

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

1. ภาพรวมผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

สภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2561 มีการเติบโตประมาณร้อยละ 4.3 โดยมีการท่องเที่ยวและการส่งออก เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ ในปีนี้ นักลงทุนมีความกังวล เกี่ยวกับความตึงเครียดของสหรัฐฯ กับรัสเซียในกรณีของซีเรีย สงครามทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ตลอดจนการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ต่ออิหร่านจนส่งผลให้ราคาน้ำมันโลกเริ่มปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ทั้งโลกมีความกังวลว่าปัจจัยลบต่าง ๆ จะเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจโลกขยายตัวได้ช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ แม้ว่าการบริโภคในประเทศมีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อเนื่องจากปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการใช้จ่ายของกลุ่มผู้มีรายได้สูงเป็นสำคัญ สะท้อนจากยอดขายสินค้าคงทนโดยเฉพาะรถยนต์นั่งที่เติบโตมากในช่วงต้นปี แต่การใช้จ่ายของผู้มีรายได้ต่ำยังคงไม่เพิ่มขึ้นจะเห็นได้จากอัตราว่างงานเพิ่มขึ้น การทำงานล่วงเวลาลดลง ราคาสินค้าเกษตรที่ยังคงหดตัวลง ประกอบกับภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้แนวโน้มกำลังซื้อภาคครัวเรือนลดลง ภาคธุรกิจที่ต้องพึ่งพาผู้บริโภคในประเทศเป็นหลักต้องเผชิญกับภาวะกำลังซื้อที่ไม่ได้เติบโตสูงมาก แต่ไปกระจุกตัวในกลุ่มสินค้าที่พึ่งพาผู้มีรายได้สูง

ปี 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการขาย 12,349.63 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 จำนวน 97.35 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.78 มีกำไรสุทธิ 934.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 จำนวน 87.03 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.28 มีต้นทุนขาย 7,838.88 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 จำนวน 24.05 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.31 มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 4,527.42 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 จำนวน 160.88 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.43 สาเหตุที่บริษัทมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเป็นผลจากในปีก่อน บริษัทฯ เพิ่มงบค่าใช้จ่ายด้านการตลาดในการสร้างความรับรู้ของลูกค้าใหม่ ซึ่งส่งผลอย่างต่อเนื่องมาในปีนี้ จึงทำให้การใช้งบค่าใช้จ่ายการตลาดลดลง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีต้นทุนต่ำลง และค่าใช้จ่ายในด้านบุคลากรลดลงจากจำนวนบุคลากรที่ลดลง โดยบริษัทได้ใช้บุคลากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ และจะเพิ่มจำนวนบุคลากรเท่าที่จำเป็นเท่านั้น จึงส่งผลทำให้บริษัทมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น

นอกเหนือจากการพัฒนาช่องทางใหม่ที่มีอัตราเติบโตสูง อย่างการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการสื่อสารเชื่อมโยงกับลูกค้าสื่อสังคมออนไลน์ ที่สามารถสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง Application Line ในมือถือของลูกค้ารายบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเชื่อมโยงกับระบบภายในองค์กร เพื่อสื่อสารรายบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ

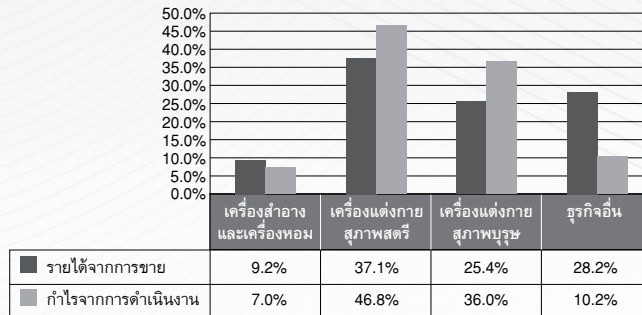
การเปลี่ยนแปลงธุรกิจขององค์กร Business Transformation จึงเป็นสิ่งจำเป็น ที่บริษัทต้องเร่งรีบ ถือเป็นกลยุทธ์ที่ไม่เพียงเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ Model Business ให้มุ่งเน้นความยั่งยืน จากความเข้าใจ และสื่อสารลูกค้ารายบุคคล และยังคงเชื่อมโยง Supply Chain ให้เกิดระบบนิเวศน์ธุรกิจที่จะเน้นในกระบวนการบริการลูกค้า และสร้างประสิทธิภาพการแข่งขันด้วย ระบบพยากรณ์ความต้องการ ระบบเครือข่ายลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการบริการคลังสินค้า การจัดส่ง Call Center รวมถึง Platform รองรับการซื้อขาย ที่ก่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และตอบสนองลูกค้าลูกค้าอย่างอัตโนมัติทันที่

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย จำนวน 4 บริษัท ดังนี้

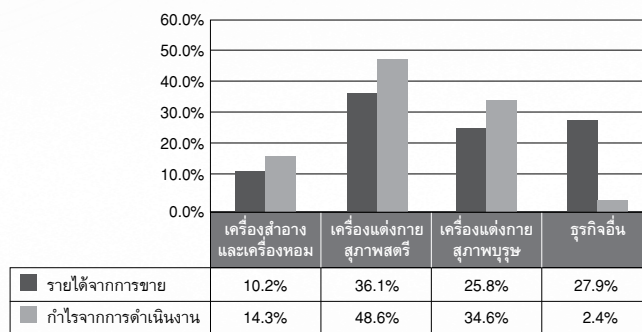
1. บริษัท ดับเบิลยู บี อาร์ท จำกัด ทำธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ โดยทำโครงการบ้านจัดสรรทาวน์เฮ้าส์ ที่ศรีราชา ใกล้กับ นิคมอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ เพื่อเป็นการขยายช่องทางธุรกิจใหม่ให้กับบริษัท
2. Amis Du Monde SARL ในประเทศฝรั่งเศส โดยเปิดเป็น Shop ในย่านถนนของเซลิเซ่ แหล่งช้อปปิ้งชั้นนำของฝรั่งเศส เพื่อนำ Brand BSC สู่ตลาดต่างประเทศ ในการเป็น International Brand ภายใต้ชื่อ BSC International โดยเริ่มดำเนินการในกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าเสื้อผ้า จากการประชุมกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2559 เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2559 ได้พิจารณาและมติเห็นชอบในการดำเนินการเลิกกิจการ เนื่องจากมีผลการดำเนินงานขาดทุนมาตลอด บริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัท อามี ดู มงด์ จำกัด จำนวน 119,304 หุ้น คิดเป็น 81.92 % ของทุนจดทะเบียนในราคาที่เราไว้หุ้นละ 10.00 EURO เป็นเงิน 1,193,040.00 EURO เทียบเป็นเงินไทยประมาณ 48.92 ล้านบาท บริษัทฯ ได้ตั้งสำรองด้อยค่าเงินลงทุนไว้แล้วเป็นจำนวน 48.92 ล้านบาท บริษัทฯ กำลังดำเนินการเลิกกิจการ และชำระบัญชีตามกระบวนการกฎหมายของประเทศฝรั่งเศสคาดว่าจะดำเนินการเสร็จภายในปี 2562
3. บริษัท ไหมทอง จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเป็น Supply Chain ที่สำคัญของบริษัทฯ สำหรับผลิตสินค้าเสื้อผ้า เพื่อจัดจำหน่ายในนามบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) โดยบริษัท ไหมทอง จำกัด เป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์ตราสินค้าที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่าย รวมถึงผลิตเสื้อผ้านิฟอรัม ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ เป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทั้งนี้บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้บริษัท ไหมทอง จำกัด ดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง และมีผลประกอบการที่ดี เพื่อบริษัทจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของเงินปันผล
4. Canchana International Co.,Ltd. เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ในราชอาณาจักรกัมพูชา เพื่อเป็นการขยายตลาดไปยังกลุ่ม CLMV การดำเนินธุรกิจมีผลประกอบการที่ต่อเนื่อง

2. ผลการดำเนินงาน และความสามารถในการทำกำไร

สัดส่วนรายได้จากการขายและกำไรจากการดำเนินงานตามสายผลิตภัณฑ์ ปี 2561



สัดส่วนรายได้จากการขายและกำไรจากการดำเนินงานตามสายผลิตภัณฑ์ ปี 2560



รายได้จากการขาย

ในปี 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการขาย 12,349.63 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 เท่ากับ 97.35 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.78 เมื่อเทียบกับรายได้จากการขาย 12,446.98 ล้านบาท ในปี 2560

รายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยประกอบด้วยรายได้ 3 สายผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ เครื่องสำอางและเครื่องหอม เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี และเครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ โดยมีรายละเอียดรายได้และกำไรในแต่ละสายผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบระหว่างปี 2561 และ 2560 ดังนี้

(หน่วย :ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์	รายได้จากการขาย		%	กำไรจากการดำเนินงาน		%
	2561	2560		2561	2560	
เครื่องสำอางและเครื่องหอม	1,142.32	1,273.62	(10.31)	70.62	121.74	(41.99)
เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี	4,587.85	4,491.63	2.14	469.45	412.95	13.68
เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ	3,131.27	3,211.01	(2.48)	361.91	293.79	23.19
อื่น ๆ	3,488.20	3,470.71	0.50	101.93	20.56	395.79
รวม	12,349.63	12,446.98	(0.78)	1,003.92	849.04	18.24

เครื่องสำอางและเครื่องหอม

ในปี 2561 บริษัทฯ มีรายได้จากกลุ่มเครื่องสำอางและเครื่องหอม 1,142.32 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 131.30 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 10.31 มีกำไรจากการดำเนินงานในปี 2561 70.62 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 51.12 ล้านบาทหรือร้อยละ 41.99 เนื่องจาก

- พฤติกรรมของผู้บริโภคในการมาซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า ลดลงกว่า 30%
- การขายสินค้าผ่านช่องทาง ONLINE เพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มเครื่องสำอาง ผู้ประกอบการใหม่รายย่อยที่เข้ามาขายในช่องทาง ONLINE ขยายตัวได้ง่ายและรวดเร็วโดยมีต้นทุนการตลาดที่ต่ำ
- การแข่งขันด้านราคาจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่ใช้ราคาถูกลงตอบสนองลูกค้า
- การแข่งขันกับสินค้าชั้นนำจากต่างประเทศยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง

เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี

ในปี 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้ในกลุ่มเครื่องแต่งกายสุภาพสตรี 4,587.85 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 96.21 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.14 มีผลกำไรจากการดำเนินงาน 469.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 56.51 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.68 สาเหตุหลักมาจาก

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

- กลุ่มสินค้าชุดชั้นในสตรี ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดย
 - ออกสินค้าที่มีนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
 - มีขบวนการสั่งซื้อสินค้าวิธีใหม่ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
 - นำฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (BIG DATA) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการออกสินค้าและ กลยุทธ์การตลาด
- ปรับลดจุดขายในกลุ่มสินค้า FASHION ที่ไม่มีประสิทธิภาพลง ส่งผลทำให้ค่าใช้จ่ายลดลง
- ขยายช่องทางขายด้าน DIRECT MARKETING อย่างต่อเนื่อง อาทิ TV SHOPPING และ WEB PARTNER ต่างๆ

เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ

ในปี 2561 บริษัทฯมีรายได้ในกลุ่มเครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ 3,131.27 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 79.75 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 2.48 กำไรจากการดำเนินงาน 361.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 68.12 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.19 สาเหตุหลักมาจาก

- รายได้จากการขายสินค้า CLMV ลดลง อาทิ ในประเทศพม่า จากภาวะเศรษฐกิจในพม่า ค่าเงินที่อ่อนตัวลงมาก ส่งผลต่อราคาสินค้าที่แพงขึ้นซึ่งมีผลกระทบต่อสินค้าเสื้อผ้าซึ่งเป็นประเภทฟุ่มเฟือยลดลง
- การออกสินค้ากลุ่มที่เป็น CASUAL FASHION ตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดี ส่วนสินค้ากลุ่ม BUSINESS จะชะลอตัวลดลง
- การสั่งซื้อสินค้าที่มี MARGIN สูงขึ้นและการขายจากกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีต้นทุนต่ำลง ส่งผลให้กำไรเพิ่มขึ้น

อื่น ๆ

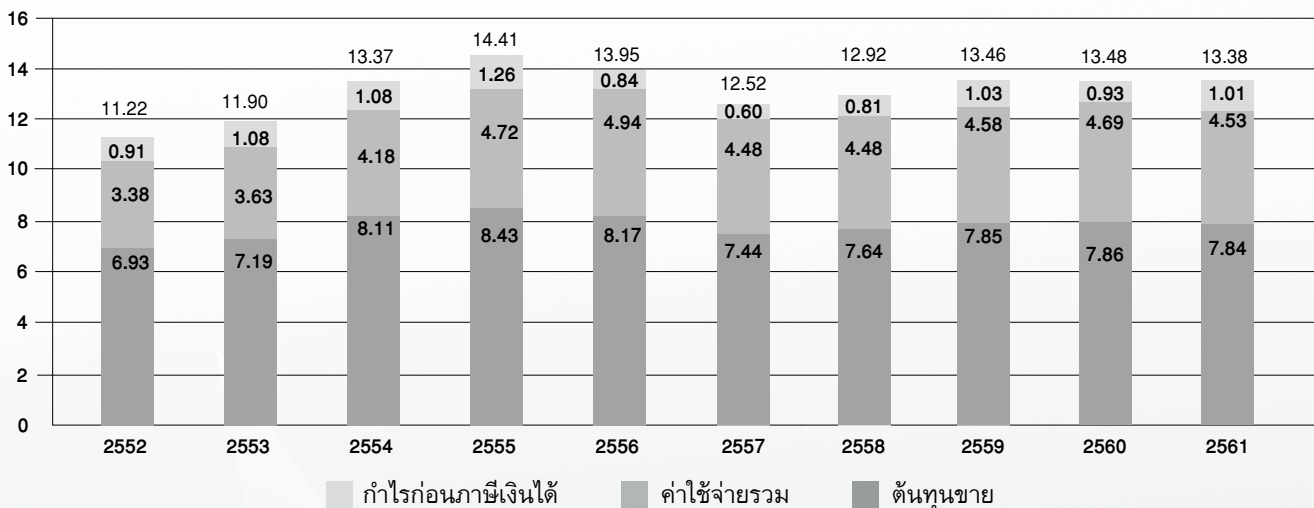
รายได้หลักของกลุ่มอื่น ๆ ได้แก่ เครื่องแต่งกายเด็ก ชุดออกกำลังกาย เสื้อผ้าชุดเครื่องกีฬา เครื่องหนัง และสินค้าในครัวเรือน เช่น น້ายซักล้าง และบำรุงรักษาเครื่องนุ่งห่ม ในปี 2561 บริษัทฯมีรายได้ในกลุ่มอื่นจำนวน 3,488.20 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 17.49 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.50 มีกำไรจากการดำเนินงาน 101.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 81.37 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 395.79 เนื่องจาก

- กลุ่มสินค้าในครัวเรือน มีการเติบโตที่ดีกว่าปีก่อน จากการทำการตลาดโดยใช้ Celebrity ที่มีชื่อเสียงต่อการซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังได้ออกสินค้ากลุ่มนั้ยซักล้างสูตรใหม่ที่ตอบสนองความพอใจของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี
- การขยายประเภทสินค้าในกลุ่มเครื่องแต่งกายเด็กที่ส่งผลให้รายได้จากการขายเติบโตและมี MARGIN ที่สูงขึ้น
- มีการขยายช่องทางขายผ่าน ONLINE โดยจัดหาสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในช่องทาง ONLINE มากขึ้น

รายได้อื่น

ในปี 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้อื่นรวม 978.63 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 31.98 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 3.16 ลดลงจากกำไรจากการขายเงินลงทุน 73.42 ล้านบาท กำไรจากการขายทรัพย์สินลดลง 48.86 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นจากเงินปันผลรับ 58.36 ล้านบาท และอื่น ๆ เพิ่มขึ้นอีก 31.94 ล้านบาท

รายได้รวมประกอบด้วย



การแบ่งส่วนของรายได้รวม (พันล้านบาท)

ต้นทุนขาย

ในปี 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขาย 7,838.88 ล้านบาท ลดลง 24.05 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 0.31 จากปี 2560 ในปี 2561 และปี 2560 มีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายร้อยละ 63.47 และ 63.17 ตามลำดับ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.30 เนื่องจากต้องทำกิจกรรมส่งเสริมการขายด้านราคาเพื่อเร่งระบายสินค้าที่ขายช้า เพื่อลดปริมาณสินค้าคงคลัง

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ในปี 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารทั้งสิ้น 4,527.42 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 จำนวน 160.88 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.43 คิดเป็นสัดส่วนต่อยอดขายร้อยละ 36.66 ปี 2560 37.67 ลดลงร้อยละ 1.01 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่าใช้จ่ายในการขาย บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขายปี 2561 2,890.38 ล้านบาท ในปี 2560 3,078.12 ล้านบาท ลดลง 187.73 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.10 เนื่องจากในปีก่อน บริษัทฯ เพิ่มงบค่าใช้จ่ายด้านการตลาดในการสร้างความรับรู้ของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลอย่างต่อเนื่องมาในปีนี้ จึงทำให้การชิงบค่าใช้จ่ายการตลาดลดลง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีต้นทุนต่ำลง และค่าใช้จ่ายในด้านบุคลากรลดลงจากจำนวนบุคลากรที่ลดลง โดยบริษัทได้ใช้บุคลากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ และจะเพิ่มจำนวนบุคลากรเท่าที่จำเป็นเท่านั้น

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีค่าใช้จ่ายในการบริหารปี 2561 1,637.04 ล้านบาท ในปี 2560 1,610.18 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.86 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.67 สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินประเภทค่าตกแต่งคอนเนอร์ร้านค้า SHOP ที่เปิดใหม่ และหนี้สงสัยจะสูญ

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้

ในปี 2561 บริษัทฯ มีภาษีเงินได้ 74.85 ล้านบาท และปี 2560 86.49 ล้านบาท ลดลง 11.64 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2560 เนื่องจากในปี 2561 บริษัทฯ มีรายการหักลดหย่อนทางภาษีเพิ่มขึ้นทำให้ภาษีเงินได้ลดลง 38.90 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้รอตัดบัญชีเพิ่มขึ้น 27.26 ล้านบาท (2560:28.58 ล้านบาท 2560:1.32 ล้านบาท) ทำให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่ลดลงจากปี 2560

กำไรสุทธิ

ในปี 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลกำไรสุทธิ 934.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 87.03 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.28 เป็นผลจากการลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด และการบริหารบุคลากรที่มีอยู่ให้มีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีรายได้จากเงินปันผลรับเพิ่มขึ้น

3. การวิเคราะห์ฐานะการเงิน

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 23,549.51 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 31 ธันวาคม 2560 269.35 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.16 โดยมีรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

สินทรัพย์หมุนเวียน ณ 31 ธันวาคม 2561 มีจำนวน 7,655.76 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 32.51 ของสินทรัพย์รวม เพิ่มขึ้นจากปี 2560 752.85 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.91 โดยมีรายการเปลี่ยนแปลงสำคัญดังต่อไปนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น 493.27 ล้านบาท จากผลการดำเนินงาน 434.91 ล้านบาท และจากเงินปันผลรับ 58.36 ล้านบาท
- เงินลงทุนชั่วคราว เพิ่มขึ้น 412.80 ล้านบาท เนื่องจากการลงทุนระยะสั้นเพิ่มขึ้น
- เงินให้กู้ยืมระยะสั้นเพิ่มขึ้น 60.00 ล้านบาท จากการเปลี่ยนแปลงประเภทเงินให้กู้ยืมจากระยะยาวเป็นระยะสั้น ของบริษัทร่วม ตามระยะเวลาที่จะถึงกำหนดเวลาในการชำระคืนเงินกู้
- ลูกหนี้การค้าลดลง 136.41 ล้านบาท เนื่องจากการติดตามหนี้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- สินค้าคงเหลือสุทธิลดลง 69.80 ล้านบาท ตามที่บริษัทมุ่งเน้นในการลดสินค้าคงคลัง บริหารจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพ ปรับปริมาณการสั่งซื้อ และเร่งระบายสินค้าที่เกิดการขายช้า ส่งผลให้สินค้าคงเหลือลดลง

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน ณ 31 ธันวาคม 2561 มีจำนวน 15,893.75 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 67.49 ของสินทรัพย์รวม ลดลงจากปี 2560 483.49 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 2.95 โดยมีรายการเปลี่ยนแปลงสำคัญดังต่อไปนี้

- เงินลงทุนระยะยาวอื่นลดลง 404.64 ล้านบาท เนื่องจากได้แปลงสภาพหุ้นกู้จำนวน 398.69 ล้านบาทเป็นหุ้นสามัญ จึงได้เปลี่ยนจากประเภทเงินลงทุนระยะยาว เป็นเงินลงทุนเผื่อขาย
- เงินให้กู้ยืมระยะยาวลดลง 60.00 ล้านบาท จากการเปลี่ยนแปลงประเภทเงินให้กู้ยืมจากระยะยาวเป็นระยะสั้น ของบริษัทร่วม ตามระยะเวลาที่จะถึงกำหนดเวลาในการชำระคืนเงินกู้
- อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนสุทธิลดลง 26.75 ล้านบาท เกิดจากการขายที่ดินและอาคาร

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 3,304.28 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 65.24 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.94 รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

หนี้สินหมุนเวียน รวมทั้งสิ้น 1,980.54 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 59.94 ของหนี้สินรวม ลดลงจากปี 2560 33.33 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 1.66 เนื่องจากการลดลงของภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย 44.78 ล้านบาท เจ้าหนี้การค้า 37.96 ล้านบาท

หนี้สินไม่หมุนเวียน รวมทั้งสิ้น 1,323.74 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 40.06 ของหนี้สินรวม ลดลงจากปี 2560 31.90 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 2.35 สาเหตุหลักมาจากรายการหนี้สินภาษีเงินได้รอตัดบัญชีลดลง 41.98 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมทั้งสิ้น 20,245.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 334.59 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.68 เนื่องจาก กำไรสุทธิ 934.02 ล้านบาท สำรองทั่วไปเพิ่มขึ้น 79.84 ล้านบาท องค์กรประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้นลดลง 314.71 ล้านบาทจากการเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนเผื่อขายเป็นหลัก มีการจ่ายเงินปันผล 319.70 ล้านบาท และการเปลี่ยนแปลงส่วนได้เสียในบริษัทย่อยเพิ่มขึ้น 4.56 ล้านบาท

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

4. คุณภาพสินทรัพย์และความสามารถในการบริหารทรัพย์สิน

บริษัท มีการพิจารณาคุณภาพของลูกหนี้โดยมีการวิเคราะห์ลูกหนี้แต่ละรายในการให้เครดิตต่อม บริษัทมีการติดตามหนี้ค้างอย่างสม่ำเสมอ และมีการพิจารณาการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ที่ค้างนาน โดยในปี 2561 บริษัทมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญคิดเป็นร้อยละ 0.78 ของยอดลูกหนี้การค้า (ปี 2560 เท่ากับร้อยละ 1.08)

นโยบายการให้สินเชื่อสำหรับลูกหนี้การค้ากำหนดดังนี้

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

ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ส่วนใหญ่ เป็นสินทรัพย์ของบริษัท และบริษัททยอยจัดหาสะสมมาใช้งานตลอด 54 ปี มูลค่าที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีทั้งสิ้น 2,848.80 ล้านบาท

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน เป็นสินทรัพย์ของบริษัท และบริษัททยอยถือครองไว้ใช้ในการหาประโยชน์โดยได้รับรายได้ในรูปค่าเช่าและรายได้จากการขาย ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีทั้งสิ้น 1,005.02 ล้านบาท

ในด้านเงินลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัท มีกำไรที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงจากการปรับราคายุติธรรมของหลักทรัพย์ 6,861.14 ล้านบาท แสดงในส่วนของผู้ถือหุ้นและได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนทั่วไปในรูปเงินปันผล ปี 2561 ในอัตราร้อยละ 10.60 ต่อปี (ปี 2560 อัตราร้อยละ 9.70 ต่อปี) บริษัท มีการบริหารเงินลงทุนต่าง ๆ โดยมีการแต่งตั้งบุคคลซึ่งอยู่ในบริษัทที่ร่วมลงทุนหรืออยู่ในบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับกิจการที่ลงทุน เป็นศูนย์ดูแลเงินลงทุนคอยติดตามตรวจสอบงบการเงิน และข้อมูลสถานการณ์ของบริษัทที่ลงทุน และรายงานทันทีที่เกิดเหตุการณ์ผิดปกติ หรือวิกฤติเพื่อช่วยกันหาแนวทางแก้ไข

5. สภาพคล่องและความพอเพียงของเงินทุน

ปี	อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน	อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด	กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (ล้านบาท)
2561	3.87	0.35	705.01
2560	3.43	0.08	156.00
2559	3.58	0.53	1,063.55

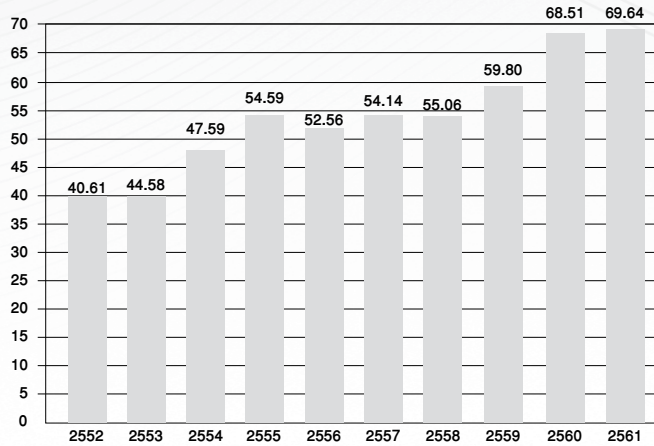
จากอัตราส่วนสภาพคล่องพบว่าบริษัท และบริษัทย่อยมีสภาพคล่องที่ดี มีทรัพย์สินหมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียน ในปี 2561 อัตราส่วนสภาพคล่อง 3.87 เท่า ปี 2560 3.43 เท่า สภาพคล่องเพิ่มขึ้น 0.44 เท่า อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสดปี 2561 0.35 เท่า เทียบกับปี 2560 เท่ากับ 0.08 เท่า เพิ่มขึ้น 0.27 เท่า เกิดจากกระแสเงินสดได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานในปี 2561 เพิ่มขึ้น จากปี 2560 549.01 ล้านบาท เนื่องจาก ในปี 2561 ได้รับเงินสดจากการรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้ามากกว่าปี 2560 จำนวน 495.49 ล้านบาท

บริษัท มีแหล่งที่มาของเงินทุนหลักจาก 2 แหล่ง คือ 1. เงินรับจากกิจกรรมดำเนินงาน และ 2. เงินรับจากกิจกรรมลงทุน ในรูปแบบอสังหาริมทรัพย์ และเงินลงทุนในหุ้นทุน โดยบริษัท มีรายได้จากการให้เช่า และขายอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน และเงินปันผลรับจากหุ้นทุนในอัตราที่สูง บริษัท สามารถบริหารจัดการสภาพคล่องของกิจการได้ดี และสามารถนำเงินในธุรกิจมาใช้จ่ายในกิจการโดยไม่ต้องอาศัยเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก รวมทั้งยังสามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอ

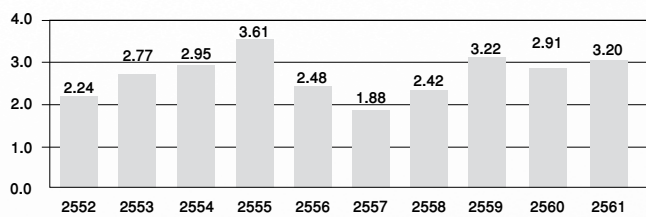
6. ความสามารถในการทำกำไร

ปี	อัตรากำไรต่อรายได้รวม (%)	อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)	อัตรากำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	กำไรต่อหุ้น (%)	ราคาตลาดต่อกำไร (เท่า)
2561	6.99	8.17	4.64	3.20	12.97
2560	6.29	7.50	4.54	2.91	13.49
2559	6.98	8.17	5.61	3.22	11.34

ในปี 2561 บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรสูงกว่าปี 2560 โดยมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานร้อยละ 8.17 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.67 เมื่อเทียบกับปี 2560 มีกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 3.20 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.29 เนื่องจากในปี 2561 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงจากปี 2560 160.88 ล้านบาท เนื่องจาก ในปีก่อน บริษัทฯ เพิ่มงบค่าใช้จ่ายด้านการตลาดในการสร้างความรับรู้ของลูกค้าใหม่ ซึ่งส่งผลอย่างต่อเนื่องมาในปีนี้ จึงทำให้การใช้งบค่าใช้จ่ายการตลาดลดลง และค่าใช้จ่ายในด้านบุคลากรลดลงจากจำนวนบุคลากรที่ลดลง โดยบริษัทฯ ได้ใช้บุคลากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ และจะเพิ่มจำนวนบุคลากรเท่าที่จำเป็นเท่านั้น



มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (บาท)



กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)

7. วงจรหมุนของเงินสด

ปี	ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	ระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ย	ระยะเวลาการชำระหนี้เฉลี่ย	วงจรการหมุนของเงินสด
2561	155.77	54.43	59.36	150.84
2560	162.90	49.74	60.44	152.20
2559	172.14	45.08	57.71	159.51

ในปี 2561 บริษัทฯ มีวงจรการหมุนของเงินสด (Operating cycle days) จำนวน 150.84 วัน ลดลง จากปี 2560 เป็น 1 วัน เกิดจาก

1. ระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ย ในปี 2561 155.77 วัน เทียบกับในปี 2560 162.90 วัน ลดลง 7 วัน เนื่องจากบริษัทเร่งระบายสินค้าคงคลังได้เร็วขึ้นส่งผลให้สินค้าคงคลังลดลงจากปี 2560 จำนวน 69.80 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.04
2. ระยะเวลาการรับชำระหนี้จากลูกหนี้ ในปี 2561 54.43 วัน เทียบกับในปี 2560 49.74 วัน เพิ่มขึ้น 5 วัน เนื่องจากในปี 2561 มีการจัดการในการเก็บหนี้ได้เร็วขึ้น
3. ระยะเวลาการชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ ในปี 2561 59.36 วัน ปี 2560 60.44 วัน ลดลง 1 วัน เกิดจากฐานตัวเลขของวันวางบิลในการคำนวณการจ่ายชำระหนี้ของบริษัทฯ ซึ่งจ่ายตามข้อตกลงที่มีกับเจ้าหนี้ตลอดมาไม่ว่าสภาวะเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไร ทำให้ระยะเวลาการชำระหนี้ค่อนข้างคงที่ เป็นส่วนหนึ่งของการดูแล STAKEHOLDER ตามนโยบายของบริษัทฯ

8. ภาระผูกพันที่อาจมีผลกระทบต่อฐานะการเงิน / ผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ

ภาระผูกพันกับบุคคลหรือกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน รายละเอียดตามหมายเหตุประกอบงบการเงิน ข้อ 33 หน้า 184 ในรายงานประจำปี บริษัทฯ มีภาระค้ำประกัน ให้กับบริษัท ร่วมทุน อยู่ 12 แห่ง จำนวน 333.08 ล้านบาท ซึ่งเป็นการค้ำประกันตามสัญญาร่วมทุนโดยค้ำประกันตามสัดส่วนการถือหุ้น

9. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในอนาคต

บริษัทยังอาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยที่มีต่อผลการดำเนินงานในอนาคต ดังนี้

1. การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี

การแข่งขันในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่เป็นแค่ความแตกต่างของสินค้าและบริการ แต่ยังคงเป็นการสร้างความแตกต่างและความเข้าใจในการสร้างประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผล ต่อทั้งคุณค่าตราสินค้า และพลังของการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ หรือเว็บไซต์ต่าง ๆ บริษัทฯจึงเร่งพัฒนาระบบการสื่อสาร อย่างอัตโนมัติ ถึงมือถือลูกค้า พร้อมสินค้าและบริการเฉพาะกลุ่ม เฉพาะคน และยังคงปรับรูปแบบธุรกิจที่มุ่งเน้นเพียงขายสินค้า สร้าง platform เพื่อบริการลูกค้าใหม่ ในการจับจ่ายเชื่อมโยง Off-line คำปลื้มตาม ร้านค้า สู่อ-online ใน platform ต่าง ๆ อาทิ facebook ของแต่ละแบรนด์ เว็บ e-commerce หรือแม้แต่ลูกค้าออนไลน์ Lazada, shopee, TV Shopping

2. การแข่งขันของตลาดภายนอก

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการขนาดเล็กเพิ่มจำนวนมากที่เข้ามาในช่องทาง ONLINE ที่มีต้นทุนต่ำในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้า การขายที่เข้าถึงลูกค้าโดยตรง และยังแข่งขันในราคาที่ถูกที่ตรงกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่กำลังถึงความพอใจที่ตนจะได้รับและความพอใจในกลุ่มสังคม ONLINE ที่ตนร่วมด้วยโดยไม่ยึดติดกับยี่ห้อตราสินค้า นอกจากนี้ยังมี Brand ที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศที่เข้ามาในราคาที่ถูกเข้าถึงได้ง่าย สินค้าที่มีรูปแบบทันสมัย และคุณภาพเป็นที่ยอมรับ