

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ระบบสารสนเทศ วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้กับคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ โดยบริษัทฯ เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้ามากกว่า 50 ตราสินค้าจากผู้ผลิตชั้นนำระดับโลก ผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตัวเอง และมีฐานลูกค้าทั้งหมดมากกว่า 5,000 ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์ทั้งที่เป็นร้านค้าปลีกและค้าส่งทั่วประเทศ ห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ และร้านอุปกรณ์เครื่องเขียน ฯลฯ ทั้งนี้บริษัทฯ ถือเป็นบริษัทในกลุ่มซินเน็คประเทศไต้หวัน ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ เครื่องมือสื่อสาร และบริการด้าน Supply Chain ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในประเทศไต้หวัน และเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และเป็นหนึ่งในสามผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศรายใหญ่ของโลกที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั้งในสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย จีน ฮองกง นิวซีแลนด์ และอินเดีย เป็นต้น (ที่มา www.synnex.com.au) โดยบริษัทฯ มี King's Eye Investments Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทเพื่อการลงทุนของกลุ่มซินเน็คประเทศไต้หวัน ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 34.99 ของทุนชำระแล้ว อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีความเป็นอิสระในการบริหารงานจากกลุ่มซินเน็ค ประเทศไต้หวัน โดยมีผู้บริหารเป็นชาวไทยทั้งหมด รวมทั้งนโยบายในการบริหารที่เป็นเอกเทศ ทำให้บริษัทฯ สามารถปรับตัวตามสภาวะการแข่งขันในตลาดภายในประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อีกทั้งจากประสบการณ์ของผู้ถือหุ้นชาวไทย บริษัท ที.เค.เอส. เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่ทันสมัย และยังมีประสบการณ์ด้านธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทวัสดุสิ้นเปลือง และผู้บริหารชาวไทยของบริษัทฯ ล้วนมีประสบการณ์ในธุรกิจจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์มายาวนาน และการที่บริษัทฯ เป็นหนึ่งในกลุ่มซินเน็ค ประเทศไต้หวัน ที่เป็นที่ยอมรับจากผู้ผลิตระดับโลก ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าชั้นนำจากทั่วโลก กล่าวได้ว่าบริษัทฯ มีสินค้าที่มีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดในประเทศไทย และการทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ากับผู้ผลิตสินค้าต่างๆ นั้น บริษัทฯ เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับผู้ผลิตสินค้าต่างๆ โดยไม่ผ่านทางกลุ่มซินเน็ค ประเทศไต้หวัน นอกจากนั้น การได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการบริหารคลังสินค้าจากกลุ่มซินเน็ค ประเทศไต้หวัน ยังช่วยให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลังและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี

1.1 วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และเป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ก้าวสู่การขยายกลุ่มเครือข่ายธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ที่สนับสนุนธุรกิจหลัก คงความเป็นผู้นำธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีครบวงจร บริหารงานยึดหลักธรรมาภิบาลควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมและรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม เพื่อความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน”

กลยุทธ์ (Strategies)

1. **People** : กำหนดแผนทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับการขยายกลุ่มธุรกิจ และแผนพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างเป็นระบบ การถ่ายทอดองค์ความรู้ แผนความก้าวหน้าในหน้าที่สายอาชีพ การจัดโครงสร้างรายได้ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมเหมาะสม เพื่อส่งเสริมและเป็นแรงจูงใจให้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเติบโตในตำแหน่งที่สำคัญและผูกพันอยู่กับองค์กรระยะยาว
2. **Portfolio Restructure** : มุ่งเน้นการปรับกระบวนการอย่างบูรณาการในการคัดสรร เลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่นิยมต้องการในตลาด ตอบสนองได้ตรงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และเป็นกลุ่มสินค้าที่สร้างผลกำไรที่ดีให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง
3. **Productivity** : ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดความรวดเร็วในการแข่งขัน พร้อมทั้งพัฒนานวัตกรรมกระบวนการทำงานให้ทันสมัย รวดเร็ว กระชับ เกิดประสิทธิภาพ และลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ
4. **M&A** : การควบรวมกิจการเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ โดยมีพันธมิตรที่เกื้อหนุนกัน ในการก้าวสู่การขยายธุรกิจของกลุ่มบริษัท และคงความเป็นผู้นำธุรกิจด้านสินค้าเทคโนโลยีครบวงจร
5. **Overseas Investment** : การลงทุนในต่างประเทศ เพื่อรองรับการโตเติบโตที่จะเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมุ่งเน้นที่กลุ่มประเทศอินโดจีนเป็นลำดับสำคัญ เพื่อการขยายธุรกิจอย่างครอบคลุมทั้งในและต่างประเทศให้กับ Portfolio ของบริษัทฯ และสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้น

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ วางเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ สร้างเครือข่ายธุรกิจที่สนับสนุนเกื้อหนุนการเติบโตของบริษัทฯ ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน อีกทั้ง คงความเป็นผู้นำด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเทคโนโลยีที่บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญและดำเนินการมานาน ก้าวสู่ปีที่ 28 บริษัทฯ มีบุคลากรที่มีประสบการณ์อยู่กับองค์กรมานาน เลือกสรรสินค้าที่มีคุณภาพได้รับความนิยม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดไอทีต่อเนื่อง ครบวงจร หลากหลายชนิดและประเภท จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานระดับโลก ที่ให้ความเชื่อมั่นและไว้วางใจแต่งตั้งให้บริษัทฯ เป็นผู้แทนจำหน่ายตราสินค้ามากกว่า 50 ตราสินค้า บริษัทฯ ให้บริการก่อนและหลังการขายสินค้าและบริการด้วยความจริงใจ บริหารงานด้วยหลักธรรมาภิบาล ก่อปรกกับการรับผิดชอบและตอบแทนสังคมควบคู่กัน

ปี 2558 บริษัทฯ วางยุทธศาสตร์การเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจ การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด การเพิ่มสัดส่วนสินค้าที่มีอัตราผลตอบแทนที่ดี การเพิ่มการจัดจำหน่ายสินค้าผ่าน E-commerce การสร้างพันธมิตรเครือข่ายธุรกิจให้ครอบคลุมมากขึ้น การขยายตลาดต่างประเทศ Indochina รองรับการเปิดตลาดของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การปรับโครงสร้างผลตอบแทนที่ยุติธรรม เพื่อรักษากำลังงานที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กรยั่งยืน การจัดทำงบประมาณประจำปี การควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย เพื่อให้การดำเนินทุกกิจกรรมของบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

กลยุทธ์การขยายช่องทางการจำหน่ายไปต่างประเทศในภูมิภาคอินโดไชนา

บริษัทฯ ได้มีแผนงานและศึกษาการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปต่างประเทศแถบภูมิภาคอินโดไชนา ตั้งแต่ปี 2556 วางแผนให้มีส่วนแบ่งการตลาดใน 3 ประเทศ คือ ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (พม่า) ประเทศราชอาณาจักรกัมพูชา (กัมพูชา) และประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ลาว) โดยทั้ง 3 ประเทศ มีความสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ การติดต่อกับประเทศไทยมาเป็นเวลานาน และเป็นเพื่อนบ้านที่มีพื้นที่อาณาเขตชายแดน ติดกับประเทศไทย มีมูลค่าการค้าขายแถบชายแดนของประเทศอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงตลาดเพื่อนบ้านทั้ง 3 ประเทศ ก็นิยมใช้สินค้าที่เป็นตราสินค้าไทยอยู่ในระดับสูง

ปัจจุบันบริษัทฯ มียอดขายจากการจำหน่ายส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ทั้ง 3 ประเทศ ได้รับการตอบรับ อย่างดี เนื่องจาก SYNNEX เป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการเป็น Global Distributer รายสำคัญทั่วโลก โดยเฉพาะแถบภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก สินค้าอุปกรณ์ไอทีที่มีเครื่องหมาย Trusted By SYNNEX ที่บริษัทฯ ทำการตลาด เรื่องการบริการหลังการขาย การรับประกันสินค้า เป็นที่รู้จักยอมรับอย่างดีของผู้ใช้ในประเทศเพื่อนบ้านที่เกิดจากการค้า แถบชายแดนมาก่อนหน้านี้

ความสำเร็จที่เกิดขึ้นในประเทศไทยของบริษัทฯ ยังเป็นต้นแบบของธุรกิจ ที่บริษัทฯ นำไปบริหารในการจำหน่าย ในต่างประเทศ และได้มีการปรับเพื่อให้เข้ากับกฎระเบียบ วัฒนธรรม หรือตลาดไอทีของแต่ละประเทศ บริษัทฯ ได้ร่วมมือ กับคู่ค้าในแต่ละประเทศในการทำตลาด อาทิเช่น การทำตลาดในประเทศพม่า เน้นการกระจายฐานลูกค้าผ่านตัวแทน รายเดียวในปัจจุบัน และส่งพนักงานคนไทยไปประจำที่ออฟฟิศตัวแทนที่อย่างกุ่ม เพื่อช่วยตัวแทนทำการตลาดรวมถึง การถ่ายทอดความรู้การบริหารจัดการให้แก่ตัวแทนจำหน่ายในประเทศพม่า

สำหรับตลาดประเทศกัมพูชา บริษัทฯ เริ่มเข้าไปทำตลาดเมื่อไตรมาส 4 ปี 2557 โดยการขายสินค้าอุปกรณ์ เน็ตเวิร์คให้กับซิสเต็มอินทิเกรเตอร์ (SI) หลายราย แผนงานในปี 2558 มีแผนขยายกลุ่มสินค้าเข้าตลาดคอนซูมเมอร์ และหาพันธมิตรคู่ค้า เป็นตัวแทนเพื่อทำการตลาดกระจายสินค้าในประเทศกัมพูชาเพิ่มขึ้น

สำหรับประเทศลาว บริษัทฯ มีลูกค้าหลักในการกระจายสินค้ากลุ่มอุปกรณ์สื่อสาร สมาร์ทโฟน ที่แข็งแกร่ง ในประเทศลาว และเป็นพันธมิตรของบริษัทฯ ในปัจจุบัน ส่วนแผนงานในปี 2558 จะเพิ่มการขยายการขายสินค้าอุปกรณ์ เน็ตเวิร์ค รวมถึงกลุ่มซิสเต็ม ให้กับคู่ค้าที่เป็นซิสเต็มอินทิเกรเตอร์ โดยใช้ศักยภาพของ บมจ. ซินเน็ค (ประเทศไทย) และ ความได้เปรียบในแง่ภูมิศาสตร์ที่ใกล้กัน สะดวก ลดค่าใช้จ่ายในเรื่องการคมนาคมขนส่ง เพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาด กับประเทศที่เป็นเทรดดิ้งคันทรี อย่างประเทศสาธารณรัฐสิงคโปร์ หรือประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เป็นต้น

ในปี 2557 บริษัทฯ มียอดขายส่งออกไปยังประเทศทั้ง 3 เติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ที่อัตราการเติบโตขึ้น 118% และได้วางเป้าหมายการเติบโตในปี 2558 ที่อัตราเติบโตเท่าตัว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายยอดขายจากการขายส่งออกไปยังต่างประเทศของบริษัทฯ ที่ 1,000 ล้านบาทในปี 2559

บริษัทฯ พัฒนาช่องทางการจำหน่ายในประเทศในภูมิภาคอินโดไชนา เน้นการเพิ่มบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ เพื่อที่จะไปประจำที่ต่างประเทศได้ รวมถึงการเพิ่มการติดตั้งอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อข้อมูล เพื่อให้การ ประสานงานรวดเร็วและลดค่าใช้จ่ายการสื่อสาร หรือลดค่าใช้จ่ายการเดินทางระหว่างบริษัทฯ กับตัวแทนในต่างประเทศ การจัดสรรงบประมาณการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพของคู่ค้าและลูกค้าที่เป็น Dealers ในแต่ละพื้นที่ งบประมาณพัฒนา บุคลากรของบริษัทฯ ที่ไปประจำต่างประเทศ พัฒนาด้านความรู้เกี่ยวกับการบริหารงาน ความรู้ด้านสินค้า รวมถึง

การสื่อสารภาษาอังกฤษ หรือภาษาท้องถิ่นที่สำคัญมาก รวมถึงการให้สินเชื่อธุรกิจกับคู่ค้าที่เหมาะสมกับสภาพคล่องทางการเงินที่พอดีกับการทำธุรกิจ

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ จัดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด ชื่อ บริษัท คอมเพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2531 ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1,000,000 บาท เป็นบริษัทย่อยของบริษัท ที.เค.เอส. อินเตอร์พรีนติ้ง จำกัด (ต่อมาบริษัท ที.เค.เอส. อินเตอร์พรีนติ้ง จำกัด ได้จดทะเบียนแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ที.เค.เอส. เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ในปี 2540 และเป็น บริษัท ที.เค.เอส. เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ในปี 2545) บริษัทฯ ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ และระบบสารสนเทศ โดยมี บริษัท ที.เค.เอส. เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วทั้งหมด

บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และมีทุนจดทะเบียนเป็น 100,000,000 บาท ในปี 2540 ต่อมาในปี 2542 บริษัท ซินเน็ค เทคโนโลยี อินเตอร์เนชั่นแนล จากประเทศไต้หวัน ซึ่งเป็นหนึ่งในสามผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศรายใหญ่ของโลกที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั้งในสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย จีน ฮังกั่ง นิวซีแลนด์ อินเดีย เป็นต้น ได้เล็งเห็นศักยภาพการเติบโตของธุรกิจคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทย จึงได้เข้าร่วมทุนในสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 49 ของทุนชำระแล้วของบริษัทฯ ผ่านบริษัท King's Eye Investments Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจการลงทุนของกลุ่มบริษัทซินเน็ค ประเทศไต้หวัน ทั้งนี้ บริษัท ซินเน็ค เทคโนโลยี อินเตอร์เนชั่นแนล ได้เริ่มดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2531 และได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ไต้หวันในปี 2538

ในปี 2545 บริษัทฯ ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด” และได้ย้ายสำนักงาน พร้อมสร้างศูนย์ขนส่งและกระจายสินค้าแห่งใหม่บนพื้นที่ประมาณ 7 ไร่ ที่ถนนสุขุมวิท ใกล้เคียงท่าฉนวนอินทรา บริษัทฯ ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการบริหารจัดการสินค้าจากกลุ่มบริษัทซินเน็ค ประเทศไต้หวัน ด้วยศักยภาพและประสบการณ์ของกลุ่มบริษัทซินเน็ค ประเทศไต้หวัน ประกอบกับประสบการณ์ความเชี่ยวชาญของผู้บริหารบริษัทฯ ในธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ประเทศไทย ทำให้บริษัทฯ มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งมีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 500,000,000 บาท ในปี 2547

วันที่ 30 พฤศจิกายน 2550 บริษัทฯ จัดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)” เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 705,000,000 บาท [โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 205,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมบริษัท ที.เค.เอส. เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) จำนวนไม่เกิน 57,000,000 หุ้น และเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไปจำนวน 123,000,000 หุ้น และเพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ที่ออกให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ จำนวน 25,000,000 หุ้น]

ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2556 มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทฯ โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 95,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการจ่ายเงินปันผลเป็นหุ้นสามัญใหม่ของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นและแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิเรื่องทุนจดทะเบียนบริษัทฯ จากเดิม 705,000,000 บาท เป็น 800,000,000 บาท

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการของบริษัทฯ มีดังต่อไปนี้

| ปี | เหตุการณ์ |
|------|---|
| 2531 | บริษัท ที.เค.เอส. เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ผู้ดำเนินธุรกิจค้าส่งอุปกรณ์เครื่องเขียน กระดาษสำนักงาน รวมทั้งวัสดุอุปกรณ์และของใช้สิ้นเปลืองทางด้านคอมพิวเตอร์ ได้จัดตั้ง บริษัท คอมเพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ และระบบสารสนเทศ เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2531 ทุนจดทะเบียนและชำระแล้วเริ่มต้น 1,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท |
| 2533 | วันที่ 4 เมษายน 2533 บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจากเดิม 1,000,000 บาท เป็น 2,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตของผลิตภัณฑ์ Hard Disk ของ Seagate ในประเทศไทย |
| 2534 | วันที่ 16 กรกฎาคม 2534 บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจากเดิม 2,000,000 บาท เป็น 8,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท |
| 2535 | วันที่ 2 เมษายน 2535 บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจากเดิม 8,000,000 บาท เป็น 12,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท |
| 2537 | วันที่ 21 มีนาคม 2537 บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจากเดิม 12,000,000 บาท เป็น 20,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท และได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วอีกครั้งหนึ่ง เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2537 เป็น 40,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท |
| 2539 | วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2539 บริษัทฯ ได้ก่อตั้งบริษัท พรินซ์ โซลูชันส์ จำกัด ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 2,000,000 บาท มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการด้านการอบรมโปรแกรมคอมพิวเตอร์ขั้นสูง ติดตั้งและบำรุงรักษาระบบคอมพิวเตอร์ วันที่ 13 พฤษภาคม 2539 บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจากเดิม 40,000,000 บาท เป็น 50,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท |
| 2540 | วันที่ 26 มีนาคม 2540 บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจากเดิม 50,000,000 บาท เป็น 100,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตของทุกสายผลิตภัณฑ์ของ Intel ในประเทศไทย |
| 2541 | วันที่ 24 มิถุนายน 2541 บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจากเดิม 100,000,000 บาท เป็น 135,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท บริษัทฯ ได้ทำการเปิดสาขาต่างจังหวัดแห่งแรก ที่จังหวัดขอนแก่น |
| 2542 | บริษัท ซินเน็ค เทคโนโลยี อินเตอร์เนชั่นแนล จากประเทศไต้หวัน ผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศรายใหญ่ของโลก ได้เข้าร่วมลงทุนในสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 49 เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2542 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจากเดิม 135,000,000 บาท เป็น 180,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท วันที่ 22 มิถุนายน 2542 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของ บริษัท พรินซ์ โซลูชันส์ จำกัด เป็น 8,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท |

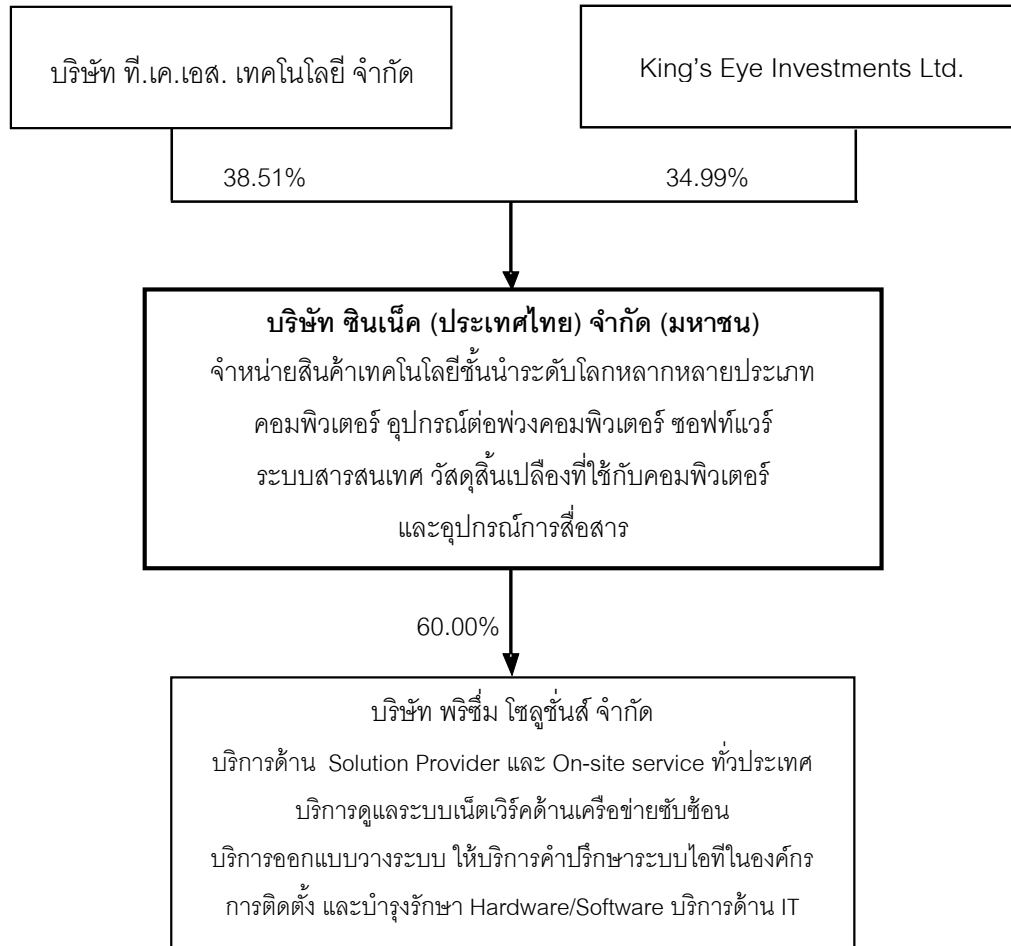
| ปี | เหตุการณ์ |
|------|---|
| 2542 | วันที่ 27 ตุลาคม 2542 บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วเป็น 260,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ ห้าล้าน 100 บาท |
| 2545 | วันที่ 1 มีนาคม 2545 บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจากเดิม 260,000,000 บาท เป็น 300,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ ห้าล้าน 100 บาท |
| | บริษัท คอมเพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด และย้ายสำนักงานใหญ่พร้อมศูนย์ขนส่งและกระจายสินค้าแห่งใหม่ ตั้งอยู่ที่ถนนสุขุมวิท 55 เลียบทางด่วนรามอินทรา โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการกระจายสินค้า ได้รับการถ่ายทอดจากกลุ่มผู้ถือหุ้นบริษัทซินเน็ค ประเทศไทยได้วัน |
| 2546 | วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2546 บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจากเดิม 300,000,000 บาท เป็น 340,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ ห้าล้าน 100 บาท |
| 2547 | วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2547 บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วเดิม 340,000,000 บาท เป็น 500,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ห้าล้าน 100 บาท |
| | บริษัทฯ ได้รับใบรับรองตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 ระบบการบริหารงานคุณภาพ จาก บูโร เวอร์ิตัส เซอร์ทิฟิเคชั่น ด้านการประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์แบบสั่งประกอบ และบริการหลังการขาย |
| 2548 | บริษัท พริตัม โซลูชั่นส์ จำกัด ได้ขายหุ้นทั้งหมดที่อยู่ในบริษัท ซีนีคคอมพ์ จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจจำหน่ายซอฟต์แวร์ ออกแบบวางระบบคอมพิวเตอร์ ให้คำปรึกษาและฝึกอบรมบุคลากรเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ คืนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่ราคาตามบัญชี ซึ่งเดิมบริษัทย่อยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 25 ของทุนชำระแล้ว |
| 2549 | บริษัทฯ ได้เริ่มนำระบบ Automatic Storage and Retrieval System (ASRS) การบริหารคลังสินค้าแบบอัตโนมัติ ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ระบบดังกล่าวได้ติดตั้งแล้วเสร็จใน ปี 2550 |
| 2550 | วันที่ 7 มิถุนายน 2550 บริษัทฯ ได้รับการรับรองด้านระบบบริหารจัดการด้านคุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Work Life) จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) |
| | วันที่ 24 กรกฎาคม 2550 บริษัทฯ ได้รับใบรับรองตามมาตรฐานสากล ในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001:2004 จาก บูโร เวอร์ิตัส เซอร์ทิฟิเคชั่น |
| | วันที่ 7 กันยายน 2550 บริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม |
| | ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2550 เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2550 มีมติพิเศษให้แปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชน และมีมติอนุมัติให้เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิมมูลค่าที่ตราไว้ห้าล้าน 100 บาท เป็นมูลค่าห้าล้าน 1 บาท และมีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จำนวน 205,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่ จำนวน 205,000,000 หุ้น และจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 180,000,000 หุ้น เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม บริษัท ที.เค.เอส. เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ตามสัดส่วนการถือหุ้น (Pre-emptive Right) จำนวนไม่เกิน 57,000,000 หุ้น และเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก จำนวน 123,000,000 หุ้น รวมทั้งจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 25,000,000 หุ้น รองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ที่จะออกและเสนอให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ |

| ปี | เหตุการณ์ |
|------|---|
| 2550 | บริษัทฯ ได้จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ เพื่อแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2550 และเปลี่ยนชื่อจากเดิม บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด เป็น บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) |
| 2551 | บริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ เปิดทำการซื้อขายให้กับนักลงทุนวันแรก ในวันที่ 16 มิถุนายน 2551 |
| 2552 | บริษัทฯ ได้ลงทุนก่อสร้างอาคารสำนักงานใหม่เพิ่มอีก 1 อาคาร เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ สร้างเสร็จ และเปิดใช้งานในไตรมาสที่ 2 ปี 2553 อีกทั้งบริษัทฯ ได้ดำเนินกิจการครบรอบ 20 ปี จึงจัดตั้งโครงการ ห้องสมุดไอทีเพื่อพัฒนาการศึกษาไทย (Library IT by Synnex) เพื่อส่งมอบอุปกรณ์ไอทีแก่โรงเรียน 20 โรงเรียนทั่วประเทศที่ผ่านเกณฑ์คัดเลือก |
| 2553 | บริษัทฯ ได้รับคัดเลือกให้เข้าชิงรางวัลและเข้ารอบสุดท้ายของสาขารางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR ประจำปี 2553 ในกลุ่มมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดไม่เกิน 10,000 ล้านบาท ในงาน SET AWARD 2010 จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย |
| | บริษัทฯ ได้ขยายเพิ่มธุรกิจโดยได้เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าสมาร์ตโฟนอย่างเป็นทางการ จำหน่ายให้กับผู้ประกอบการ สินค้าเริ่มแรกในกลุ่มเป็นสมาร์ตโฟนตราสินค้า ACER และ HTC และในปี 2554 บริษัทฯ ได้ขยายการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายตราสินค้าและกลุ่มสินค้าการสื่อสารอื่นๆ เพิ่มมากขึ้นหลากหลาย ประเภท |
| | บริษัทฯ ได้รับรางวัล “Highest Online Channel Partner Technical Support/Channel Warranty Online Usage (Associate)” เป็นรางวัลสูงสุดในการให้การสนับสนุนด้านเทคนิคกับคู่ค้าและในการให้การรับประกันผ่านระบบ online และรางวัล “Best Performance in Accurately Identifying Customer's Defect (Associate)” เป็นรางวัลยอดเยี่ยมในด้านความถูกต้องในการระบุปัญหาของลูกค้า ทั้งสองรางวัล เป็นรางวัลที่ Intel มอบให้แก่ Partner ที่มีผลงานและมาตรฐานการให้บริการที่ดีที่สุดภูมิภาคเอเชีย นอกจากนี้ ยังได้รับรางวัล Best Epson Service Centre 2010 จาก Epson |
| 2554 | บริษัทฯ ได้รับรางวัล Best Epson Service Centre 2011 จาก Epson 2 ปีซ้อน ซึ่งเป็นรางวัลที่ Epson มอบให้แก่ตัวแทนศูนย์บริการดีเด่นในการให้บริการหลังการขาย เป็น 1 ใน 14 ศูนย์บริการที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยม จากทั้งหมด 114 ศูนย์บริการทั่วประเทศที่รับการประเมินคุณภาพศูนย์บริการจาก Epson |
| 2555 | บริษัทฯ ได้รับ 3 รางวัล จาก Microsoft เป็นรางวัลที่มอบให้บริษัทที่มีผลงานดี ในสาขาต่างๆ อันได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> รางวัล APAC Platinum Club FY2012 Winner – Subsidiary Partner of the Year รางวัล APAC Platinum Club FY2012 Winner – Distributor Category รางวัล FY2012 Country Partner of the Year Winner |
| | บริษัทฯ ได้รับรางวัล Most Improved CSR ประเภทกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดไม่เกิน 10,000 ล้านบาทเป็นรางวัลบริษัทจดทะเบียนที่กำหนด วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจนสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ จัดโดยสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (CSRI) ภายใต้การดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในงานมอบรางวัล CSR Recognition 2012 เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2555 |

| ปี | เหตุการณ์ |
|------|---|
| 2556 | ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2556 เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2556 มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทฯ โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวนไม่เกิน 95,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 บาท รองรับการจ่ายเงินปันผลเป็นหุ้นสามัญใหม่ ให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิเรื่องทุนจดทะเบียนบริษัทฯ จากเดิม 705,000,000 บาท เป็น 800,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 บาท |
| | บริษัทฯ ได้รับรางวัล Distribution Partners of the year 2013 – Volume Licensing จาก Microsoft เป็นรางวัลที่มอบให้กับคู่ค้าธุรกิจที่มีผลงานโดดเด่นในแต่ละสาขา |
| | บริษัทฯ ได้รับรางวัล CSR Recognition 2013 ประเภทรางวัลทั่วไป เป็นรางวัลมอบให้แก่บริษัทที่ตระหนักถึงความสำคัญและมีความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริม รวมถึงการพัฒนากิจการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (CSRI) ภายใต้การดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2556 |
| | บริษัทฯ ได้รับรางวัลดีเด่น ด้านการจัดทำ “รายงานความยั่งยืน ปี 2556 หรือ Sustainability Report Award 2013” จากสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย สำนักคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และสถาบันไทยพัฒน์ เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2556 |
| 2557 | บริษัทฯ ได้ร่วมกับ 8 องค์กร คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และคู่ค้ารายสำคัญของบริษัทฯ ร่วมกันลงนามบันทึกความเข้าใจด้วยความร่วมมือในโครงการชั่งนอกกรอบ เพื่อสนับสนุนพัฒนาการศึกษาให้กับเยาวชน เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2557 |
| | ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 3/2557 เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2557 ของบริษัท พรินซ์ โซลูชั่นส์ จำกัด มีมติอนุมัติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระเต็มเป็นเงิน 15,000,000 บาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 70,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท เป็นเงิน 7,000,000 บาท เพื่อเพิ่มศักยภาพและรองรับการขยายธุรกิจของบริษัทฯ สัดส่วนการถือหุ้นใหม่เป็น 60:40 (โดยมีกลุ่มผู้บริหารจากบริษัท เจกวิป เทคโนโลยี จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 40) |
| | บริษัทฯ ได้รับรางวัล Distribution Partner of the Year 2014 เป็นรางวัลที่มอบให้แก่คู่ค้าที่ประสบความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีอันเปี่ยมประสิทธิภาพของไมโครซอฟท์มาสู่ประเทศไทย ภายใต้กลยุทธ์ “ Mobile First, Cloud First ” จากงาน Microsoft Partner Award 2014 |
| | บริษัทฯ ได้รับรางวัล CSR Recognition 2014 (ปีที่ 3 ติดต่อกัน) ประเภทรางวัลทั่วไป เป็นรางวัลที่บริษัทฯ ได้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน จากสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม(CSRI) ภายใต้การดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2557 |

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ และ 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

โครงสร้างการถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557



กลุ่มซินเน็ค ประเทศไทยได้หวัน

กลุ่มซินเน็คประเทศไทยได้หวัน ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้น (โดยผ่านทาง King's Eye Investments Ltd.) ของบริษัทฯ ประกอบธุรกิจด้านจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ในประเทศได้หวัน สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย จีน ฮองกง นิวซีแลนด์ และอินเดีย เป็นต้น ซึ่งลักษณะการดำเนินธุรกิจของกลุ่มซินเน็คประเทศไทยได้หวัน มีความคล้ายคลึงกับบริษัทฯ อย่างไรก็ตามนโยบายการลงทุนของกลุ่มซินเน็คประเทศไทยได้หวัน มีความชัดเจนในการเข้าร่วมลงทุนในประเทศอื่นๆ โดยคัดเลือกผู้ร่วมลงทุนที่มีความมั่นคงทางการเงิน และมีประสบการณ์ในธุรกิจในประเทศนั้นๆ ทั้งนี้ในปัจจุบันกลุ่มซินเน็คประเทศไทยได้หวัน ไม่มีนโยบายในการเข้ามาแข่งขันในประเทศไทย นอกจากนี้กลุ่มผู้บริหารทั้งหมดของบริษัทฯ เป็นคนไทยที่มีประสบการณ์ในธุรกิจจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยยาวนานมากกว่า 10 ปี ถือเป็นจุดแข็งของทางบริษัทฯ ที่กลุ่มซินเน็คประเทศไทยได้หวันต้องการ เนื่องจากธุรกิจของบริษัทฯ เป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยประสบการณ์ในด้านการขายและการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมลูกค้าทุกประเภท

บริษัทย่อย

บริษัท พรี่ซิม โซลูชันส์ จำกัด (“บริษัทย่อย”) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2539 มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 2,000,000 บาท บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วทั้งหมด ให้บริการอบรมหลักสูตรโปรแกรมคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศ ต่อมาเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2542 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วเป็น 8,000,000 บาท และในปี 2549 ได้ขยายการให้บริการให้ครอบคลุมมากขึ้น ตั้งแต่การติดตั้งและบำรุงรักษาอุปกรณ์ในส่วนของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ เป็นการขยายธุรกิจเพื่อสนับสนุนกลุ่มธุรกิจของบริษัทฯ ให้มากขึ้น โดยให้บริการด้าน Solution provider และ On Site Service ทั่วประเทศ บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ทั่วประเทศ มีความต้องการสินค้าที่เป็น Solution มากขึ้น รวมถึงการให้บริการดูแลระบบเน็ตเวิร์กด้านเครือข่ายซับซ้อน ด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Hardware) และทางด้านโปรแกรมหรือชุดคำสั่ง (Software) เป็นต้น บริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่เทคนิคที่ชำนาญการให้บริการและคำปรึกษากับลูกค้า และมีเจ้าหน้าที่ประจำสาขาอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ จึงทำให้ลูกค้าส่วนหนึ่งไว้วางใจกับการให้บริการของทางบริษัทฯ มาโดยตลอด นอกจากนี้แล้วยังมีการให้บริการดูแลทางด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ PC LEMEL (คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล) เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการปรึกษาการใช้งาน ซึ่งตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยตรง และมีการตรวจเช็ค ดูแล รวมถึงการแก้ปัญหาของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Hardware) เป็นต้น

ในวันที่ 1 กันยายน 2557 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 15,000,000 บาท ได้มีนโยบายในการทำบริษัทฯ ให้เป็นบริษัท System Integrator (SI) เต็มตัว โดยมีการแยกหน่วยธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อให้บริการมีดังนี้

1. **IT System Integrator Services** คือ ให้บริการวางระบบโซลูชันด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โทรคมนาคมครบวงจร ตั้งแต่การรับเหมา ออกแบบ ติดตั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และการวางระบบสำหรับเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ออกแบบและประยุกต์ใช้ระบบ ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการให้บริการหลังการขาย โดยมีลูกค้าหลักๆ คือ องค์กรภาครัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่
2. **IT Outsourcing and Consulting** คือ ให้บริการบุคลากรทางด้านไอที เพื่อไปทำงานที่บริษัทของลูกค้าเป็นลักษณะ รายวัน รายเดือน และรายปี โดยบริษัทฯ มี Technical Support และ Engineer ที่มีความรู้ความสามารถ และมีใบรับรอง (Certified) จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น Microsoft, Cisco มากกว่า 40 คนให้บริการลูกค้า
3. **IT Training** คือ บริษัทฯ มีศูนย์อบรมทางด้าน IT Professional ของตัวเอง ในนาม www.ITFastLearning.com เพื่อให้บริการอบรมหลักสูตรต่างๆ เช่น Microsoft, Cisco, VMWare ให้กับลูกค้าของบริษัทฯ และบุคคลทั่วไปที่สนใจพัฒนาความรู้ ความสามารถของตัวเองทางด้านไอที
4. **IT Hospitality Consultant** คือ บริษัทฯ มีอีกหน่วยงานที่ให้บริการเป็นที่ปรึกษาระบบไอทีที่ใช้ภายในโรงแรม โรงพยาบาล ศูนย์การค้า ศูนย์ประชุม อาคารสำนักงานให้เข้าขนาดใหญ่ ที่มีหลายๆ ระบบที่ซับซ้อน และต้องมีการใช้งานร่วมกัน (Interface) เช่น ระบบ Property Management System, ระบบบริหารจัดการสนามกอล์ฟ, Cabling, POS, Data Center, Server room, FM200, Door Lock System, Internet Gateway, PABX&Billing System, CCTV, Pay TV, Digital Signage, Material Control System, Security&Firewall, Email System, HR&Payroll, Financial and Accounting System เป็นต้น โดยให้บริการตั้งแต่การออกแบบ เขียนแบบร่วมกับ Construction team จัดหาอุปกรณ์ วางระบบต่างๆ

5. IT Professional Services เป็นการให้บริการ 3 งานหลัก คือ

- รับประกอบติดตั้ง Hardware /Software พวก PC, Server, Storage ตามความต้องการของลูกค้าหรือผู้ผลิต
- Call Center 24 ชั่วโมง ภาษาไทย / อังกฤษ
- บริการซ่อมบำรุงรักษา (Maintenance Agreement Service) รายวัน รายเดือน รายปี ให้แก่องค์กรภาครัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ทั่วประเทศ โดยใช้ศูนย์บริการร่วมกับ SYNNEX ทั้ง 46 สาขาทั่วประเทศ

6. IT Distributor Products คือ เป็นผู้แทนจำหน่ายอุปกรณ์ทางด้านไอที ให้กับผู้ผลิตต่างๆ เช่น LG SuperSign, AirLive, N-Computing, รวมทั้ง Intel Server

