต่oprจํา**ธนาคารกสิกรไทย จํากัด (มหาชน)**

ที่อยู่ 1 ซอยราษฎร์บูรณะ 27/1 ถนนราษฎร์บูรณะ แขวงราษฎร์บูรณะ เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพฯ 10140

ธนาคารกรุงไทย จํากัด (มหาชน)

ที่อยู่ 10 อาคารกรุงไทย สุขุมวิท ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

ธนาคารกรุงเทพ จํากัด (มหาชน)

ที่อยู่ 333 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

ธนาคารไทยพาณิชย์ จํากัด (มหาชน)

ที่อยู่ 9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จํากัด (มหาชน)

ที่อยู่ 44 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

ทุนจดทะเบียน

270,000,000 บาท (ห้าสิบล้าน 270,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)

ทุนชำระแล้ว : 270,000,000 บาท

วันที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

28 มิถุนายน 2527

ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -