

ส่วนที่ 1: การประกอบธุรกิจ

นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) “บริษัท” เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ซิงเกอร์” เช่น จักรเย็บผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านต่างๆ นอกจากนี้ยังจำหน่ายสินค้าเชิงพาณิชย์ เช่น ตู้แช่ ตู้เติมเงิน โทรศัพท์มือถือออนไลน์ ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ เครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ และเป็นตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม และหลากหลายทั้งกลุ่มลูกค้าบ้าน 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	เป็นผู้นำการขายพร้อมบริการด้านสินเชื่อและเช่าซื้อสำหรับผู้บริโภคในประเทศ
พันธกิจ	พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทยด้วยสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ด้วยราคาที่ซื้อหาได้
คุณค่า	บริษัทไม่ได้มีเป้าหมายเพียงแค่มุ่งหวังผลกำไร 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 และบริษัทได้ตั้งเป้าหมายที่จะเข้าไปช่วยยกระดับร้านโชห่วยเหล่านี้ ให้มีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ในปี พ.ศ. 2432 บริษัท ซิงเกอร์แห่งสหรัฐอเมริกา ได้แต่งตั้งบริษัท เคียมฮัวเฮง จำกัด เป็นผู้จัดจำหน่ายจักรเย็บผ้า ซิงเกอร์ ในประเทศไทย ต่อมาในปี พ.ศ. 2448 บริษัท ซิงเกอร์แห่งสหรัฐอเมริกา จึงได้ตั้งสาขาขึ้นในประเทศไทย ใช้ชื่อว่า บริษัท ซิงเกอร์ โซอิ้ง แมชีน จำกัด วัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายจักรเย็บผ้า และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กับจักรเย็บผ้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ 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 แมชีน จำกัด" ซึ่งหยุดดำเนินกิจการในระยะเวลาต่อมา โดยมีทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 60 ล้านบาท ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียน 702 ล้านบาท เป็นทุนที่เรียกชำระเต็มมูลค่า หุ้นแล้ว 412,525,208 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563) 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 และพนักงานทุกคน

เหตุการณ์สำคัญ

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

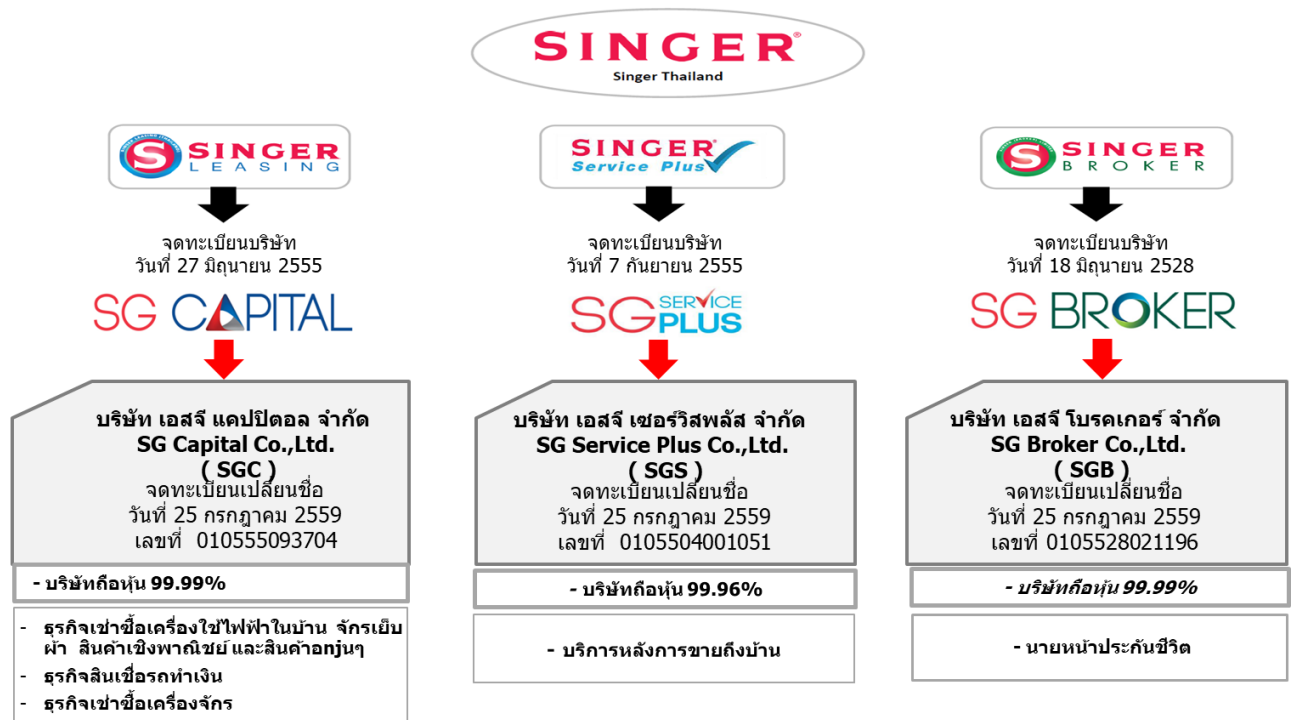
พัฒนาตลาดนี้ให้เพิ่มมากขึ้น

- ปี 2555 บริษัทได้จัดตั้ง บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิง (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2555 มีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น 850 ล้านบาท เพื่อรับโอนธุรกิจและทรัพย์สินที่เกี่ยวกับบัญชีลูกหนี้เช่าซื้อสินค้าทั้งหมด 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 และ เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2558 Singer (Thailand) B.V. ได้ขายหุ้นทั้งหมด และบริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นนิติบุคคลจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย ได้ซื้อหุ้นบริษัท ร้อยละ 24.99 จึงเป็นผลให้ บริษัท 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 2558 บริษัทได้รับรางวัลดีเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์ ในงาน Set Awards 2015 (Outstanding Investor Relation Awards) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ติดต่อกันเป็นปีที่ 4
- ปี 2559 บริษัทได้รับรางวัลดีเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์ในงาน Set Awards 2016 (Outstanding Investor Relations Awards) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นปีที่ 5
- ปี 2560 บริษัท เอสจี แคปปิตอล ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย ได้เริ่มดำเนิน

- ธุรกิจให้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถทุกประเภท ในไตรมาสแรก ปี 2560 ภายใต้สโลแกน “รถทำเงิน” เป็นการให้บริการสินเชื่อแก่ลูกค้าทั้งนิติบุคคลและรายย่อยทั่วไปที่มีกรรมสิทธิ์ในรถยนต์ โดยประเภทของรถยนต์ที่สามารถนำมาขอใช้บริการได้แก่ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รถบรรทุก 6 ล้อและรถบรรทุก 10 ล้อ
- ปี 2562 บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) โดยมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นบริษัท เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2562
 - อนุมัติให้บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนในจำนวนไม่เกิน 432 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 432,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท โดยเสนอจัดสรรหุ้นเพิ่มทุน เพื่อเสนอขายหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมโดยการให้สิทธิซื้อหุ้นในอัตราส่วน 5 หุ้นสามัญเดิมต่อ 4 หุ้นใหม่ในราคาเสนอขายหุ้นละ 4.89 บาท ทั้งนี้ให้จัดสรรเป็นการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน 216,000,000 หุ้น ในมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท และจัดสรรหุ้นสามัญ 108,000,000 หุ้น เพื่อรองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 1 (“SINGER-W1”) และจัดสรรหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 108,000,000 หุ้น จัดสรรเพื่อรองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 2 (“SINGER-W2”) บริษัทได้จัดสรรสิทธิที่จะซื้อหุ้นโดยไม่คิดมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่ใช้สิทธิจองซื้อและได้รับจัดสรรหุ้นสามัญหุ้นที่ออกใหม่ในอัตราส่วน 2 หุ้นสามัญที่ได้รับจัดสรรต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ
 - วันที่ 22 เมษายน 2562 บริษัทได้รับชำระเงินจำนวน 643 ล้านบาท จากการออกหุ้นสามัญและจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน 131,505,235 หุ้น ในมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
 - เปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนของบริษัทจากเดิม 270,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่ 702,000,000 บาท โดยมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วเป็นเงิน 401,505,235 บาท
 - เปลี่ยนแปลงสัดส่วนโครงสร้างผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ของบริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) จากเดิมถือหุ้นอยู่ที่ 24.99% เป็น 30.26% เนื่องจากการเพิ่มทุนตามอัตราส่วนที่จัดสรรครบตามจำนวน
 - ปี 2562 บริษัทได้รับรางวัลดีเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์ในงาน Set Awards 2019 (Outstanding Investor Relations Awards) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นปีที่ 6
 - ปี 2563 บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนชำระแล้วใหม่ เป็น 412,525,208 บาท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563) จากการ Exercise Warrant ที่ผู้ถือหุ้นได้รับจากการเพิ่มทุน
 - เปลี่ยนแปลงสัดส่วนโครงสร้างผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ของบริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) จากเดิมถือหุ้นอยู่ที่ 30.26% เป็น 29.45%
 - ปี 2563 บริษัทได้รับรางวัลดีเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์ในงาน Set Awards 2020 (Outstanding Investor Relations Awards) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นปีที่ 7
 - ปี 2564 บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนชำระแล้วใหม่ เป็น 455,164,940 บาท (ข้อมูล ณ วันที่ 6 มกราคม 2564) จากการ Exercise Warrant ที่ผู้ถือหุ้นได้รับจากการเพิ่มทุน

- เปลี่ยนแปลงสัดส่วนโครงสร้างผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ของบริษัท เจมารท์ จำกัด (มหาชน) จากเดิมถือหุ้นอยู่ที่ 29.45% เป็น 32.625%

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทย่อย

- บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด (SGC)

บริษัทเอสจี แคปปิตอล จำกัด (SGC) หรือ บริษัท ถือหุ้น 99.99% โดย บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2555 ภายใต้ชื่อ บริษัท ซิงเกอร์ ลีสซิง (ประเทศไทย) จำกัด มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจำนวน 1,450,000,000 บาท (หนึ่งพันสี่ร้อยห้าสิบล้านบาท) สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 72 อาคาร กสท. (โทรคมนาคม) ชั้น 17 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ต่อมาบริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2559 เพื่อให้มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย และสอดคล้องกับธุรกิจของบริษัทมากขึ้น

SGC มีกลยุทธ์หลักในการดำเนินธุรกิจ คือ

1. ยึดลูกค้าเป็นจุดศูนย์กลาง (Customer Centric) ทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า และนำเสนอสินค้าที่มีเงื่อนไขตอบโต้ความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง
2. เป็นที่หนึ่งในใจลูกค้า (Top of Mind) โดยมุ่งเน้นที่คุณภาพของบุคลากร สร้างทีมงานที่มีจิตสำนึกในการบริการ

(Service Mind) เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุด และบอกต่อ ๆ กัน

3. ดูแลคุณภาพลูกหนี้อย่างใกล้ชิด และกำหนด Target NPL สำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์

SGC มีนโยบายขยายการดำเนินธุรกิจการให้บริการเช่าซื้อ โดยให้ความสำคัญสำหรับกลุ่มสินค้าเชิงพาณิชย์ ซึ่งหมายรวมถึงสินค้าภายใต้ยี่ห้อซิงเกอร์ และมีโครงการขยายการให้บริการเช่าซื้อภายใต้ยี่ห้ออื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าซิงเกอร์ และกลุ่มลูกค้าทั่วไปซึ่งต้องการในส่วนของสินค้าภายใต้ยี่ห้อซิงเกอร์ หรือยี่ห้ออื่น ๆ อาทิเช่น สินค้าในกลุ่มตู้แช่แข็ง ตู้แช่เครื่องดื่ม ตู้เติมเงินหยอดเหรียญอัตโนมัติ ตู้จำหน่ายหยอดเหรียญอัตโนมัติ ฯลฯ ที่ใช้ในการประกอบกิจการเชิงพาณิชย์

อีกทั้งบริษัทยังได้ดำเนินธุรกิจให้บริการสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน ซึ่งได้เริ่มดำเนินการในไตรมาสแรก ปี 2560 ภายใต้สโลแกน “รถทำเงิน” เป็นการให้บริการสินเชื่อแก่ลูกค้าทั้งนิติบุคคลและรายย่อยทั่วไปที่มีกรรมสิทธิ์ในรถยนต์ โดยประเภทของรถยนต์ที่สามารถนำมาขอใช้บริการ ได้แก่ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รถบรรทุกหกล้อ และรถบรรทุกสิบล้อ โดยจะมีการขายผ่านพนักงานขายของซิงเกอร์ และผ่านช่องทางร้าน/สาขาต่าง ๆ ของซิงเกอร์ที่มีอยู่มากกว่า 185 สาขา ครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่งการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย จะทำให้การทำธุรกิจนี้ขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว

บริษัทได้เริ่มบริหารระบบการรับชำระหนี้สินเชื่อตรงจากลูกค้าผ่านธนาคาร ควบคู่ไปกับการบริหารการจัดเก็บค่าดำเนินการและค่าปรับกับลูกค้าที่ชำระล่าช้า เพื่อเป็นการลดต้นทุนการติดตามและจัดเก็บเงิน ตลอดจนลดจำนวนทุจริตจากพนักงาน และเพื่อให้มั่นใจว่า บัญชีสินเชื่อที่เกิดขึ้นใหม่ที่เพิ่มขึ้น เป็นบัญชีสินเชื่อที่มีคุณภาพ หากมีปัญหาก็สามารถจัดการแก้ไขได้ทันที บริษัทได้มีความเข้มงวดในการควบคุมและกำกับดูแลบัญชีสินเชื่ออย่างใกล้ชิด

พันธกิจของบริษัท

เป็นผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายใต้แบรนด์ซิงเกอร์ อีกทั้งยังสามารถที่จะขยายธุรกิจเช่าซื้อไปยังสินค้าภายใต้ยี่ห้ออื่น ๆ สำหรับกลุ่มลูกค้าทั้งภายในกลุ่มธุรกิจซิงเกอร์ และลูกค้าทั่วไป รวมถึงมุ่งเน้นการขยายธุรกิจด้านสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน และการขยายตัวไปยังธุรกิจการให้สินเชื่อต่าง ๆ ในอนาคต เช่น สินเชื่อสวัสดิการพนักงานของบริษัทพันธมิตร เพื่อความเติบโตที่ยั่งยืน

วิสัยทัศน์ของบริษัท

เป็นผู้นำตลาดให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อ และสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน สำหรับลูกค้าในประเทศ

กลยุทธ์หลัก 4 ประการที่บริษัทมุ่งเน้น คือ

1. สนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้บริการเช่าซื้อสินค้า และบริการยี่ห้อซิงเกอร์ โดยขั้นต้นเน้นไปที่กลุ่มสินค้าเชิงพาณิชย์ และจะขยายไปยังสินค้าชนิดอื่น ๆ ในอนาคต
2. บริหารบัญชีลูกหนี้ของบริษัท ให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีหนี้เสียต่ำ
3. กระบวนการในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อที่มีความสะดวกและรวดเร็ว โดยบริษัทได้มีการจัดตั้งศูนย์พิจารณา

สินเชื่อ เพื่อทำการตรวจสอบ ตรวจสอบ และวิเคราะห์สถานะทางการเงินของลูกค้าก่อนอนุมัติสินเชื่อทุกรายการ พร้อมทั้งมีการตรวจสอบเครดิตของลูกค้าผ่านทางบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติจำกัด พร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่ภาคสนาม (Field Checker) ตรวจสอบบัญชีสินเชื่อเข้าซื้อ และสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน เพื่อตรวจสอบลูกค้าในพื้นที่ได้โดยตรง รวมถึงการจัดตั้งทีมเร่งรัดหนี้สินในพื้นที่ เพื่อให้การแก้ไขปัญหาหนี้ค้างได้รวดเร็วขึ้น

4. บริหารคุณภาพภายใน ทั้งบุคลากร ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานต่าง ๆ พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของพนักงานในทุกตำแหน่งเพื่อสร้างประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการทำงาน พร้อมทั้งช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทำให้บริษัทมีผลกำไรมากขึ้น

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยนำเสนอเป็นวงเงินสินเชื่อเข้าซื้อ และสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน ทั้งนี้ ด้านการบริหารต้นทุนได้วางแผนให้มีประสิทธิภาพด้วยการใช้ประโยชน์จากบริการที่มีในหน่วยงานต่าง ๆ ภายในกลุ่มของบริษัทเอง หรือการจัดจ้างบริษัทภายนอกให้ดำเนินการแทน สำหรับงานที่สนับสนุนธุรกิจของบริษัท (Non-material function) โดยได้มีการจัดทำสัญญากับผู้ให้บริการภายนอก ที่เป็นไปตามกฎหมาย และกฎเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย

ด้านนโยบาย

ปัจจุบัน SGC ให้บริการสินเชื่อแก่กลุ่มลูกค้ารายย่อย และกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ โดยมี 3 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. สินเชื่อเข้าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้ในครัวเรือน (SINGER Hire Purchase)
2. สินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน ทั้งแบบโอนเล่ม (Sales and Lease Back) และแบบไม่โอนเล่ม (Automobile Title-Backed Loan)
3. สินเชื่อเข้าซื้อเครื่องจักรใหม่ (Captive Finance)

1. สินเชื่อเข้าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้ในครัวเรือน

SGC เป็นผู้ให้บริการสินเชื่อเข้าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และเครื่องใช้ในครัวเรือนแก่ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ซิงเกอร์ และผลิตภัณฑ์ที่ขายผ่าน บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย โดยลูกค้าที่มีความประสงค์จะซื้อสินค้าแบบผ่อนชำระ จะทำสัญญาเป็นลูกหนี้เข้าซื้อของ SGC ลูกค้าที่ได้รับพิจารณาสินเชื่อ จะ

ต้องผ่านเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด โดยมีระยะเวลาการผ่อนตั้งแต่ 12 – 36 เดือน และมีอัตราดอกเบี้ย 2% ต่อเดือน สินค้าและบริการแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลักคือ

- 1) เครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้ในครัวเรือน (Home Appliances) ได้แก่ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า โทรทัศน์ เครื่องกรองน้ำ เป็นต้น
- 2) เครื่องใช้ไฟฟ้าเชิงพาณิชย์ (Get Rich) ได้แก่ ตู้แช่ตู้เย็นแช่แข็ง ตู้แช่ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ เครื่องทำกาแฟ ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น
- 3) โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone)

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของสินค้าประเภท Home Appliances และ Mobile คือลูกค้ารายย่อยทั่วประเทศที่ต้องการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและโทรศัพท์มือถือ แบบเงินผ่อนที่ค่าวงดไม่สูง และมีการบริการที่เป็นกันเอง โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีรายได้ระดับล่าง และมักไม่มีโอกาสเข้าถึงสินเชื่อของสถาบันการเงิน

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของ Get Rich คือผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน อาทิเช่น ร้านขายของชำ ร้านอาหาร หอพัก และผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่พนักงานและลูกค้า

ช่องทางในการบริการ และกระบวนการขาย

SGC นำเสนอสินเชื่อผ่านทางตัวแทนขายของ บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย ซึ่งกระจายอยู่ตามแหล่งชุมชนทั่วประเทศ เมื่อลูกค้าประสงค์จะซื้อสินค้าด้วยเงินผ่อน ทางตัวแทนขายจะนำเสนอสินเชื่อและเงื่อนไขต่าง ๆ พร้อมกับนำเสนอเอกสารให้ศูนย์อนุมัติเป็นผู้พิจารณา เมื่อได้รับอนุมัติสินเชื่อแล้ว ลูกค้าจะมีสถานะเป็นลูกหนี้เข้าซื้อและผ่อนชำระกับ SGC

การพิจารณาสินเชื่อ

สินเชื่อเข้าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจะได้รับการพิจารณาผ่านทางศูนย์อนุมัติที่กระจายอยู่ 10 เขต ทั่วประเทศ โดยมีคณะกรรมการเฉพาะคอยดูแลกำกับเรื่องนโยบายเครดิต วิธีปฏิบัติของศูนย์อนุมัติ และการอบรมตัวแทนขาย (Credit Operation Committee and Branch Operation Committee)

2. สินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน

SGC ให้บริการสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกันทั้งแบบโชนเล่ม (Sales and Lease Back) และแบบไม่โชนเล่ม (Automobile Title-Backed Loan) ภายใต้ชื่อ “รถทำเงิน” โดยได้เริ่มให้บริการตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2560



นโยบายการดำเนินธุรกิจ

นโยบายหลักของ รถทำเงิน คือ การเป็นที่หนึ่งในใจของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่ต้องการบริการสินเชื่อที่ตอบโจทย์ความต้องการของธุรกิจอย่างแท้จริง โดยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อ มุ่งเน้นการให้บริการที่เป็นเลิศ และรวดเร็ว

ลูกค้าย่อยเป้าหมาย และกลยุทธ์ในการแข่งขัน

ลูกค้า	ลักษณะลูกค้า	ผลิตภัณฑ์หลักที่นำเสนอ	กลยุทธ์ในการแข่งขัน
1. ลูกค้าผู้ประกอบการขนาดใหญ่	บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล	สินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน แบบไม่โอนเล่ม วงเงิน 10,000,000 บาท – 30,000,000 บาท	<ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาจัดสินเชื่อให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (Customization) - ความรวดเร็วในการบริการ การพิจารณาอนุมัติและการโอนเงิน - ให้บริการโดยผู้จัดการเขต และทีมผู้จัดการธุรกิจสัมพันธ์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะในการให้บริการผู้ประกอบการรายใหญ่ เน้นความชัดเจนการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า
2. ลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลาง	บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล	สินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน ทั้งแบบโอนเล่มและไม่โอนเล่ม วงเงิน 3,000,000 บาท – 10,000,000 บาท	<ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาจัดสินเชื่อให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้า - ความรวดเร็วในการบริการ การพิจารณาอนุมัติและการโอนเงิน - ให้บริการโดยผู้จัดการสาขาและทีมผู้จัดการธุรกิจสัมพันธ์ที่มีความรู้ด้านสินเชื่อ สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าได้ชัดเจน ตรงไปตรงมา
3. ลูกค้าผู้ประกอบการขนาดเล็ก และลูกค้ารายย่อย	บุคคลธรรมดา	สินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน ทั้งแบบโอนเล่มและไม่โอนเล่ม วงเงิน 50,000 บาท – 3,000,000 บาท	<ul style="list-style-type: none"> - ความรวดเร็วในการบริการ การพิจารณาอนุมัติและการโอนเงิน - ให้บริการโดยผู้จัดการธุรกิจสัมพันธ์ที่มีความรู้ด้านสินเชื่อ สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าได้ชัดเจน ตรงไปตรงมา - Push Marketing – ให้บริการลูกค้าถึงสถานที่

ช่องทางในการบริการ และกระบวนการขาย

ทีมผู้จัดการธุรกิจสัมพันธ์ของรถทำเงินจะประจำอยู่ตามสำนักงานสาขา 19 สาขาทั่วประเทศ เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้ทั่วถึงทุกจังหวัด ยกเว้น 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

การพิจารณาสินเชื่อ

รถทำเงินใช้หลักการพิจารณา 4 ข้อ

ปัจจัย	การวิเคราะห์	กระบวนการให้สินเชื่อ
1. การพิสูจน์ตัวตนลูกค้า และการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าและผู้ค้าประกันมีตัวตนตามเอกสารที่ใช้ในการสมัครสินเชื่อ ต้องไม่เป็นการซ้ำซ้อนกัน (ผู้ขายชำระกับผู้กู้เป็นบุคคลเดียวกัน) ลูกค้ามีที่พักอาศัย/ที่ตั้งกิจการเป็นหลักแหล่งและตรงกับการพิสูจน์รายได้ ปัจจัยด้านต้นทุนทางสังคม เช่น ความผูกพันต่อแหล่งที่อยู่อาศัย ความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่ง เชื้อเสียงและหน้าตาในสังคมของผู้กู้และผู้ค้าประกัน ต้นทุนและค่าเสียโอกาสในการหนีหนี้ และทรัพย์สินอื่น ๆ ของลูกค้าและผู้ค้าประกันเพื่อเป็นตัวชี้วัดด้านความมั่นคง 	เจ้าหน้าที่ของบริษัทจะเข้าพบลูกค้าด้วยตนเอง ณ ที่พักและสถานประกอบการของลูกค้าเพื่อยืนยันตัวตนของผู้สมัครสินเชื่อ กรรมการบริษัทและผู้ค้าประกัน และเพื่อตรวจสอบว่าลูกค้าพักอาศัย และดำเนินกิจการตามที่ให้ข้อมูลจริง จากการสอบถามบุคคล ร้านค้า หรือผู้นำชุมชนในพื้นที่ ทีมพิจารณาสินเชื่อ จะดำเนินการโทรสอบถามและให้ทีม Field Checker ลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบข้อมูลก่อนการอนุมัติสินเชื่อทุกครั้ง
2. ประวัติการจ่ายชำระหนี้ปัจจุบันและในอดีต	<ul style="list-style-type: none"> จัดเกรดลูกค้าตามประวัติการจ่ายชำระหนี้ทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยดูจากประวัติ 12-24 เดือนย้อนหลัง กำหนดสัดส่วนการให้สินเชื่อต่อมูลค่าประเมินทรัพย์สิน (LTV) ตามการจัดเกรด – ยิ่งลูกค้ามีประวัติในการจ่ายชำระดี ยิ่งได้รับการพิจารณา LTV สูงขึ้น LTV สูงสุดคือ 85% 	<ul style="list-style-type: none"> เช็คประวัติ NCB หรือตรวจสอบสัญญาและใบเสร็จการผ่อนชำระกับสถาบันการเงินอื่น กรณีที่ผู้ให้กู้ไม่ได้เป็นสมาชิก NCB เช็คฐานข้อมูล Black List ของบริษัท และบริษัทในเครือ

3. การพิสูจน์รายได้ และความสามารถในการจ่ายชำระหนี้	<p>วิเคราะห์ความสามารถในการจ่ายชำระหนี้จากอัตราส่วน Debt to Income (DTI) โดยคำนวณจากภาระการจ่ายชำระหนี้สินต่อเดือน / รายได้สุทธิต่อเดือน</p> <ul style="list-style-type: none"> Maximum DTI คือ 70% (Equivalent to Minimum DSCR = 1.43x) <p>บริษัทจะยึดรายได้ของลูกค้าเป็นหลัก และพิจารณาประกอบกับรายได้ของผู้ค้ำประกัน</p>	<p>ทีมเครดิตจะตรวจสอบรายได้ของผู้กู้และผู้ค้ำประกันตามประเภทแหล่งที่มาของรายได้ อาทิเช่น Payroll Slip, ทวี 50, งบการเงินตรวจสอบ (Audited Financial Statement) สัญญาจ้างงาน โฉนดที่ดินที่ใช้ในกิจการ ฯลฯ และ Bank Statement</p>
<p>4. หลักทรัพย์ค้ำประกันและมูลค่าประเมิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - รถเก๋ง - รถกระบะ - รถตู้ - รถบรรทุก <p>(ไม่รับรถโดยสารประจำทางและรถแท็กซี่)</p>	<p>พิจารณา 2 มิติคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> มูลค่าทรัพย์สินตามราคาตลาด โดยพิจารณาจากราคาซื้อเข้า และสภาพคล่องของทรัพย์สิน รถแบรนด์รอง (รถที่ไม่ใช่รถตลาด) จะได้รับการพิจารณา LTV ต่ำลงอีก 10% จากหลักเกณฑ์ปกติ ความยืดหยุ่นต่อทรัพย์สินของลูกค้า: พิจารณาจาก สัดส่วนการลงทุนในทรัพย์สินระยะเวลาในการครอบครองรถ และความจำเป็นของทรัพย์สินนั้นในการสร้างรายได้ต่อกิจการของลูกค้า (Core Asset) <ul style="list-style-type: none"> - กำหนด LTV โดยพิจารณาจากความยืดหยุ่นต่อทรัพย์สินควบคู่ไปกับประวัติการจ่ายชำระหนี้ - LTV สูงสุดตามเกณฑ์ไม่เกิน 85% จากมูลค่าประเมิน กรณีรถบรรทุกที่เป็น Core Asset และลูกค้าประวัติดี 	<p>ทีมเครดิตประเมินมูลค่าทรัพย์สินค้ำประกันจาก 2 ปัจจัยคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> อ้างอิงราคาตลาดจาก Red Book ฐานข้อมูลภายในของบริษัท และแหล่งอ้างอิงในอุตสาหกรรมเช่น Dealer และข้อมูลการประเมินกลางจากสถาบันการเงินอื่น ประเมินจากสภาพทรัพย์สินจริง จากการตรวจสอบของเจ้าหน้าที่ รูปถ่าย เล่มทะเบียน และข้อมูลการปรับปรุงรถ (กรณีรถบรรทุก) <p>ทั้งนี้ รถทุกคันต้องมีประกันและสลักหลังให้ผู้รับประโยชน์เป็น SGC</p>

อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม

ประเภทสินเชื่อ	อัตราดอกเบี้ย	ค่าธรรมเนียมการให้สินเชื่อ (Front-End Fee)
จำนำทะเบียน (ไม่โอนเล่ม)	15% - 24.0% ต่อปี	1.5% - 3.0% ของวงเงินสินเชื่อ

3. สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องจักรใหม่ (Captive Finance)

รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

SGC ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อเครื่องจักรใหม่แก่ลูกค้าผู้ซื้อเครื่องจักรกับผู้ผลิตและผู้นำเข้า (Dealer) ที่เป็นพันธมิตรกับ SGC และมีการลงนามในบันทึกข้อตกลงซึ่งมีเงื่อนไขหลักในการรับซื้อเครื่องจักรคืน ในกรณีที่ผู้เช่าซื้อผิดนัดชำระหรือไม่สามารถชำระต่อไปได้

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของ Captive Finance แบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ

1) ระดับ Dealer

Dealer กลุ่มเป้าหมายของ SGC คือผู้ผลิตและผู้นำเข้าเครื่องจักรชั้นนำในอุตสาหกรรมต่าง ๆ อาทิ เช่น อุตสาหกรรมโลหะ อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ อุตสาหกรรมเครื่องจักรป้อนขนาดใหญ่ และอุตสาหกรรมรถยนต์และรถไฟฟ้า เป็นต้น

2) ระดับผู้เช่าซื้อ

ลูกค้าผู้เช่าซื้อกลุ่มเป้าหมาย คือลูกค้าบุคคลและนิติบุคคลที่ได้รับการคัดเลือกจาก Dealer พันธมิตรว่ามีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจโดยใช้เครื่องจักรของ Dealer นั้น โดยทาง SGC จะดำเนินการพิจารณาสินเชื่อตามเกณฑ์ของบริษัทอีกครั้งหนึ่ง

ช่องทางการเบิกถอนเงิน แบ่งออกเป็น 2 กรณี

- 1) กรณีลูกค้านำทะเบียนรถมาค้ำประกันเพื่อขอสินเชื่อกับบริษัท (รถปลอดภาระ) บริษัทจะโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของลูกค้าโดยตรง
- 2) กรณีลูกค้าเป็นหนี้กับสถาบันการเงินอื่น หรือบริษัทอื่น มาขอสินเชื่อกับบริษัทเพื่อนำเงินไปชำระปิดบัญชีกับเจ้าหนี้เดิม บริษัทจะออกเช็คเช็คส่งจ่ายเจ้าหนี้เดิม เพื่อปิดบัญชีหนี้เดิม

ช่องทางการชำระเงิน (Re-payment Channel)

- 1) โดยการโอนเงินเข้าบัญชีบริษัท โดยผ่านทางธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ หรือ
- 2) ลูกค้าจะส่งจ่ายเช็คลงวันที่ล่วงหน้าเป็นงวดๆ ไว้ให้บริษัท

ด้านบุคลากร

ควบคุมและดำเนินงานโดยทีมผู้บริหารและบุคลากรที่มีประสบการณ์ในธุรกิจสินเชื่อรายย่อย สินเชื่อเช่าซื้อ

- 1) มีระบบการวางแผนอัตราค่าลงให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินธุรกิจ
- 2) พัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ ข้อกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

ด้านสถานที่และพื้นที่การให้บริการ

สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 72 อาคาร กสท. โทรคมนาคม ชั้น 17 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

ด้านเทคโนโลยี

- 1) บริษัทมีการพัฒนาระบบการอนุมัติสินเชื่อตามมาตรฐานสากล การบริหารบัญชีลูกหนี้ และระบบการติดตามหนี้ที่ทันสมัยและรองรับการพัฒนาระบบปฏิบัติการเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) มีระบบการรายงานและควบคุมคุณภาพลูกหนี้ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันและลดอัตราการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL)

ด้านการบริหารจัดการ

- 1) บริหารงานด้วยหลักธรรมาภิบาล
- 2) บริหารงานด้านการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและงานตรวจสอบภายใน ตามหลักเกณฑ์และระเบียบหรือแนวทางที่ธนาคารแห่งประเทศไทย หรือสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคกำหนด
- 3) มีระบบการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลต่อคุณภาพของสินเชื่อก่อนที่จะพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ
- 4) ควบคุมการจัดเก็บหนี้ทั้งโดยบริษัทเอง และบริษัทตัวแทนภายนอก โดยมุ่งเน้นความเป็นธรรม และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทให้ไปในแนวทางปฏิบัติ ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

ด้านฐานะทางการเงิน และแหล่งเงินทุน

- 1) ถือหุ้น 99.99% โดยบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน)
- 2) แหล่งเงินทุนในการดำเนินงานมาจากผู้ถือหุ้นและเงินกู้ยืมจากธนาคาร

■ บริษัท เอสจี เซอร์วิสพลัส จำกัด (SGS)

บริษัท เอสจี เซอร์วิสพลัส จำกัด ถือหุ้น 99.96% โดย บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย เริ่มเปิดดำเนินการ เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2555 โดยใช้ชื่อว่า 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 เปรียบเสมือนช่างช่างบ้านคุณ และเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2559 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัท จากเดิม บริษัท ซิงเกอร์เซอร์วิสพลัส จำกัด (SSPL) เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท เอสจี เซอร์วิสพลัส จำกัด (SGS) ทั้งนี้บริษัทได้ทำการเปลี่ยนแปลงเฉพาะชื่อนิติบุคคลเท่านั้น

ปี 2561 การดำเนินธุรกิจของบริษัท เป็นไปในเชิงรุกเน้นการให้บริการที่รวดเร็ว ภายใต้การลงทุนระบบโปรแกรมใหม่ ที่สามารถตรวจสอบงานได้ทุกสถานะและทันที (Real Time) มีการสร้างระบบรองรับงานบริการและอะไหล่ เพื่อให้สอดคล้องกับการบริการ พร้อมขยายเครือข่ายงานบริการไปยังโครงการใหญ่ งานประมูลภาครัฐ โรงงาน โรงแรม และ รีสอร์ทต่างๆ ทั้งนี้บริษัท ฯ ได้เพิ่มช่องทางการจัดหารายได้บริการแนวทางใหม่ เช่น การ

ให้บริการเดินสายไฟในอาคาร, การเดินสาย Lan, การเดินสายโทรศัพท์, งานปรับปรุงอาคาร และงานบริการ set บูธ รวมถึงวางระบบการขายอะไหล่แท็บเล็ตและอะไหล่เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด ทุกยี่ห้อ

ในส่วนด้านการพัฒนาบุคลากร บริษัทได้พัฒนาช่างให้ได้มาตรฐานฝีมือแรงงาน หลักสูตรช่างไฟฟ้าในอาคารระดับ 1 และหลักสูตรแอร์พาดิษย์ขนาดเล็กระดับ 1 เพื่อให้ถูกต้องตามกฎหมายของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานที่บังคับใช้ และมีการอบรมสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการสร้างช่างรุ่นใหม่ทดแทนช่างรุ่นเก่าแบบประสานต่อเนื่องโดยบริษัท มีข้อตกลงการทำสัญญาความร่วมมือการจัดการเรียนการสอนอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี (MOU) กับสถานศึกษา ในส่วนของภาคกลาง และภาคใต้

ในส่วนงานบริการสายด่วน HOTLINE 0-818-404-555 เป็นศูนย์กลางการบริการ และประสานงาน โดยมีช่างบริการครอบคลุมทุกพื้นที่ และทุกจังหวัด จำนวน 115 คน มีเครือข่ายสาขาจากบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กว่า 188 สาขาที่ให้การสนับสนุนด้านงานบริการกับบริษัท เอสจี เซอร์วิสพลัส จำกัด ได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง

■ บริษัท เอสจี โบรคเกอร์ จำกัด (SGB)

บริษัท เอสจี โบรคเกอร์ จำกัด (SGB) ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยตามใบอนุญาตเลขที่ ว 00014/2559 และนายหน้าประกันชีวิตตามใบอนุญาตเลขที่ ช 00045/2545 ซึ่งมี “บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน)” เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ดำเนินงานภายใต้คณะผู้บริหารและบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญโดยยึดหลักธรรมาภิบาล อีกทั้งปฏิบัติตามกฎระเบียบของสำนักงาน คปภ. อย่างเคร่งครัดมาโดยตลอด นอกเหนือจากการให้บริการด้านประกันวินาศภัยแล้ว บริษัทฯมีแนวความคิดจะขยายบริการด้านประกันวินาศภัยเพื่อให้ครอบคลุมธุรกิจประกันภัย อีกทั้งเป็นการต่อยอดธุรกิจในเรื่อง และ เพื่อรองรับกลุ่มฐานลูกค้าของบริษัทฯ ที่มีอยู่ทั่วประเทศ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นอันดับแรก ประการสำคัญธุรกิจประกันวินาศภัย โดยเฉพาะการประกันภัยที่นอกเหนือจากประกันภัยรถยนต์นั้นยังไม่ได้เข้าถึงลูกค้าประชาชนกลุ่มที่มีรายได้น้อยที่มีอยู่อีกเป็นจำนวนมาก

ด้วยชื่อเสียงของ “ซิงเกอร์” (ผู้ถือหุ้นหลักของบริษัท) ที่ยืนหยัดในธุรกิจเคียงคู่กับลูกค้าประชาชนมายาวนานมาร้อยกว่าปี ซึ่งมีฐานข้อมูลลูกค้ากว่าสี่แสนราย อีกทั้งศักยภาพเครือข่ายช่องทางการตลาด ของธุรกิจในเรื่อง ที่กระจายอยู่ในภูมิภาคทั่วประเทศ บริษัทฯ จึงเล็งเห็นเป็นโอกาส ในการให้บริการสำหรับกลุ่มลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ากลุ่มนี้สามารถเข้าถึงการประกันภัยมากขึ้น ได้รับการคุ้มครองตามกำลังซื้อที่เหมาะสมของตนเองและประการสำคัญเป็นการส่งเสริมธุรกิจการประกันภัยได้อีกระดับหนึ่ง

เหตุผลในการดำเนินธุรกิจ

เป็นการต่อยอดเพื่อขยายธุรกิจของบริษัทฯ และ กลุ่มผู้ถือหุ้นให้บริการตอบสนองลูกค้ากลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยสามารถซื้อหาประกันภัยได้สะดวกและเหมาะสมกับรายได้

วิสัยทัศน์ (VISION)

เป็นผู้นำด้านธุรกิจนายหน้าประกันภัยที่พร้อมมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้วยมาตรฐานระดับสากล

และดูแลผลประโยชน์ของลูกค้า พันธมิตร พนักงาน รวมถึงผู้ถือหุ้นอย่างเป็นธรรมและร่วมสร้างสรรค์สังคมที่ดี

พันธกิจ (Mission)

1. สร้างระบบบริการมาตรฐานที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพ
2. สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า
3. สร้างนวัตกรรมในการบริหารที่มีประสิทธิภาพด้วยระบบสารสนเทศที่ทันสมัย
4. สร้างบุคลากรที่มีคุณภาพ มีความเป็นมืออาชีพ

เป้าหมาย (GOALS)

ให้บริการนายหน้าประกันวินาศภัยประเภทรถยนต์ และประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และการให้บริการที่เป็นเลิศ เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วและง่ายในการใช้บริการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า รวมทั้งบริษัทมีความมุ่งมั่นพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงานและปฏิบัติตามกฎหมายและประกาศจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

บริษัท เอสจี โบรกเกอร์ จำกัด (SGB) ดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าซื้อขายและนำส่งเบี้ยประกัน โดยใช้เครือข่ายตัวแทนจำหน่ายของ บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด (SGC) ผู้ถือใบอนุญาตเป็นนายหน้าบุคคล ประเภทการจัดการประกันวินาศภัยโดยตรง

ประกันชีวิตเดิม คงเหลือการส่งเบี้ยของผู้เอาประกันชีวิตที่ยังมีผลบังคับในปัจจุบัน โดย

- ผู้เอาประกันภัย ชำระเบี้ยตรงเข้าบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต
- บริษัท เอสจี โบรกเกอร์ รับ Commission จากบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต ทุกสิ้นเดือน

1. **ประกันชีวิต** ขายผลิตภัณฑ์ประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ
2. **ประกันวินาศภัย** ขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์

แผนการประกอบธุรกิจการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการธุรกิจนายหน้าประกันภัย

บริษัทได้ให้ความสำคัญในการขายประกันรถยนต์ทั้งแบบภาคบังคับและภาคสมัครใจ โดยได้จัดหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเป็นหลัก ด้วยการซื้อฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากผู้จัดจำหน่ายฐานข้อมูลลูกค้าและความร่วมมือกับบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง (Partner) ในการจัดหาและบริหารฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อใช้ในการติดต่อและขายประกันรถยนต์ของคู่ค้าที่เป็นบริษัทประกันวินาศภัยทั้งหมดจำนวน 8 ราย ทั้งนี้ บริษัทประกันวินาศภัยทุกรายได้สัญญาการดำเนินธุรกิจแบบไม่มีกำหนดระยะเวลา กับบริษัท ซึ่งถือเป็นสัญญาแม่หรือ Master Agreement และสามารถแก้ไขเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสัญญาเพิ่มเติม เช่น ประเภทกรมธรรม์ ค่านายหน้าประกันภัย และค่าบริการอื่น เป็นต้น ดังนั้น บริษัทจึงได้แบ่งลักษณะลูกค้าและคู่ค้าในธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยตามแหล่งที่มาของฐานข้อมูลลูกค้าดังนี้

1. คู่ค้าที่เป็น Partner ซึ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันรถยนต์และการประกันอุบัติเหตุ โดย Partner มีหน้าที่ดังต่อไปนี้
 - ร่วมมือกับบริษัทในการจัดหาและบริหารฐานข้อมูลลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของ Partner
 - เป็นผู้จัดเก็บเบี้ยประกันภัยจากลูกค้าแทนบริษัท
 - เป็นผู้จัดส่งกรมธรรม์ประกันภัยให้กับลูกค้า

อย่างไรก็ตาม บริษัทประกันวินาศภัยดังกล่าวและบริษัทจะดำเนินการตรวจสอบว่าข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นชุดในแต่ละครั้ง ก่อนดำเนินการขาย เพื่อไม่ก่อให้เกิดความทับซ้อนกับฐานลูกค้าเดิมของบริษัท
2. คู่ค้าที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยเพียงอย่างเดียว (Non Partner) ซึ่งเป็นบริษัทประกันวินาศภัยจำนวน 8 ราย (รวมผลิตภัณฑ์ของ Partner แต่บริษัทเป็นผู้จัดหาฐานข้อมูลของลูกค้าเป้าหมายเอง) ที่นำเสนอประเภทผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้กับบริษัท เพื่อใช้ในการเสนอขายกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่าน ช่องทาง Face to Face โดยบริษัทเป็นผู้จัดหาฐานข้อมูลของลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งจัดเก็บเบี้ยประกันภัยและส่งมอบกรมธรรม์ประกันภัยให้ลูกค้า

นโยบายในการพิจารณาคัดเลือกและสรรหาคู่ค้า

บริษัทมีนโยบายในการพิจารณาคัดเลือกและสรรหาคู่ค้า ดังนี้

1. เป็นบริษัทประกันวินาศภัยหรือบริษัทประกันชีวิตที่มีความแข็งแกร่งในธุรกิจทั้งในด้านการเงินและการออกแบบผลิตภัณฑ์รวมถึงการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็วในการชดเชยค่าสินไหมทดแทน
2. เป็นบริษัทประกันวินาศภัยหรือบริษัทประกันชีวิตที่มีหลักการธรรมาภิบาลที่ดี มีผู้บริหารระดับสูงที่มีวิสัยทัศน์ และทีมงานที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน มีความเข้าใจในธุรกิจพร้อมที่จะสนับสนุนให้ธุรกิจของนายหน้าประสบความสำเร็จ
3. เป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่มีเครือข่ายในการให้บริการด้านการเคลมประกันรถยนต์ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด
4. มีพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง เช่น อู่ซ่อม หรือศูนย์ซ่อม เป็นต้น ที่ได้รับการยอมรับเรื่องการบริหารและการอนุมัติการจ่ายเงินค่าสินไหมทดแทนจากบริษัทประกันวินาศภัย
5. มีทีมงานที่มีความเข้าใจและสนับสนุนงานทั้งก่อนและหลังการขาย
6. สนับสนุนในช่องทางใหม่สำหรับการจัดจำหน่ายประกันภัยและการพัฒนางานต่างๆ
7. มีการจัดการที่ก่อให้เกิดผลกำไรสูงสุดเพื่อให้สามารถสร้างผลตอบแทนที่สูงขึ้นกับบริษัทนายหน้าประกันวินาศภัยหรือนายหน้าประกันชีวิตได้

ความสามารถในการแข่งขันของนิติบุคคล วิธีการเลือกผลิตภัณฑ์ประกันภัยการใช้ช่องทางเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัย

SGB ได้ดำเนินธุรกิจอย่างซื่อสัตย์ รับผิดชอบต่อสังคมมายาวนานกว่า 40 ปี ประกอบไปด้วยคณะผู้บริหารที่ทรงคุณวุฒิ มีความรู้เชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ที่เพียบพร้อม อีกทั้งบุคลากรของบริษัทฯ ก็เป็นผู้ที่มีประสบการณ์

ให้บริการเกี่ยวกับประกันภัยมายาวนาน โดยเฉพาะเครือข่ายธุรกิจภายใต้ชื่อเสียง “ซิงเกอร์” ซึ่งพร้อมให้การสนับสนุนทั้งมีข้อมูลลูกค้ากว่าสี่แสนรายที่ใช้บริการของ ซิงเกอร์อยู่แล้ว บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าจะสามารถประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเต็มความสามารถ

ตลาดเป้าหมาย และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- การให้บริการประกันภัยและประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล
- กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการทางธุรกิจของ “singer” ที่มีอายุระหว่าง 18 ปี - 60 ปี
- กลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้น้อย ที่สนใจ และให้ความสำคัญต่อการประกันอุบัติเหตุ

กลยุทธ์ทางการตลาด การเลือกช่องทางจัดจำหน่ายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ช่องทางการให้บริการ วิธีการส่งเสริมการตลาด

● กลยุทธ์ทางการตลาด

ร่วมมือกับบริษัทประกันภัยที่เป็นพันธมิตร พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ / เงื่อนไขความคุ้มครองที่เหมาะสมสอดคล้องกับราคาเบี้ยประกันภัย ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตามโครงการต่างๆ โดยเป็นกรรมธรรมที่สำเร็จรูป ง่ายต่อการนำเสนอขายแก่ลูกค้า

● การเลือกช่องทางจัดจำหน่ายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายช่องทางการให้บริการ

นอกเหนือจากการจำหน่ายทางบริษัทแล้ว บริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนร่วมมือจัดจำหน่ายผ่านพนักงานขาย “ซิงเกอร์” ที่มีใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย ซึ่งมีสาขาอยู่ทั่วประเทศ เป็นช่องทางจำหน่ายที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่ง รวมทั้งช่องทาง Online

● วิธีการส่งเสริมการตลาด

กำหนดโครงสร้างผลประโยชน์ตอบแทน เพื่อจูงใจแก่พนักงานขาย จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น จับสลากแจกรางวัลให้ลูกค้า โดยการซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า “ซิงเกอร์” ของสาขานั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนยอดขายของสาขานั้นๆ จัดกิจกรรมชิงสัมมนาให้ความรู้ แนวนับเชิง เพื่อให้ประชาชนลูกค้าได้ตระหนักถึงความสำคัญของการทำประกันภัย

● รูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์

1. จัด Internal roadshow ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัท “ซิงเกอร์” และแจ้งต่อการประชุมฝ่ายขาย “ซิงเกอร์” ในแต่ละเขตทั่วประเทศ
2. จัดทำ web page แนะนำบริษัท ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมการตลาดของบริษัทฯ
3. จัดทำโปสเตอร์ปิดประกาศ ตามสาขาของ “ซิงเกอร์”

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) ในรูปแบบของสินค้าฝากขายและเป็นการรวมจำนวนการสั่งซื้อ เพื่อให้ได้ราคาที่ดีที่สุดจากผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงด้านภาพลักษณ์ และคุณภาพ เพื่อให้การขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถขยายตัวได้มากขึ้นในฐานะลูกค้าของบริษัท และสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าของบริษัท อีกทั้งได้มีการจ้างบริหารลูกหนี้ และติดตามหนี้กับ บริษัท เจเอ็มที เน็ทเวอร์ค เซอร์วิส เซส จำกัด (มหาชน) ภายใต้สัญญาดังกล่าวตกลงที่จะให้บริหารลูกหนี้และติดตามหนี้ ตามแต่ที่ประเภทของลูกหนี้ที่จะตกลงกัน ในการนี้กลุ่มบริษัทจะต้องจ่ายค่าบริการ ในอัตราตามที่ระบุในสัญญา สัญญานี้มีระยะเวลา 1 ปี โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 กันยายน 2563 ถึงวันที่ 28 กันยายน 2564 ซึ่งจัดทำเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญา โดยให้ใช้ข้อความในสัญญาเดิม รวมทั้งบรรดาเอกสารแนบท้ายทั้งหมด ให้มีผลยึดถือบังคับต่อไปเช่นเดิม จนกว่าจะมีการยกเลิก หรือครบกำหนดสัญญา

วัตถุประสงค์และเป้าหมายระยะยาวของบริษัท (Corporate Objective/Long Term Goal)

ในปี 2564 - 2566 บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะรักษาอัตราการเติบโตในระดับ 30% ต่อปี โดยวางแผนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

ด้านการตลาด

1. เสริมสร้างธุรกิจการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งเป็นธุรกิจรากฐานของซิงเกอร์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ วางแผนการขยายโครงข่ายของสาขาให้ครอบคลุมทุกอำเภอในปี 2565 และครอบคลุมทุกตำบลในปี 2566 โดยมีเป้าหมายให้ทุกบ้านมีเครื่องไฟฟ้าซิงเกอร์อย่างน้อยหนึ่งชิ้น และซื้อเครื่องไฟฟ้าจากร้านซิงเกอร์ที่เข้าถึงได้ในระดับร้านของเพื่อนบ้าน
2. เพิ่มความหลากหลายในกลุ่มสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มชนิดของสินค้าในกลุ่มสินค้าเพิ่มรายได้ Get Rich และในกลุ่มสินค้าเพิ่มความสะดวกสบายอย่างเครื่องไฟฟ้าในครัวเรือน ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม และเพิ่มโอกาสในการขายให้กับทีมขายของซิงเกอร์
3. ขยายช่องทางออนไลน์ในการแนะนำสินค้าสู่ผู้บริโภค โดยทำงานประสานกำลัง (synergy) กับทีมขายภาคสนามของซิงเกอร์
4. เพิ่มรายได้ดอกเบี้ย โดยการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อจำนำทะเบียนรถผ่านทางบริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทลูก บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะมีพอร์ตสินเชื่อรวม 10,000 ล้านบาทภายในปี 2564 และนำบริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2565 นอกจากนี้บริษัทฯ ยังจะเพิ่มรายได้ค่านายหน้า จากบริษัท เอสจี โบรกเกอร์ จำกัด ซึ่งเป็นนายหน้าประกันทั้งในส่วนที่เป็นประกันชีวิตและประกันวินาศภัย

ด้านคุณภาพลูกหนี้

5. รักษามาตรฐานการควบคุมคุณภาพลูกหนี้ตั้งแต่การอนุมัติสินเชื่อ และการควบคุมการรับชำระหนี้ โดยมีเป้าหมายที่จะมีหนี้ด้อยคุณภาพ (Non performing loan: NPL) ไม่เกิน 3% ภายในปี 2566

จากแผนดังกล่าว บริษัทฯ จะเดินหน้าขยายแฟรนไชส์ (หรือสาขาย่อย) อย่างต่อเนื่อง ในปี 2563 ซิงเกอร์มีสาขาและแฟรนไชส์ (หรือสาขาย่อย) รวมกันทั้งสิ้น 2,030 สาขาทั่วประเทศ บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะขยายสาขาอีก 4,000 สาขาภายในปี 2566 ธุรกิจสินเชื่อจำนำทะเบียนรถ จะเป็นธุรกิจที่จะเสริมสร้างให้ซิงเกอร์แข็งแกร่งยิ่งขึ้น บริษัทฯ จะนำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้น เพื่อลดข้อผิดพลาดและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งนี้เพื่อให้ซิงเกอร์เป็นองค์กรที่ทันสมัย รวดเร็ว และพร้อมสำหรับทุกโอกาสทางธุรกิจ

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

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

การขายแบบเช่าซื้อโดยผ่านเครือข่ายซิงเกอร์ ปัจจุบันซิงเกอร์มีสาขารวมมากกว่า 2,000 สาขา แบ่งเป็นร้านสาขาหลัก 188 สาขา และร้านแฟรนไชส์หรือสาขาย่อยกว่า 2,000 สาขา ครอบคลุม 1,492 ตำบล ใน 700 อำเภอทั่วประเทศ ซึ่งถือว่าบริษัทมีเครือข่ายการกระจายสินค้า ที่ครอบคลุมไปทั่วทุกภาคในประเทศไทย

สำหรับสินค้าซิงเกอร์สามารถแบ่งแยกเป็น 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ดังนี้ :-

ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน ได้แก่:-

- ผลิตภัณฑ์จักรเย็บผ้า เช่น จักรเย็บผ้า เข็มจักร น้ำมันหล่อลื่นอะไหล่ประกอบชิ้นเครื่องยนต์ กวกรไกร เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน เช่น ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เตารีด เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์กลุ่มภาพ และเสียง เช่น แอลอีดี ทีวี (LED TV) Smart TV และเครื่องเสียง เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ได้แก่:-

- กลุ่มสินค้าสำหรับร้านค้า เช่น ตู้แช่แข็ง ตู้แช่เครื่องดื่ม ตู้แช่เบียร์ ตู้แช่ไวน์ ตู้แช่เบเกอร์และเครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ
- กลุ่มสินค้าหยอดเหรียญ เช่น ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์ ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ ตู้เติมเครื่องดื่มหยอดเหรียญ เป็นต้น
- สินค้าเครื่องมือทางการเกษตร เช่น เครื่องสูบน้ำ

เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2558 บริษัทได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้น โดยผู้ถือหุ้นใหญ่รายเดิม คือ SINGER (Thailand) B.V. ที่ถือหุ้น 40% ได้ขายหุ้นที่ถืออยู่ออกไปทั้งหมด และมีบริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่รายใหม่โดย มีสัดส่วนการถือหุ้น 24.99% และปรับเปลี่ยนเป็นผู้ถือหุ้น 26% ภายหลังที่บริษัทได้มีการประกาศเพิ่มทุนในปี 2562 ปัจจุบัน บริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) มีสัดส่วนการถือครองหุ้นอยู่ที่ 32.625% จากการแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิ SINGER-W1 ซึ่งได้รับจัดสรรจากการเพิ่มทุน โดยแปลงสภาพเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2563

ในปี 2559 บริษัทได้นำโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ามาจำหน่ายในช่องทางการจำหน่ายของบริษัท 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 3 กลุ่มหลัก คือ จักรเย็บผ้า ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน และผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ และที่

เพิ่มเติมเข้ามาคือผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่นๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ Samsung, OPPO, Huawei, Vivo รวมทั้งอุปกรณ์เสริมต่างๆ

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

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้จากงบการเงิน (รวมดอกเบี้ยรับฯ) ของบริษัทตามส่วนงานทางภูมิศาสตร์ และสายผลิตภัณฑ์แบ่งได้ดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

มูลค่าการจำหน่ายในประเทศ แยกตามผลิตภัณฑ์	2563/2020	%	2562/2019	%	2561/2018	%
เครื่องซักผ้า / Washing Machine	398,603	12	326,843	14	292,738	12
ตู้เย็น / Refrigerator	259,908	8	206,631	9	224,038	9
ตู้แช่ / Freezer	547,808	16	364,154	16	306,290	12
โทรทัศน์ / Television	391,841	11	326,995	14	528,652	21
จักรเย็บผ้า / Sewing Machine	49,410	1	31,400	2	185,020	7
เครื่องปรับอากาศ / Air Conditioner	636,077	19	284,852	13	221,955	9
ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือ / ATVM	96,120	3	120,934	5	230,174	9
ตู้เติมน้ำมันแบบหยอดเหรียญ / Petrol Vending Machine	526,893	15	220,914	10	114,104	5
โทรศัพท์เคลื่อนที่ / Mobile Phone	40,997	1	31,077	1	226,738	9
รวมมูลค่าการจำหน่ายในประเทศ	2,947,657	86	1,913,800	84	2,329,709	93
ผลิตภัณฑ์อื่นในประเทศ	479,499	14	368,985	16	193,930	7
มูลค่าการจำหน่ายต่างประเทศ	-	-	-	-	-	-
รวมรายได้จากการขายและดอกเบี้ยรับฯ	3,427,156	100	2,282,418	100	2,523,639	100

หมายเหตุ บริษัทดำเนินธุรกิจขายสินค้าในส่วนงานทางธุรกิจเดียว และดำเนินธุรกิจในส่วนงานทางภูมิศาสตร์เดียวคือในประเทศไทย ดังนั้นจึงมิได้มีการเสนอข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

โครงสร้างรายได้บริษัทย่อย

ประเภทธุรกิจ	ดำเนินการ โดย	% การ ถือหุ้น ของ บริษัท	ปี 2563	%	ปี 2562	%	ปี 2561	%
รายได้จากการขาย								
บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย (STL)	STL	100.00	2,454,796	67.1	1,529,385	58.6	1,876,283	65.0
ดอกเบี้ยรับจากการขายผ่อนชำระ								
- บจก. เอสจี แคปปิตอล (SGC)	SGC	99.99	972,360	26.6	753,031	28.9	647,356	22.4
- บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย (STL)	STL	100.00	-	-	-	-	-	-
รายได้จากธุรกิจบริการ								
- บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย (STL)	STL	100.00	50,920	1.39	66,004	2.6	80,777	2.8
- บจก. เอสจี เซอร์วิสพลัส (SGS)	SGS	99.96	697	0.02	8,516	0.3	17,951	0.6
รายได้จากนายหน้าประกันชีวิต								
- บจก. เอสจี โบรคเกอร์ (SGB)	SGB	99.99	19,493	0.53	3,160	0.1	5,178	0.2
รายได้อื่นๆ								
- บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย (STL)	STL	100.00	13,316	0.4	37,003	1.4	126,126	4.4
- บจก. เอสจี แคปปิตอล (SGC)	SGC	99.99	146,571	4.0	206,967	7.9	128,862	4.5
- บจก. เอสจี เซอร์วิสพลัส (SGS)	SGS	99.96	180	0.0	5,875	0.2	5,259	0.2
- บจก. เอสจี โบรคเกอร์ (SGB)	SGB	99.99	92	0.0	58	0.0	232	0.0
รวม			3,658,425	100.0	2,609,999	100.0	2,888,024	100.0

2.2 ตลาดและภาวะการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

บริษัทใช้กลยุทธ์การขายตรงในระบบเช่าซื้อควบคู่ไปกับการขายเงินสด ทั้งนี้การขายแบบเช่าซื้อดำเนินไปภายใต้การควบคุมที่รัดกุมโดยสม่ำเสมอเพื่อให้มีหนี้เสียน้อยที่สุด สินค้าที่บริษัทจำหน่ายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเท่าเทียมหรือดีกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าของผู้ผลิตรายอื่นๆ ราคาจำหน่ายเงินสดของสินค้าใกล้เคียงกับสินค้านำเข้า โดยกลุ่มลูกค้าของบริษัทเป็นลูกค้าในกลุ่มประชาชนตามต่างจังหวัด โดยบริษัทได้แบ่งระบบการขายของบริษัทออกเป็น 2 ระบบ ดังนี้

1. ระบบ “Singer Direct” เป็นระบบการขายผ่านเครือข่ายพนักงานขายของซิงเกอร์
2. ระบบขายส่ง เป็นการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย ตลอดจนการขายแบบ Group Sales โดยเน้นสินค้าจักรเย็บผ้า พร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วง สินค้ากลุ่มตู้แช่แข็ง ตู้แช่เครื่องดื่ม ตู้แช่ไวน์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก

ภายในบ้าน

3. ระบบออนไลน์ เป็นระบบการขายผ่านแอปพลิเคชัน Singer Home, SingerConnect เพื่อเพิ่มช่องทางการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

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 รวมถึงการนำผลิตภัณฑ์ขนาดเล็ก เช่น หม้อทอดไร้น้ำมัน เครื่องฟอกอากาศ มาจำหน่ายเพื่อเพิ่มไลน์ผลิตภัณฑ์เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทขายสินค้าผ่านร้านสาขาของบริษัท ซึ่งมีจำนวนกว่า 188 สาขาทั่วประเทศและสาขาย่อยกว่า 2,000 สาขา มีเครือข่ายพนักงานขายกว่า 3,000 คน บริษัทมีการฝึกอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ซึ่งมีทั้งการอบรมภายในและการฝึกอบรมในรูปแบบออนไลน์ พนักงานขายเหล่านี้เป็นกำลังสำคัญในการขยายตลาดของบริษัท ประมาณร้อยละ 90 ของยอดขายเป็นการขายแบบเช่าซื้อ โดยบริษัทให้เช่าซื้อผ่านบริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด ซึ่ง บมจ.ซิงเกอร์ประเทศไทย ถือหุ้นร้อยละ 99.99

สำหรับการควบคุมคุณภาพของบัญชีเช่าซื้อ บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด มีการตรวจสอบทั้งก่อน และภายหลังการขาย โดยจัดให้มีศูนย์พิจารณาสินเชื่อ (Credit Control Office) เพื่อตรวจสอบ และอนุมัติสินเชื่อลูกค้าก่อนการขาย ทั้งนี้การพิจารณาสินเชื่อลูกค้าจะพิจารณาทั้งจากฐานข้อมูลภายในบริษัท และตรวจสอบกับบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (National Credit Bureau) และการตรวจสอบภายหลังการขายนั้น ทีม Telecall (TC) จะทำการโทรตรวจสอบบัญชี จะทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของบัญชีเช่าซื้อและข้อมูลสินเชื่อว่าถูกต้องตามที่ได้อนุมัติไปหรือไม่ทุกบัญชี หากพบข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง จะส่งบัญชีให้ทีม Field Collector (FC) ไปตรวจเยี่ยมผู้เช่าซื้อถึงบ้านทุกบัญชี ปัจจุบันบริษัทมีผู้ตรวจสอบบัญชีกว่า 200 คน รับผิดชอบตรวจสอบบัญชีเช่าซื้อทั่วประเทศ ภายใต้การควบคุมและตรวจสอบของฝ่ายสินเชื่อ

สำหรับการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ทางบริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และจัดส่งเสริมการขายตามช่วงเวลา ทั้งนี้เพื่อรองรับการเติบโตของการขายออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย

แนวโน้มอุตสาหกรรมและภาวะการแข่งขัน

แนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าในปี 2564 คาดว่าจะมีความต้องการเพิ่มขึ้นจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น

- ความต้องการในตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่คาดว่าจะดีขึ้นจากกระแสโควิด-19 ทำให้มีกระแส Work from Home ทำให้คนต้องการบ้านเพิ่มขึ้น
- สภาพอากาศที่คาดว่าจะร้อนขึ้นจากปรากฏการณ์โลกร้อนที่เอื้อประโยชน์ต่อการทำตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภททำความเย็น
- ผู้บริโภคมีความต้องการเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ตามช่วงอายุการใช้งาน
- ช่องทางจำหน่ายออนไลน์ขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้เพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ธุรกิจเข้าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า

ในธุรกิจแบบเข้าซื้อมีส่วนแบ่งตลาดในประเทศอยู่ 2 กลุ่มหลักๆ ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีฐานลูกค้า และลักษณะที่ต่างกัน

- กลุ่มแรกมีผู้ประกอบการรายใหญ่ในประเทศ ได้แก่ บมจ. อยุธยา แคปปิตอล เซอร์วิส (กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์) และ บมจ. อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายนั้น นอกเหนือจากการให้บริการธุรกิจเข้าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าแล้วยังมีบริการสินเชื่อเข้าซื้อสินค้าอีกหลายประเภท เช่น อุปกรณ์สื่อสาร เครื่องใช้สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ รถจักรยานยนต์ และรถยนต์ เป็นต้น แต่มีรูปแบบการปล่อยสินเชื่อเข้าซื้อโดยผ่านร้านค้าตัวแทน
- กลุ่มที่สองซึ่งจะมุ่งเน้นในด้านสินค้าที่มีอายุการใช้งานยาวนาน และสินค้าจำพวกเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ปัจจุบันคงมีเพียง บมจ. ซิงเกอร์ประเทศไทย เพียงบริษัทเดียวเท่านั้นที่ยังดำเนินธุรกิจการขายตรงแบบเข้าซื้อผ่านทางร้านสาขา และ พนักงานขายของบริษัทเอง

จากการที่เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน อันได้แก่ โทรทัศน์ และตู้เย็น ซึ่งถือเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการครอบครองที่สูง จึงทำให้การเพิ่มยอดขายเป็นไปได้ยาก แต่ผู้บริหารของบริษัทกลับมองว่าสามารถที่จะเพิ่มยอดขายได้ด้วยการนำหลักการตลาดของสินค้าทดแทน (Replacement Market) โดยอาศัยกลยุทธ์แลกซื้อ (Trade-in) สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านของลูกค้าทุกชนิดทุกยี่ห้อมาแลกกับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ของซิงเกอร์พร้อมกับเงื่อนไขรับส่วนลดระหว่าง 1,000 – 5,000 บาท พร้อมทั้งการผ่อนสบายๆ และการบริการอย่างยอดเยี่ยมกับร้านสาขาซิงเกอร์ที่มีอยู่ทั่วประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบริษัทในการขยายตลาดของสินค้าทุกชนิดที่บริษัทจัดจำหน่าย

จักรเย็บผ้า

สินค้าอุปโภคบริโภคหลายประเภทที่ผลิตใช้ในชีวิตประจำวัน อาทิ เสื้อ กางเกง กระโปรง กระเป๋า รองเท้า ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ฯลฯ ล้วนแล้วแต่ใช้จักรเย็บผ้าในการผลิตทั้งสิ้น จักรเย็บผ้าจึงเป็นสินค้าที่ใช้กันอย่างแพร่หลายทั้งในรูปของธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดย่อม รวมถึง จักรเย็บผ้าทั่วไปที่ใช้ภายในบ้าน ตลาดของจักร

เย็บผ้าสามารถแบ่งได้เป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท คือ จักรเย็บผ้าอุตสาหกรรมที่นำมาใช้ตัดเย็บเครื่องอุปโภคบริโภคในเชิงอุตสาหกรรม และจักรเย็บผ้าธรรมดาที่นำมาใช้ตัดเย็บภายในครัวเรือน สำหรับเย็บที่วางจำหน่ายอย่างแพร่หลายในตลาดจักรเย็บผ้าในประเทศไทย ได้แก่ ซิงเกอร์ จาโนเม่ เอลวีร่า บราเดอร์ และจูกิ ทั้งยังมีจักรเย็บผ้าราคาถูกที่นำเข้าจากประเทศจีนอีกหลากหลายยี่ห้อที่เข้ามาแข่งขันกันในตลาดนี้

เนื่องจากจักรเย็บผ้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงทน และมีอายุการใช้งานยาวนานพอสมควร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการใช้งานที่เหมาะสมกับจักรเย็บผ้าแต่ละประเภทด้วย ปัจจุบันตลาดมีความต้องการซื้อจักรเย็บผ้ามากขึ้นเนื่องจากการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักรเย็บผ้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จนกลายเป็นจักรเย็บผ้าคอมพิวเตอร์ ที่มีรูปลักษณะสวยงาม ทันสมัย กะทัดรัด ใช้งานง่าย สามารถประดิษฐ์งานได้หลากหลายเหมาะกับบุคคลสมัยที่เปลี่ยนไปที่กำลังนิยมงานประดิษฐ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว DIY (Do It Yourself)

การเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งที่สำคัญ

ในประเทศไทยมีบริษัทใหญ่ๆ ที่ดำเนินธุรกิจทางการเงินให้กับผู้บริโภค (Consumer Finance) ที่ไม่ใช่ธนาคาร (Non-bank) โดยมีบริษัทที่ดำเนินธุรกิจทางด้านบัตรเครดิต (Credit Card) อันได้แก่, บริษัท บัตรกรุงศรีอยุธยา จำกัด, บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน), บริษัท เจเนอรัล คาร์ดิ เซอร์วิสเชส จำกัด, บริษัท ซีที คอนซูเมอร์โปรดักส์ 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) และ บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) (SINGER) ที่มุ่งเน้นเฉพาะธุรกิจเช่าซื้อที่ได้ดำเนินธุรกิจมาตลอดระยะเวลากว่า 130 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 ส่วนบริษัทที่มีกลุ่มลูกค้าเป็นเกษตรกรในชนบทจะแข่งขันในเรื่องของการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนในท้องถิ่น และการเสนอบริการที่ดีทั้งก่อนการขาย และหลังการขาย ยิ่งไปกว่านั้นการให้บริการการขายตรงที่ให้กับลูกค้าก็จะต้องคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าโดยการนำเสนอบริการ และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

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

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

1. บริษัท ไฮเออร์ อิเล็กทริก จำกัด (มหาชน) สินค้าที่ผลิต ได้แก่ ตู้เย็นและเครื่องปรับอากาศ
2. บริษัท พานาโซนิก แอพpliance ไซเคิลเซน (ประเทศไทย) จำกัด สินค้าที่ผลิต ได้แก่ ตู้แช่ไวน์
3. บริษัท ลักกี้เฟลม จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ เต้าแก๊ส
4. บริษัท เอดีที ออนไลน์ จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ ตู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือออนไลน์และตู้เติมน้ำมันหยอดเหรียญ
5. บริษัท ซอฟท์เวย์ คอมเมอร์เชียล จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ เครื่องทำน้ำหวานเกล็ดหิมะ, เครื่องทำน้ำแข็งและเครื่องทำไอศกรีม
6. บริษัท ชันเด็น อินเตอร์คูล (ประเทศไทย) จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ ตู้แช่แข็งและตู้แช่เครื่องดื่ม
7. บริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ เครื่องกรองน้ำ
8. บริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด สินค้าที่ผลิตได้แก่ หม้อหุงข้าว, หม้ออบลมร้อน และพัดลม

นอกจากสินค้าที่ขายภายใต้เครื่องหมายการค้า ซิงเกอร์ แล้วบริษัทยังได้ร่วมมือกับบริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) ในการจัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือหลากหลายยี่ห้อ 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 และหลีกเลี่ยงการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตที่

ไม่มีคุณภาพ โดยบริษัทมีหน่วยงานตรวจสอบคุณภาพสินค้า (Quality Assurance) เพื่อคัดกรองสินค้าให้ได้ตามมาตรฐาน และบริษัทมีนโยบายเลือกโรงงานที่ให้ความสำคัญในเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและในเรื่องต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น

ทางบริษัทมีความเชื่อมั่นในการประกอบธุรกิจอย่างมีคุณภาพ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม และผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ภาพรวมการบริหารความเสี่ยงของบริษัท

เพื่อเป็นการตระหนักถึงความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงได้มีการกำหนดหลักการและแนวทางในการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนทบทวนพร้อมปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างมาตรฐานและความพร้อมในการรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้หลักการและกระบวนการบริหารความเสี่ยง พร้อมประเภทความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของ บริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

● หลักการในการบริหารความเสี่ยง

บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงในหลายด้านด้วยกัน ได้แก่ การบริหารความเสี่ยงด้านบัญชีถูกหนี้เข้าซื้อ การบริหารความเสี่ยงด้านตลาด การบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง การบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ การบริหารความเสี่ยงด้านบุคลากร และการบริหารความเสี่ยงด้านอื่นๆ เช่น ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ อันได้แก่ น้ำท่วม แผ่นดินไหว สึนามิ รวมทั้งความเสี่ยงเกี่ยวกับการเกิดโรคระบาด เช่น โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือโควิด 19 เป็นต้น โดยบริษัทยึดหลักการในการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

- **การมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยงของหน่วยธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** โดยหน่วยธุรกิจ ซึ่งดำเนินธุรกิจที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อการบริหารความเสี่ยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นดังกล่าวมีความเหมาะสมกับอัตราผลตอบแทนที่กำหนดภายใต้ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ขณะที่หน่วยงานสนับสนุนซึ่งมีหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติงานให้แก่หน่วยธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันนั้น จะรับผิดชอบการจัดการความเสี่ยงด้านปฏิบัติการซึ่งเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ
- **การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมความเสี่ยงโดยหน่วยงานที่เป็นเอกเทศ** โดยการจัดตั้งฝ่ายบริหารความเสี่ยงองค์กรซึ่งความเป็นอิสระในการทำงานโดยรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และมีการจัดตั้งทีม Risk Owner ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ควบคุมรับผิดชอบในการให้ความเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นอิสระและเชื่อถือได้ รวมทั้งการควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ภายใต้ระดับที่ยอมรับได้
- **มีนโยบายในการบริหารความเสี่ยงที่ชัดเจน** โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กร จะทำหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง ภายใต้แนวทางที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
- **การบริหารความเสี่ยงโดยรวมความเสี่ยงทุกประเภทที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกรรม** โดยการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยงทุกประเภทซึ่งเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกรรม อีกทั้งยังครอบคลุมถึงทุกระดับงานภายในองค์กร
- **การวัดผลงานโดยปรับความเสี่ยงของหน่วยธุรกิจ** โดยหน่วยงานธุรกิจได้ดำเนินแต่งตั้ง Risk Owner ซึ่งจะเป็นผู้ประเมินความเสี่ยงในหน่วยงาน การปรับเปลี่ยนงานตามประสิทธิภาพของการทำงานที่ปรับหลังจากได้รับการประเมินความเสี่ยงแล้ว รวมถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นๆ

● กระบวนการบริหารความเสี่ยง

เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงมีกระบวนการบริหารความเสี่ยงซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนหลักต่างๆ ดังนี้

- **การระบุความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนที่มีการบ่งชี้ถึงความเสี่ยง ทั้งในแง่ของประเภทความเสี่ยง สาเหตุ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงทั้งที่เป็นปัจจัยภายใน และภายนอก ตลอดจนมีการพิจารณา คัดการณ์ถึงความเสี่ยงที่บริษัทกำลังประสบอยู่ หรือความเสี่ยงใหม่ที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นในอนาคต
- **การประเมินความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนที่มีการนำเครื่องมือ และวิธีการต่างๆ ที่เหมาะสมมาใช้ประเมินความเสี่ยง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะต้องได้รับการตรวจสอบ อนุมัติ และทบทวนภายใต้กรอบระยะเวลาที่เหมาะสม
- **การติดตามและควบคุมความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนที่มีการติดตาม และควบคุมการดำเนินการตามนโยบายความเสี่ยง ระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยง และขอบเขตของความเสี่ยง เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายความเสี่ยง และระดับความเสี่ยงที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทโดยมีการติดตามและควบคุมความเสี่ยงดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง
- **การรายงานความเสี่ยง** เป็นขั้นตอนของการรายงานความเสี่ยงประเภทต่างๆ อย่างครอบคลุม ซึ่งจะต้องมีความเหมาะสมและเพียงพอ เพื่อให้การบริหารจัดการความเสี่ยงเกิดประสิทธิผลสูงสุด

ทั้งนี้ เพื่อหลีกเลี่ยงความสูญเสียทางการเงิน และสนับสนุนให้หน่วยธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง กระบวนการบริหารความเสี่ยงที่ดี ยังได้รับการออกแบบให้คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม ทั้งที่เป็นสภาวะปกติและสภาวะวิกฤตด้วย

ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท/ กลุ่มบริษัท สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงในด้านการตลาดและการขาย

สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า

เนื่องจากการแข่งขันในธุรกิจที่มีแนวโน้มสูงขึ้นจากการเปิดการค้าเสรี (AEC) ส่งผลให้ข้อจำกัดเรื่องภาษีนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศลดลงอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการจากต่างประเทศเข้าสู่การตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าง่ายขึ้น ประกอบกับช่องทางการขายขยายมากขึ้น มีรูปแบบการขายสินค้าแบบออนไลน์ ปัจจัยดังกล่าวจึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าสูงขึ้น ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้สะดวกมากขึ้นผ่านช่องทางการขายแบบออนไลน์ ซึ่งอาจมีผลกระทบกับยอดขายของบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงได้พัฒนาช่องทางการขายเป็นแบบ Franchise เพื่อให้ตัวแทนฝ่ายขายสามารถรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง และขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้น

ธุรกิจสินเชื่อรถทำเงิน

กลุ่มบริษัทได้รับอนุญาตจากกระทรวงการคลังภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ให้เป็นผู้ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับประเภทที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน ซึ่งมีการแข่งขันสูง และอย่างรุนแรงขึ้น และประกอบกับมีแนวโน้มจะมีผู้ให้บริการในตลาดเพิ่มมากขึ้นจะเห็นได้จากการที่กระทรวงการคลังได้ออกใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีใช้สถาบันการเงิน (Non Bank) เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนสูง ขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้บริการรายใดจะมีกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้ามากกว่ากัน เช่น อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาการผ่อนชำระ และบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น แต่ด้วยนโยบายของบริษัทในธุรกิจรถทำเงิน คือ การเป็นที่หนึ่งในใจของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่ต้องการบริการสินเชื่อที่ตอบโจทย์ความต้องการของธุรกิจอย่างแท้จริง จึงได้มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเน้นเรื่องความรวดเร็ว และบริการจึงทำให้บริษัทสามารถขยายฐานลูกค้าได้กว้างขึ้น ประกอบกับมีระบบการทำงานและทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจโดยตรง

ธุรกิจเช่าซื้อเครื่องจักร (Captive Finance)

คือบริการสินเชื่อเช่าซื้อเครื่องจักรแก่ลูกค้าผู้ซื้อเครื่องจักรกับผู้ผลิตและผู้นำเข้า (Dealer) โดยบริษัทได้สร้างทีมงานขายที่มีประสิทธิภาพและความชำนาญในธุรกิจนี้เพื่อดูแลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกระบวนการขายตั้งแต่ต้นจนจบ และสร้างพันธมิตรทางการค้ากับผู้นำเข้าเครื่องจักร โดยมีการลงนามในบันทึกข้อตกลงซึ่งมีเงื่อนไขหลักในการรับซื้อเครื่องจักรคืน

2. ความเสี่ยงด้านบัญชีลูกหนี้เช่าซื้อ

การดำเนินธุรกิจให้บริการสินเชื่อ บริษัทต้องเผชิญกับความเสี่ยงเกี่ยวกับคุณภาพลูกหนี้ที่อาจเกิดการผิดนัดชำระหนี้จนกลายเป็นหนี้เสีย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน บริษัทจึงกำหนดมาตรการเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว และควบคุมอัตราการเกิดหนี้เสียมาโดยตลอด จึงทำให้ระดับหนี้เสียของพอร์ตลูกหนี้มีสถานการณ์ดีขึ้นต่อเนื่อง พิจารณาจากปี พ.ศ. 2561 จนถึงปี พ.ศ. 2563 บริษัทมีระดับหนี้เสียอยู่ที่ 10.5% 9.25 % และ 4.4% ตามลำดับ และคาดว่าจะสามารถลดระดับหนี้เสียได้อย่างต่อเนื่อง

มาตรการเพื่อลดความเสี่ยงด้านคุณภาพสินเชื่อบริษัทมีดังนี้

- กำหนดมาตรการการกำกับดูแลบัญชีลูกหนี้อย่างเข้มงวดตั้งแต่ขั้นตอนของการพิจารณาความน่าเชื่อถือ (Credit Scoring) การติดตาม การประเมินผล ตลอดจนการฟ้องร้อง การดำเนินคดีตามกฎหมายในกรณีผิดนัดชำระหนี้
- ในสินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า มีการปรับระบบการขายโดยใช้รูปแบบ Farmer Model โดยให้พนักงานขายมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบการผิดนัดชำระหนี้ของลูกหนี้ในพอร์ตของตน โดยพนักงานขายจะได้รับส่วนแบ่งจากค่างวดทุกงวด แต่จะถูกหักค่าคอมมิชชั่นหากลูกหนี้ในพอร์ตไม่ชำระค่างวด
- ในสินเชื่อรถทำเงิน จะให้วงเงินสินเชื่อที่ 60%-80% ของมูลค่ารถ (ประเมินจากข้อมูลราคา

รถยนต์ใช้แล้ว) ซึ่งหากเกิดการผิวนัดชำระหนี้ บริษัทประเมินว่าราคาขายของรถจะยังครอบคลุมความเสียหายที่เกิดขึ้น หรือช่วยบรรเทาความเสียหายให้เหลือน้อยที่สุด

- ในสินเชื่อเช่าซื้อเครื่องจักรใหม่ บริษัทฯทำข้อตกลงร่วมกันระหว่างผู้จำหน่ายรายใหญ่ (Dealer) หากเกิดการผิวนัดชำระหนี้ของลูกค้า ทาง Dealer จะต้องรับซื้อเครื่องจักรคืน หรือรับผิดชอบแทนผู้เช่าซื้อ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงด้านสภาพคล่องของสินค้าที่ยึดมาได้
- บริษัทได้จัดตั้งหน่วยงานที่มีความชำนาญเฉพาะทางในการบริหารบัญชีที่มีการค้างชำระ มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการบริหารหนี้ที่มีปัญหา ซึ่งจะพิจารณาเลือกวิธีที่ดีที่สุดในการรับชำระหนี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงคุณภาพสินทรัพย์ เพื่อลดความสูญเสียให้น้อยที่สุด
- บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการขายสินเชื่อด้อยคุณภาพตามแนวทางที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการ

3. ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID 19

ความไม่แน่นอนของการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 มีความเสี่ยงกับบริษัทในกรณีที่ลูกค้าอาจผิวนัดชำระหนี้ ในขณะที่บริษัทยังคงต้องแบกรับภาระต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามบริษัทได้กำชับให้พนักงานติดตาม ทวงถามลูกค้าอย่างใกล้ชิด ให้มีการชำระเงินค้างตามกำหนด และผู้บริหารได้ติดตามสถานการณ์ดังกล่าวอย่างใกล้ชิด เพื่อควบคุมให้มีผลกระทบต่อกิจการน้อยที่สุด ซึ่งเห็นได้จากการเก็บเงินในช่วงของการแพร่ระบาดจนถึงสิ้นปี 2563 ยอดการเก็บเงินจากพอร์ตลูกค้าลดลงไม่ถึง 20% ต่อเดือน นอกจากนี้บริษัทยังมีวงเงินระยะสั้นกับสถาบันการเงิน (ตัวสัญญาใช้เงินและวงเงินเบิกเกินบัญชี) จำนวน 466 ล้านบาท และบริษัทยังมีเงินรับจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ SINGER W1 ราคาใช้สิทธิ 7 บาท วันครบกำหนด 23 เมษายน 2564 และการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ SINGER W2 ราคาใช้สิทธิ 14 บาท วันครบกำหนด 23 เมษายน 2566 บริษัทจึงมั่นใจว่าไม่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญในช่วงระยะเวลาดังกล่าวและยังมีสภาพคล่องเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ

ในส่วนของธุรกิจขายเครื่องใช้ไฟฟ้า ด้วยแนวทางการขายของบริษัทที่แข็งแกร่งในตลาดต่างจังหวัด ทั้งการขายสินค้าผ่านตัวแทนในชุมชน หรือการมีตัวแทนขายตรงถึงบ้านลูกค้า บริษัทจึงเชื่อว่ายังจะสามารถรับมือในสถานการณ์การแพร่ระบาดได้ อีกทั้งบริษัทใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานและอนุมัติสินเชื่อ จึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน แต่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า บริษัทจึงออกมาตรการป้องกันความเสี่ยง โดยคุมเข้มพนักงานและตัวแทนขายก่อนไปพบลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะไม่ติดโรคระบาดจากพนักงานของบริษัท นอกจากนี้บริษัทเชื่อว่าการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จะเป็นโอกาสหนึ่งที่เพิ่มปริมาณการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าได้มากขึ้น จากความต้องการที่มีแนวโน้มสูงขึ้นจากการที่ลูกค้าต้องกักตัวอยู่บ้าน ในภาพรวมบริษัทจึงเชื่อว่ายังสามารผ่านพ้นวิกฤตการแพร่ระบาดในครั้งนี้ได้

4. ความเสี่ยงทางการเงิน

บริษัทมีความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจตามปกติและนโยบายการจัดการความเสี่ยงทางการเงินดังนี้

4.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย

บริษัทมีนโยบายการกู้ยืมจากธนาคาร สถาบันการเงิน และนักลงทุนสถาบัน ซึ่งมีความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ยตามสถานะของตลาดเงินและตลาดทุน ดังนั้น บริษัทจะไม่เจาะจงกู้เงินจากธนาคารหรือสถาบัน

การเงินใดสถาบันหนึ่งเท่านั้น เพื่อกระจายความเสี่ยงและต้นทุนของแหล่งเงินทุน ทั้งนี้เงินทุนส่วนใหญ่มาจากการเสนอขายหุ้นกู้ที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ โดย ณ สิ้นปี 2563 บริษัทฯ มีหุ้นกู้ที่ยังไม่ไถ่ถอนรวมทั้งสิ้น 5,250 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 81.56 ของหนี้สินรวม) นอกจากนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากดอกเบี้ยรับของสินเชื่อเช่าซื้อ ซึ่งมีการเติบโตขึ้นทุกปี ตามยอดการปล่อยสินเชื่อ ทำให้มีกำไรจากส่วนต่างของอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นด้วย

4.2 ความเสี่ยงด้านการดำรงอัตราส่วนทางการเงิน

การดำเนินงานของบริษัทจำเป็นต้องใช้แหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมทั้งจากธนาคาร สถาบันการเงิน ตลอดจนนักลงทุน ซึ่งต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขการดำรงอัตราส่วนทางการเงิน กับสถาบันการเงิน และจากภาระหนี้ที่เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทเกิดความเสี่ยงจากการปฏิบัติตามการดำรงอัตราส่วนทางการเงิน (Covenant) ซึ่งได้มีการกำหนดเงื่อนไขสำคัญที่บริษัทต้องปฏิบัติ ดังนี้

เงื่อนไขทางการเงิน	อัตราส่วนที่ต้อง ดำรงตาม เงื่อนไขกับ สถาบันการเงิน	อัตราส่วน ณ 31 ธันวาคม 2561	อัตราส่วน ณ 31 ธันวาคม 2562	อัตราส่วน ณ 31 ธันวาคม 2563
1. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)	ไม่เกิน 3:1 เท่า	2.34	1.52	2.29
2. อัตราส่วนของลูกหนี้เข้าซื้อทั้งหมดที่ มีอายุค้างชำระเกินกว่า 3 เดือนต่อ ลูกหนี้เข้าซื้อทั้งหมด	ไม่เกินร้อยละ 10	10.48	9.25	4.4
3. อัตราส่วนลูกหนี้เข้าซื้อสุทธิต่อหนี้สิน ที่มีดอกเบี้ย	ไม่น้อยกว่า 1.35:1 เท่า	1.27	ปรับใหม่เป็น ข้อ 4	ปรับใหม่เป็น ข้อ 4
4. อัตราส่วนลูกหนี้เข้าซื้อต่อหนี้สิน ที่มีดอกเบี้ย (เริ่มไตรมาส 4 ปี 2562)	ไม่น้อยกว่า 1.30:1 เท่า		1.42	1.36
5. อัตราส่วนทุนหมุนเวียน	ไม่น้อยกว่า 1.50:1 เท่า	1.25	3.71	2.43

บริษัทได้เจรจากับสถาบันการเงินเพื่อขอปรับอัตราส่วนทางการเงิน (Covenant) ให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน โดยได้ปรับอัตราส่วนลูกหนี้เข้าซื้อสุทธิต่อหนี้สินที่มีดอกเบี้ยเป็นอัตราส่วนลูกหนี้เข้าซื้อต่อหนี้สินที่มีดอกเบี้ยซึ่งได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้วในไตรมาส 4 ปี 2562 และบริษัทสามารถดำรงอัตราส่วนทางการเงิน (Covenant) ได้ตามข้อกำหนดของสถาบันการเงิน

ทั้งนี้หลักเกณฑ์ตามที่ระบุในข้อกำหนดสิทธิในการออกหุ้นกู้ จะต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Debt to Equity Ratio) ไม่เกิน 3:1 (สามต่อหนึ่ง) เท่า จากงบการเงินปี 2561 ปี 2562 และปี 2563 อยู่ที่ 1.84 , 1.22 และ 1.94 ตามลำดับซึ่งปัจจุบันบริษัทยังคงดำรงอัตราส่วนได้ตาม

ข้อกำหนดสิทธิ

4.3 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

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

5. ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อ

คือ ความเสี่ยงที่ลูกค้าหรือคู่สัญญาไม่สามารถชำระหนี้แก่บริษัทตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้เมื่อครบกำหนด ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับลูกหนี้การค้า ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ ลูกหนี้เงินให้กู้ยืมจำนำทะเบียนรถยนต์ และลูกหนี้เงินให้กู้ยืมระยะสั้น ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารควบคุมความเสี่ยงนี้โดยการกำหนดนโยบายและวิธีการในการควบคุมสินเชื่อที่เหมาะสม ดังนั้น บริษัทจึงไม่คาดว่าจะได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการให้สินเชื่อ นอกจากนี้ การให้สินเชื่อของบริษัทไม่มีการกระจุกตัวเนื่องจากบริษัทมีฐานของลูกค้าจำนวนมากและหลากหลาย ความเสี่ยงสูงสุดทางด้านสินเชื่อแสดงไว้ในราคาตามบัญชีของลูกหนี้การค้า ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ ลูกหนี้เงินให้กู้ยืมจำนำทะเบียนรถยนต์ และลูกหนี้เงินให้กู้ยืมที่แสดงอยู่ในงบแสดงฐานะการเงิน

6. ความเสี่ยงในด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าส่วนใหญ่ที่บริษัทจำหน่ายมาจากการจ้างผลิตแบบ OEM (Original Equipment Manufacturer) ซึ่งต้องอาศัยผู้ผลิตที่มีประสิทธิภาพและความชำนาญในการผลิต และมีการบริหารจัดการเรื่องการขออนุญาตจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) โดยบริษัทได้ให้มีการติดต่อกับผู้ผลิตหลายรายไม่เจาะจงเฉพาะรายใดรายหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ เพื่อไม่ให้เกิดผลผลิตของบริษัทถูกผูกขาดโดยผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งเท่านั้น อีกทั้งทำให้เกิดอำนาจต่อรองในการสั่งซื้อสินค้าเพื่อให้ได้ต้นทุนที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ จึงได้กำหนดกระบวนการ และเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ผลิตมีคุณภาพและมาตรฐาน รวมถึงพิจารณาในปัจจุบันเรื่องความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีซึ่งอาจกระทบในเรื่องความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ด้วย นอกจากนี้บริษัทมีการบริหารสินค้าคงคลังอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจว่าหากในกรณีที่มีการเคลื่อนไหวสินค้าเข้าและสินค้านั้นอาจไม่เป็นที่นิยมในตลาดแล้ว บริษัทจะจัดให้มีการส่งเสริมการขายเพื่อระบายสินค้าเช่น จัดโปรโมชั่นพิเศษ

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นๆ เช่น สินเชื่อจำนำทะเบียนรถ “รถทำเงิน”, สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องจักรใหม่ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ หรือบริการทางการเงินที่บริษัทพัฒขึ้นนั้นได้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์การดำเนินการของรัฐบาล และมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและแผนการจัดการอย่างเหมาะสม จึงกำหนดให้มีขั้นตอนการขออนุมัติในเรื่องการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการจากผู้บริหารและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องก่อนการขายหรือให้บริการ มีการขอคำปรึกษาจากที่

ปริญญากฎหมายภายนอกเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารหากมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องข้อกฎหมาย เช่น การขอใบอนุญาตการประกอบธุรกิจ เป็นต้น

7. ความเสี่ยงทางด้านสภาพคล่องทางการเงินของกลุ่มบริษัท

ความเสี่ยงในการจัดหาเงินทุนใหม่มาให้ได้เพียงพอต่อความต้องการภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทได้ หรือสามารถจัดหาเงินทุนได้แต่ด้วยต้นทุนที่สูงก็อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และเงินทุน ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่เกิดจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอก โดยปัจจัยภายในขึ้นอยู่กับโครงสร้างของสินทรัพย์ และหนี้สิน และการสำรองสินทรัพย์สภาพคล่องเพื่อนำมาใช้รองรับความต้องการ ส่วนปัจจัยภายนอกขึ้นอยู่กับภาวะสภาพคล่องของตลาด อัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวขึ้น และความเชื่อมั่นของนักลงทุนเป็นหลัก บริษัทจึงได้เพิ่มช่องทางการระดมทุนโดยการออกหุ้นกู้ นอกเหนือจากการกู้เงินกับสถาบันการเงิน

นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยทั้งในด้านการกู้เงินและการปล่อยสินเชื่อ เนื่องจากดอกเบี้ยรายรับกำหนดเป็นอัตราคงที่ แต่ดอกเบี้ยจ่ายเป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัว หากมีการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยก็จะส่งผลกระทบต่อส่วนต่างระหว่างอัตราดอกเบี้ยรับและอัตราดอกเบี้ยจ่าย

สำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจะกระทบการดำเนินงานของบริษัทในด้านของการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉลี่ยมีมูลค่าไม่เกินร้อยละ 3 ของยอดขายของบริษัท โดยปัจจุบันบริษัทมีนโยบายในการจัดซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในประเทศเป็นหลัก ดังนั้น จึงมีผลกระทบเล็กน้อยกับต้นทุนของสินค้าที่นำเข้าเพียงบางรายการ อาทิ อุปกรณ์จักรเย็บผ้า อย่างไรก็ตามบริษัทสามารถลดผลกระทบดังกล่าวได้จากการปรับราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุน ประกอบกับการลดอัตราภาษีนำเข้าของอุปกรณ์จักรเย็บผ้าจากประเทศจีนตามนโยบายของรัฐบาลในการเปิดการค้าเสรี (Free Trade Agreement- FTA) ซึ่งโดยส่วนใหญ่มีอัตราภาษีอากรนำเข้าที่ร้อยละ 0

8. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายของหน่วยงานกำกับ

สืบเนื่องจากธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้ออกหลักเกณฑ์ตามประกาศ ธปท. ใหม่ ๆ หลายเรื่อง เช่น เรื่องการคิดดอกเบี้ยผิดนัดชำระหนี้ รวมถึงลำดับการตัดชำระหนี้ เป็นต้น เพื่อกำกับดูแลสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับประเภทที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน มีผลให้บริษัทและกลุ่มบริษัทต้องปรับปรุงโปรแกรมระบบการทำงานให้สอดคล้องกับประกาศดังกล่าว โดยสามารถดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่ ธปท. กำหนด

ความเสี่ยงจากการโดนลูกค้าฟ้องร้องดำเนินคดี บริษัทได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งกฎหมายแพ่งและพาณิชย์อย่างเหมาะสม เช่น เรื่องสัญญา การคิดอัตราดอกเบี้ย การคิดเบี้ยปรับ รวมทั้งการคิดค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงถามหนี้ การยึดทรัพย์ นอกจากนี้ยังได้วางหลักเกณฑ์การพิจารณาอนุมัติสินเชื่ออย่างเหมาะสม เริ่มตั้งแต่การประเมินความเสี่ยงของลูกค้าในด้านความสามารถในการชำระหนี้ รวมถึงผู้ค้ำประกันเพื่อลดโอกาสการผิดนัดชำระหนี้ รวมถึงขั้นตอนการติดตามหนี้ การยึดหลักประกันที่มีความเป็นธรรมสอดคล้องตามข้อกฎหมาย บริษัทจึงเชื่อว่าโอกาสที่จะถูกลูกค้าฟ้องร้องนั้นน้อยมาก

สำหรับธุรกิจตู้เติมน้ำมันหยอดเหรียญนั้น บริษัทก็ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานราชการอื่น

ได้แก่ กฎหมายซึ่งตวงวัดที่จะต้องได้มีการตรวจสอบอุปกรณ์ในการจ่ายน้ำมันให้ได้ตามมาตรฐานตามที่กำหนดจากโรงงานผู้ผลิตก่อนออกจำหน่าย และจะต้องให้มีการตรวจสอบเป็นประจำทุกสองปีหลังจากที่ได้ใช้งานไปแล้ว พร้อมกับจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของกรมธุรกิจพลังงานที่เข้ามาควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยของผู้เติมน้ำมัน หยอดเหรียญให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด ซึ่งในเรื่องเหล่านี้บริษัทได้มีการประสานงานกับผู้ผลิตและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อปฏิบัติตามกฎระเบียบดังกล่าวให้ถูกต้อง หากมีจุดใดที่ต้องแก้ไขก็จัดให้มีการดำเนินงานแก้ไขให้ถูกต้อง เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นกับการผิดกฎระเบียบดังกล่าว

9. ความเสี่ยงด้านหลักประกันธุรกิจ

ความเสี่ยงจากสัญญาและหลักประกันสูญหายหรือได้รับความเสียหาย เนื่องจากหลักประกันเป็นหลักทรัพย์สินสำหรับสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน “รถทำเงิน” และสินเชื่อเช่าซื้อเครื่องจักรใหม่ หากในกรณีที่หลักประกันสูญหาย ไม่สามารถติดตามได้ หรือได้รับความเสียหายจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ดังนั้นบริษัทจึงได้มีมาตรการการลดความเสี่ยงโดยการจัดให้มีห้องมั่นคงเพื่อเก็บเอกสารสำคัญ มีการควบคุม และให้มีการทำประกันภัย

ความเสี่ยงที่เกิดจากการที่ไม่สามารถติดตามหลักประกันได้ บริษัทได้กำหนดนโยบายการปล่อยสินเชื่อ โดยให้มีผู้ค้ำประกัน มีการทำความรู้จักลูกค้า Know Your Customer (KYC) รวมถึงนโยบายการติดตามทวงถามหนี้ อย่างใกล้ชิดและทันเวลา

10. ความเสี่ยงด้านความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ (Business Continuity Plan)

จากเหตุการณ์ภัยธรรมชาติ รวมถึงภัยจากโรคระบาด ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสึนามิ การชุมนุมทางการเมือง และที่เกิดขึ้นล่าสุดคือโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือโควิด 19 ซึ่งอาจส่งผลกระทบ หากภัยนั้นเกิดขึ้นที่สำนักงานกลางหรือสาขาจนทำให้เกิดการชะงักของการดำเนินธุรกิจ นอกจากการ Backup data ทุกวันแล้ว บริษัทมีการกำหนดแผนการเพื่อบริหารจัดการในภาวะฉุกเฉินเพื่อให้การดำเนินธุรกิจได้รับผลกระทบน้อยที่สุดและสามารถกลับเข้าสู่สภาวะปกติอย่างมีประสิทธิภาพ

11. ความเสี่ยงจากทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของความสำเร็จของบริษัทและเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการดำเนินงานของบริษัทได้ เช่น การเกษียณอายุ การลาออก เป็นต้น ที่อาจจะมีผลทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจได้ บริษัทจึงได้ให้ความสำคัญกับพนักงานทุกคน และดูแลเอาใจใส่ทุกสุขของพนักงานทุกคน เสมือนหนึ่งเป็นคนในครอบครัวเดียวกัน พร้อมสนับสนุนให้ทำงานตามตำแหน่งที่เหมาะสมกับหน้าที่ความสามารถ และการบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้มีการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ บริษัทได้มีการตั้งสำรองกองทุนพนักงานเกษียณอายุ (Retirement Funds) เพื่อมิให้มีผลกระทบกับงบการเงินเมื่อมีพนักงานเกษียณอายุเกิดขึ้น

12. ความเสี่ยงจากการยึดสินค้ำคืน

ปกติธุรกิจเช่าซื้อมีความเสี่ยงในด้านการยึดสินค้ำคืน และถือเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ถึงแม้การยึดสินค้ำคืน

นั้นเป็นความเสี่ยงต่อการลดลงของยอดขาย และมีผลทำให้สินค้าคงเหลือมีจำนวนมากก็ตาม ในอีกด้านหนึ่งก็ถือเป็น การชดเชยต่อความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการหยุดชำระหนี้ของลูกค้าได้ เพราะบริษัทยังสามารถนำสินค้า เหล่านั้นมาจำหน่ายในตลาดสินค้ามือสองเพื่อชดเชยความเสียหายจากการผิณฑชำระหนี้ถึงแม้ว่าจะมีผลขาดทุน จากการยึดคืน (Loss on reprocess) ระหว่างราคาสินค้ายึดคืนที่ขายได้กับมูลค่าคงเหลือในบัญชีรวมกับต้นทุนที่ เกิดขึ้นจากการปรับสภาพสินค้าดังกล่าวให้พร้อมขายในบางกรณี แต่การยึดสินค้าคืนนี้ก็ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด อีกรูปแบบหนึ่งของ การบริหารธุรกิจเข้าซื้อ

13. การบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ หมายถึง ความเสี่ยงเนื่องจากความผิดพลาด หรือขั้นตอนการควบคุมไม่เพียงพอ ในกระบวนการทำงาน พนักงาน ระบบงาน หรือระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และเหตุการณ์หรือปัจจัยภายนอก ซึ่งทำ ให้ได้รับความเสียหายต่อรายได้หรือบัญชีเข้าซื้อของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม

• แนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ความเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากความ ผิดพลาดหรือความไม่เพียงพอของกระบวนการทำงาน บุคลากร ระบบงาน หรือปัจจัยภายนอก อันเป็นผลให้เกิด ความเสียหายทั้งที่วัดมูลค่าเป็นเงินและไม่สามารถวัดมูลค่าเป็นเงินได้ เช่น ชื่อเสียงและการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ เนื่องจากบริษัทได้มีการขยายการดำเนินธุรกิจออกไปในหลาย ๆ ด้าน ทั้งที่เป็นการขยายช่องทางการดำเนินธุรกิจที่ ดำเนินการอยู่แล้ว รวมไปถึงธุรกิจใหม่ซึ่งส่งผลให้ความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ อย่างไรก็ตามบริษัทได้จัดให้มีกระบวนการให้การออกผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่เพื่อประเมินความเสี่ยงขึ้นให้มั่นใจว่า ความเสี่ยงที่จะเกิดในการปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนนั้นมีการกระบวนการการควบคุมและตรวจสอบอย่างมี ประสิทธิภาพ บริษัทได้กำหนดให้มีการเขียนคู่มือการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedure: SOP) สำหรับ แต่ละกระบวนการการปฏิบัติงาน

14. ความเสี่ยงจากสัญญาค่าธรรมเนียมชื่อการค้าและเครื่องหมายการค้า

เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2558 บริษัทได้ทำสัญญาค่าธรรมเนียมชื่อการค้ากับ Singer Company Limited S.a.r.l และสัญญาค่าธรรมเนียมเครื่องหมายการค้ากับ Singer Asia Limited ซึ่งสัญญาใหม่นี้อ้างอิงสิทธิจาก สัญญาให้ใช้สิทธิฉบับหลักระหว่าง Singer Asia Limited กับ The Singer Company Limited (Isle of Man) โดย แยกเป็นการจ่ายค่าธรรมเนียมการใช้ชื่อการค้าเท่ากับ 0.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปีให้กับ Singer Company Limited S.a.r.l และการจ่ายค่าธรรมเนียมเครื่องหมายการค้าในจำนวนร้อยละ 0.5 ของรายได้ตามที่ระบุในสัญญา ให้กับ 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 เป็นต้นไปสำหรับสัญญาค่าธรรมเนียมชื่อการค้า

15. ความเสี่ยงของตราสาร

- ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk)

ผู้ถือหุ้นมีความเสี่ยงที่อาจจะไม่ได้รับชำระดอกเบี้ยหรือเงินต้น ในกรณีที่ธุรกิจและผลการดำเนินงานของผู้ถือหุ้นไม่เป็นไปตามที่คาดหมาย หรือทรัพย์สินของผู้ถือหุ้นไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้ ดังนั้น ก่อนการตัดสินใจลงทุน ผู้ลงทุนควรพิจารณารู้นะการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ของผู้ถือหุ้นจากข้อมูลที่ระบุไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายตราสารหนี้และร่างหนังสือชี้ชวน ในการประเมินความเสี่ยงด้านเครดิตของผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุนสามารถดูการจัดอันดับความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นหรือผู้ถือหุ้นที่จัดทำโดยสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือประกอบการตัดสินใจลงทุนได้ ถ้าการจัดอันดับความน่าเชื่อถือของผู้ถือหุ้นต่ำ แสดงว่าความเสี่ยงด้านเครดิตของผู้ถือหุ้นหรือผู้ถือหุ้นสูง ผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนได้รับควรจะสูงด้วยเพื่อชดเชยความเสี่ยงที่สูงของผู้ถือหุ้นดังกล่าว อย่างไรก็ตาม การจัดอันดับความน่าเชื่อถือมิได้เป็นการให้คำแนะนำให้ซื้อ ขาย หรือถือครองหุ้นที่เสนอขายแต่อย่างใด และการจัดอันดับความน่าเชื่อถืออาจมีการยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลงได้ตลอดอายุของหุ้น ผู้ลงทุนควรติดตามข้อมูลข่าวสารของบริษัทผู้ถือหุ้นรวมถึงการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการจัดอันดับความน่าเชื่อถือ ได้จากเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือที่เกี่ยวข้อง หรือสมาคมตลาดตราสารหนี้ไทย

- ความเสี่ยงด้านราคา (Price Risk)

ความเสี่ยงที่ผู้ถือหุ้นอาจขายหุ้นได้ต่ำกว่ามูลค่าที่ตราไว้หรือราคาที่ซื้อ มา เมื่อผู้ถือหุ้นต้องการขายหุ้นก่อนวันครบกำหนดไถ่ถอนหุ้น กล่าวคือหากอัตราดอกเบี้ยของตลาดสูงขึ้น ราคาหุ้นก็จะลดลง ทั้งนี้โดยทั่วไปราคาของหุ้นที่มีอายุคงเหลือยาวกว่าจะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยในตลาดมากกว่า

- ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเมื่อผู้ถือหุ้นอาจไม่สามารถขายหุ้นในตลาดรองก่อนครบกำหนดไถ่ถอนหุ้นได้ทันทีในราคาที่ตนเองต้องการ เนื่องจากการซื้อขายเปลี่ยนมือของตราสารในตลาดรองอาจมีไม่มาก ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นผู้ไม่นำหุ้นไปซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (BEX) ผู้ถือหุ้นสามารถซื้อขายหุ้นในตลาดรองได้ที่ธนาคารพาณิชย์ บริษัทหลักทรัพย์ หรือนิติบุคคลอื่นใด ที่มีใบอนุญาตค้าหลักทรัพย์อันเป็นตราสารแห่งนั้น นอกจากนี้ ผู้ลงทุนอาจไม่สามารถขายหุ้นในตลาดรองก่อนครบกำหนดไถ่ถอนหุ้นได้ เนื่องจากผู้ถือหุ้นได้จัดซื้อจำกัดการโอนไว้กับสำนักงาน ก.ล.ต. ให้จำกัดการโอนหุ้นเฉพาะภายในกลุ่มผู้ลงทุนสถาบันหรือผู้ลงทุนรายใหญ่

16. ความเสี่ยงด้านเครดิต Credit Risk

- นโยบายการให้สินเชื่อ

กลุ่มบริษัท มีนโยบายที่จะเน้นการขยายตัวของสินเชื่ออย่างระมัดระวัง โดยในการอนุมัติสินเชื่อใหม่ กลุ่มบริษัท จะพิจารณาถึงศักยภาพของธุรกิจ ความสามารถในการชำระหนี้ และหลักประกันของลูกค้า ตลอดจน

อัตราผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความเสี่ยงของสินเชื่อแต่ละราย กลุ่มบริษัทฯ จะเน้นการขยายตัวของสินเชื่อไปในตลาดที่กลุ่มบริษัทฯ มีความชำนาญ มีความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสม ในกรณีที่กลุ่มบริษัทฯ ต้องการเข้าสู่ตลาดสินเชื่อใหม่ กลุ่มบริษัทฯ จะทำการวิเคราะห์ถึงโอกาสและปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ อย่างรอบด้าน

นโยบายด้านหลักประกันแตกต่างกันตามประเภทของสินเชื่อ โดยกลุ่มบริษัทฯ มีระบบการบริหารหลักประกันที่รัดกุม มีกลไกที่ใช้ในการรักษาระดับมูลค่าของหลักประกันให้คงอยู่ตามเงื่อนไข เพื่อควบคุมความเสี่ยงจากความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น อย่างไรก็ตามในการให้สินเชื่อกับลูกค้าแต่ละราย กลุ่มบริษัทฯ มีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณสมบัติของลูกค้า ที่ชัดเจนรัดกุมเพื่อให้ได้ลูกค้าที่มีคุณภาพ ในขณะเดียวกันก็สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม กลุ่มบริษัทฯ มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการสอบทานและดูแลกระบวนการให้สินเชื่อให้เป็นไปตามระเบียบที่กลุ่มบริษัทฯ กำหนด

สำหรับสินเชื่อเช่าซื้อ ซึ่งเป็นธุรกิจส่วนใหญ่ในกลุ่มสินเชื่อรายย่อย กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายที่จะขยายสินเชื่อในเชิงรุก โดยเฉพาะในตลาดที่มีการเติบโตและมีอัตราผลตอบแทนเหมาะสมกับความเสี่ยง กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการวางมาตรฐานการให้สินเชื่อเช่าซื้อและสินเชื่อรายย่อยอื่นอย่างเป็นระบบ โดยการให้คะแนนตามระดับคะแนนของ National Credit Bureau (NCB)

นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังพัฒนากระบวนการอนุมัติสินเชื่อ เพื่อให้อนุมัติสินเชื่อได้เร็วขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในแง่ความเพียงพอของวงเงิน และความสมดุลของความเสี่ยงของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อให้สามารถขยายสินเชื่อได้ตามเป้าหมาย

- **การอนุมัติวงเงินและอำนาจการอนุมัติ**

คณะกรรมการบริหารมอบอำนาจในการอนุมัติสินเชื่อให้แก่ คณะกรรมการพิจารณาสินเชื่อ (Credit Committee) เป็นผู้ดูแล ภายใต้นโยบายการอนุมัติสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริหาร โดยนโยบายการอนุมัติสินเชื่อ มีการกำหนดวงเงินและมอบอำนาจการอนุมัติวงเงินไว้อย่างชัดเจน โดยสินเชื่อทุกราย ที่มีวงเงินเกินกว่า 15,000,000 บาท ต้องผ่านการอนุมัติโดยคณะกรรมการพิจารณาสินเชื่อ (Credit Committee) เนื่องจากเป็นสินเชื่อที่วงเงินกู้ขนาดใหญ่

สำหรับสินเชื่อรายย่อย ที่มีวงเงินขนาดเล็กกว่า 15,000,000 บาท กลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติและมอบอำนาจการอนุมัติวงเงินให้แก่ผู้บริหารและหัวหน้างานในแต่ละระดับ เพื่อนำไปปฏิบัติภายใต้นโยบายการอนุมัติสินเชื่อที่ได้กำหนดไว้

- **นโยบายการบริหารความเสี่ยงจากการให้สินเชื่อ**

ในปีพ.ศ. 2562 กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการพัฒนาการบริหารความเสี่ยงด้านเครดิต เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้น เช่น

1. การนำเครื่องมือที่เหมาะสมมาใช้ในการบริหารความเสี่ยงด้านเครดิต เช่น
 - กลุ่มบริษัทฯ ใช้ข้อมูลจาก National Credit Bureau (NCB) เพื่อนำมาใช้ประเมินความเสี่ยงด้านเครดิตของลูกค้ากลุ่มสินเชื่อรถทำเงิน และสินเชื่อเพื่อเช่าซื้อเครื่องจักร (captive finance)

- กลุ่มบริษัทฯ ทบทวนโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม และเพิ่มโครงการพิเศษสำหรับลูกค้าปัจจุบันของกลุ่มบริษัทฯ ที่มีประวัติการชำระดี
 - กลุ่มบริษัทฯ มีการกำหนดสัดส่วนของลูกค้าน้ำหนักความเสี่ยงสูง กลาง ต่ำ ในพอร์ตโฟลิโอ (portfolio) รวมของบริษัท โดยกำหนดให้มีการทบทวนสัดส่วนความเสี่ยงเพื่อความเหมาะสมเป็นระยะ
 - กลุ่มบริษัทฯ กำหนดให้มีวงเงินขั้นสูงสุดสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม โดยกำหนดนิยามอย่างชัดเจนว่ากลุ่มลูกค้าที่มีความสัมพันธ์แบบใดบ้างที่จะนับรวมเป็นกลุ่มธุรกิจเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์ในการลดความเสี่ยงในการกระจุกตัวของสินเชื่อ (concentration risk)
2. กลุ่มบริษัทฯ มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการรายงานตามหลักเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดเนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีใช้สถาบันการเงินแล้ว
 3. กลุ่มบริษัทฯ ทบทวนนโยบายในการการปล่อยสินเชื่อ การกำหนดขั้นตอนการอนุมัติสำหรับสินเชื่อที่มีวงเงินที่แตกต่าง ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักร

จำนวนร้านสาขาทั้งหมด 188 สาขา บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดิน และอาคารรวม 51 แห่ง ที่เหลือเป็นร้านสาขาที่บริษัทเช่า ซึ่งรวมทั้งอาคารที่ใช้เป็นสำนักงานใหญ่ ปัจจุบันสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 72 อาคาร กสท โทรคมนาคม ชั้น 17 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โดยเช่าจาก บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) (เดิม : บมจ.กสท โทรคมนาคม) สิ้นสุดสัญญาในวันที่ 14 มกราคม 2564 และจัดทำสัญญาเช่าฉบับใหม่อีก 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2564 ถึงวันที่ 14 มกราคม 2567 ขนาดพื้นที่ 2,408 ตารางเมตร ในอัตราค่าเช่าพื้นที่เดิม เป็นเงิน 602,000 บาทต่อเดือน และค่าบริการเป็นเงิน 367,950 บาทต่อเดือน และพื้นที่ชั้น 20 ขนาดพื้นที่รวม 782 ตารางเมตร ในอัตราค่าเช่า 234,600 บาทต่อเดือน ค่าบริการเป็นเงิน 191,250 บาทต่อเดือน นอกจากนั้นก็จะมีการเช่าอาคารคลังสินค้าที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่บริษัททำสัญญาเช่าฉบับใหม่ เป็นระยะเวลา 3 ปี จากบริษัท จอลี่ แลนด์ จำกัด โดยมีอัตราค่าเช่าเดือนละ 448,000 บาท สิ้นสุดในวันที่ 10 ธันวาคม 2566 และทำสัญญาเช่าพื้นที่อาคารตึกด้านหน้า ในมีอัตราค่าเช่าเดือนละ 70,000 บาท เป็นระยะเวลา 3 ปี สิ้นสุดในสัญญาวันที่ 30 เมษายน 2566

มูลค่าตามบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ – สุทธิ ของ บมจ.ซิงเกอร์ ประเทศไทย และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 และ 31 ธันวาคม 2563 มีจำนวนเท่ากับ 425.77 ล้านบาท และ 433.08 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 เว้นแต่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะบอกเลิกสัญญาล่วงหน้า 12 เดือน โดยให้มีผลเริ่มนับการบอกเลิกสัญญาตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม 2563 เป็นต้นไปสำหรับสัญญาค่าธรรมเนียมเครื่องหมายการค้า และตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม 2568 เป็นต้นไปสำหรับสัญญาค่าธรรมเนียมซื้อการค้า

- **บัตรส่งเสริมการลงทุน** ไม่มี

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

รายละเอียดเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทในเครือ บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ และลักษณะธุรกิจ	ทุนที่เรียกชำระ แล้ว (บาท)	% การถือหุ้น	มูลค่าเงินลงทุน (ตามราคาทุน) (บาท)
บริษัทย่อย				
บริษัท เอสจี โบรคเกอร์ จำกัด	ประกอบธุรกิจนายหน้าค้ากรรมกรรมประกันชีวิตและประกันวินาศภัย	4,000,000	99.99	3,999,400
บริษัท เอสจี เซอร์วิสพลัส จำกัด	บริการ	5,000,000	99.96	4,998,000
บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด	- ธุรกิจเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน จักรเย็บผ้า สินค้าเชิงพาณิชย์และสินค้าอื่นๆ - ธุรกิจสินเชื่อจำนำทะเบียนรถ “รถทำเงิน” - ธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อเครื่องจักร	1,450,000,000	99.99	1,449,998,000
บริษัทร่วม	ไม่มี			

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย เหล่านี้จะยังคงการถือหุ้นในสัดส่วนที่เท่าเดิม ทั้งนี้ คณะกรรมการ และผู้บริหารของบริษัทย่อย เป็นผู้บริหารที่คณะฝ่ายจัดการคัดเลือกจากผู้บริหารภายในบริษัท ให้ทำหน้าที่ควบคุมดูแลในการดำเนินงานของบริษัทย่อย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายหลักในการประกอบกิจการของบริษัท บริษัท มีเงินลงทุนรวมในบริษัทย่อยเท่ากับ 1,458.99 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.33 ของสินทรัพย์รวม

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 บริษัทมีคดีความที่ถูกยื่นฟ้องดังต่อไปนี้

คดีฟ้องร้องละเมิดสิทธิบัตร

เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2561 บริษัทแห่งหนึ่ง (โจทก์) ได้ยื่นฟ้องบริษัทเป็นจำเลยร่วมกับผู้อื่นอีก 3 ราย ในคดีร่วมกันละเมิดสิทธิบัตรการประดิษฐ์ของผู้อื่น ซึ่งตามคำฟ้องอ้างตนว่าเป็นเจ้าของสิทธิบัตรการประดิษฐ์ เกี่ยวกับอุปกรณ์ขึ้นหนึ่งที่อยู่ในผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำเลยที่ 1 ทำการผลิต ภายใต้สัญญาซื้อขายผู้จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงอัตโนมัติ และเรียกเงินค่าเสียหายเป็นเงินจำนวน 100 ล้านบาท

ตามสัญญาซื้อขายผู้จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงอัตโนมัติ บริษัทเป็นเพียงผู้ซื้อจากจำเลยที่ 1 และตามข้อสัญญาจำเลยที่ 1 ได้ยืนยันว่าเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร ได้รับอนุญาตหรือเป็นตัวแทนถูกต้องตามกฎหมายจากเจ้าของลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตรที่แท้จริงในสินค้าและอุปกรณ์ส่วนประกอบ กลไกต่างๆ รวมถึงจำเลยที่ 1 จะเป็นผู้รับผิดชอบแต่ผู้เดียวในความเสียหายใดๆ ต่อบริษัทหรือลูกค้าของบริษัท หรือบุคคลภายนอก ในกรณีที่มีการกล่าวอ้างว่าสินค้ามีการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร หรืออนุสิทธิบัตร

บริษัทได้มอบหมายให้ทนายความดำเนินการยื่นคำให้การเพื่อต่อสู้คดีดังกล่าวแล้ว เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2561 และเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2561 ศาลนัดชี้สองสถานเพื่อกำหนดประเด็นข้อพิพาทแล้ว และศาลได้กำหนดนัดสืบพยานโจทก์และจำเลย

เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2562 ศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง ได้มีคำพิพากษาคดีอาญาระหว่างพนักงานอัยการโจทก์กับบริษัทซึ่งเป็นจำเลยร่วมกับผู้อื่นอีก 3 ราย โดยศาลมีคำพิพากษายกฟ้อง

อย่างไรก็ตามในวันที่ 25 ธันวาคม 2563 ศาลอุทธรณ์คดีชั้นอุทธรณ์ มีคำพิพากษาแก้เป็นจำเลยที่ 1 (บริษัท เอสเซพออยส์ จำกัด) มีความผิดตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 มาตรา 85 ประกอบมาตรา 36 วรรค(1) ปรับ 2,000 บาท ให้รับของกลาง นอกจากนี้แก้ไขให้เป็นไปตามคำพิพากษาศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง

ปัจจุบันคดีแพ่งยังอยู่ระหว่างจำหน่ายคดีชั่วคราวเพื่อรอผลอันถึงที่สุดในคดีอาญา หากมีคำตัดสินให้ยกฟ้องในคดีอาญาจะมีผลให้ยกฟ้องในคดีแพ่งด้วย ดังนั้นบริษัทจึงยังไม่สามารถประเมินผลกระทบได้ในขณะนี้ บริษัทจึงไม่ได้บันทึกประมาณการผลเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากเรื่องดังกล่าวไว้ในงบการเงิน

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 – ให้บริการผ่านทาง บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด
- บริการสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน “รถทำเงิน” ให้บริการผ่านทาง บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด
- บริการสินเชื่อเช่าซื้อเครื่องจักร – ให้บริการผ่านทาง บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด
- บริการหลังการขาย, บำรุงรักษา และซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า-ให้บริการผ่านทาง บริษัท เอสจี เซอร์วิสพลัส จำกัด

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

สถาบันการเงินที่ติดต่อประจำ**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

702,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 702,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)

ทุนชำระแล้ว : 412,525,208 บาท

วันที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

28 มิถุนายน 2527

ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -