1. ภาพรวมผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

สภาวะเศรษฐกิจในช่วงปี 2558 โดยรวม อยู่ในภาวะทรงตัวต่อเนื่องจากปี 2557 การบริโภคในภาคเอกชน ยังมีสัญญาณการฟื้นตัวที่ไม่ชัดเจนนัก โดยมีปัจจัยถ่วงจากการลดลงของรายได้ครัวเรือน โดยเฉพาะรายได้เกษตรกรจากภาวะภัยแล้ง ภาวะหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ผู้บริโภคระดับกลางถึงระดับบนที่แม้ยังมีกำลังซื้อแต่ก็ยังระมัดระวังการใช้จ่ายเนื่องจากยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ การส่งออกสินค้ายังซบเซาเนื่องจากการชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและเศรษฐกิจโลก แม้ว่าเงินบาทจะมีค่าอ่อนตัวลง แต่ไม่ได้ส่งผลในการเพิ่มปริมาณคำสั่งซื้ออย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามในช่วงไตรมาสที่สี่ภาวะธุรกิจเริ่มมีแนวโน้มปรับดีขึ้นบ้าง จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่เห็นผลมากขึ้น ทำให้การบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนกระเตื้องขึ้น และมีแนวโน้มจะขยายตัวเพื่อรองรับความต้องการสินค้าเพิ่มจากกลุ่มประเทศ CLMV และการขยายตัวของเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ยูโรโซน และญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มฟื้นตัว ซึ่งจะส่งผลต่อภาคการส่งออกของไทย ต้นทุนการผลิตโดยรวมยังคงทรงตัว ยกเว้นต้นทุนวัตถุดิบ จากราคาน้ำมันที่ปรับราคาลงตามราคาตลาดโลก ปัจจัยที่ยังต้องจับตามอง คือ ผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน และการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยของ Fed ของสหรัฐอเมริกา

จากภาวะการณ์ที่การบริโภคของภาคเอกชนยังไม่ฟื้นตัวชัดเจน ทำให้บริษัทต้องปรับตัวด้วยการจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง มีการจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและการส่งเสริมการขายเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ ตลอดจนการควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่าย และการลดภาระสินค้าคงคลัง

ในปี 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการขาย 12,342.82 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 เท่ากับ 309.82 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.57 เมื่อเทียบกับรายได้จากการขาย 12,033.00 ล้านบาทในปี 2557 มีกำไรสุทธิเท่ากับ 703.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.98 เมื่อเทียบกับปี 2557 โดยที่ต้นทุนขายของบริษัทเพิ่มขึ้นเล็กน้อยประมาณร้อยละ 2.76 สาเหตุที่บริษัทมีกำไรสุทธิสูงเป็นผลจากเงินปันผลรับที่เพิ่มขึ้น และส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการสร้างช่องทางการขายใหม่ในยุคดิจิตอล โดยพัฒนาทีมงานบริหารสินค้าเฉพาะ เสริมทักษะความรู้ความสามารถบริการลูกค้าในธุรกิจออนไลน์ Digital Marketing พัฒนาคู่ค้าทางการตลาดที่สำคัญ อาทิ LINE Social Media, คู่ค้าในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ อาทิ ตลาดดอทคอม, Ensogo, Lazada, Zarola และ TV home shopping อาทิ Shop Channel, O Shopping, TV Direct และ Shop On Air เพื่อเพิ่มช่องทางการขายใหม่ที่สร้างความรวดเร็วและคุณค่าในการจับจ่ายในเว็บไซต์ www.shopicc.com ที่เชื่อมโยงการค้าอย่างหลากหลายและครอบคลุมในธุรกิจออนไลน์ พร้อมพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การบริหารสินค้าคงคลัง และบริการ Call Center อย่างครบวงจร

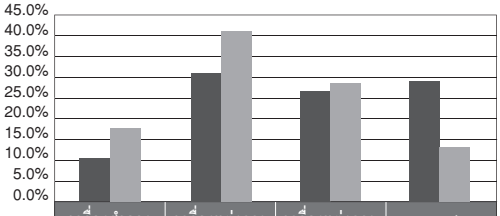
บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ภายใต้ชื่อ Let's Shop ICC เป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายในระดับบริษัท เพื่อให้มีการสื่อสารผลิตภัณฑ์ ประชาสัมพันธ์ ไปยังผู้บริโภคให้ได้รับรู้ ทำให้เพิ่มโอกาสในการขายมากขึ้น

ในปี 2558 บริษัทได้มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย จำนวน 3 บริษัท ดังนี้