บริษัทฯ ตระหนักถึงข้อได้เปรียบที่มีมากกว่าคู่แข่งในตลาด คือ

- มีการสนับสนุนทางด้านเงินทุนจากบริษัทแม่ SYNNEX และจากสถาบันการเงินต่างๆ ทำให้สามารถรับงานในโครงการขนาดใหญ่ได้
- มีทรัพยากรครบครันในการเป็นบริษัท System Integrator ที่ดีเช่น มี Certified Engineers มากกว่า 40 คน มี Call Center ของตัวเองและมีมากกว่า 7 Agents ที่คอยตอบปัญหาให้กับลูกค้า มีศูนย์อบรมเป็นของบริษัทฯ เอง www.ITFastLearning.com และมีสาขาที่คอยให้บริการกับลูกค้าถึง 46 สาขาทั่วประเทศ

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ระบบสารสนเทศ วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้กับคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ โดยบริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าเจ้าของผลิตภัณฑ์ชั้นนำระดับโลกมากกว่า 50 ตราสินค้า มีฐานลูกค้าผู้ประกอบการด้านสินค้าคอมพิวเตอร์มากกว่า 5,000 ราย เช่น กลุ่มลูกค้าผู้วางระบบซอฟต์แวร์ปฏิบัติการรายใหญ่ ผู้ผลิตจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตัวเอง รวมถึงร้านค้าปลีกค้าส่งทั่วประเทศ ห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ และร้านจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเขียน เป็นต้น

บริหารงานโดยกลุ่มผู้บริหารชาวไทยที่มีประสบการณ์ในธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ มายาวนาน และการที่บริษัทฯ เป็นหนึ่งในกลุ่มซินเน็ค ประเทศไทยได้วัน ทำให้บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบในด้านการบริหารจัดการคลังสินค้าและเป็นที่ยอมรับจากผู้ผลิตระดับโลก ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าชั้นนำจากทั่วทุกมุมโลก ทำให้สามารถกล่าวได้ว่าบริษัทฯ มีสินค้าที่มีความหลากหลายและครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดในประเทศไทย โดยการทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ากับผู้ผลิตสินค้าต่างๆ นั้น บริษัทฯ เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับผู้ผลิตสินค้า โดยไม่ผ่านทางกลุ่มซินเน็ค ประเทศไทยได้วัน

โครงสร้างรายได้

หน่วย : ล้านบาท

| โครงสร้างรายได้ | 2557 | | 2556 | | 2555 | |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | มูลค่า | % | มูลค่า | % | มูลค่า | % |
| รายได้จากการขาย | | | | | | |
| 1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์ชิ้นส่วน | 3,030 | 15.87% | 3,065 | 16.34% | 4,039 | 19.63% |
| 2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทวัสดุสิ้นเปลือง | 2,217 | 11.61% | 2,236 | 11.92% | 2,609 | 12.68% |
| 3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์เพื่อการพิมพ์ | 1,522 | 7.97% | 1,369 | 7.30% | 1,819 | 8.84% |
| 4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์เน็ตเวิร์ค | 1,338 | 7.01% | 1,657 | 8.83% | 2,018 | 9.81% |
| 5. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์แสดงผลข้อมูล | 893 | 4.68% | 973 | 5.19% | 1,056 | 5.13% |
| 6. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทชุดคอมพิวเตอร์ประกอบเสร็จ | 2,179 | 11.41% | 2,525 | 13.46% | 3,601 | 17.50% |
| 7. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์มัลติมีเดีย | 2,327 | 12.19% | 2,041 | 10.88% | 1,789 | 8.70% |
| 8. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทซอฟต์แวร์ | 2,168 | 11.35% | 2,186 | 11.65% | 959 | 4.66% |
| 9. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์การสื่อสาร | 3,359 | 17.59% | 2,678 | 14.27% | 2,663 | 12.94% |
| 10. อื่นๆ | 37 | 0.19% | 11 | 0.06% | 4 | 0.02% |
| รวมรายได้จากการขาย | 19,069 | 99.88% | 18,741 | 99.90% | 20,557 | 99.91% |
| รายได้จากการบริการ | 23 | 0.12% | 18 | 0.10% | 19 | 0.09% |
| รวมรายได้จากการขายและการบริการ | 19,092 | 100% | 18,759 | 100% | 20,576 | 100% |
| อัตรากำไรขั้นต้นของ รายได้จากการขายและการบริการ | 1.78% | | -8.83% | | 1.67% | |

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลากหลายครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ มีผลิตภัณฑ์นำสมัยที่จัดจำหน่ายแบบครบวงจร ได้รับความไว้วางใจและเชื่อถือในสินค้าและบริการของบริษัทฯ จากพันธมิตรทางธุรกิจและกลุ่มลูกค้ามั่นใจเลือกซื้อสินค้าบริษัทฯ จากความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า การให้บริการหลังการขาย การจัดส่งสินค้าที่สะดวกรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจเติบโตต่อเนื่อง ทั้งนี้ในปัจจุบันบริษัทฯ ได้แบ่งผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายออกเป็น 9 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์ชิ้นส่วน (Component Product Group: CPG)

สินค้ากลุ่มนี้เป็นอุปกรณ์ชิ้นส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ ประกอบด้วยสินค้าหลัก เช่น Motherboard, Hard Disk Drive, CPU, DRAM, Optical Drive เป็นต้น เพื่อตอบสนองตลาด DIY PC ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้ออุปกรณ์เป็นชิ้นๆ เพื่อนำไปประกอบเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ หรือเปลี่ยนชิ้นส่วนเฉพาะที่ต้องการเพื่อให้เครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องเดิมมีสมรรถนะที่สูงขึ้น

การเติบโตโดยรวมของตลาดกลุ่มสินค้านี้มีอัตราเติบโตไม่มากและส่วนใหญ่จะจำหน่ายเป็นการขายเข้าโครงการ (Project) หรือกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่ใช้เฉพาะงาน เช่น กลุ่มออกแบบ และกลุ่มเพื่อบันทึกลงใช้เล่นเกมส์ บริษัทฯ ค่อนข้างได้เปรียบคู่แข่งเนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้ชำนาญการในสินค้ากลุ่มนี้ และมีสินค้าหลากหลายรวมถึงตราสินค้าที่ครบถ้วน ผนวกกับการบริการหลังการขาย โดยบริษัทฯ มีศักยภาพในการซ่อมชิ้นส่วนนี้ภายในและไม่ต้องส่งกลับประเทศผู้ผลิต ซึ่งสามารถทำให้ต้นทุนการขายรวมค่าบริการหลังการขายของบริษัทฯดีกว่าคู่แข่ง

อัตราการเติบโตของกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ ประเภทอุปกรณ์ชิ้นส่วนได้รับผลจากการที่บริษัทฯ มีความชำนาญในสินค้ากลุ่มนี้ บวกกับความหลากหลายของสินค้าและตราสินค้าที่ครบถ้วนและเป็นตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งในตลาดสูง ก่อปรกับความสามารถเปรียบในเรื่องการบริหารหลังการขายที่บริษัทฯ มีศักยภาพในการซ่อมได้เองภายใน ไม่ต้องส่งกลับประเทศผู้ผลิตสามารถทำให้ต้นทุนการขายและการบริการหลังการขายของบริษัทฯคงความได้เปรียบกว่าคู่แข่ง

กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์ชิ้นส่วน ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

| ผลิตภัณฑ์ | ตราสินค้า | รายละเอียดผลิตภัณฑ์ |
|--------------------|----------------------------------|---|
| CPU | Intel | อุปกรณ์ประมวลผลข้อมูลสำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ |
| Mother Board / VGA | Intel, Asustek, Gigabyte, Asrock | อุปกรณ์แผงวงจรขนาดใหญ่อยู่ภายในเครื่องคอมพิวเตอร์ มีช่องสำหรับเสียบ CPU และแผงวงจรเพิ่ม |
| Hard Disk Drive | Seagate, Western Digital | อุปกรณ์เก็บข้อมูลชนิด Fixed disk ใช้ประกอบกับเครื่องคอมพิวเตอร์ |
| Optical Drive | Samsung, Asustek, LG | อุปกรณ์อ่านข้อมูลและ/หรือบันทึกข้อมูลลงแผ่น CD,DVD |
| DRAM | Kingston | หน่วยความจำของระบบ |

ที่มา: บริษัทฯ

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทวัสดุสิ้นเปลือง (Consumables & Supply Group: CSG)

สินค้ากลุ่มที่เป็นวัสดุสิ้นเปลืองใช้แล้วหมดไป ต้องซื้อทดแทนตลอดเวลา เช่น หมึกพิมพ์ (Ink Cartridge) โทเนอร์ (Toner Cartridge) ฝัพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์ (Ribbon) และกระดาษสำนักงาน เป็นต้น

บริษัทฯ มีความได้เปรียบในการจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มนี้ เนื่องจากการครอบคลุมช่องทางการจัดจำหน่ายที่กว้าง และลึกกว่าคู่แข่ง กอปรกับบริษัทฯ มีความครบถ้วนในเรื่องตราสินค้าที่ทำให้ลูกค้าสะดวกในการเลือกซื้อจากบริษัทฯ เพียงแหล่งเดียว สินค้าในกลุ่มนี้เป็นวัสดุสิ้นเปลืองที่ต้องมีการจัดซื้อทดแทนตลอดเวลาซึ่งประกอบไปด้วยสินค้าหลัก เช่น หมึกพิมพ์ (Ink Cartridge) โทเนอร์ (Toner) ฝัพิมพ์คอมพิวเตอร์ (Ribbon) และกระดาษสำนักงาน เป็นต้น ซึ่งเป็นสินค้าที่มีการใช้งานควบคู่กับเครื่องพิมพ์ชนิดต่างๆ เนื่องจากลักษณะการใช้งานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็น มีการใช้งานแพร่หลายทั้งในองค์กรร้านค้าและครัวเรือน และการที่สินค้าเป็นประเภทวัสดุสิ้นเปลือง ทำให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องซื้ออย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ Fullmark, Canon, Epson, HP, Fuji Xerox, Samsung และ Brother เป็นตราสินค้าที่ผู้บริโภคให้การยอมรับ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทวัสดุสิ้นเปลืองประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

| ผลิตภัณฑ์ | ตราสินค้า | รายละเอียดผลิตภัณฑ์ |
|------------------------------|--|---------------------------------------|
| Ink Cartridge, Toner, Ribbon | HP, Epson, Canon, Samsung, Fuji Xerox, Brother, Fullmark | หมึกพิมพ์ ตลับหมึก ตลับผงหมึก ฝัพิมพ์ |
| ผลิตภัณฑ์กระดาษ | TKS, Fuji Xerox | ผลิตภัณฑ์กระดาษ |

ที่มา: บริษัทฯ

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์เพื่อการพิมพ์ (Image & Printing Product Group: IPG)

สินค้ากลุ่มที่เป็นอุปกรณ์เครื่องพิมพ์ เพื่อการพิมพ์งาน เช่น เครื่องพิมพ์ Inkjet (Inkjet Printer) เครื่องพิมพ์ Laser (Laser Printer) ประเภทเครื่องพิมพ์ All-In-One function (printer, fax, copier & scanner) เครื่องพิมพ์ Single function (printer only) และเครื่องพิมพ์แบบกระแทก (Dot Matrix) เป็นต้น

บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายที่มีตราสินค้าในกลุ่มสินค้านี้มากที่สุด และตราสินค้าที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายทั้งหมดเป็นตราที่ผู้บริโภคให้การยอมรับและมีส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้มากที่สุด เช่นเดียวกับสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุสิ้นเปลือง ตราสินค้า HP เป็นผู้นำที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดของเครื่องพิมพ์สำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กร และบริษัทฯ ก็ยังมีส่วนแบ่งการตลาดเครื่องพิมพ์แบบ Ink Jet ทั้งแบบ Single Function และ All-in-One ในตราสินค้า Canon ด้วยเช่นกัน อีกทั้ง Canon เป็นผู้นำที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดของสินค้า Ink Jet รวมทั้งได้มีส่วนแบ่งการตลาดในสินค้าเครื่องพิมพ์แบบกระแทกของ Epson เช่นเดียวกัน

กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์เพื่อการพิมพ์ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

| ผลิตภัณฑ์ | ตราสินค้า | รายละเอียดผลิตภัณฑ์ |
|----------------------------|--|---|
| เครื่องพิมพ์ (Printer) | HP, Canon, Epson, Samsung, Fuji Xerox, Brother | เครื่องพิมพ์ที่แสดงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานของคอมพิวเตอร์ |
| เครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) | HP, Canon, Epson | อุปกรณ์กวาดจับสัญญาณหรือตัวอักษร |

ที่มา: บริษัทฯ

4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์ใช้ในการประกอบเน็ตเวิร์ค (Network Product Group: NPG)

สินค้ากลุ่มที่เป็นอุปกรณ์ชิ้นส่วนใช้ในการประกอบเน็ตเวิร์ค เช่น Switch, Hub Router, Wireless, LAN, UPS, Server, Storage, Network Cabling System และ Internet Security เป็นต้น บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า HP, APC, AMP, Zyxel, ASUS, Intel Server และ Cisco ซึ่งเป็นผู้นำของตลาดเน็ตเวิร์คและระบบ VOIP สำหรับ UPS นั้น บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ APC และ Emerson ซึ่ง APC เป็นหนึ่งในผู้นำตลาดเครื่องสำรองไฟ เช่นกัน

จากการดำเนินธุรกิจในโลกที่มีการแข่งขันที่สูงมากขึ้น ทำให้บริษัทต่างๆ พยายามเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและลดค่าใช้จ่าย ซึ่งจะทำให้บริษัทดังกล่าวหันมาใช้ระบบเครือข่ายเน็ตเวิร์คมากขึ้น เช่น การใช้ระบบ VOIP, Wireless และระบบ Video Conference เพื่อช่วยเหลือการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นการลดรายจ่ายอย่างดียิ่งขึ้น บริษัทฯ มีทีม Pre-Sales Engineer ให้บริการช่วยวางแผนการวางระบบและแก้ไขปัญหาของระบบให้กับลูกค้า โดยมีบริการตั้งแต่การติดตั้งและดูแลระบบให้กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย รวมทั้ง มีบริการ (On-Site Service) ซึ่งสามารถช่วยส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ประเภทเน็ตเวิร์คนี้ได้เป็นอย่างดี

กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเน็ตเวิร์ค ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

| ผลิตภัณฑ์ | ตราสินค้า | รายละเอียดผลิตภัณฑ์ |
|------------------------|---------------------------------|---|
| Cable and Connector | AMP | สายเคเบิลและอุปกรณ์ต่อเชื่อมสัญญาณ |
| Server & Storage | Dell, HP, Intel | อุปกรณ์แม่ข่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์เก็บข้อมูลระบบเครือข่าย |
| LAN Card | HP, Intel | อุปกรณ์เชื่อมต่อเครื่องคอมพิวเตอร์เข้าด้วยกันเป็นระบบเครือข่าย |
| Switch | HP, Cisco, ZyXEL | อุปกรณ์กระจายสัญญาณของระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ |
| Wireless LAN | HP, Cisco, ZyXEL, ASUS | อุปกรณ์เครือข่ายคอมพิวเตอร์ไร้สาย |
| Router | HP, Cisco | อุปกรณ์ค้นหาเส้นทางการเชื่อมต่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ |
| UPS | APC, EMPOW | เครื่องจ่ายไฟฟ้าสำรองและคุ้มครองคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ จากปัญหาไฟดับ, ไฟตก |
| SCSI & RAID Solutions | Adaptec | อุปกรณ์ต่อพ่วงแบบ SCSI Interface และ RAID |
| Security & VPN | Cisco, Tipping Point, SonicWall | อุปกรณ์รักษาความปลอดภัยระบบเครือข่าย |
| VOIP, Video Conference | Cisco | อุปกรณ์สื่อสารข้อมูลเสียงผ่านระบบคอมพิวเตอร์ |

ที่มา: บริษัทฯ

5. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์แสดงผลภาพข้อมูล (Display Product Group: DPG)

สินค้ากลุ่มที่เป็นอุปกรณ์แสดงผลภาพข้อมูล เช่น จอภาพแสดงผล และโปรเจคเตอร์ เป็นต้น บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ Asustek, AOC, Samsung, Phillips, BenQ, LG, EIZO และ Lemel โดยมี Samsung เป็นผู้นำตลาดจอภาพ อีกทั้งบริษัทฯ ยังเป็นผู้นำเข้าและผู้แทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จอภาพคุณภาพสูงตราสินค้า EIZO แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย สินค้าประเภทโปรเจคเตอร์ มีอัตราการเติบโตสูงและมีความต้องการจากตลาดการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากภาครัฐและภาคเอกชน สำหรับตลาดเอสเอ็มอี (SME) และผู้บริโภคทั่วไป ก็มีอัตราการเติบโตสูงเช่นกันจากราคาเฉลี่ยต่อตัวที่มีราคาถูกลงทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

บริษัทฯ มีการขายสินค้าเข้าโครงการในส่วนสินค้าจอภาพใหญ่ หรือโทรทัศน์ เป็นการเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาดองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อชดเชยราคาต่อตัวเฉลี่ยของสินค้าจอภาพระดับล่างที่มีแนวโน้มราคาต่ำลง สำหรับสินค้ากลุ่มโปรเจคเตอร์ มีอัตราการเติบโตสูงทั้งตลาดการศึกษาในภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงผู้บริโภคทั่วไป และองค์กรขนาดกลางและรายย่อย เนื่องจากราคาโปรเจคเตอร์ระดับล่างมีการปรับราคาให้ถูกลงเพื่อให้ขนาดตลาดกว้างขึ้น

กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์แสดงผลภาพข้อมูล ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

| ผลิตภัณฑ์ | ตราสินค้า | รายละเอียดผลิตภัณฑ์ |
|--------------------------------|---|--|
| จอภาพ (Monitor) และโปรเจคเตอร์ | Samsung, Phillips, BenQ, LG, EIZO, Lemel, Asustek, AOC, Epson | จอภาพระดับกลางถึงระดับสูงเหมาะกับงานทั่วไป |

ที่มา: บริษัทฯ

6. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทชุดคอมพิวเตอร์ประกอบเสร็จ (System Product Group: SPG)

สินค้ากลุ่มที่เป็นชุดเครื่องคอมพิวเตอร์ประกอบเสร็จเพื่อใช้งาน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook, Ultrabook, Netbook) เครื่องคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (Desktop PC) เครื่องเซิร์ฟเวอร์ (Server) หรือเครื่องคอมพิวเตอร์สั่งประกอบ (CTO: Configure-To-Order) ภายใต้ตราสินค้า Lemel ของบริษัทฯ ซึ่งเป็นตราสินค้าของกลุ่มซินเน็คประเทศไทย (House Brand) ได้รับการรับรองมาตรฐานการใช้จากสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) กระทรวงอุตสาหกรรม มาตรฐานความปลอดภัย มาตรฐานคลื่นสัญญาณวิทยุรบกวน และมาตรฐานความทนทานต่อภาวะแวดล้อม (ร้อน) ของเน็คเทค เป็นต้น

สินค้าประเภทคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก มีการพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ที่เรียกว่า 2 in 1 ที่เป็นทั้ง Notebook และ Tablet และในปี 2558 จะมีคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีระบบปฏิบัติการทั้ง Windows และ Android ในเครื่องเดียวกันเริ่มเข้าตลาดมากขึ้น และมีโอกาสทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้ากลุ่มประเภทคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีมากขึ้น เมื่อเทียบกับปี 2556-2557 ที่เสียส่วนแบ่งไปค่อนข้างมากให้กับตลาดสินค้า Tablet ส่วนคอมพิวเตอร์ตลาดองค์กร ยังมีอัตราการเติบโตสม่ำเสมอ และสินค้าประเภท PC All in One (AIO) มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาด้วยราคาที่ต่ำลงและคุณสมบัติจอภาพสัมผัส (Touch)

เครื่องคอมพิวเตอร์แบบสั่งประกอบนั้น บริษัทฯ ได้มีสายการประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์แบบไม่มีตราสินค้าตามคำสั่งลูกค้าตั้งแต่ปี 2547 อย่างไรก็ตาม ในปี 2550 บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์แบบสั่งประกอบภายใต้เครื่องหมายการค้า "Lemel" ซึ่งเป็นตราสินค้าของกลุ่มซินเน็ค ประเทศไทย โดยบริษัทฯ มีการ

จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวผ่านกลุ่มร้านค้าปลีกสำหรับกลุ่มลูกค้ารายย่อย กลุ่มห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ และกลุ่มผู้ค้าปลีกสำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กร ในปัจจุบันบริษัทฯ มีกำลังการผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์แบบตั้งประกอบภายใต้เครื่องหมายการค้า “Lemel” ประมาณ 10,000 เครื่อง/เดือน ทั้งนี้ เครื่องคอมพิวเตอร์แบบตั้งประกอบภายใต้เครื่องหมายการค้า “Lemel” ของบริษัทฯ ได้รับใบรับรองระบบบริหารงานตามมาตรฐาน ISO9001:2000 และ ISO14000:2000 จาก บูโร เวอร์ิทัส เซอร์ทิฟิเคชัน และเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก). เลขที่ 1561-2548 มาตรฐานด้านความปลอดภัย และเลขที่ 1956-2548 มาตรฐานด้านขีดจำกัดสัญญาณรบกวนวิทยุ จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพเครื่องคอมพิวเตอร์แบบตั้งประกอบของบริษัทฯ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทชุดคอมพิวเตอร์ประกอบเสร็จ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

| ผลิตภัณฑ์ | ตราสินค้า | รายละเอียดผลิตภัณฑ์ |
|---------------------------------------|--|---------------------------------|
| เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook) | Asus, Dell, HP, Lenovo, Samsung, Toshiba | เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา |
| เครื่องคอมพิวเตอร์ประกอบเสร็จ | HP, Dell, Lenovo, ASUS | เครื่องคอมพิวเตอร์ประกอบเสร็จ |
| เครื่องคอมพิวเตอร์แบบตั้งประกอบ (CTO) | Lemel | เครื่องคอมพิวเตอร์แบบตั้งประกอบ |

ที่มา: บริษัทฯ

7. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์มัลติมีเดีย (Multimedia Product Group: MPG)

สินค้ากลุ่มที่เป็นอุปกรณ์มัลติมีเดียที่ใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือใช้ร่วมกับเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือใช้กับเครื่องมือสื่อสารต่างๆ สมาร์ทโฟน เช่น External Hard Drive, Media Player, USB Flash Drive, Flash Card, Digital Camera รวมทั้งส่วนที่เป็นอุปกรณ์เสริม (Accessories) เช่น หูฟังประเภทที่ใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือใช้กับสมาร์ทโฟน หรือสินค้าที่เป็นประเภท input device เช่น mouse, keyboard เป็นต้น

สินค้าประเภทอุปกรณ์เก็บข้อมูล เช่น External Hard Drive มีอัตราการเติบโตสูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีข้อมูลที่เป็นภาพหรือวิดีโอมากขึ้น กอปรกับราคาเฉลี่ยต่อตัวคงที่ แต่ผู้บริโภคได้สินค้าที่มีขนาดบรรจุข้อมูลที่มากขึ้น จึงเป็นตัวผลักดันการเติบโตของสินค้าประเภทนี้ ส่วนกล้องดิจิทัลประเภทโปรเฟสชันนอลหรือกึ่งโปรเฟสชันนอล (Single lens) จะมีสัดส่วนต่อกล้องคอมแพคมากขึ้น เนื่องจากคุณภาพการถ่ายภาพที่ดีกว่าและราคาสินค้ากล้องกึ่งโปรเฟสชันนอลมีราคาถูกเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ยังสามารถทำให้การเติบโตของข้อมูลแบบคุณภาพสูงมีอัตราการเติบโตมากขึ้น บริษัทฯ มีสินค้ากลุ่มการ์ดทั้ง SD CF card ของผู้นำตลาดอย่าง Sandisk และ Kingston จำหน่าย

บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ Seagate, WD, Toshiba, Kingston และ Sandisk ซึ่ง Kingston เป็นผู้นำของตลาด USB Flash Drive และ Sandisk เป็นผู้นำของตลาด flash card สำหรับ กล้องดิจิทัล จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ Canon ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้นำตลาดเช่นกัน

กลุ่มผลิตภัณฑ์ Multimedia product group ผลิตภัณฑ์ Flash Drive และ Flash Card และ External Hard Disk Drive มีอัตราการเติบโตสูง จากกระแส Digital Content ที่ผู้บริโภคต้องการอุปกรณ์จัดเก็บที่มีความจุมากขึ้น ซึ่งบริษัทฯ มีตราสินค้าที่เป็นที่นิยมและเป็นผู้นำตลาด มีส่วนแบ่งมากทั้ง Kingston, Sandisk, Seagate, WD และ Toshiba

กลุ่มผลิตภัณฑ์ MPG ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

| ผลิตภัณฑ์ | ตราสินค้า | รายละเอียดผลิตภัณฑ์ |
|--------------------------------|-------------------------|---|
| Flash Card และ USB Flash Drive | Kingston, Sandisk | อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำหรับใช้กับสมาร์ทโฟน กล้องดิจิทัล และเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา |
| External Hard Disk Drive | Seagate, WD | อุปกรณ์เก็บข้อมูล |
| Input Device, Keyboard, Mouse | Logitec, Rapoo, Imation | อุปกรณ์ป้อนข้อมูลเข้าคอมพิวเตอร์ |
| กล้องดิจิทัล (Digital Camera) | Canon | อุปกรณ์การถ่ายภาพต่างๆ ที่สามารถนำมาแสดงผล ทางเครื่องคอมพิวเตอร์ |
| อุปกรณ์เสริมสำหรับสมาร์ทโฟน | INNERGIES ,TDK | อุปกรณ์สำรองแบตเตอรี่สำหรับสมาร์ทโฟน และ แทปเลต หูฟังที่มีลำโพงสำหรับสมาร์ทโฟน |

ที่มา: บริษัทฯ

8. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทซอฟต์แวร์ (Software Product Group: SWG)

สินค้ากลุ่มที่เป็นประเภทซอฟต์แวร์ เช่น ซอฟต์แวร์ระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ซอฟต์แวร์
แอปพลิเคชัน ซอฟต์แวร์ระบบปฏิบัติการสำหรับเครื่องแม่ข่าย ซอฟต์แวร์ระบบรักษาความปลอดภัยของเครือข่าย
คอมพิวเตอร์ และซอฟต์แวร์ทางด้านการออกแบบประเภท 2 และ 3 มิติ เป็นต้น

บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ Autodesk, CA, Microsoft ซึ่ง Microsoft นั้นเป็นผู้นำอันดับหนึ่งของ
ตลาดซอฟต์แวร์ระบบเชิงปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และ Autodesk เป็นผู้นำอันดับหนึ่งของตลาดซอฟต์แวร์
ทางด้านการออกแบบประเภท 2 และ 3 มิติ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

| ผลิตภัณฑ์ | ตราสินค้า | รายละเอียดผลิตภัณฑ์ |
|--|-------------|--|
| Windows, Microsoft Office & Windows Server Software & Open License | Microsoft | ซอฟต์แวร์ระบบปฏิบัติการสำหรับคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันและซอฟต์แวร์ ระบบปฏิบัติการสำหรับเครื่องแม่ข่าย |
| Data Protection and Backup Software | CA | ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการสำรองข้อมูล |
| Security Software Solutions | Bitdefender | ซอฟต์แวร์ระบบรักษาความปลอดภัยของเครือข่าย คอมพิวเตอร์ |
| CAD Designing and Drafting Tools Software | Autodesk | ซอฟต์แวร์ช่วยงานออกแบบ และเขียนแบบร่าง |

ที่มา: บริษัทฯ

9. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์สื่อสาร (Communication Product Group: CDG)

สินค้ากลุ่มที่เป็นอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์เสริมอื่นๆ เช่น Smartphone และ Tablet ที่ใช้ระบบปฏิบัติการ (Operating System) ในการปฏิบัติงานหลายระบบ เช่น Android OS, Windows OS และอื่นๆ โดยตราสินค้าที่บริษัท จัดจำหน่ายได้แก่ Asustek, Dell, Huawei, HTC, HP, Lenovo, Samsung, Sony เป็นต้น

สินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสาร ประกอบไปด้วยสินค้าหลัก คือ กลุ่ม Smart phone ประกอบด้วย HTC และ Samsung และกลุ่ม Smart Device ประเภทอื่นๆ เช่น Tablet ได้แก่ Samsung, Dell, HP, Asustek และ Lenovo

กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอุปกรณ์สื่อสาร ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

| ผลิตภัณฑ์ | ตราสินค้า | รายละเอียดผลิตภัณฑ์ |
|------------------------|---|--|
| Smart Phone and Tablet | Asustek, Dell, HTC, Huawei, Lenovo, Samsung, Sony | Smart Phone and Tablet เพื่อใช้ในการสื่อสารและ internet และการประมวลผล |

ที่มา: บริษัท

การบริการหลังการขาย

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการบริการหลังการขาย เนื่องจากบริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ที่มองธุรกิจจัดจำหน่าย อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นธุรกิจการบริการครบวงจร (one-stop service) มิใช่เพียงธุรกิจซื้อมาขายไป เนื่องจากในปัจจุบัน ธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มีกำไรขั้นต้นอยู่ในเกณฑ์ต่ำ การแข่งขันที่รุนแรง และมีสินค้าที่นำเข้าอย่าง ผิดกฎหมาย บริษัทฯ จึงได้เปรียบคู่แข่งในด้านการบริการลูกค้าหลังการขาย และการซ่อมแซมบำรุงรักษาอย่างครบวงจร

บริษัทฯ จัดให้มีการบริการหลังการขายสินค้าทุกประเภทของบริษัทฯ ตามเงื่อนไขการรับประกันของผู้ผลิต โดยลูกค้าสามารถนำสินค้าที่มีปัญหามารับบริการซ่อมเปลี่ยนได้ ทั้งนี้ ลักษณะของการบริการหลังการขายขึ้นอยู่กับ ชนิดของสินค้า ลักษณะของปัญหา และเงื่อนไขระหว่างบริษัทฯ กับผู้ผลิต การบริการหลังการขายสำหรับสินค้าที่อยู่ใน ระยะเวลาประกัน บริษัทฯ จะดำเนินการเรียกเก็บค่าบริการในการซ่อมเปลี่ยนสินค้าจากผู้ผลิต ในขณะที่การบริการ หลังการขายสำหรับสินค้าที่พ้นระยะเวลาประกันจากผู้ผลิตแล้วนั้น บริษัทฯ จะเรียกเก็บค่าบริการซ่อมแซมสินค้า ดังกล่าวโดยตรงจากลูกค้า ปัจจุบันบริษัทฯ มีระบบการซ่อมเปลี่ยนสินค้าโดยรับสินค้าที่นำมาเปลี่ยน และสามารถส่งคืน สินค้าให้ได้ภายใน 3-7 วันทำการ หรือขึ้นอยู่กับอะไหล่จากทางผู้ผลิต

อนึ่ง การบริการหลังการขายของบริษัทฯ ดำเนินงานโดยฝ่ายซ่อมเปลี่ยนและบริการลูกค้า โดยฝ่ายซ่อมเปลี่ยน และบริการลูกค้ามีการส่งพนักงานไปอบรมกับผู้ผลิตต่างๆ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการซ่อมแซมสินค้า ของบริษัทฯ ปัจจุบันฝ่ายซ่อมเปลี่ยนและบริการลูกค้าของบริษัทฯ ได้รับการฝึกอบรมในการซ่อมแซมสินค้า ซึ่งต้องใช้ทักษะ ขั้นสูงได้หลากหลายประเภท อาทิ Main Board, VGA, Notebook, Printer และ Smartphone เป็นต้น

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีสำนักงานสาขา 11 แห่ง กระจายอยู่ทั่วภูมิภาค เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะได้รับความสะดวกรวดเร็วในการเข้ารับบริการ ดังนี้

| ภาค | สำนักงานสาขา ¹ |
|------------------------|--|
| กรุงเทพฯ และเขตปริมณฑล | 1.ที่เคาน์เตอร์บริการลูกค้าที่สำนักงานใหญ่ ถนนสุขุมวิท 2.สาขาพันธุ์ทิพย์พลาซ่า 3.สาขาศูนย์การค้าเซ็นทรัล รังสิต 4.สาขาศูนย์การค้าไอทีมอลล์ ฟอรั่มทาวน์ 5.สาขาซีคอนแสควร์ |
| ภาคเหนือ | 1.สาขาเชียงใหม่ 2.สาขาพิษณุโลก |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 1.สาขานครราชสีมา 2.สาขาขอนแก่น |
| ภาคใต้ | 1.สาขาสุราษฎร์ธานี 2.สาขาหาดใหญ่ |

บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้าให้สะดวกรวดเร็วขึ้น โดยในปี 2557 ได้แต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเพื่อให้เป็นจุดรับสินค้าเคลมจากผู้ใช้สินค้าตรง Synnex Service Partner วางแผนการขยายเพิ่มอีก 40 แห่ง กระจายอยู่ทั่ว 28 จังหวัด ตามภูมิภาคต่างๆ ที่เป็นศูนย์กลางแหล่งไอที ภายใต้สัญลักษณ์ “Trusted By SYNNEX” เพื่อตอบสนองความพึงพอใจด้านการบริการหลังการขายที่สูงสุด ตั้งอยู่ในจังหวัดต่างๆ แยกตามภูมิภาค ดังนี้

| ภาค | Synnex Service Partner (จังหวัด) | |
|-----------------------|---|---|
| ภาคเหนือ | 1. เชียงใหม่ 2. พิษณุโลก 3. เพชรบูรณ์ 4. พิษณุโลก | 5. อุตรดิตถ์ 6. พะเยา 7. เชียงราย 8. ตาก |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 1. นครราชสีมา 2. ขอนแก่น 3. เลย 4. ศรีสะเกษ 5. อุตร | 6. อุบล 7. มหาสารคาม 8. สกลนคร 9. นครพนม 10. มุกดาหาร |
| ภาคใต้ | 1. ปัตตานี 2. นครศรีธรรมราช | 3. ภูเก็ต |
| ภาคกลาง | 1. นครสวรรค์ 2. กาญจนบุรี | 3. ลพบุรี 4. นครปฐม |
| ภาคตะวันออก | 1. จันทบุรี 2. ระยอง | 3. ชลบุรี |

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการให้บริการ ตั้งแต่การให้คำปรึกษาก่อนและระหว่างการค้าสินค้า โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่าจะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการมาตรฐานที่ดีเลิศ นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังมุ่งมั่นในการสร้างเสริมศักยภาพขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ด้วยการขยายทีมบริหารงานทั้งในด้านการตลาด ฝ่ายให้คำปรึกษาทางเทคนิค และฝ่ายทดสอบผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้การบริการหลังการขายบริษัทฯ ได้รับใบรับรองระบบบริหารงานตามมาตรฐาน ISO9001:2000 จาก บูโร เวอร์ริทัส เซอทิฟิเคชั่น ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการของบริษัทฯ

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมไอที

การจัดอันดับประเภทธุรกิจ ในปี 2014 Best Global Brands โดย Interbrand พบว่าธุรกิจบริษัทที่ติด TOP 20 เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับสินค้าเทคโนโลยีและการสื่อสาร การเชื่อมต่อ อาทิ เช่น Apple, Google, IBM, Microsoft, Samsung, Intel, CISCO, Oracle และ HP เป็นต้น

ช่วงที่เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศ มีความผันผวน อุตสาหกรรมไอทีนั้นก็มีการปรับตัวและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนไปตามเทรนด์ของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วเช่นกัน

ผลการสำรวจของ International Data Corporation (IDC) พบว่า ในปี 2557 มูลค่ารวมของสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลทั่วโลก มีอัตราการเติบโตที่ลดลงจากปี 2556 มียอดการส่งมอบลดลงจำนวน 6.50 ล้านเครื่อง หรือคิดเป็น 2.1% กลุ่มลูกค้าผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมานิยมใช้สินค้ากลุ่มแท็บเล็ต สมาร์ทโฟน เพิ่มขึ้น ตามเทรนด์เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง เนื่องจากความคล่องตัวและความสะดวกในพกพาและการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับภาวะและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

ตารางแสดงสัดส่วนการเติบโตสินค้ากลุ่มคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลทั่วโลก

Top 5 Vendors, Worldwide PC Shipments, 2014 (Preliminary) (Units Shipments are in thousands)

| Vendor | 2014 Shipments | 2014 Market Share | 2013 Shipments | 2013 Market Share | 2014/2013 Growth |
|---------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|------------------|
| 1. Lenovo | 59,233 | 19.2% | 53,804 | 17.1% | 10.1% |
| 2. HP | 56,849 | 18.4% | 52,188 | 16.6% | 8.9% |
| 3. Dell | 41,665 | 13.5% | 37,787 | 12.0% | 10.3% |
| 4. Acer Group | 24,104 | 7.8% | 24,508 | 7.8% | -1.6% |
| 5. Apple | 19,822 | 6.4% | 17,132 | 5.4% | 15.7% |
| Others | 106,952 | 34.7% | 129,702 | 41.2% | -17.5% |
| Total Market | 308,625 | 100.0% | 315,121 | 100.0% | -2.1% |

Source: IDC Worldwide Quarterly PC Tracker, January 12, 2015

สำหรับ ในแถบภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (ไม่รวมประเทศญี่ปุ่น) ตราสินค้าในกลุ่มคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล Lenovo ยังได้รับความนิยมมาเป็นอันดับ 1 รองลงมา เป็น Dell, HP, ACER และ ASUS ตามลำดับ

ตารางแสดงสัดส่วนการเติบโตสินค้ากลุ่มคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (ไม่รวมประเทศญี่ปุ่น)
Asia/Pacific (ex. Japan) PC Shipments by Vendors, 2014 (Preliminary) vs 2013

| Rank | Vendor | 2014 Market Share | 2013 Market Share | Year-on-Year Unit Growth |
|------|--------|----------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1 | Lenovo | 26.5% | 24.9% | -0.4% |
| 2 | Dell | 10.9% | 9.4% | 7.8% |
| 3 | HP | 10.1% | 10.5% | -9.4% |
| 4 | Acer | 7.5% | 8.2% | -14.0% |
| 5 | ASUS | 7.3% | 6.9% | -0.7% |
| | Others | 37.7% | 40.1% | -11.9% |
| | Total | 100.0% | 100.0% | -6.3% |

Source: IDC, Jan2015

อัตราการเติบโตของสินค้ากลุ่มแท็บเล็ตทั่วโลก ในปี 2557 พบว่าสินค้ากลุ่มแท็บเล็ต มีอัตราการเติบโตส่งมอบสินค้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 9.70 ล้านเครื่องหรือคิดเป็น 4.4% เมื่อเทียบกับยอดการส่งมอบสินค้าในปี 2556

ตารางแสดงสัดส่วนการส่งมอบสินค้าและการตลาดสินค้ากลุ่มแท็บเล็ตทั่วโลก

Top Five Tablet Vendors, Shipments, Market Share, and Growth, Calendar Year 2014
(Preliminary Results, Shipments in millions)

| Vendor | 2014 Unit Shipments | 2014 Market Share | 2013 Unit Shipments | 2013 Market Share | Year-over-Year Growth |
|---------------|------------------------|----------------------|------------------------|----------------------|--------------------------|
| 1. Apple | 63.4 | 27.6% | 74.3 | 33.8% | -14.6% |
| 2. Samsung | 40.2 | 17.5% | 39.7 | 18.1% | 1.1% |
| 3. ASUS | 11.5 | 5.0% | 12.2 | 5.6% | -5.5% |
| 4. Lenovo | 11.2 | 4.9% | 7.8 | 3.5% | 43.5% |
| 5. Amazon.com | 3.3 | 1.4% | 9.8 | 4.4% | -66.4% |
| Others | 100.0 | 43.6% | 76.1 | 34.6% | 31.4% |
| Total | 229.6 | 100.0% | 219.9 | 100.0% | 4.4% |

Source: IDC Worldwide Quarterly Tablet Tracker, February 2, 2015

อัตราการเติบโตของสินค้ากลุ่มสมาร์ทโฟนทั่วโลกในปี 2557 พบว่าสินค้ากลุ่มสมาร์ทโฟน มีอัตราการเติบโตส่งมอบสินค้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 281.70 ล้านเครื่อง หรือคิดเป็น 27.6% ผู้นำตลาดสินค้าสมาร์ทโฟนยังคงเป็น Samsung Apple และ Huawei ตามลำดับ จึงทำให้สัดส่วนมูลค่าตลาดในปี 2557 ของระบบปฏิบัติการ Android ครองแชมป์รักษาส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดอยู่ที่ 81.5% รองลงมาคือ iOS และ Windows Phone ตามลำดับ

ตารางแสดงสัดส่วนการส่งออกและการตลาดสินค้ากลุ่มสมาร์ทโฟนทั่วโลก

Top Five Smartphone Vendors, Shipments, Market Share and Year-Over-Year Growth, Calendar Year 2014

Preliminary Data (Units in Millions)

| Vendor | 2014 Shipment Volumes | 2014 Market Share | 2013 Shipment Volumes | 2013 Market Share | Year-Over-Year Change |
|--------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|--------------------------|
| Samsung | 318.2 | 24.5% | 316.4 | 31.0% | 0.6% |
| Apple | 192.7 | 14.8% | 153.4 | 15.1% | 25.5% |
| Huawei | 73.6 | 5.7% | 49.0 | 4.8% | 50.4% |
| *Lenovo | 70.0 | 5.4% | 45.5 | 4.5% | 54.1% |
| LG | 59.2 | 4.6% | 47.8 | 4.7% | 24.0% |
| Others | 587.3 | 45.1% | 407.4 | 40.0% | 44.2% |
| Total | 1,301.1 | 100.0% | 1,019.4 | 100.0% | 27.6% |
| *Lenovo + Motorola | 96.5 | 7.4% | 58.4 | 5.7% | 65.4% |

Source: IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, January 29, 2015

ตารางแสดงสัดส่วนปริมาณการใช้บริการระบบปฏิบัติการทั่วโลก

Top Four Smartphone Operating Systems, Unit Shipments, Market Share, and Year-Over-Year Growth, Calendar

Year 2014 Data (Units in Millions)

| Operating System | 2014 Unit Volumes | 2014 Market Share | 2013 Unit Volumes | 2013 Market Share | Year-Over-Year Change |
|------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------------------------|
| Android | 1,059.3 | 81.5% | 802.2 | 78.7% | 32.0% |
| iOS | 192.7 | 14.8% | 153.4 | 15.1% | 25.6% |
| Windows Phone | 34.9 | 2.7% | 33.5 | 3.3% | 4.2% |
| BlackBerry | 5.8 | 0.4% | 19.2 | 1.9% | -69.8% |
| Others | 7.7 | 0.6% | 2.3 | 0.2% | 234.8% |
| Total | 1,300.4 | 100.0% | 1,018.7 | 100.0% | 27.7% |

Source: IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, February 24, 2015

2.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทฯ ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับสินค้าเทคโนโลยีและการสื่อสาร การเชื่อมต่อ และยังเป็นผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์และตราสินค้าที่ติดอันดับ TOP 20 ของโลก ส่งผลดีให้บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์หลักที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากและหลากหลายครบครันจัดจำหน่าย เช่น กลุ่มสินค้าอุปกรณ์ชิ้นส่วน กลุ่มสินค้าเน็ตเวิร์ค กลุ่มสินค้าซอฟต์แวร์ กลุ่มสินค้าอุปกรณ์สื่อสาร รวมทั้งอุปกรณ์การพิมพ์ กลุ่มสินค้าวัสดุสิ้นเปลืองใช้ในการพิมพ์ เป็นต้น วางกลยุทธ์ในการใช้ฐานลูกค้าที่กว้างและมีจำนวนมาก ในการครอบคลุมพื้นที่การขายและการมีสาขาในต่างจังหวัดทั่วทุกภาคของประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดต่างจังหวัดได้รวดเร็ว รวมทั้งผลิตภัณฑ์ประเภทที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น กลุ่มสินค้าระบบเครือข่าย (Networking) กลุ่มสินค้าซอฟต์แวร์ บริษัทฯ มีเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน Sales Engineer เพื่อช่วยในการสนับสนุนลูกค้าผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ และบริษัทฯ ยังสามารถเพิ่มสัดส่วนการตลาดจากผลิตภัณฑ์สินค้าที่จำหน่าย โดยเป็นสินค้าที่เป็นตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงเข้ามาจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าในองค์กรและตลาดผู้ใช้ทั่วไป

บริษัทฯ มีสำนักงานสาขา เป็นทั้งศูนย์บริการและสำนักงานขาย ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดหลักๆ ทั่วประเทศ จำนวน 6 สาขาหลัก และศูนย์บริการในกรุงเทพฯ 5 สาขา พร้อมทั้งได้แต่งตั้งศูนย์บริการ (Synnex Service Partner) ที่บริหารงานโดยลูกค้าของบริษัทฯ ทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางให้บริการที่ครอบคลุมแก่ผู้ใช้ ที่ซื้อสินค้าที่จัดจำหน่ายโดยซินเน็คได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

บริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านผู้แทนจำหน่ายที่มีอยู่ทั่วประเทศกว่า 5,000 ราย ทำให้การกระจายสินค้าถึงมือผู้บริโภคมีความทั่วถึงยิ่งขึ้น ตลอดจนมีกลุ่มลูกค้าที่มีช่องทางการจำหน่ายมาก เช่น กลุ่มลูกค้าห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ กลุ่มลูกค้าร้านค้าสินค้าไอทีขนาดใหญ่ที่มีหลายสาขาช่วยกระจายสินค้า

บริษัทฯ คัดเลือกคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ก่อนจะนำเข้ามาจัดจำหน่าย เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานเชื่อถือได้ จัดให้มีกระบวนการในการทดสอบสินค้าก่อนการวางตลาด ตลอดจนสินค้าก็มีการรับประกันสินค้าอย่างถูกต้องจากผู้ผลิต ช่วยให้ผู้ใช้เกิดความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้า

บริษัทฯ ก้าวสู่การขายธุรกิจ E-Commerce & Digital Marketing เปิดตลาด Online และช่องทางการตลาดแบบ Digital เพื่อเพิ่มสัดส่วนการตลาดและตอบสนองความต้องการลูกค้าได้รวดเร็วจากพฤติกรรมการใช้สื่อช่องทาง Online มากขึ้น การเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายรวดเร็วเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

บริษัทฯ มีระบบการบริหารคลังสินค้าและการกระจายจัดส่งสินค้าที่ทันสมัย ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากกลุ่มซินเน็ค ประเทศไต้หวัน และมีระบบ ASRS (Automatic Storage and Retrieval System) สามารถจัดเก็บและนำสินค้าออกจากคลังโดยใช้แขนกลผ่านสายพานลำเลียง ควบคุมทั้งระบบด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อให้การจัดเก็บและค้นหาสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การส่งมอบสินค้าได้รวดเร็วตรงเวลา

บริษัทฯ จัดทำระบบการให้บริการตรวจสอบระยะเวลาประกันบนเว็บไซต์ และตรวจสอบสถานะของสินค้าที่นำมาซ่อมเปลี่ยนบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ได้ด้วยตนเองตลอดเวลา พร้อมกันนี้ยังได้เพิ่มช่องทางด่วนพิเศษ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการจองคิวออนไลน์ในการรับบริการซ่อมเปลี่ยนสินค้าในสาขาศูนย์บริการฯ ในกรุงเทพฯ-

บริษัทฯ ออกวารสารด้านคอมพิวเตอร์ “Synnex Pricelist” แบบ Online รายเดือน ให้แก่ลูกค้าผู้ประกอบการที่ซื้อสินค้าของบริษัทฯ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์การขายสินค้า รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต่างๆ และการให้ข้อมูลด้านเทคโนโลยีของสินค้าใหม่ ราคาขายส่ง และลูกค้ายังสามารถตรวจสอบราคาที่มีการปรับเปลี่ยนในระหว่างเดือนผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ ได้ที่ www.synnex.co.th

บริษัทฯ ออกวารสารแจกฟรี “Synnextra” ทุก 45 วัน ให้แก่ผู้ซื้อสินค้า เพื่อใช้หรือเพื่อให้กับร้านค้าทั่วไปแจก โดยวางครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศในร้านค้าลูกค้ากรุงเทพฯ และต่างจังหวัด มีรายละเอียดผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ พร้อมทั้งข้อมูลและราคาขายปลีกสินค้า ผู้ซื้อรายย่อยและผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์สามารถดาวน์โหลดข้อมูลต่างๆ ใน Synnextra ได้ด้วยตนเอง

บริษัทฯ ได้เงื่อนไขในการเปลี่ยนสินค้าที่ตกหมุน (Product rotation) และการชดเชยกรณีสินค้าลดราคา (Price protection) จากผู้ผลิตสินค้ารายใหญ่ ทำให้บริษัทฯ ลดความเสี่ยงด้านสินค้าคงคลัง เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและช่วยในการผลักดันยอดขาย

บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์เครื่องคอมพิวเตอร์ PC ใช้ตราสินค้าของกลุ่มซินเน็คประเทศไทยได้วัน ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Lemel” บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับคุณภาพเป็นชิ้นส่วนสำคัญๆ ใช้เป็นมาตรฐานในการประกอบเครื่องและใช้จุดขายการรับประกันทุกชิ้นส่วน 3 ปี พร้อมบริการ On Site Service ฟรี 1 ปีเต็ม เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพสินค้าให้กับผู้ซื้อ

บริษัทฯ มีหน่วยงานด้านสื่อสารการตลาด Marketing Communication ในการช่วยสื่อสารประชาสัมพันธ์และสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น การจัดงานแสดงและสาธิตผลิตภัณฑ์ งานสัมมนา ไรด์โชว์ (Roadshow) เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์และสื่อสาร ข่าวสารด้านต่างๆ ขององค์กร เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบถึงความเคลื่อนไหวด้านผลิตภัณฑ์ การขาย การตลาด การสื่อสารองค์กรในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ มีทีม Pre-Sale Engineer และ Project Engineer เป็นวิศวกรและพนักงานด้านเทคนิค สามารถให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีทีมงาน Technical Support Engineering บริการหลังการขายในการช่วยเหลือลูกค้า ให้คำปรึกษา ช่วยแก้ไขปัญหาการติดตั้งใช้งานทั้งด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์

บริษัทฯ ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานสากล ระบบด้านบริหารงานคุณภาพ ISO9001:2008 และระบบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001:2004 จาก บูโร เวริทัส เซอทิฟิเคชั่น และเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สำหรับสายการ .(มอก) ประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์แบบสั่งประกอบ

2.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ เป็นเสมือนตัวกลางระหว่างผู้ผลิตและกลุ่มลูกค้าที่ทำธุรกิจคอมพิวเตอร์ โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ผลิตจำนวนมาก ปัจจุบันบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้ผลิตประมาณ 50 ตราสินค้า และจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มผู้แทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่ทั่วประเทศกว่า 5,000 ราย โดยไม่มีการขายตรงไปยังผู้บริโภค (End user)

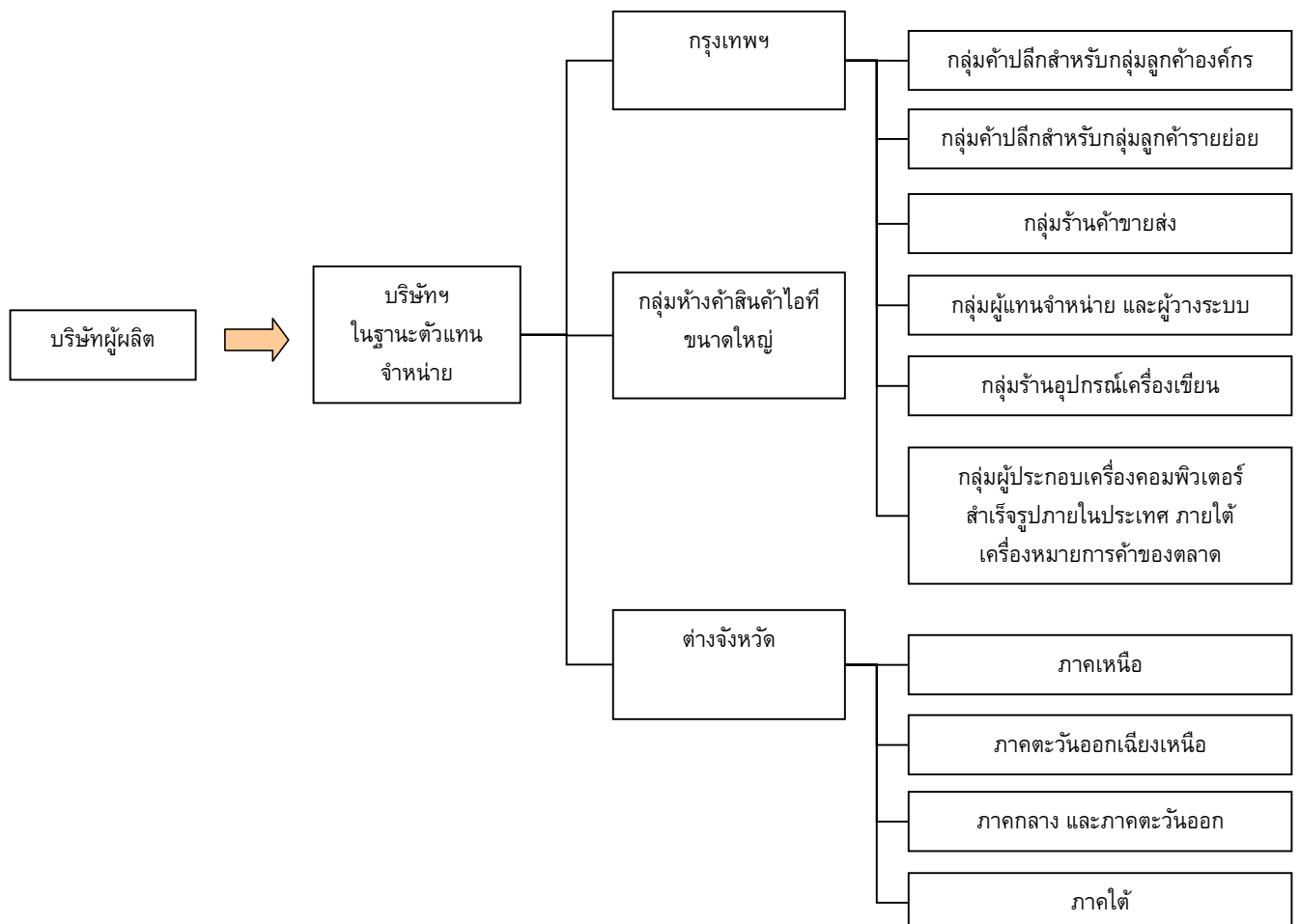
บริษัทฯ แบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 8 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ค้าปลีกสำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กร (Corporate Reseller)
2. กลุ่มร้านค้าปลีกสำหรับกลุ่มลูกค้ารายย่อย (Retailer) เช่น กลุ่มร้านค้าในพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ไอทีมอลล์ เป็นต้น
3. กลุ่มร้านค้าขายส่ง (Wholesaler/Trader)
4. กลุ่มห้างค้าสินค้าไอทีขนาดใหญ่ (ModernTrade) เช่น ไอทีซีดี เพาเวอร์บาย ออฟฟิศคลับ เทสโก้โลตัส และ แม็คโคร เป็นต้น
5. กลุ่มผู้แทนจำหน่ายและผู้วางระบบ (VAR/SI: Value Added Reseller / System Integrator)
6. กลุ่มร้านอุปกรณ์เครื่องเขียน (Stationery Shop)
7. กลุ่มผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ภายในประเทศภายใต้เครื่องหมายการค้าที่เป็นของตนเอง (OEM: Original Equipment Manufacture)
8. กลุ่มร้านค้าขายส่งและกลุ่มร้านค้าขายปลีกอุปกรณ์สื่อสารเช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น

2.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่ายสินค้า

บริษัทฯ จัดช่องทางการจัดจำหน่าย โดยแยกตามวิธีการจำหน่าย ดังแผนผังต่อไปนี้

แผนผังช่องทางการจัดจำหน่าย



ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ โดยการสร้างความจงรักภักดีแก่ผู้แทนจำหน่าย โดยการจัดงานสัมมนาอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้าใหม่ให้กับกลุ่มร้านค้าปลีกสำหรับลูกค้ารายย่อย อบรมความรู้ด้านเทคนิคการติดตั้งและบริการหลังการขายให้กับผู้ค้าระดับองค์กร เป็นต้น

2.2.4 นโยบายราคา

ธุรกิจจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ จะมีการหมุนเวียนสินค้าค่อนข้างเร็ว เนื่องจากจะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้ามาแทนในตลาดตลอดเวลา ดังนั้นบริษัทฯ จึงต้องใช้กลยุทธ์การตั้งราคาหลายรูปแบบ เพื่อช่วยกระตุ้นการหมุนเวียนของสินค้า บริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์กำหนดส่วนต่างของต้นทุนกับผลกำไร (Cost-Plus) โดยสินค้าที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีสูงในการผลิต (Technical Intensive) จะสามารถกำหนดส่วนต่างได้ค่อนข้างสูง แต่หากเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต และสินค้าที่ไม่มีจุดเด่นต่างจากสินค้าคู่แข่ง (Homogeneous Products) จะไม่สามารถกำหนดส่วนต่างได้มากนัก นอกจากนี้คอมพิวเตอร์และวัสดุสิ้นเปลืองส่วนใหญ่เป็นสินค้ามาตรฐาน และมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้การตั้งราคาสินค้าในแต่ละรุ่นจะต้องพิจารณาจากระดับความนิยมและเทคโนโลยีเป็นเกณฑ์ การตั้งราคาเริ่มแรกจะอยู่ในระดับสูงและราคาดังกล่าวจะเริ่มลดลงเมื่อสินค้าเริ่มถูกทดแทนโดยสินค้านวัตกรรมใหม่กว่า และเมื่อสินค้านั้นเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่สำคัญ บริษัทฯ จะต้องระบายสินค้าออกโดยเร็ว โดยอาจมีการใช้นโยบายราคาซึ่งอาจได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตหรือสาขาของผู้ผลิตสินค้านั้น (ตามเงื่อนไขการชดเชยส่วนต่างในกรณีที่สินค้ามีการลดราคา) ทั้งนี้ สินค้าที่มีสาขาของผู้ผลิตในประเทศมักมีอัตรากำไรค่อนข้างต่ำ แต่มีข้อดีคือเป็นสินค้าที่เป็นที่รู้จักในตลาดและมียอดขายสูง ในขณะที่สินค้าที่บริษัทฯ นำเข้าเองโดยตรงจากผู้ผลิตจะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมีต้นทุนต่ำกว่า ทางบริษัทฯ จะเป็นผู้นำสินค้านี้มาทำการตลาดภายในประเทศเอง ซึ่งทำให้ได้รับอัตรากำไรอยู่ในเกณฑ์สูง

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ จัดซื้อสินค้าผ่านช่องทางหลัก คือ ผู้ผลิต เป็นการสั่งซื้อจากเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง ไม่ผ่านกลุ่มซินเน็คประเทศใดหัววัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตสินค้ารายใหญ่ในโลก เช่น Intel, Seagate, ASUS, Lenovo, Kingston, Samsung, Phillips, WD, Canon และ HP เป็นต้น บริษัทฯ จะทำหน้าที่เป็นผู้นำเข้าและกระจายสินค้า (Distributor) ให้แก่ผู้ผลิตสินค้า บริษัทฯ มีสัดส่วนการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในประเทศประมาณร้อยละ 60 และซื้อสินค้าจากผู้ผลิตต่างประเทศ ประมาณร้อยละ 40 ของการซื้อสินค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ จะจัดซื้อสินค้าตามการเคลื่อนไหวของสินค้า กลุ่มสินค้าเคลื่อนไหวเร็วจะมีการสั่งซื้อเป็นประจำ ในขณะที่บริษัทฯ จะสั่งซื้อสินค้ากลุ่มที่ต้องสำรองเพื่อขายเข้าโครงการ หรือสินค้าที่ผู้ผลิตมีกำหนดผลิตส่งนาน เมื่อได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตในเรื่องของกำไรหรือเครดิตเทอมที่ยาวกว่าปกติ หรือมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (Product Manager) จะเป็นผู้ดูแลแผนการจัดซื้อสินค้าจากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการคำนวณระยะเวลาที่เหมาะสมในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละประเภท เพื่อให้บริษัทฯ มีปริมาณสินค้าคงคลังที่เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้บริษัทฯ ได้รับระยะเวลาชำระเงินจากทางผู้ผลิตในประเทศเฉลี่ยประมาณ 30-60 วัน และจากผู้ผลิตในต่างประเทศเฉลี่ยประมาณ 30-45 วัน สำหรับการต่อสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่าย ส่วนใหญ่จะเป็นการต่อสัญญาแบบอัตโนมัติ

บริษัทฯ มียอดซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายใหญ่ 10 รายแรกเท่ากับ 13,983 ล้านบาท และ 13,503 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 70.58 และ 71.18 ของยอดซื้อทั้งหมด ในปี 2557 และปี 2556 ตามลำดับ บริษัทฯ มีการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและมูลค่าผลิตภัณฑ์มีราคาสูงนั้นมีจำนวนไม่มากนัก ทั้งนี้ บริษัทฯ มีซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ เท่ากับ 2,215 ล้านบาท และ 2,534 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.18 และ 13.35 ของยอดซื้อทั้งหมด ในปี 2557 และปี 2556 ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

| ปี | ยอดซื้อ (ล้านบาท) | ยอดซื้อจากผู้ผลิตรายใหญ่ 10 รายแรก | ร้อยละ | ยอดซื้อจากผู้ผลิต รายใหญ่ที่สุด | ร้อยละ |
|------|----------------------|---------------------------------------|--------|------------------------------------|--------|
| 2557 | 19,812 | 13,983 | 70.58% | 2,215 | 11.18% |
| 2556 | 18,971 | 13,503 | 71.18% | 2,534 | 13.35% |
| 2555 | 20,944 | 15,076 | 71.98% | 3,000 | 14.32% |

ที่มา: บริษัทฯ

บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ประกอบการที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพทั่วประเทศ ตั้งแต่ปี 2540 ถึงปี 2557 ได้รับรางวัลต่างๆ มากมายจากผู้ผลิตสินค้าและตัวแทนจำหน่าย โดยแสดงในตารางดังต่อไปนี้

| ปี | ผลิตภัณฑ์ | ชื่อรางวัล | ระดับรางวัล |
|------|-----------------|---|-----------------------|
| 2540 | Seagate | Best Distributor Award | ตัวแทนฯ ทั่วโลก |
| | Hewlett-Packard | South Asia Best 1997 | ตัวแทนในภูมิภาคเอเชีย |
| | | Hewlett-Packard Channel Partner ISG | |
| 2541 | Lotus | Top Sales Distributor Award | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2542 | Lotus | Top Sales Performance | เฉพาะในประเทศไทย |
| | Canon | Excellent Master Dealer Reward | เฉพาะในประเทศไทย |
| | | Distinguished Sale Talent Award | เฉพาะในประเทศไทย |
| | | Best Marketing Performance Award | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2543 | CA | The Best Distributor of Thailand | เฉพาะในประเทศไทย |
| | Autodesk | Top Autodesk Reseller in Thailand 2000 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2544 | Intel | Recognition Award for Successful Pentium 4 | เฉพาะในประเทศไทย |
| | Seagate | Asia Pacific Best Market Share Award 2001 | ตัวแทนในภูมิภาคเอเชีย |
| | Canon | World Miracle Award 2001 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2545 | Intel | The Highest Growth for CPU Business Q1-Q4/2002 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2546 | Cisco | Distributor of the Year 2003 | ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก |
| 2546 | Cisco | Distributor of the Year | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2548 | APC | Distributor of the Year 2005– Product Segment AEG | ภูมิภาคอาเซียน |
| 2548 | Cisco | Distributor of the Year | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2548 | Pretec | Distributor of the Year | ภูมิภาคเอเชีย |

| ปี | ผลิตภัณฑ์ | ชื่อรางวัล | ระดับรางวัล |
|------|-----------------|--|------------------|
| 2548 | Fuji Xerox | Outstanding Sales Performance for Q2 F2005 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2548 | Cisco | Cisco Top Sales of the Year 2005 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2548 | Cisco | CE500 Sales Pitch Award | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2548 | Cisco | Cisco Product Manager of the Year 2005 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2548 | Cisco | Distributor of the Year | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2548 | Viewsonic | Rising Star Award 2005 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2549 | Cisco | Sales Expert | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2549 | Cisco | Distributor of the Year | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2549 | APC | Distributor of The Year 2006– Product Segment AEG | ภูมิภาคอาเซียน |
| 2550 | 3COM | Distributor of SMB Solution 2007 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2550 | Intel | Server Top Distribution of the Year 2007 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2550 | Microsoft | Best of OEM Distributor 2007 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2550 | HP | Best Performance Award | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2550 | HP | Supplies Wholesaler of the Year 2007 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2552 | Gigabyte | Best Partner 2009 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2552 | Gigabyte | Award of Excellent 2009 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2553 | Western Digital | Award of Excellent Growth 2009 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2554 | Epson | Best Epson Service Centre 2011 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2555 | Epson | EPSON BEST SERVICE AWARD 2011 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2555 | Canon | CANON BEST SERVICE AWARD 2011 | เฉพาะในประเทศไทย |
| 2555 | Microsoft | APAC Platinum Club FY2012 Winner – Subsidiary Partner of the Year | ภูมิภาคอาเซียน |
| 2555 | Microsoft | APAC Platinum Club FY2012 Winner – Distributor Category | ภูมิภาคอาเซียน |
| 2555 | Microsoft | FY2012 Country Partner of the Year Winner | ภูมิภาคอาเซียน |
| 2556 | Microsoft | Distribution Partners of the year 2013 – Volume Licensing | ภูมิภาคอาเซียน |
| 2557 | Microsoft | Microsoft Partner Award 2014 – Distribution Partner of the Year 2014 | เฉพาะในประเทศไทย |

การบริหารคลังสินค้าและการจัดส่งสินค้า

บริษัทฯ มีผู้แทนจำหน่ายในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัดทั่วประเทศกว่า 5,000 ราย จึงทำให้มั่นใจว่าระบบการกระจายสินค้ามีประสิทธิภาพ ฉบับใด ครอบคลุมพื้นที่ในวงกว้างด้วยต้นทุนที่ต่ำ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่แข็งแกร่ง และมีกระบวนการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้แนวคิด ส่งเข้าได้บาย-ส่งไปได้เช้า หรือ Half Day Delivery สำหรับเขตกรุงเทพฯ และภายใน 1 วันทำการถัดไป หรือ Next Day Delivery สำหรับเขตต่างจังหวัด เน้นความรวดเร็วและการจัดส่งได้ตรงตามเวลานัด การจัดส่งที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็วและครอบคลุมพื้นที่ถือเป็นจุดเด่นของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีรถขนส่งที่ใช้สำหรับการขนส่งสินค้าของตัวเอง รวมทั้งได้จ้างบริษัทที่รับบริการด้านการขนส่งพัสดุที่มีชื่อเสียงระดับโลกเป็นผู้ส่งสินค้าแทนบริษัทฯ (outsourcing) จัดส่งสินค้าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล วันละ 2 รอบ เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าภายในวันที่สั่งซื้อหรืออย่างช้าภายในวันรุ่งขึ้น บริษัทฯ สามารถเพิ่มรอบการส่งสินค้าได้ในกรณีเร่งด่วน หรือมียอดสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก โดยสินค้าประมาณร้อยละ 99 สามารถจัดส่งถึงผู้ซื้อในครึ่งวันทำการหลังจากมีการสั่งซื้อเกิดขึ้นในเขตกรุงเทพฯ สำหรับการส่งสินค้าให้ลูกค้าในต่างจังหวัด สำหรับความเสียหายของสินค้าที่เกิดจากการขนส่ง บริษัทขนส่งจะเป็นผู้รับผิดชอบความเสียหายดังกล่าวให้บริษัทฯ

บริษัทฯ มีสำนักงานสาขาที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งเชื่อมโยงถึงกันด้วยระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ผ่านเครือข่าย Wide Area Network (WAN) และการประชุมทางไกลผ่านระบบ VDO Conference มีระบบ Automatic Storage and Retrieval System (ASRS) ซึ่งเป็นระบบบริหารคลังสินค้าอัตโนมัติที่ใช้ระบบแขนกลอัจฉริยะ (Robot Arm) และควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์ทั้งระบบ จากบริษัท Daifuku ซึ่งเป็นผู้ผลิตระบบ ASRS ชั้นนำของโลกจากประเทศญี่ปุ่น มาใช้ในการดำเนินงานตั้งแต่ ปี 2550 ทั้งนี้ ระบบ ASRS ของบริษัทฯ มีมูลค่าการลงทุนประมาณ 170 ล้านบาท ประกอบด้วย การลงทุนในโครงสร้างอาคารประมาณ 80 ล้านบาท และการลงทุนในเครื่องจักรและซอฟต์แวร์ จำนวนประมาณ 81 ล้านบาท และได้พัฒนาระบบการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management System) ที่ใช้เชื่อมโยงระบบ ASRS กับระบบการบริหาร Global System มีค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบการเชื่อมโยงประมาณ 10 ล้านบาท เป็นการสนับสนุนและช่วยพัฒนาโดยกลุ่มซินเน็คประเทศไทยได้วัน ทั้งนี้ ในปี 2557 บริษัทฯ ได้เปลี่ยนระบบปฏิบัติการเป็น Microsoft Dynamics AX 2012 เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ระบบ ASRS สามารถช่วยในการบริหารคลังสินค้าในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ระบบ ASRS จะรับและจัดเก็บสินค้าเข้าคลังสินค้าอย่างรวดเร็วและแม่นยำ ซึ่งช่วยลดระยะเวลาการทำงานและจำนวนพนักงานในการจัดเก็บสินค้า ทั้งนี้ระบบ ASRS จะคำนวณการจัดเก็บสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวเร็วไว้ในตำแหน่งที่ง่ายต่อการหยิบ นอกจากนั้นโครงสร้างระบบ ASRS ของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 8 ชั้น การจัดเรียงสินค้าในแนวตั้งดังกล่าว ช่วยเพิ่มพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้ามากกว่าคลังสินค้าเดิมประมาณ 3 เท่า
2. ระบบ ASRS ช่วยป้องกันความเสียหายของสินค้า เนื่องจากในการจัดเก็บสินค้าเข้าคลังสินค้า ระบบ ASRS จะวัดขนาดของสินค้าที่จะจัดเก็บเข้าคลังสินค้าให้โดยอัตโนมัติ เพื่อป้องกันการจัดเก็บสินค้าที่มีขนาดใหญ่เกินชั้นวางสินค้า และช่วยให้การจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบมากขึ้น มีการควบคุมอุณหภูมิและความชื้นของคลังสินค้าอัตโนมัติ และมีการติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้ไม่มีปัญหาด้านสินค้าเสียหายและสูญหายจากการโจรกรรม

3. เมื่อมีคำสั่งซื้อสินค้าจากผู้จัดการผลิตภัณฑ์ ระบบ ASRS จะจัดลำดับการเบิก/จ่ายสินค้าจากคลังสินค้าในลักษณะ First In First Out (FIFO) ซึ่งเป็นเครื่องมือช่วยบริษัท ในการจัดการอายุของสินค้า และจะเบิก/จ่ายสินค้าออกจากแผ่นวางสินค้า (Pallette) ที่มีสินค้าไม่เต็มจำนวนก่อน ซึ่งช่วยในการบริหารพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า
4. ระบบ ASRS มีความแม่นยำในการตรวจนับสินค้าคงคลัง ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีรายการสินค้าจำนวนมาก โดยระบบจะตรวจนับสินค้าโดยอัตโนมัติทุกสิ้นวัน เพื่อตรวจนับสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวในวันนั้น รวมถึงการตรวจนับสินค้าทั้งระบบในทุกสิ้นเดือน นอกจากนั้น ระบบ ASRS ยังสามารถทำการตรวจนับสินค้าตามตราสินค้า ตามเลขที่การจัดเก็บสินค้า (Stock Code) และตามตำแหน่งการจัดวาง (BIN Location) ได้อีกด้วยการตรวจนับสินค้าคงคลังทุกสิ้นวันของระบบ ASRS ทำให้ระบบการบริหาร Global System สามารถคำนวณระยะเวลาการขายสินค้าของสินค้าคงคลัง (Inventory/Sales-Out Ratio) ได้อย่างถูกต้องแม่นยำยิ่งขึ้น ซึ่งช่วยให้ผู้จัดการผลิตภัณฑ์สามารถบริหารสินค้าคงคลังได้อย่างรวดเร็ว ทำให้การจัดซื้อสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและช่วยลดระยะเวลาการจัดเก็บสินค้าของบริษัท

บริษัทฯ มีห้องสำรองไฟฟ้า ใช้ในกรณี ไฟดับ ไฟตก เพื่อให้มั่นใจว่าระบบ ASRS สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากกระบวนการจัดส่งสินค้าและบริการที่มีคุณภาพแล้ว บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงการนำระบบจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพมาสานในการทำงานทุกส่วน โดยนำระบบการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management System) มาเชื่อมโยงระบบ ASRS กับระบบ Microsoft Dynamics AX 2012 ซึ่งมีความสามารถในการจัดการตั้งแต่ระบบบัญชี การวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ การจัดการคลังสินค้าและการจัดส่ง รวมไปถึงการบริหารฐานข้อมูลลูกค้าอย่างครบวงจร การเชื่อมต่อนี้ทั้ง 3 ระบบเข้าด้วยกัน ทำให้บริษัทฯ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่องมีประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาด และมีระบบงานที่สามารถรองรับขนาดธุรกิจได้มากกว่า 30,000 ล้านบาท

นโยบายเกี่ยวกับสินค้าคงคลัง

บริษัทฯ แบ่งสินค้าเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสินค้าเคลื่อนไหวเร็วมีการสั่งซื้อเป็นประจำ และกลุ่มสินค้าเคลื่อนไหวช้ามีความถี่ในการขายต่ำ สำหรับกลุ่มสินค้าที่เคลื่อนไหวเร็ว บริษัทฯ มีนโยบายที่ต้องมีสินค้าพร้อมส่งตลอดเวลา ในขณะที่จะต้องมีสินค้าคงคลังให้น้อยที่สุด โดยใช้เกณฑ์คำนวณ เช่น อัตราส่วน I/S (Inventory/Sales-Out) ซึ่งเป็นการตรวจสอบความเหมาะสมของสินค้าคงคลัง และระบบ Global System จะเช็คความถี่ของการจัดส่งสินค้า และคำนวณปริมาณสินค้าขั้นต่ำ ในปัจจุบัน บริษัทฯ กำหนดมูลค่าสินค้าคงคลังให้เท่ากับระดับยอดขายประมาณ 23 วัน แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายและความรวดเร็วในการผลิตและจัดส่งสินค้าของผู้ผลิตแต่ละราย สำหรับกลุ่มสินค้าเคลื่อนไหวช้าที่มีความถี่ในการขายต่ำ บริษัทฯ จะไม่ทำการสั่งซื้อสินค้ามาเก็บไว้เป็นสินค้าคงคลัง แต่จะสั่งซื้อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้า สินค้าในกลุ่มนี้ ได้แก่ สินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเน็ตเวิร์ก ที่มีลูกค้าเป็นกลุ่มผู้แทนจำหน่ายและผู้วางระบบ เป็นต้น

นอกจากนั้น บริษัทฯ จะมีการทำรายงานแสดงมูลค่าสินค้าคงคลังทุกวัน และมีผู้จัดการและผู้ควบคุมผลิตภัณฑ์ (Product Manager & Product Controller) ดูแลสินค้าแยกตามตราสินค้ากว่า 60 คน ซึ่งพนักงานเหล่านี้จะช่วยดูแลปริมาณสินค้าให้มีจำนวนที่เหมาะสม ในปัจจุบัน สินค้าคงคลังของบริษัทฯ ที่จัดเก็บไว้ที่คลังสินค้าใหญ่ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ คิดเป็นประมาณร้อยละ 90 ของจำนวนสินค้าคงคลังทั้งหมด สินค้าคงคลังส่วนที่เหลือจะกระจายอยู่ตามสำนักงานสาขาต่างๆ ทั่วประเทศ ทั้งนี้สินค้าคงคลังในคลังสำนักงานสาขาต่างๆ จะถูกเชื่อมโยงโดยระบบ Global System มายังระบบการจัดการคลังสินค้าที่สำนักงานใหญ่แบบ Real-Time

การดำเนินการกับสินค้าค้างสต็อก

บริษัทฯ มีการจัดทำรายงานการจัดอายุสินค้าคงคลัง (Inventory Aging) และมีการสอบทานรายงานดังกล่าวกับผู้จัดการผลิตภัณฑ์ทุกสัปดาห์ เพื่อประเมินสถานการณ์ด้านสินค้าค้างสต็อกและเพื่อให้มีการดำเนินการที่รวดเร็วเมื่อพบปัญหา โดยผู้จัดการผลิตภัณฑ์แต่ละรายจะต้องรายงานการเคลื่อนไหวของสินค้าคงคลังในทุกเดือน และชี้แจงแนวทางการแก้ไขปัญหาสินค้าคงคลังที่ค้างสต็อก นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้รับการชดเชยส่วนต่างในกรณีที่สินค้ามีการลดราคา (Price protection) จากผู้ผลิตส่วนใหญ่ และได้รับเงื่อนไขในการเปลี่ยนคืนสินค้านั้นที่ล้าสมัยเพื่อแลกกับรุ่นใหม่ (Product rotation) จากบริษัทผู้ผลิตบางราย ทำให้บริษัทฯ ประสบปัญหาด้านสินค้าคงคลังล้าสมัยไม่มาก อีกทั้งบริษัทฯ มีการตรวจนับสินค้าคงคลังเป็นประจำในทุกเดือน เพื่อตรวจสอบยอดสินค้าคงคลังที่มีอยู่จริงกับที่มีอยู่ในฐานข้อมูล

บริษัทฯ มีการทำประกันคุ้มครองความเสียหายสินค้าคงคลัง ซึ่งครอบคลุมสินค้าในคลังสินค้าใหญ่ที่สำนักงานใหญ่และทุกสาขา การประกันภัยครอบคลุมถึงความสูญเสียหรือเสียหายอันเนื่อง ไฟไหม้ โจรกรรม ฯลฯ สำหรับสินค้าที่อยู่ในระหว่างการจัดส่งไปยังคลังสินค้าของบริษัทฯ หรือไปยังลูกค้า บริษัทขนส่ง (Outsource) จะเป็นผู้รับผิดชอบความเสียหายดังกล่าวให้กับบริษัทฯ ตามมูลค่าสินค้าจริง อนึ่งบริษัทฯ จะมีการทบทวนการทำประกันคุ้มครองความเสียหายสำหรับสินค้าคงคลังและวงเงินทุนประกันภัยในทุกปี เพื่อให้คุ้มครองครอบคลุมมูลค่าสินค้าคงคลังที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี

2.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ไม่ได้เป็นผู้ผลิตสินค้า จึงไม่มีการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะช่วยป้องกันมลพิษที่เกิดจากการประกอบชิ้นส่วนอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และกิจกรรมอื่นๆ ของบริษัทฯ และพร้อมที่จะปรับปรุงพัฒนาตามระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง และสนับสนุนให้พนักงานทุกคนตระหนักและมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อมให้ดี ทั้งนี้ ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001:2004 จาก บูโร เวอร์ิทัส เซอร์ติฟิเคชัน

บริษัทฯ มีนโยบายและวัตถุประสงค์สิ่งแวดล้อม ดังนี้

1. มุ่งมั่นที่จะป้องกันมลพิษที่เกิดจากกิจกรรมและการดำเนินการของบริษัทฯ เช่น ของเสีย มลพิษทางน้ำ และอากาศ เป็นต้น และปรับปรุงระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง
2. มุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและข้อกำหนดอื่น ๆ
3. กำหนดและทบทวนวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการป้องกันมลพิษและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
4. จัดทำเป็นเอกสารนำไปปฏิบัติและคงไว้ตลอดจนถ่ายทอดนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมให้พนักงานทุกคนทราบ
5. นโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมนี้ พร้อมที่จะเผยแพร่ต่อสาธารณชน

ทั้งนี้ นโยบายสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ จะถูกนำมาทบทวนทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับกิจการของบริษัทฯ

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงจากภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ โดยจัดให้มีการประเมินติดตาม วางแผน บริหารความเสี่ยงด้านต่างๆ อย่างมีระบบอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ปัจจัยความเสี่ยงที่บริษัทฯ เห็นว่าอาจจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต ปัจจัยความเสี่ยงของบริษัทฯ จำแนกได้ดังนี้

3.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ สินค้ามีการพัฒนาเทคโนโลยีและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างรวดเร็ว บริษัทฯ มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง เพื่อศึกษาแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความต้องการของตลาด รวมทั้งการควบคุมสินค้าคงคลังและการจัดซื้ออย่างเหมาะสม เนื่องจากสินค้าคงคลังจะมีการล้าสมัยได้อย่างรวดเร็วตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้รับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ กลุ่มซินเน็ค ประเทศไต้หวัน ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการประเมินแนวโน้มความต้องการของตลาด รวมทั้งมีระบบบริหารสินค้าคงคลังที่ทันสมัย การใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการบริหาร รวมถึงกลุ่มผู้บริหารชาวไทย ก็มีประสบการณ์ยาวนานในธุรกิจนี้ ทำให้บริษัทฯ สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้น บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์รายใหญ่ในประเทศไทย ได้รับเงื่อนไขในการได้รับส่วนลดพิเศษจากการที่มีการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก นอกจากนี้ยังได้รับเงื่อนไขการเปลี่ยนคืนสินค้ารุ่นที่ล้าสมัยเพื่อแลกกับสินค้ารุ่นใหม่ (Product rotation) และการชดเชยส่วนต่างในกรณีที่สินค้ามีการลดราคา (Price protection) จากตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตรายใหญ่หลายราย ซึ่งสามารถลดปัญหาการล้าสมัยของสินค้าคงคลังลงได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าลดลง สำหรับสินค้าที่เสื่อมคุณภาพ ล้าสมัย และเคลื่อนไหวช้า

3.2 ความเสี่ยงจากลูกหนี้การค้า

สภาพเศรษฐกิจและสถานการณ์ตลาดชะลอตัว การแข่งขันที่สูงขึ้นทุกด้าน มีผลทำให้เครดิตเทอมและการได้รับชำระเงินช้าลงเรื่อยๆ บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงด้านลูกหนี้การค้าอย่างมาก การบริหารข้อมูลด้านเครดิตของลูกค้านั้นเป็นส่วนที่มีบทบาทสำคัญ การขาดระบบข้อมูลด้านเครดิตจะเป็นจุดอ่อนที่สร้างปัญหาด้านความเสี่ยงได้

บริษัทฯ ได้มีการวางระบบการค้นหาข้อมูลและบริหารจัดการข้อมูลของลูกหนี้การค้าให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด การคัดสรรลูกหนี้การค้า การวิเคราะห์ข้อบ่งชี้ความเสี่ยง และปิดจุดเสี่ยงให้ได้มากที่สุด บริษัทฯ ได้มีการคัดแยกอายุหนี้ของลูกหนี้การค้า คัดแยกประเภทลูกหนี้การค้า และให้มีกระบวนการติดตามอย่างต่อเนื่อง

3.3 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ การเสนอราคาและชำระเงินจะใช้เงินตราสกุลเหรียญสหรัฐเป็นหลัก การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของยอดขายสั่งซื้อสินค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) บริษัทฯ จะทำการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยคำนึงถึงระดับความเหมาะสมจากการป้องกันความเสี่ยงตามสถานการณ์ ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

3.4 ความเสี่ยงจากเงินทุนหมุนเวียน

บริษัทฯ มีความต้องการในการใช้เงินทุนหมุนเวียน เพื่อใช้ในการบริหารลูกหนี้การค้าและสินค้าคงคลังที่เพิ่มขึ้น ตามยอดขาย โดยมีการจัดหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียนจากการใช้เงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงินมาเพื่อเสริมสภาพคล่อง ทั้งนี้ ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยประมาณ 33 วัน เนื่องจากการเติบโตอุตสาหกรรมไอทีลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา บริษัทฯ จึงได้มีการช่วยเหลือลูกค้าชั้นดี โดยการขยายระยะเวลาการให้สินเชื่อ ทำให้ระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 50 วัน ส่วนระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยมีระยะเวลาประมาณ 30 วัน เนื่องจากเจ้าหนี้บางรายได้ขยายระยะเวลาการชำระหนี้ให้กับบริษัทฯ และบริษัทฯ ยังคงมีการชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดหรือชำระค่าสินค้าเร็วขึ้นเพื่อให้ได้รับส่วนลดทางการค้า ปัจจุบันบริษัทฯ มีวงเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง ซึ่งเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทำให้ไม่มีปัญหาสภาพคล่อง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ติดต่อและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับธนาคารพาณิชย์ทุกแห่ง ซึ่งทำให้มีโอกาสนในการต่อรองและทบทวนวงเงินกู้ยืมและอัตราดอกเบี้ย รวมถึงค่าธรรมเนียมธนาคารต่างๆ เพื่อรักษาสภาพคล่องและต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสมกับธุรกิจตลอดเวลา

3.5 ความเสี่ยงจากการมีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับต่ำ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ระบบสารสนเทศ วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้กับคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ เป็นธุรกิจที่มีกำไรขั้นต้นอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นปัจจัยต่างๆ เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ คุณภาพของลูกหนี้ ค่าเสื่อมราคาจากการลงทุนใหม่ การบริหารสินค้าคงคลัง เป็นต้น อาจส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรสุทธิและผลประกอบการของบริษัทฯ ได้ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ให้ความสำคัญและจัดให้มีการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริหารสินค้าคงคลังที่รัดกุม การจัดทำงบประมาณอย่างเข้มงวด และการควบคุมค่าใช้จ่าย ซึ่งนโยบายดังกล่าวสามารถช่วยลดผลกระทบต่ออัตรากำไรสุทธิได้อีกทั้งบริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศของสินค้าหลายๆ รายการ ทำให้สามารถกำหนดราคาและอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงขึ้นได้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินที่สำคัญของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่สำคัญประกอบด้วย

หน่วย: บาท

| ประเภท | มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2557 | มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2556 | มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2555 | ลักษณะ กรรมสิทธิ์ |
|--|--|--|--|----------------------|
| 1. ที่ดิน | 125,371,638.65 | 125,371,638.65 | 60,111,638.65 | เจ้าของ |
| 2. อาคาร | 146,723,382.18 | 161,200,746.23 | 168,953,897.97 | เจ้าของ |
| 3. เครื่องจักรและอุปกรณ์ | 31,675,210.29 | 38,377,698.08 | 47,866,608.38 | เจ้าของ |
| 4. อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ | 13,965,132.54 | 16,389,394.18 | 15,552,259.21 | เจ้าของ |
| 5. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน | 4,837,877.98 | 7,054,987.19 | 9,811,823.01 | เจ้าของ |
| 6. ยานพาหนะ | 1,960,117.63 | 3,396,029.80 | 2,942,206.06 | เจ้าของ |
| 7. ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า | 4,725,425.74 | 511,780.58 | 5,157,385.02 | เจ้าของ |
| 8. อุปกรณ์ระหว่างทำและงานระหว่างก่อสร้าง | 821,570.00 | - | 933,175.93 | เจ้าของ |
| รวม | 330,080,355.00 | 352,302,274.71 | 333,743,648.28 | |

ทั้งนี้รายละเอียดในทรัพย์สินหลัก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

ที่ดิน

| สถานที่ตั้ง | เนื้อที่ | ลักษณะเบื้องต้น | มูลค่าตามบัญชี (บาท) | ภาระจำนอง |
|---------------------------------------|------------------------|--|-------------------------|--------------|
| 433 ถ.สุขนครสวัสดิ์ ลาดพร้าว กรุงเทพฯ | 6 ไร่ 3 งาน 63 ตารางวา | อาคารสำนักงาน 4 ชั้น และ อาคารคลังสินค้า 3 ชั้น | 60,111,638.65 | ติดภาระจำนอง |
| 373 ถ.สุขนครสวัสดิ์ ลาดพร้าว กรุงเทพฯ | 1 ไร่ 1 งาน 7 ตารางวา | อาคารสำนักงาน 4 ชั้น และ โกดังเก็บสินค้า 2 หลัง | 65,260,000.00 | เจ้าของ |
| รวม | | | 125,371,638.65 | |

อาคารและส่วนปรับปรุง

| รายการ | ที่ตั้ง | ลักษณะเบื้องต้น | มูลค่าตามบัญชี (บาท) | ภาระจำนอง |
|--|--|--|-------------------------|---------------------------|
| อาคารสำนักงานใหญ่และศูนย์กระจาย สินค้า/คลังสินค้า อาคารสำนักงานและ สันตากการ | 433 ถ.สุขนครสวัสดิ์ ลาดพร้าว กรุงเทพฯ | อาคารสำนักงาน 4 ชั้น อาคารคลังสินค้า 3 ชั้น อาคารสำนักงาน 4 ชั้น | 141,551,174.08 | ติดภาระจำนอง ¹ |
| อาคารสำนักงานและโกดังเก็บสินค้า | 373 ถ.สุขนครสวัสดิ์ ลาดพร้าว กรุงเทพฯ | อาคารสำนักงาน 4 ชั้น และโกดังเก็บสินค้า | 5,172,208.10 | เจ้าของ |
| รวม | | | 146,723,382.18 | |

หมายเหตุ ¹ ค่าประกันวงเงินกู้ยืมธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง รวมวงเงิน 720 ล้านบาท

อนึ่ง บริษัทฯ ยังมีทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ สิทธิในการใช้ชื่อ SYNNEX และเครื่องหมายการค้า Lemel ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มซินเน็ค ประเทศไต้หวัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ “CNEX” กับสำนักงานเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2549 สำหรับสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ และธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ซึ่งการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการดังกล่าวมีอายุ 10 ปี นับจากวันที่จดทะเบียน และสามารถต่ออายุได้ทุก ๆ 10 ปี

นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้พัฒนาและทำการตลาดสัญลักษณ์ “Trusted by SYNNEX” โดยนำไปติดบนสินค้าทุกชนิดที่จัดจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการของบริษัทฯ

สัญญาเช่าอาคารสำนักงาน

| สาขา | ที่อยู่ | ระยะเวลาเช่า | ค่าเช่าและค่าบริการ/เดือน |
|--------------------------------|--|---|---|
| สำนักงานสาขาในกรุงเทพฯ | | | |
| พันธุ์ทิพย์ | อาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ชั้น 5 604/3 ถ.เพชรบุรี แขวงถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 | 1 ต.ค. 2556 – 31 ธ.ค. 2557 | 142,535.00 (1 ต.ค. – 31 ธ.ค. 2556) 156,855.00 (1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 2557) |
| ศูนย์การค้าเซียร์ รังสิต | อาคารศูนย์การค้าเซียร์-รังสิต FA 006 ชั้น 4 เลขที่ 99 หมู่ 8 ถ.พหลโยธิน ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12130 | 1 มิ.ย. 2555 -31 พ.ค. 2558 | 56,700.00 (1 มิ.ย. 55 – 31 พ.ค. 2556) 64,800.00 (1 มิ.ย. 56 – 31 พ.ค. 2557) 72,900.00 (1 มิ.ย. 57 – 31 พ.ค. 2558) |
| พันธุ์ทิพย์ (โซว์รูม) | 110 ชั้น 1 อาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า 604/3 ถ.เพชรบุรี แขวงถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 | 1 ม.ค. 2556 - 30 มิ.ย. 2558 **ยกเลิก 25 ก.ค. 2557** | 64,835.00 (1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 2556) 71,310.00 (1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 2557) 78,440.00 (1 ม.ค. – 30 มิ.ย. 2558) |
| ศูนย์การค้าไอทีมอลล์ | อาคารศูนย์การค้าฟอร์จูนทาวน์ 4P26 ชั้นที่ 4 เลขที่ 7 ถ. รัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 | 1 มี.ค. 2557 – 28 ก.พ. 2560 | 70,500.00 (1 มี.ค. 57 – 28 ก.พ. 2560) |
| ศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ | อาคารศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ ห้องเลขที่ ITB 36 ชั้น B1 55 ถ. ศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250 | 1 ส.ค. 2557 – 31 ก.ค. 2560 | 59,747.40 (1 ส.ค.57 – 31 ก.ค. 2558) 63,940.20 (1 ส.ค.58 – 31 ก.ค. 2559) 68,395.05 (1 ส.ค.59 – 31 ก.ค. 2560) |
| Digital Gateway ชั้น 2 | ดิจิตอลเกตเวย์ แอท เซ็นเตอร์พอยท์ สยามสแควร์ ห้องเลขที่ 204 ชั้น 2 เลขที่ 292 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 | 15 พ.ค. 2554 – 14 พ.ค. 2557 **ยกเลิก 3 มิ.ย. 2557** | 80,725.00 (15พ.ค.54 –14 พ.ค. 2555) 84,761.26 (15พ.ค.55 –14 พ.ค. 2556) 88,999.32 (15พ.ค.56 –14 พ.ค. 2557) |
| สำนักงานสาขาต่างจังหวัด | | | |
| ขอนแก่น | 672/42-44 ถ.กลางเมือง ต.ในเมือง อ.เมืองขอนแก่น จ.ขอนแก่น 40000 | 1 ก.พ. 2555 – 31 ม.ค. 2558 1 ก.พ. 2558 – 31 ม.ค. 2561 | 34,500.00 37,000.00 |
| เชียงใหม่ | 133 หมู่ที่ 1 ต.ป่าแดด อ.เมืองเชียงใหม่ จ. เชียงใหม่ 50100 | 1 พ.ค. 2555 -30 เม.ย. 2558 | 51,000.00 (1 พ.ค.55 –30 เม.ย. 2557) 52,000.00 (1 พ.ค.57 – 30 เม.ย. 2558) |
| หาดใหญ่ | 38, 40 ถ.โชติวิทย์กุล 3 ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 | 1 เม.ย. 2557 -31 มี.ค. 2558 | 50,000.00 |
| พิษณุโลก | 234/2-3 ถ.บรมไตรโลกนาถ 2 ต.ในเมือง อ.เมืองพิษณุโลก จ.พิษณุโลก 65000 | 1 พ.ค.2557 – 30 เม.ย.2560 | 19,000.00 |

| สาขา | ที่อยู่ | ระยะเวลาเช่า | ค่าเช่าและค่าบริการ/เดือน |
|---------------|---|--|--|
| สุราษฎร์ธานี | 299/6-7 ถ.ตลาดใหม่ ต.ตลาด อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี 84000 | 3 มี.ค. 2557 – 2 มี.ค. 2560 | 45,000.00 |
| อุบลราชธานี | 169 ถ.นครบาล ต.ในเมือง อ.เมืองอุบลราชธานี จ.อุบลราชธานี 34000 | 1 พ.ย. 2554 -31 ต.ค. 2557 **ยกเลิก 31 มกราคม 2557** | 16,500.00 |
| นครราชสีมา | 1135/7-8 ถ.สุนทรายณ์ ต.ในเมือง อ.เมืองนครราชสีมา จ.นครราชสีมา 30000 | 1 มี.ค. 2557 -28 ก.พ. 2560 | 48,421.05 (1 มี.ค.57–28 ก.พ. 2558) 50,526.32 (1 มี.ค.58–28 ก.พ. 2559) 52,631.58 (1 มี.ค.59–28 ก.พ. 2560) |
| เชียงราย | 102/5-6 หมู่ที่ 13 ต.รอบเวียง อ.เมืองเชียงราย จ.เชียงราย 57000 | 1 ก.พ. 2554– 31 ม.ค.2557 ** ยกเลิก 31 มกราคม 2557** | 26,000.00 (1 ก.พ.54 - 31 ม.ค. 2556) 27,000.00 (1 ก.พ.56 -31 ม.ค. 2557) |
| อุดรธานี | 667 ถ. โพศรี (โพธิ์สว่าง) ต.หมากแข้ง อ.เมืองอุดรธานี จ.อุดรธานี 41000 | 1 ก.พ. 2554 -31 ม.ค. 2557 ** ยกเลิก 31 มกราคม 2557** | 26,315.79 |
| นครปฐม | 28/35-36 ถ.ยิงเป้า ต.สนามจันทร์ อ.เมือง นครปฐม จ.นครปฐม 73000 | 1 ต.ค. 2556 -30 ก.ย. 2559 **ยกเลิก 31 มกราคม 2557** | 33,000.00 |
| ลพบุรี | 17/26-27 ถ.พหลโยธิน ต.ทะเลชุบศร อ.เมืองลพบุรี จ.ลพบุรี 15000 | 15 ส.ค. 2556 -14 ส.ค. 2559 **ยกเลิก 31 มกราคม 2557** | 25,000.00 |
| นครศรีธรรมราช | 153/124-125 ถ. พัฒนาการคูขวาง ต.คลัง อ.เมืองนครศรีธรรมราช จ.นครศรีธรรมราช 80000 | 1 พ.ค. 2554 –30 เม.ย. 2557 **ยกเลิก 31 มกราคม 2557** | 20,000.00 |
| สมุทรสาคร | 30/88 หมู่ที่ 1 ถ. เจษฎาวิถี ต. โคกขาม อ.เมืองสมุทรสาคร จ. สมุทรสาคร 74000 | 1 ก.ย. 2554 – 31 ส.ค. 2557 | 2-3% จากยอดขายไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม (ค่าบริการคลังสินค้า) |
| ระยอง | 14/23 หมู่ที่ 3 ต.เนินพระ อ.เมืองระยอง จ.ระยอง 21000 | 1 ก.พ. 2556 – 31 ม.ค. 2559 **ยกเลิก 31 มกราคม 2557** | 17,368.42 |

4.2 นโยบายการบริหารลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการบริหารลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ ให้มีเงื่อนไขและระยะเวลาการชำระหนี้ที่ชัดเจน ถูกต้อง รวดเร็ว และให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสถานการณ์ตลาดที่ชะลอตัว บริษัทฯ ได้เพิ่มความถี่ในการสอบทาน ติดตามการชำระหนี้คืน เพิ่มความยืดหยุ่นไปตามเหตุผลอย่างเหมาะสม และการให้คำปรึกษาแนะนำแก่ลูกหนี้การค้า เพื่อให้ลูกหนี้การค้ามีประสิทธิภาพต่อไป

4.3 นโยบายการบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารสินค้าคงคลัง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อราคาสินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการบริหารสินค้าคงคลังที่เข้มงวด เพื่อให้สามารถติดตามความเคลื่อนไหวของสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อลดผลกระทบจากการเกิดสินค้าล้าสมัย โดยบริษัทฯ แบ่งสินค้าเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสินค้าเคลื่อนไหวเร็วมีการสั่งซื้อเป็นประจำ และกลุ่มสินค้าที่จำเป็นต้องสำรองสินค้าเพื่อขายโครงการหรือสินค้าที่ผู้ผลิตมีกำหนดระยะเวลาผลิตส่งนาน

สำหรับกลุ่มสินค้าที่เคลื่อนไหวเร็ว บริษัทฯ มีนโยบายที่ต้องมีสินค้าพร้อมส่งตลอดเวลา โดยจะทำการสั่งซื้อสินค้าจำนวนเพียงพอกับความต้องการของลูกค้าในระยะเวลาสั้นๆ แต่มีการสั่งซื้อสินค้าบ่อยครั้ง เนื่องจากบริษัทฯ ไม่ต้องการเก็บสินค้าจำนวนมากไว้เป็นสินค้าคงคลัง เพราะอาจมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการลดราคา

ของสินค้า โดยในการส่งสินค้าของบริษัท ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (Product Manager) จะเป็นผู้ดูแลการส่งสินค้า ควบคุมการเคลื่อนไหวของสินค้าคงคลัง สอบทานรายงานการจัดอายุของสินค้าคงคลัง (Inventory Aging) และจัดการส่งเสริมการขายต่างๆ ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการลดราคาของสินค้า

อย่างไรก็ตามในสินค้าเกือบทุกประเภท บริษัท ได้มีการเจรจาต่อรองกับผู้ผลิต เพื่อขอรับเงื่อนไขการเปลี่ยนคืนสินค้านั้นที่ล้าสมัยเพื่อแลกกับสินค้านั้นใหม่ (Product Rotation) และการชดเชยส่วนต่างในกรณีที่สินค้ามีการลดราคา (Price Protection) สำหรับการชดเชยส่วนต่างในกรณีที่สินค้ามีการลดราคาดังนั้น บริษัท จะปรับต้นทุนขายของสินค้านั้นๆ ตามส่วนต่างราคาที่ได้รับการชดเชยจากผู้ผลิต เพื่อให้บริษัท ทราบถึงต้นทุนสินค้าหลังจากได้รับการชดเชยดังกล่าวแล้ว

นอกจากนั้น ระบบ ERP จะคำนวณอัตราส่วน I/S (Inventory/Sales-Out) ซึ่งเป็นการตรวจสอบความเหมาะสมของสินค้าคงคลัง และระบบ ERP จะเช็คความถี่ของการจัดส่งสินค้า และคำนวณปริมาณสินค้าขั้นต่ำเพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบัน บริษัท กำหนดมูลค่าสินค้าคงคลังให้เท่ากับระดับยอดขายประมาณ 30 วัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายและความรวดเร็วในการผลิตและจัดส่งสินค้าของผู้ผลิตแต่ละราย บริษัท จะมีการทำรายงานแสดงมูลค่าสินค้าคงคลังทุกวัน เพื่อให้ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ดูแลปริมาณสินค้าให้มีจำนวนที่เหมาะสม

สำหรับกลุ่มสินค้าที่ต้องสำรองเพื่อการขายเข้าโครงการหรือสินค้าที่ผู้ผลิตมีกำหนดการผลิตส่งนาน บริษัท ต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตในเรื่องเครดิตเทอม หรือกำไรที่สูงเพื่อครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการต้องสำรองสินค้าเป็นเวลามากกว่าปกติในสินค้ากลุ่มนี้ ซึ่งได้แก่ สินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเน็ตเวิร์คที่มีลูกค้าเป็นกลุ่มผู้แทนจำหน่ายและผู้วางระบบ เป็นต้น

บริษัท มีนโยบายการตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าลดลงสำหรับสินค้าที่เสื่อมคุณภาพ ล้าสมัย และเคลื่อนไหวช้า โดยอาศัยการประเมินของฝ่ายบริหารและการพิจารณาอายุของสินค้าคงเหลือ ดังนี้

| สถานะของสินค้า | การตั้งค่าเผื่อสินค้าเสื่อมคุณภาพ (%) |
|--|---------------------------------------|
| สินค้าที่มีอายุตั้งแต่ 121-150 วัน | 10 |
| สินค้าที่มีอายุตั้งแต่ 151-210 วัน | 20 |
| สินค้าที่มีอายุตั้งแต่ 211-270 วัน | 40 |
| สินค้าที่มีอายุตั้งแต่ 271-360 วัน | 60 |
| สินค้าที่มีอายุตั้งแต่ 360 วันขึ้นไป | 100 |
| สินค้าที่รับคืนหรือทดลองใช้ | 50 |
| สินค้าที่รื้อทำลายหรือสินค้าที่ล้าสมัย | 100 |

ปัจจุบัน สินค้าคงคลังของบริษัท ที่จัดเก็บไว้ที่คลังสินค้าใหญ่ที่สำนักงานใหญ่ คิดเป็นประมาณร้อยละ 95 ของจำนวนสินค้าคงคลังทั้งหมด ส่วนที่เหลือจะกระจายอยู่ตามสำนักงานสาขาต่างๆ ทั่วประเทศ สินค้าคงคลังในคลังสาขาต่างๆ จะถูกเชื่อมโยงโดยระบบ ERP มายังระบบการบริหารคลังสินค้าที่สำนักงานใหญ่

4.4 สรุปสัญญาให้สิทธิในการใช้ชื่อและเครื่องหมายการค้า (Trademark Licensing Agreement)

วันที่ทำสัญญา : วันที่ 11 ธันวาคม 2550

คู่สัญญา : Synnex Global Limited (“ผู้อนุญาต”)

สาระสำคัญของสัญญา

- บริษัทฯ ได้รับสิทธิโดยไม่จำกัดแต่เพียงผู้เดียว (Non-exclusive Agreement) ในการใช้ชื่อ SYNnex และเครื่องหมายการค้า Lemel จากผู้อนุญาต เพื่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันและการขยายธุรกิจในอนาคต โดยบริษัทฯ สามารถใช้ชื่อ SYNnex และเครื่องหมายการค้า Lemel จากผู้อนุญาตได้โดยไม่จำกัดระยะเวลา หากกลุ่มซินเน็ค (โดยผ่านทาง King's Eye Investments Limited) ถือหุ้นของบริษัทฯ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ และไม่มีการแสดงเจตจำนงเป็นลายลักษณ์อักษรให้บริษัทฯ ยุติการใช้ชื่อและเครื่องหมายการค้าจากกลุ่มซินเน็ค

4.5 สรุปสัญญาให้สิทธิในการใช้ซอฟต์แวร์ Global Enterprise (Global Enterprise Software Licensing Agreement)

วันที่ทำสัญญา : วันที่ 11 ธันวาคม 2550

คู่สัญญา : Synnex Global Limited (“ผู้อนุญาต”)

สาระสำคัญของสัญญา

- บริษัทฯ ได้รับสิทธิโดยไม่จำกัดแต่เพียงผู้เดียว (Non-exclusive Agreement) ในการใช้ซอฟต์แวร์ (Global Enterprise Software ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์สำหรับธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์โดยตรง) ของผู้อนุญาต เพื่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันและการขยายธุรกิจในอนาคต โดยบริษัทฯ สามารถใช้ซอฟต์แวร์ดังกล่าวจากผู้อนุญาตได้โดยไม่จำกัดระยะเวลา หากกลุ่มซินเน็ค (โดยผ่านทาง King's Eye Investments Limited) ถือหุ้นของบริษัทฯ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ และไม่มีการแสดงเจตจำนงเป็นลายลักษณ์อักษรให้บริษัทฯ ยุติการใช้ซอฟต์แวร์ดังกล่าวจากกลุ่มซินเน็ค
- อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังมีภาระค่าธรรมเนียมแก่ผู้อนุญาตสำหรับค่าบริการและบำรุงรักษารายเดือน เป็นจำนวน 5,500 เหรียญสหรัฐ และค่าธรรมเนียมในการพัฒนาโครงการและ/หรือโปรแกรมใหม่ ในอัตรา 80 เหรียญสหรัฐ ต่อ 1 ชั่วโมงต่อ 1 คน (ตามค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง)

4.6 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องและเอื้อประโยชน์ต่อการทำธุรกิจหลักของบริษัทฯ หรือเป็นธุรกิจซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโต โดยจะคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนเป็นสำคัญ การพิจารณาลงทุนจะทำโดยผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยทั่วไปบริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในบริษัทย่อย ยกเว้นในกรณีที่มีข้อจำกัดในการลงทุนซึ่งบริษัทฯ จะพิจารณาเงื่อนไขและผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นรายกรณี

การบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทฯ จะส่งกรรมการที่เป็นตัวแทนของบริษัทฯ เข้าร่วมบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมตามสัดส่วนที่บริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ เพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญและควบคุมการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว

4.7 นโยบายการลงทุนในหลักทรัพย์

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนระยะยาวในหลักทรัพย์ของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมที่คล้ายคลึงกับทางบริษัท มากกว่าการซื้อขายเพื่อหวังส่วนต่างจากราคา ทั้งนี้ การลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทฯ จะพิจารณาโดยคณะกรรมการพิจารณาการลงทุน อย่างไรก็ตาม การลงทุนใดๆ ของบริษัทฯ จะดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างเคร่งครัด

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

| | |
|---------------------------|--|
| ชื่อบริษัท | : บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) : SYNNEX (THAILAND) PUBLIC COMPANY LIMITED |
| ชื่อย่อหลักทรัพย์ | : SYNEX |
| เลขทะเบียนบริษัท | : 0107550000203 |
| ทุนจดทะเบียน | : 800,000,000 บาท (แปดร้อยล้านบาทถ้วน) |
| ทุนเรียกชำระแล้ว | : 770,328,649 บาท (เจ็ดร้อยเจ็ดสิบล้านสามแสนสองหมื่นแปดพันหกร้อยสี่สิบเก้าบาทถ้วน) |
| มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ | : 1 บาท (หนึ่งบาทถ้วน) |
| ลักษณะการประกอบธุรกิจ | : จำหน่ายสินค้าเทคโนโลยีชั้นนำระดับโลกหลากหลายประเภท คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วง คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ระบบสารสนเทศ วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้กับคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ การสื่อสาร |
| สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : เลขที่ 433 ถนนสุขุมวิท แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230 |
| โทรศัพท์ | : +66 2553 8888 |
| โทรสาร | : +66 2578 8188 |
| เว็บไซต์ | : http://www.synnex.co.th |
| เว็บไซต์นักลงทุนสัมพันธ์ | : http://www.synnex.co.th/investor |

ที่ตั้งสำนักงานสาขา(กรุงเทพฯ) :

สาขาพันธุ์ทิพย์

ห้องเลขที่ 51028, 51028/1 ชั้น 5 อาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า 604/3 ถ.เพชรบุรี แขวงถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ +66 2656 6171-2 แฟกซ์ +66 2656 6172 เวลาทำการ: ทุกวัน 10.00-19.00 น.

สาขาศูนย์การค้าเซ็นทรัล รัชสิด

อาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัล-รัชสิด FA 006 ชั้น 4 เลขที่ 99 หมู่ 8 ถ.พหลโยธิน ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12130
โทรศัพท์ +66 2992 6910-1 แฟกซ์ +66 2992 6911 เวลาทำการ: ทุกวัน 10.00-19.00 น.

สาขาศูนย์การค้าไอทีมอลล์

อาคารศูนย์การค้าฟอร์จูนทาวน์ 4P26 ชั้นที่ 4 เลขที่ 7 ถ.รัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ +66 2641 1315 แฟกซ์ +66 2641 1314 เวลาทำการ: ทุกวัน 10.00-19.00 น.

สาขาศูนย์การค้าซีคอนสแควร์

อาคารศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ ห้องเลขที่ ITB 36 ชั้น B1 55 ถ.ศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250
โทรศัพท์ +66 2721 8971 แฟกซ์ +66 2721 8972 เวลาทำการ: ทุกวัน 10.00-19.00 น.

ที่ตั้งสำนักงานสาขา(ต่างจังหวัด) :**ภาคเหนือ**สาขาเชียงใหม่

133 หมู่ที่ 1 ต.ป่าแดด อ.เมืองเชียงใหม่ จ. เชียงใหม่ 50100

โทรศัพท์ +66 5390 3634-5, +66 5390 3673-4 แฟกซ์ +66 5327 3206

เวลาทำการ: จันทร์-ศุกร์ 8.30-17.30 น. เสาร์ 9.00-16.00 น.

สาขาพิษณุโลก

234/2-3 ถ.บรมไตรโลกนาถ 2 ต.ในเมือง อ.เมืองพิษณุโลก จ.พิษณุโลก 65000

โทรศัพท์ +66 5524 8999 แฟกซ์ +66 5525 1556

เวลาทำการ: จันทร์-ศุกร์ 8.30-17.30 น. เสาร์ 9.00-16.00 น.

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือสาขาขอนแก่น

672/42-44 ถ.กลางเมือง ต.ในเมือง อ.เมืองขอนแก่น จ.ขอนแก่น 40000

โทรศัพท์ +66 4332 2750-1 แฟกซ์ +66 4332 2752

เวลาทำการ: จันทร์-ศุกร์ 8.30-17.30 น. เสาร์ 9.00-16.00 น.

สาขานครราชสีมา

1135/7-8 ถ.สุนารายณ์ ต.ในเมือง อ.เมืองนครราชสีมา จ.นครราชสีมา 30000

โทรศัพท์ +66 4427 1365, +66 4492 2808-9 แฟกซ์ +66 4427 1906

เวลาทำการ: จันทร์-ศุกร์ 8.30-17.30 น. เสาร์ 9.00-16.00 น.

ภาคใต้สาขาสุราษฎร์ธานี

299/6-7 ถ.ตลาดใหม่ ต.ตลาด อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี 84000

โทรศัพท์ +66 7721 2932-3, +66 7728 3955 แฟกซ์ +66 7727 4845

เวลาทำการ: จันทร์-ศุกร์ 8.30-17.30 น. เสาร์ 9.00-16.00 น.

สาขาหาดใหญ่

38, 40 ถ.โชติวิทย์กุล 3 ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110

โทรศัพท์ +66 7442 9372-5 แฟกซ์ +66 7442 9375

เวลาทำการ: จันทร์-ศุกร์ 8.30-17.30 น. เสาร์ 9.00-16.00 น.

ข้อมูลของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 7
ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : +66 2229 2800

โทรสาร : +66 2359 1259

Website : <http://www.tsd.co.th>

E-mail : TSDCallcenter@set.or.th

ผู้สอบบัญชี : บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด
เลขที่ 195 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 48-51
ถนนสาทรใต้ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ : +66 2677 2000

โทรสาร : +66 2677 2222

Website : <http://www.kpmg.co.th>