1. บริษัท ดับเบิ้ลยู บี อาร์ อี จำกัด ทำธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ โดยทำโครงการบ้านจัดสรรทาวน์เฮ้าส์ ที่ศรีราชา ใกล้กับนิคมอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ เพื่อเป็นการขยายช่องทางธุรกิจใหม่ให้กับบริษัท
2. Amis Du Monde SARL ในประเทศฝรั่งเศส โดยเปิดเป็น Shop ในย่านถนนชองเซลีเซ่ แหล่งช้อปปิ้งชั้นนำของฝรั่งเศส เพื่อนำ Brand BSC สู่ตลาดต่างประเทศ ในการเป็น International Brand ภายใต้ชื่อ BSC International โดยเริ่มดำเนินการในกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าเสื้อผ้า
3. บริษัท ไหมทอง จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป และเป็น Supply Chain ที่สำคัญของบริษัท สำหรับผลิตสินค้าเสื้อผ้า เพื่อจัดจำหน่ายในนามบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) โดยบริษัท ไหมทอง จำกัด เป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์ตราสินค้าที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่าย รวมถึงผลิตเสื้อผ้ายูนิฟอร์ม ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ เป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทั้งนี้บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้บริษัท ไหมทอง จำกัด ดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง และมีผลประกอบการที่ดี เพื่อบริษัทจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล จากการที่บริษัทได้รับการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนและบริษัทได้สิทธิในหุ้นเพิ่มทุนจากการสละสิทธิของผู้ถือหุ้นเดิมบางราย ดังนั้นบริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นจากเดิมร้อยละ 27.90 เพิ่มเป็นร้อยละ 53.14 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัท ไหมทอง จำกัด ทำให้ปัจจุบัน บริษัท ไหมทอง จำกัด มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท และในเดือนธันวาคม 2558 บริษัทได้ซื้อหุ้นจาก Itokin Co., Ltd. (Japan) และ Itokin Co., Ltd. (Hong Kong) เป็นจำนวน 61,250 หุ้น และ 9,000 หุ้น ตามลำดับ ทำให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มจากร้อยละ 53.14 เป็นร้อยละ 58.16 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

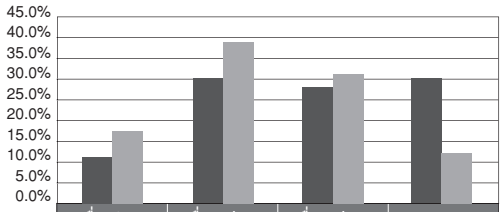
2. ผลการดำเนินงาน และความสามารถในการทำกำไร

สัดส่วนรายได้จากการขายและกำไรจากการดำเนินงาน ตามสายผลิตภัณฑ์ ปี 2558



	เครื่องสำอางและเครื่องหอม	เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี	เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ	ธุรกิจอื่น
รายได้จากการขาย	10.5%	33.5%	26.2%	29.8%
กำไรจากการดำเนินงาน	17.0%	41.6%	28.0%	13.5%

สัดส่วนรายได้จากการขายและกำไรจากการดำเนินงาน ตามสายผลิตภัณฑ์ ปี 2557



	เครื่องสำอางและเครื่องหอม	เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี	เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ	ธุรกิจอื่น
รายได้จากการขาย	11.5%	30.7%	27.0%	30.7%
กำไรจากการดำเนินงาน	17.4%	38.5%	31.6%	12.5%

รายได้จากการขาย

ในปี 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการขาย 12,342.82 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 309.82 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.57 เมื่อเทียบกับยอดรายได้จากการขาย 12,033.00 ล้านบาทในปี 2557

รายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยประกอบด้วยรายได้ 3 สายผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ เครื่องสำอางและเครื่องหอม เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี และเครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ โดยมีรายละเอียดรายได้และกำไรในแต่ละสายผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบระหว่างปี 2558 และ 2557 ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์	รายได้จากการขาย		%	กำไรจากการดำเนินงาน		%
	2558	2557		2558	2557	
เครื่องสำอาง และเครื่องหอม	1,296.29	1,387.04	(6.54)	186.11	181.25	2.68
เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี	4,130.21	3,699.61	11.64	455.33	415.65	9.55
เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ	3,236.10	3,252.97	(0.52)	306.13	255.81	19.67
อื่นๆ	3,680.22	3,693.38	(0.36)	147.31	128.96	14.23
รวม	**12,342.82**	**12,033.00**	**2.57**	**1,094.89**	**981.67**	**11.53**

เครื่องสำอางและเครื่องหอม

ในปี 2558 บริษัทฯมีรายได้จากกลุ่มเครื่องสำอางและเครื่องหอม 1,296.29 ล้านบาท ลดลงจากปี 2557 90.75 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.54 ซึ่งในปี 2557 ลดลงร้อยละ 10.20 มีกำไรจากการดำเนินงานในปี 2558 186.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 4.86 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.68 สาเหตุของการลดลงของยอดรายได้ จากภาวะการแข่งขันสูง โดยเฉพาะการนำเข้าสินค้าแบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศ พฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมานิยมการซื้อออนไลน์มากขึ้นทุกปี และช่องทางการขายผ่าน Cable TV ที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ผู้ประกอบการรายย่อยที่ทำสินค้าราคาถูกมาตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคที่เน้นสินค้าราคาถูก ภาวะเศรษฐกิจที่ส่งผลทำให้สินค้าประเภทเครื่องสำอางซึ่งเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยมียอดการซื้อลดลง ทำให้บริษัทยังต้องมุ่งทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย และบริษัทสามารถคุมให้ต้นทุนถูกลงพร้อมกับควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างพิถีพิถัน ส่งผลให้มีกำไรเพิ่มขึ้นจากปี 2557

เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี

ในปี 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้ในกลุ่มเครื่องแต่งกายสุภาพสตรี 4,130.21 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 430.60 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.64 ซึ่งในปี 2557 ลดลงร้อยละ 7.99 มีผลกำไรจากการดำเนินงาน 455.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 39.68 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.55 เนื่องจากบริษัทมีการพัฒนาในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- พัฒนาระบบการสั่งผลิต การสั่งซื้อสินค้าจากโรงงาน และระบบการจัดส่งสินค้าไปยังร้านค้า ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบ Supply Chain ส่งผลทำให้ยอดขายในกลุ่มสินค้านี้สูงขึ้นจากปี 2557
- จัดระบบฝึกอบรมพนักงานขาย ดูแลเข้าถึงพนักงานขายอย่างเป็นระบบ ทำให้แก้ไขอุปสรรคต่างๆได้อย่างรวดเร็ว
- เพิ่มช่องทางการขาย ด้าน Direct Marketing ผ่าน ระบบ Online และ TV Shopping โดยจัดให้มีสินค้าให้เหมาะสมกับช่องทางดังกล่าว

เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ

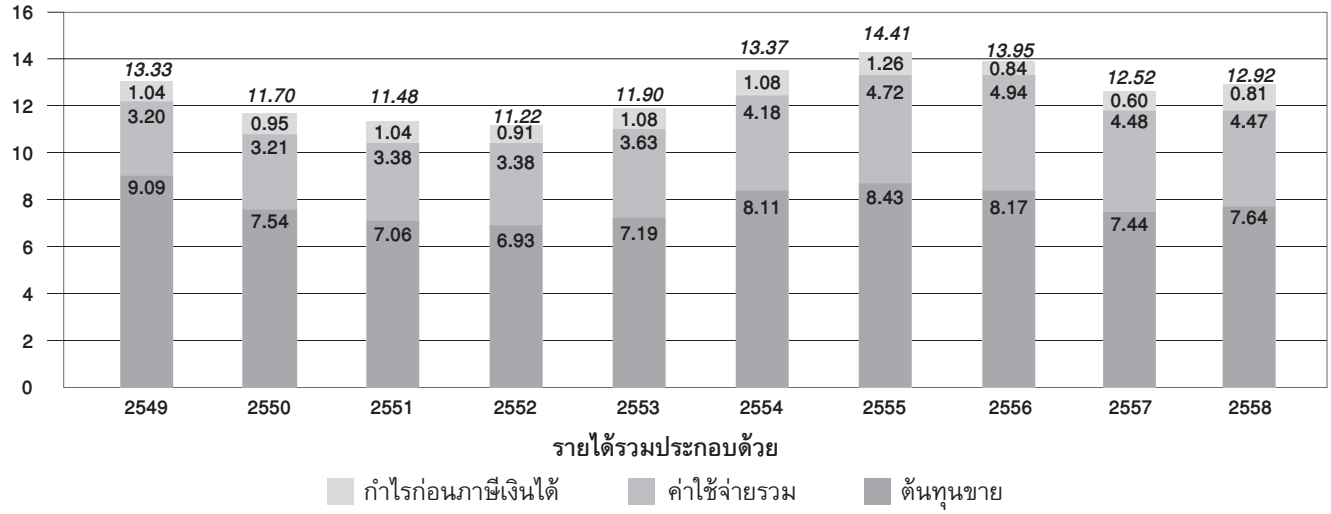
ในปี 2558 บริษัทฯมีรายได้ในกลุ่มเครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ 3,236.10 ล้านบาท ลดลงจากปี 2557 16.87 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 0.52 ซึ่งในปี 2557 ลดลงร้อยละ12.68 โดยในปี 2558 ได้พัฒนาการออกสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยทำการสำรวจและวิจัยผู้บริโภค พัฒนาระบบการทำงานให้กระชับและมีประสิทธิภาพขึ้น เพิ่มช่องทางการขายด้าน TV Shopping และการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ต้นทุนลดลง ส่งผลให้มีกำไรเพิ่มจากปี 2557

อื่นๆ

รายได้หลักของกลุ่มอื่นๆ ได้แก่ เครื่องแต่งกายเด็ก ชุดออกกำลังกาย เสื้อผ้าชุดเครื่องกีฬา เครื่องหนัง และสินค้าในครัวเรือน เช่น น้ำยาซักล้าง และบำรุงรักษาเครื่องนุ่งห่ม ในปี 2558 บริษัทได้ออกสินค้าใหม่ นมถั่วเหลืองผสมข้าวโพด เพื่อขยายช่องทางขายสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ในปี 2558 บริษัทฯมีรายได้ในกลุ่มอื่นจำนวน 3,680.22 ล้านบาท ลดลงจากปี 2557 13.16 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 0.36 ซึ่งในปี 2557 ลดลงร้อยละ 8.54 มีกำไรจากการดำเนินงาน 147.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 18.35 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.23 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลให้ผู้บริโภคลดการซื้อสินค้าที่จัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยลง หรือจะเลือกซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลง บริษัทสามารถทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีต้นทุนลดลง ทำให้มีกำไรเพิ่มขึ้นจากปี 2557

รายได้อื่น

ในปี 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้อื่นรวม 536.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 6.77 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.28 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายได้ที่มาจากเงินปันผล 378.45 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2557 45.94 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.82 และรายได้อื่นๆ 157.55 ล้านบาท ลดลง 34.31 ล้านบาท เนื่องจากปี 2557 มีรายการกำไรจากการกลับรายการด้อยค่าทรัพย์สิน 36.84 ล้านบาท



การแบ่งส่วนของรายได้รวม (พันล้านบาท)

ต้นทุนขาย

ในปี 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขาย 7,640.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 205.44 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.76 จากปี 2557 ตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น ในปี 2558 และปี 2557 มีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายร้อยละ 61.91 และ 61.79 ตามลำดับ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.12 เนื่องจากต้องทำกิจกรรมส่งเสริมการขายในบางกลุ่มสินค้ามากขึ้น เพื่อให้ยอดขายรวมบริษัทเพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ในปี 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารทั้งสิ้น 4,474.99 ล้านบาท ลดลงจากปี 2557 0.63 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 0.01 คิดเป็นสัดส่วนต่อยอดขายร้อยละ 36.26 ปี 2557 37.19 ลดลงร้อยละ 0.93 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่าใช้จ่ายในการขาย บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย ปี 2558 3,029.89 ล้านบาท ในปี 2557 3,114.84 ล้านบาท ลดลง 84.95 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.73 มาจากการลดลงของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากรที่ลดลง 47.90 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายและการตลาดลดลง 37.05 ล้านบาท เป็นผลจากในปี 2557 ค่าใช้จ่ายตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์สำหรับร้านค้าใหม่ 119.17 ล้านบาท บันทึกเป็นรายจ่ายทั้งจำนวน แต่ในปี 2558 บันทึกเป็นรายจ่ายฝ่ายทุนและตัดจ่ายเป็นค่าเสื่อมราคาในปี 2558 9.28 ล้านบาท มีค่าลิขสิทธิ์ 123.60 ล้านบาท ในปี 2558 เพิ่มขึ้นจากปี 2557 39.63 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีค่าใช้จ่ายในการบริหารปี 2558 1,444.16 ล้านบาท ในปี 2557 1,360.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 83.37 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.13 ส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากรเพิ่มขึ้นจำนวน 94.32 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.98 และค่าใช้จ่ายในการบริหารสำนักงานลดลงจำนวน 11.49 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้

ในปี 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีภาษีเงินได้ 105.46 ล้านบาท และปี 2557 59.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 46.31 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2557 เนื่องจากในปี 2558 บริษัทมีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้รอตัดบัญชี 3.60 ล้านบาท แต่ในปี 2557 มีรายได้ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี 30.56 ล้านบาท ทำให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2557

กำไรสุทธิ

ในปี 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลกำไรสุทธิ 703.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 158.01 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.98 เป็นผลจากยอดขายของบริษัทที่เพิ่มขึ้น และเงินลงทุนในบริษัทร่วมมีผลกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทมีส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม 44.66 ล้านบาท ในปี 2558 เพิ่มขึ้นจากปี 2557 94.34 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 189.89

3. การวิเคราะห์ฐานะการเงิน

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 18,565.16 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 31 ธันวาคม 2557 79.16 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.43 โดยมีรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

สินทรัพย์หมุนเวียน ณ 31 ธันวาคม 2558 มีจำนวน 6,891.97 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.12 ของสินทรัพย์รวม ลดลงจากปี 2557 26.64 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 0.39 โดยมีรายการเปลี่ยนแปลงสำคัญดังต่อไปนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลง 27.35 ล้านบาท เงินลงทุนในตั๋วรับฝากเงินระยะสั้นลดลง 18.34 ล้านบาท

- ลูกหนี้การค้าเพิ่มขึ้น 91.48 ล้านบาท เป็นผลจากในปี 2558 มีห้างสรรพสินค้าที่เปิดใหม่หลายแห่งทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทำให้ยอดลูกหนี้ที่เกิดจากการขายเพิ่มขึ้น
- สินค้าคงเหลือสุทธิลดลง 42.57 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทยังคงเน้นในเรื่องการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ การระบายสินค้า และลดปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ทำให้ยอดสินค้าคงเหลือลดลง

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนมีจำนวน 11,673.20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 62.88 ของสินทรัพย์ทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปี 2557 105.79 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.91 โดยมีรายการเปลี่ยนแปลงสำคัญดังต่อไปนี้

- เงินลงทุนเผื่อขายลดลง 194.57 ล้านบาท เกิดจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนเผื่อขายลดลง 264.20 ล้านบาท และมีการลงทุนเพิ่มจำนวน 69.63 ล้านบาท
- เงินลงทุนในบริษัทร่วมเพิ่มขึ้น 87.39 ล้านบาท เกิดจากการลงทุนเพิ่มในกิจการเดิม และการลงทุนเพิ่มในกิจการใหม่ 52.20 ล้านบาท และมีส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม 44.66 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทร่วมมีผลการดำเนินงานดีขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2557
- อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนสุทธิลดลง 79.09 ล้านบาท เกิดจากที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ให้เช่าแก่บริษัทย่อย ถูกโอนไปเป็นที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์เพื่อใช้งาน
- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิเพิ่มขึ้น 165.97 ล้านบาท เกิดจากในปี 2558 ซื้อที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ประโยชน์สำหรับกิจการ ค่าใช้จ่ายในการตกแต่ง SHOP ที่เปิดใหม่ และค่าเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ สำหรับร้านค้าใหม่ทั่วประเทศ

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 2,579.37 ล้านบาท ลดลงจากปี 2557 164.39 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.99 หนี้สินส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มหนี้สินหมุนเวียนที่เกี่ยวกับการค้า รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

หนี้สินหมุนเวียน รวมทั้งสิ้น 2,022.54 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 78.41 ของหนี้สินรวม ลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 96.70 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 4.56 เนื่องจากการลดลงในรายการเจ้าหนี้การค้า 156.51 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากการลดปริมาณสั่งซื้อตามนโยบายลดภาระสินค้าคงคลังที่มีอยู่เพื่อให้มีปริมาณที่เหมาะสม

หนี้สินไม่หมุนเวียน รวมทั้งสิ้น 556.84 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21.59 ของหนี้สินรวม ลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 67.69 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 10.84 สาเหตุมาจากรายการภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานที่มีการประเมินหนี้สินใหม่โดยนักคณิตศาสตร์ประกันภัย ทำให้มียอดลดลง 42.71 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมทั้งสิ้น 16,001.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากวันที่ 31 ธันวาคม 2557 266.55 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.69 เนื่องมาจากในปี 2558 มีการจ่ายเงินปันผล 305.17 ล้านบาท กำไรจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยสำหรับโครงการผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น 77.10 ล้านบาท ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนเผื่อขายลดลง 211.36 ล้านบาท และกำไรสุทธิประจำปี 703.19 ล้านบาท

4. คุณภาพสินทรัพย์และความสามารถในการบริหารทรัพย์สิน

บริษัทฯ มีการพิจารณาคุณภาพของลูกหนี้โดยมีการวิเคราะห์ลูกหนี้แต่ละรายในการให้เครดิตเทอม บริษัทมีการติดตามหนี้คงค้างอย่างสม่ำเสมอ และมีการพิจารณาการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ที่ค้างนาน โดยในปี 2558 บริษัทมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญคิดเป็นร้อยละ 1.69 ของยอดลูกหนี้การค้า ซึ่งลดลงจากปี 2557 ร้อยละ 0.13 (ปี 2557 เท่ากับร้อยละ 1.56)

นโยบายการให้สินเชื่อสำหรับลูกหนี้การค้ากำหนดดังนี้

1. ความสามารถในการชำระหนี้ค่าสินค้าของร้านค้า
2. ความเอาใจใส่ของผู้บริหารของร้านค้า
3. ศักยภาพการเจริญเติบโตของร้านค้า
4. มีระบบบัญชีที่ดี โปร่งใส ตรวจสอบได้
5. มีระบบการจัดการบริหารด้านคลังสินค้าและจัดส่งที่ดี
6. มีระบบการควบคุมภายในที่ดีรวมถึงการควบคุมการเข้าออกของพนักงานและสินค้าได้อย่างรัดกุม
7. มีหลักประกันที่มั่นคง แข็งแรง และครอบคลุม

ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ส่วนใหญ่ เป็นสินทรัพย์ที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยจัดหาสะสมมาใช้งานตลอด 51 ปี มูลค่าที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ณ วันที่ 31ธันวาคม 2558 มีทั้งสิ้น 2,623.08 ล้านบาท

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน เป็นสินทรัพย์ที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยถือครองไว้ใช้ในการหาประโยชน์โดยได้รับรายได้ในรูปค่าเช่าและรายได้จากการขาย ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีทั้งสิ้น 936.19 ล้านบาท

ในด้านเงินลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีกำไรที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงจากการปรับราคายุติธรรมของหลักทรัพย์ 3,038.37 ล้านบาท แสดงในส่วนของผู้ถือหุ้นและได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปเงินปันผล ปี 2558 ในอัตราร้อยละ 8.76 ต่อปี (ปี 2557 อัตราร้อยละ 8.07 ต่อปี) บริษัทฯ มีการบริหารเงินลงทุนต่างๆ โดยมีการแต่งตั้งบุคคลซึ่งอยู่ในบริษัทที่ร่วมลงทุนหรืออยู่ในบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับกิจการที่ลงทุนเป็นศูนย์ดูแลเงินลงทุนคอยติดตามตรวจสอบงบการเงิน และข้อมูลสถานการณ์ของบริษัทที่ลงทุน และรายงานทันทีที่เกิดเหตุการณ์ผิดปกติ หรือวิกฤติเพื่อช่วยกันหาแนวทางแก้ไข

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการสินค้า โดยพัฒนาระบบการบรรจุสินค้าด้วยเครื่องแยกบรรจุสินค้าแบบอัตโนมัติ ในการส่งสินค้าเข้าร้านค้าวันต่อวัน ต่อยอดจากระบบ CPFR (Collaborative Planning Forecast and Replenishment) ในการบริหารปริมาณสินค้าที่เหมาะสม บริษัทฯ ได้พัฒนามาระยะหนึ่งจึงเริ่มพัฒนาการเชื่อมโยงสู่คู่ค้า โรงงานผู้ผลิต และกระบวนการโลจิสติกส์ การจัดส่ง

ให้ครบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เพื่อวางแผนความต้องการของผู้บริโภค (Demand Planning) ร่วมกัน ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและลูกค้าที่แปรเปลี่ยนได้ทันท่วงที

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญในการบริหาร และการจัดการภูมิปัญญา (Knowledge Management) เตรียมความพร้อมรองรับข้อมูลสารสนเทศที่สามารถเรียกค้น ปรับปรุง กระจาย จัดเก็บ และสื่อสาร ด้านความรู้และเอกสารไฟล์การทำงานต่างๆ อย่างรวดเร็วทันสมัย สามารถนำไปใช้ในการทำงานครอบคลุมทั้งองค์กรอย่างยั่งยืนด้วยระบบ IBM Connection

จากความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอินเตอร์เน็ท ความสะดวกรวดเร็วในการใช้อุปกรณ์พกพา และระบบงานต่างๆที่เอื้อให้เกิดการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Ecommerce การสื่อสารทุกมิติในสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียง วีดีทัศน์ และอื่นๆ สื่อสังคมออนไลน์SocialMedia สร้างให้เกิดการแข่งขันในช่องทางการตลาดดิจิตอล บริษัทฯจึงเร่งพัฒนา Platform และธุรกิจ Ecommerce พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ B2C (Business to Consumer) ภายใต้ www.shopicc.com สำหรับ ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอางของบริษัทฯ ทั้งยังพัฒนา www.ethailandbest.com เว็บไซต์สื่อกลางการติดต่อซื้อขาย (E-market Place) รองรับผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการทั้งในกลุ่มสหกรุ๊ปและบริษัท ห้างร้าน โรงงานต่างๆ (B2B2C Business to Business to Consumer) เตรียมความพร้อมในการก้าวสู่การตลาด ดิจิตอลทั่วโลก นอกจากนั้นยังปรับปรุงเว็บไซต์ www.hishershopsmart.com เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสินค้าต่างๆเกือบทุกประเภท ตั้งแต่สินค้าเพื่อการอยู่อาศัย living product เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และในครัวเรือน จนถึงเครื่องแต่งกายประจำวัน เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการจับจ่ายเพียงปลายนิ้วสัมผัสด้วยอุปกรณ์พกพาต่างๆ พร้อมระบบการเชื่อมโยงคำสั่งซื้อไปยังการจัดเก็บสินค้า การขนส่ง และบริการให้คำแนะนำ Call Center Service เพื่อความประทับใจสูงสุดของลูกค้า

5. สภาพคล่องและความพอเพียงของเงินทุน

ปี	อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน	อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด	กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (ล้านบาท)
2558	3.41	0.15	305.89
2557	3.26	0.45	915.07
2556	3.42	0.37	870.68

จากอัตราส่วนสภาพคล่องพบว่าบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสภาพคล่องที่ดี มีทรัพย์สินหมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียน ในปี 2558 อัตราส่วนสภาพคล่อง 3.41 เท่า ปี 2557 3.26 เท่า สภาพคล่องดีขึ้นจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้า อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสดปี 2558 0.15 เท่า เทียบกับปี 2557 เท่ากับ 0.45 เท่า ลดลง 0.30 เท่า เกิดจากกระแสเงินสดได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานในปี 2558 ลดลงจากปี 2557 609.18 ล้านบาท เนื่องจาก

1. ในปี 2558 ได้รับเงินสดจากการรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้าน้อยกว่าปี 2557 จำนวน 299.11 ล้านบาท

2. ในปี 2558 จ่ายชำระเจ้าหนี้การค้ามากกว่าปี 2557 จำนวน 303.17 ล้านบาท และจ่ายชำระค่าสินค้าน้อยกว่าปี 2557 จำนวน 167.11 ล้านบาท

3. ในปี 2558 จ่ายชำระในโครงการอสังหาริมทรัพย์ระหว่างการพัฒนาน้อยกว่าปี 2557 จำนวน 104.15 ล้านบาท

4. ในปี 2558 จ่ายชำระหนี้สินอื่นๆ น้อยกว่า ปี2557 จำนวน 14.59 ล้านบาท

5. ในปี 2558 จ่ายชำระค่าสินทรัพย์อื่นๆ มากกว่าปี 2557 จำนวน 50.58 ล้านบาท

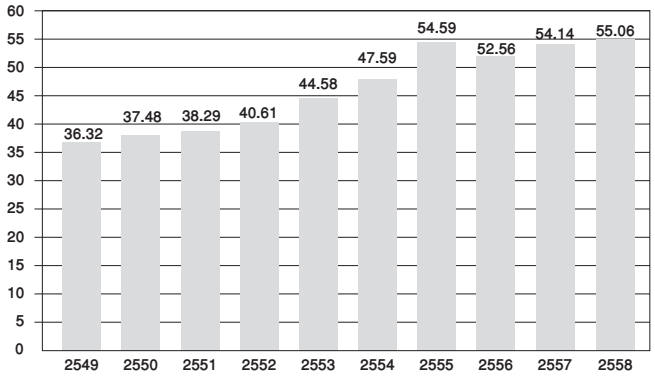
6. ในปี 2558 มีเงินสดรับหลังหักรายจ่ายดำเนินงานลดลง 91.44 ล้านบาท

บริษัทฯ มีแหล่งที่มาของเงินทุนหลักจาก 2 แหล่ง คือ 1. เงินรับจากกิจกรรมดำเนินงาน และ 2. เงินรับกิจกรรมลงทุน ในรูปแบบอสังหาริมทรัพย์ และเงินลงทุนในหุ้นทุน โดยบริษัทฯ มีรายได้จากการให้เช่า และขายอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน และเงินปันผลรับจากหุ้นทุนในอัตราที่สูง บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการสภาพคล่องของกิจการได้ดี และสามารถนำเงินในธุรกิจมาใช้จ่ายในกิจการโดยไม่ต้องอาศัยเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก รวมทั้งยังสามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอ

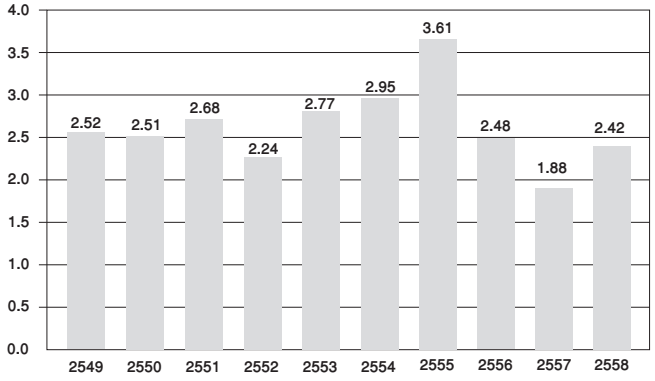
6. ความสามารถในการทำกำไร

ปี	อัตรากำไรต่อรายได้รวม (%)	อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)	อัตรากำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	กำไรต่อหุ้น (บาท)	ราคาตลาดต่อกำไร (เท่า)
2558	5.46	6.55	4.43	2.42	15.81
2557	4.34	5.00	3.51	1.88	21.01
2556	4.91	5.99	4.39	2.36	16.53

ในปี 2558 จะเห็นได้ว่าบริษัทมีความสามารถในการทำกำไรสูงขึ้นกว่าปี 2557 โดยมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานร้อยละ 6.55 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.55 เมื่อเทียบกับปี 2557 มีกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 2.42 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 0.54 บาท เนื่องจากในปี 2558 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสูงขึ้นจากปี 2559 309.82 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.57 และมีรายได้จากเงินปันผลรับเพิ่มขึ้นจากปี 2557 รวมถึงมีส่วนแบ่งกำไรของเงินลงทุนในบริษัทร่วมเพิ่มขึ้นจากปี 2557 ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจในปัจจุบันยังคงชะลอตัว แต่บริษัทมุ่งมั่นที่พัฒนาระบบต่างๆ เพื่อช่วยสนับสนุนในเรื่องของกระบวนการขายให้ดีขึ้น การพัฒนาทรัพยากรบุคคลในองค์กรให้มีศักยภาพ การให้ความรู้แก่พนักงานขายในการเพิ่มยอดขายให้กับบริษัท



มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (บาท)



กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)

7. วงจรหมุนของเงินสด

ปี	ระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ย	ระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ย	ระยะเวลาการชำระหนี้เฉลี่ย	วงจรการหมุนของเงินสด
2558	181.00	49.46	59.69	169.77
2557	192.76	53.10	62.48	183.38
2556	189.13	53.47	59.02	183.58

ในปี 2558 บริษัทฯ มีวงจรการหมุนของเงินสด (Operating cycle days) จำนวน 169.77 วัน ลดลง จากปี 2557 เป็น 13.61 วัน เกิดจาก

1. ระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ย ลดลงจาก 192.76 วัน ในปี 2557 เป็น 181.00 วัน ในปี 2558 สั้นลง 11.76 วัน เนื่องจากบริษัทสามารถลดสินค้าคงคลังลงจากปี 2557 จำนวน 42.57 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.10 และมีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.57

2. ระยะเวลาการรับชำระหนี้จากลูกหนี้ ในปี 2558 49.46 วัน เทียบกับในปี 2557 53.10 วัน ลดลง 3.64 วัน

3. ระยะเวลาการชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ ในปี 2558 59.69 วัน ปี 2557 62.48 วัน สั้นลง 2.79 วัน เกิดจากฐานตัวเลขในการคำนวณการจ่ายชำระหนี้ของบริษัท จ่ายตามข้อตกลงที่มีกับเจ้าหนี้ตลอดมาไม่ว่าสภาวะเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไรทำให้ระยะเวลาการชำระหนี้ค่อนข้างคงที่ เป็นส่วนหนึ่งของการดูแล STAKEHOLDER ตามนโยบายของบริษัท

8. ภาระผูกพันที่อาจมีผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ

ภาระผูกพันกับบุคคลหรือกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน รายละเอียดตามหมายเหตุประกอบงบการเงิน ข้อ 33 หน้า 176 ในรายงานประจำปี

บริษัทฯ มีภาระค้ำประกัน ให้กับบริษัท ร่วมทุน อยู่ 2 แห่ง จำนวน 85 ล้านบาท ซึ่งเป็นการค้ำประกันตามสัญญาร่วมทุนโดยค้ำประกันตามสัดส่วนการถือหุ้น และ มีภาระค้ำประกันให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันอยู่ 8 แห่ง จำนวน 137.22 ล้านบาท ซึ่งเป็นการสนับสนุนธุรกิจที่มีธุรกรรมต่อกันและธุรกิจที่เป็น Supply Chain

9. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในอนาคต

ตามที่บริษัท มีการพัฒนาระบบการสั่งผลิต การสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต และระบบการจัดส่งสินค้าไปยังร้านค้าต่างๆ ทั่วประเทศ การเพิ่มช่องทางการขาย Direct Marketing ผ่านทางสื่อ Online TV Shopping Catalog Sales การสำรวจและวิจัยความต้องการของผู้บริโภค การพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และมีนวัตกรรมใหม่ๆ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทยังอาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยที่มีต่อผลการดำเนินงานในอนาคต ดังนี้

- ภาวะเศรษฐกิจในประเทศ ที่ยังอาจได้รับผลจากความไม่แน่นอนทางการเมือง การชะลอตัวของการลงทุนจากภาครัฐในโครงการต่างๆ ส่งผลกระทบต่อรายได้ครัวเรือนที่ยังไม่ดีขึ้น จึงมีผลกระทบต่อการตัดสินใจในการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค
- ความได้เปรียบในการแข่งขันของตราสินค้าผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากต่างประเทศในราคาที่ได้เปรียบกว่าบริษัท ทำให้การแข่งขันด้านราคามีมากขึ้นทุกปี
- การแข่งขันในช่องทางการขาย Direct Marketing ต่อผู้บริโภคผ่านทาง Online ที่มีความรวดเร็วในการตอบสนองความสะดวกในการซื้อสินค้า ความรวดเร็วในการเข้าถึงผู้บริโภค และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าในช่องทางนี้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง