

1. ภาพรวมผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

สภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2562 มีการเติบโตประมาณร้อยละ 2.6% ต่ำสุดในรอบ 5 ปี การส่งออกติดลบประมาณ 1.32% และการท่องเที่ยวทั้งระบบทรุดตัวลงมาก นักลงทุนมีความกังวล เกี่ยวกับสงครามทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนที่ยังมีความยืดเยื้อไม่เห็นทิศทางที่จะยุติได้ ตลอดจนภาพรวมของเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มไม่ขยายตัว นอกจากนี้การบริโภคในประเทศมีแนวโน้มหดตัวลงจากปีก่อน การปรับมาตรการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่ของธนาคารแห่งประเทศไทย ส่งผลต่อธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์เติบโตลดลง อัตราการใช้จ่ายของผู้มีรายได้ต่ำลดลง ถึงแม้ภาครัฐจะมีมาตรการชิม ช้อปใช้ ก็ไม่ส่งผลต่อการเติบโตต่อเศรษฐกิจในภาพรวม ประกอบกับภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้แนวโน้มกำลังซื้อภาคครัวเรือนลดลง ภาคธุรกิจที่ต้องพึ่งพาผู้บริโภคในประเทศเป็นหลักต้องเผชิญกับภาวะกำลังซื้อที่ลดลงมาก

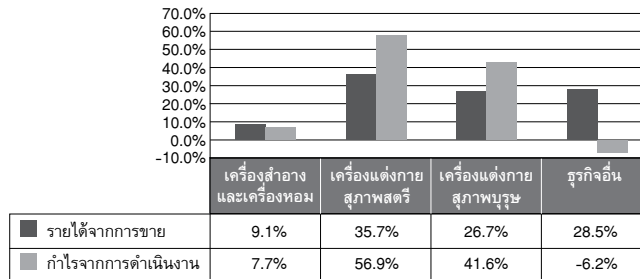
ปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการขาย 11,309.21 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 1,040.41 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.42 มีกำไรสุทธิ 719.04 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 214.98 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 23.02 มีต้นทุนขาย 7,568.02 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 270.85 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.46 มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 3,959.72 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 570.02 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.59 สาเหตุที่บริษัทมีกำไรสุทธิลดลง สาเหตุมาจากสภาวะเศรษฐกิจยังไม่เติบโต และกำลังการซื้อของผู้บริโภคทั้งในประเทศและนักท่องเที่ยวที่ลดลง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบางส่วนที่เปลี่ยนจากการใช้จ่ายใช้สอยไปทางด้านการกินและท่องเที่ยว ส่งผลให้ยอดขายลดลง รวมถึงต้นทุนสินค้าที่สูงขึ้นจากการปรับราคาสินค้าเพื่อให้ได้คุณภาพสินค้าที่ดีได้มาตรฐาน และบริษัทยังต้องมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อการกระตุ้นยอดขาย

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย จำนวน 4 บริษัท ดังนี้

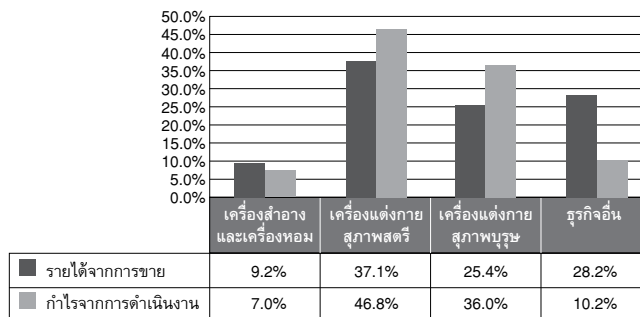
1. บริษัท ดับเบิลยู บี อาร์ อี จำกัด ทำธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ โดยทำโครงการบ้านจัดสรรทาวน์เฮ้าส์ ที่ ศรีราชา ใกล้กับ นิคมอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ เพื่อเป็นการขยายช่องทางธุรกิจใหม่ให้กับบริษัท
2. Amis Du Monde SARL ในประเทศฝรั่งเศส โดยเปิดเป็น Shop ในย่านถนนของเซลิเซ่ แหล่งช้อปปิ้งชั้นนำของฝรั่งเศส เพื่อนำ Brand BSC สู่ตลาดต่างประเทศ ในการเป็น International Brand ภายใต้ชื่อ BSC International โดยเริ่มดำเนินการในกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าเสื้อผ้า จากการประชุมกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2559 เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2559 ได้พิจารณาและมติเห็นชอบในการดำเนินการเลิกกิจการเนื่องจากมีผลการดำเนินงานขาดทุนมาตลอด 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 ได้ตั้งสำรองด้วยค่าเงินลงทุนไว้แล้วเป็นจำนวน 48.92 ล้านบาท บริษัทฯ กำลังดำเนินการเลิกกิจการ และชำระบัญชีตามกระบวนการกฎหมายของประเทศฝรั่งเศสคาดว่าจะดำเนินการเสร็จภายในปี 2563
3. บริษัท ไหมทอง จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเป็น Supply Chain ที่สำคัญของบริษัทฯ สำหรับผลิตสินค้าเสื้อผ้า เพื่อจัดจำหน่ายในนามบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) โดยบริษัท ไหมทอง จำกัด เป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์ตราสินค้าที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่าย รวมถึงผลิตเสื้อผ้ายูนิฟอร์ม ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ เป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทั้งนี้บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้บริษัท ไหมทอง จำกัด ดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง และมีผลประกอบการที่ดี เพื่อบริษัทจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล
4. Canchana International Co.,Ltd. เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ในราชอาณาจักรกัมพูชา เพื่อเป็นการขยายตลาดไปยังกลุ่ม CLMV การดำเนินธุรกิจมีผลประกอบการที่ดีอย่างต่อเนื่อง

2. ผลการดำเนินงาน และความสามารถในการทำกำไร

สัดส่วนรายได้จากการขายและกำไรจากการดำเนินงานตามสายผลิตภัณฑ์ ปี 2562



สัดส่วนรายได้จากการขายและกำไรจากการดำเนินงานตามสายผลิตภัณฑ์ ปี 2561



รายได้จากการขาย

ในปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการขาย 11,309.21 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 เท่ากับ 1,040.41 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.42 เมื่อเทียบกับรายได้จากการขาย 12,349.63 ล้านบาท ในปี 2561

รายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยประกอบด้วยรายได้ 3 สายผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ เครื่องปรับอากาศและเครื่องหอม เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี และเครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ โดยมีรายละเอียดรายได้และกำไรในแต่ละสายผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบระหว่างปี 2562 และ 2561 ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์	รายได้จากการขาย		%	กำไรจากการดำเนินงาน		%
	2562	2561		2562	2561	
เครื่องปรับอากาศและเครื่องหอม	1,027.27	1,142.32	(10.07)	50.18	70.62	(28.95)
เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี	4,039.57	4,587.85	(11.95)	370.52	469.45	(21.07)
เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ	3,021.02	3,131.27	(3.52)	271.19	361.91	(25.07)
อื่น ๆ	3,221.36	3,488.20	(7.65)	(40.61)	101.93	(139.84)
รวม	11,309.21	12,349.63	(8.42)	651.29	1,003.92	(35.13)

เครื่องปรับอากาศและเครื่องหอม

ในปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้จากกลุ่มเครื่องปรับอากาศและเครื่องหอม 1,027.27 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 115.05 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.07 มีกำไรจากการดำเนินงานในปี 2562 50.18 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 21.44 ล้านบาทหรือร้อยละ 28.95 เนื่องจาก

- ผู้ประกอบการใหม่ที่เป็นรายย่อยเกิดขึ้นมาก ที่สามารถหาแหล่งที่ผลิตสินค้าได้ง่าย และการลงทุนที่ไม่มากสามารถใช้เงินบัตรเครดิตที่ธนาคารมีให้
- พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า กล้าที่จะซื้อสินค้าจาก ONLINE มากขึ้นไม่กลัวความเสี่ยงจากการใช้สินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน
- การขายสินค้าผ่านช่องทาง ONLINE เพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มเครื่องปรับอากาศ ใช้ต้นทุนการตลาดที่ต่ำผ่านทาง SOCIAL MEDIA
- การแข่งขันด้านราคาจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่ใช้ราคาถูกลงตอบสนองลูกค้ามากขึ้นจากปีที่ผ่านมา
- การแข่งขันกับสินค้าชั้นนำจากต่างประเทศยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องทุกปี
- บริษัทฯ ยังคงต้องใช้งบการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อการแข่งขัน

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี

ในปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้ในกลุ่มเครื่องแต่งกายสุภาพสตรี 4,039.57 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 548.28 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.95 มีผลกำไรจากการดำเนินงาน 370.52 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 98.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.07 สาเหตุหลักมาจาก

- การลดลงของลูกค้านักท่องเที่ยวโดยเฉพาะลูกค้าจากจีน ซึ่งได้เปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายจากการซื้อสินค้าไปเป็นการกินและท่องเที่ยว
- ปริมาณลูกค้าที่มาจับจ่ายใช้สอยผ่านห้างร้านต่าง ๆ ลดลงอย่างมาก รวมถึงกำลังซื้อที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง
- กลุ่มสินค้า FASHION จะมีผลกระทบจากผู้ประกอบการรายย่อยที่มีมากขึ้นโดยเฉพาะการขายผ่านทาง SOCIAL MEDIA ซึ่งทำได้เร็วและไม่ต้องใช้งบลงทุนมาก
- การแข่งขันในตลาดโดยใช้การลดราคาที่ค่อนข้างสูงเพื่อการแย่งชิงลูกค้า

เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ

ในปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้ในกลุ่มเครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ 3,021.02 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 110.25 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.52 กำไรจากการดำเนินงาน 271.19 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 90.72 ล้านบาท หรือร้อยละ 25.07 สาเหตุหลักมาจาก

- รายได้จากการขายสินค้า CLMV ลดลง อาทิ ในประเทศพม่า จากภาวะเศรษฐกิจในพม่า ค่าเงินที่อ่อนตัวลงมาก ส่งผลต่อราคาสินค้าที่แพงขึ้นซึ่งมีผลกระทบต่อสินค้าเสื้อผ้าซึ่งเป็นประเภทฟุ่มเฟือยลดลงต่อเนื่องจากปี 2561
- สินค้ากลุ่ม Business มีแนวโน้มลดลง จากการเปลี่ยนแปลงความนิยมหรือพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีแนวโน้มในรูปแบบ Casual Business
- กลุ่มสินค้าที่ออกใหม่ สำหรับ Lifestyle คนรุ่นใหม่ ไม่เติบโตตามที่คาดการณ์ จากภาวะที่มีการแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง

อื่น ๆ

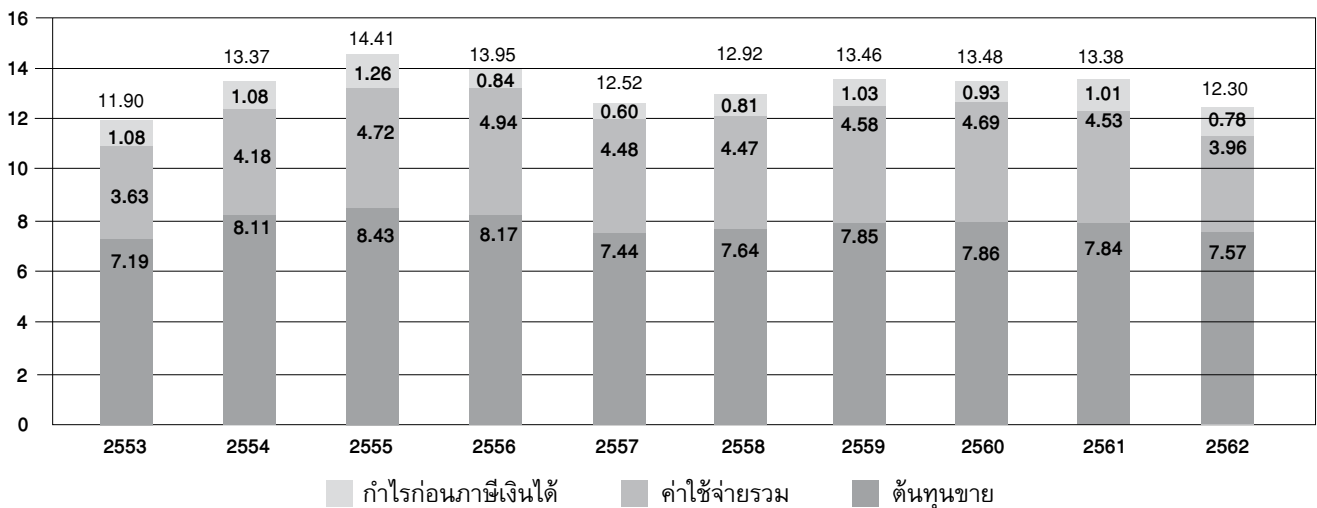
รายได้หลักของกลุ่มอื่น ๆ ได้แก่ เครื่องแต่งกายเด็ก ชุดออกกำลังกาย เสื้อผ้าชุดเครื่องกีฬา เครื่องหนัง และสินค้าในครัวเรือน เช่น น้ำยาซักล้าง และบำรุงรักษาเครื่องนุ่งห่ม ในปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้ในกลุ่มอื่นจำนวน 3,221.36 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 266.84 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.65 ขาดทุนจากการดำเนินงาน 40.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 142.54 ล้านบาท หรือร้อยละ 139.84 เนื่องจาก

- สินค้ากลุ่มกีฬาในบางหมวดสินค้าได้ยกเลิกการขาย เนื่องจากเจ้าของสินค้าในต่างประเทศเข้ามาดำเนินการเอง
- กลุ่มสินค้าในครัวเรือน ยอดขายลดลงจากปีก่อน จากกำลังซื้อที่ลดลงในช่องทางการขายผ่าน Modern Trade
- การเพิ่มสินค้าประเภทเครื่องดื่ม ซึ่งอยู่ในช่วงของการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารู้จักสินค้า จึงต้องใช้งบการตลาดในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ รวมถึงการใช้งบส่งเสริมการขายเพื่อการแข่งขันในตลาด

รายได้อื่น

ในปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้อื่นรวม 968.81 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 9.82 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 1.00 โดยบริษัทมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นในปี 2562 คือรายได้จากการขายทรัพย์สินเพิ่มขึ้นจำนวน 123.62 ล้านบาท และได้ดำเนินคดีและติดตามจนได้รับชำระหนี้เงินกู้เป็นจำนวน 69.42 ล้านบาท แต่มีรายได้จากกำไรจากการขายเงินลงทุนลดลง 169.20 ล้านบาท เงินสนับสนุนส่งเสริมการขายจากผู้ผลิตลดลง 17.00 ล้านบาท ค่าเช่ารับลดลง 6.58 ล้านบาท ค่าสินค้าใหม่ทดแทนจากการเคลมประกันลดลง 5.91 ล้านบาท

รายได้รวมประกอบด้วย



การแบ่งส่วนของรายได้รวม (พันล้านบาท)

ต้นทุนขาย

ในปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขาย 7,568.02 ล้านบาท ลดลง 270.85 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 3.46 จากปี 2561 ในปี 2562 และปี 2561 มีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายร้อยละ 66.92 และ 63.47 ตามลำดับ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.44 เนื่องจากต้นทุนสินค้าที่สูงขึ้นจากการปรับราคาสินค้า เพื่อให้ได้คุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน และบริษัทต้องมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการขายและระบายสินค้าที่ขายได้ช้า

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ในปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารทั้งสิ้น 3,957.41 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 570.02 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.59 คิดเป็นสัดส่วนต่อยอดขายร้อยละ 34.99 ปี 2561 36.66 ลดลงร้อยละ 1.67 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่าใช้จ่ายในการขาย บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขายปี 2562 จำนวน 2,488.43 ล้านบาท ในปี 2561 2,890.38 ล้านบาท ลดลง 401.96 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.91 เนื่องจากบริษัทได้ปรับการใช้งบการตลาดด้านสื่อโฆษณาทางด้าน Social Media มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีต้นทุนที่ต่ำกว่าสื่อโฆษณาด้านอื่น ๆ มาก นอกจากนี้ ผู้ผลิตได้ทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์สินค้า ส่งผลให้การใช้งบการตลาดของบริษัทลดลง รวมทั้งค่าใช้จ่ายในด้านบุคลากรลดลงจากจำนวนบุคลากรที่ลดลง โดยบริษัทได้ใช้บุคลากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีค่าใช้จ่ายในการบริหารปี 2562 จำนวน 1,445.80 ล้านบาท ในปี 2561 จำนวน 1,543.11 ล้านบาท ลดลง 97.31 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.31 สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในด้านบุคลากรลดลงจากจำนวนบุคลากรที่ลดลง และการสำรองด้อยค่าเงินลงทุนที่ลดลง

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้

ในปี 2562 บริษัทฯ มีภาษีเงินได้ 56.28 ล้านบาท และปี 2561 74.85 ล้านบาท ลดลง 18.57 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2561 เนื่องจากในปี 2562 บริษัทมีกำไรที่ต้องเสียภาษีลดลงจากปีก่อน

กำไรสุทธิ

ในปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลกำไรสุทธิ 719.04 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 214.98 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.02 เป็นผลจากสภาวะเศรษฐกิจยังไม่ดีโต และกำลังการซื้อของผู้บริโภคทั้งในประเทศและนักท่องเที่ยวที่ลดลง ส่งผลให้ยอดขายลดลง

3. การวิเคราะห์ฐานะการเงิน

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 23,644.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 31 ธันวาคม 2561 95.32 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.40 โดยมีรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

สินทรัพย์หมุนเวียน ณ 31 ธันวาคม 2562 มีจำนวน 7,647.29 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 32.34 ของสินทรัพย์รวม ลดลงจากปี 2561 25.76 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 0.34 โดยมีรายการเปลี่ยนแปลงสำคัญดังต่อไปนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลง 290.67 ล้านบาท เนื่องจากรายได้จากการขายที่ลดลง
- เงินลงทุนชั่วคราวเพิ่มขึ้น 394.08 ล้านบาท เนื่องจากเงินปันผลรับและจากการขายอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนเพิ่มขึ้น
- เงินให้กู้ยืมระยะสั้นลดลง 32.50 ล้านบาท เนื่องจากได้รับชำระคืนเงินให้กู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน
- ลูกหนี้การค้าลดลง 366.64 ล้านบาท เนื่องจากการติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องและรายได้จากการขายที่ลดลง
- สินค้าคงเหลือสุทธิเพิ่มขึ้น 301.22 ล้านบาท เนื่องจาก ต้นทุนสินค้าที่เพิ่มขึ้นจากการขึ้นราคาสินค้าเพื่อให้ได้คุณภาพสินค้าที่ดีได้มาตรฐาน และรายได้จากการขายลดลงในช่วงไตรมาส 4

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน ณ 31 ธันวาคม 2562 มีจำนวน 15,997.54 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 67.66 ของสินทรัพย์รวม เพิ่มขึ้นจากปี 2561 69.55 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.44 โดยมีรายการเปลี่ยนแปลงสำคัญดังต่อไปนี้

- สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 59.65 ล้านบาท เนื่องจากสินทรัพย์ไม่มีตัวตนจากการลงทุนใน Software ระบบบัญชีใหม่ Enterprise Resource Planning (ERP) ที่อยู่ระหว่างการทดสอบระบบ เพิ่มขึ้น และมีลูกหนี้ขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลจากสรรพากร
- เงินลงทุนระยะยาวอื่นเพิ่มขึ้น 61.07 ล้านบาท เนื่องจากการมีการลงทุนเพิ่มจากการเพิ่มทุนในเงินลงทุนเดิมและลงทุนเพิ่มในกิจการใหม่เพิ่มขึ้น
- อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนสุทธิลดลง 77.33 ล้านบาท เกิดจากการขายที่ดินและอาคาร

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 3,175.14 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 129.14 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.91 รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

หนี้สินหมุนเวียน รวมทั้งสิ้น 1,903.81 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 59.96 ของหนี้สินรวม ลดลงจากปี 2561 76.72 ล้านบาท เนื่องจากการลดลงของเจ้าหนี้ค่าใช้จ่ายในการขายลดลง 146.02 ล้านบาท เจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น 54.64 ล้านบาท และเงินกู้ยืมจากสถาบันทางการเงินเพิ่มขึ้น 17.66 ล้านบาท

หนี้สินไม่หมุนเวียน รวมทั้งสิ้น 1,271.33 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 40.04 ของหนี้สินรวม ลดลงจากปี 2561 52.41 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 3.96 สาเหตุหลักมาจากรายการผลประโยชน์พนักงานลดลง 26.70 ล้านบาท และหนี้สินภาษีเงินได้รอตัดบัญชีลดลง 20.20 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมทั้งสิ้น 20,469.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 224.45 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.11 สาเหตุหลักมาจาก กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 719.04 ล้านบาท องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้นลดลง 173.56 ล้านบาทจากการเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนเพื่อขายเป็นหลัก และมีการจ่ายเงินปันผล 351.67 ล้านบาท

4. คุณภาพสินทรัพย์และความสามารถในการบริหารทรัพย์สิน

บริษัท มีการพิจารณาคุณภาพของลูกหนี้โดยมีการวิเคราะห์ลูกหนี้แต่ละรายในการให้เครดิตต่อม บริษัทมีการติดตามหนี้ค้างค้างอย่างสม่ำเสมอ และมีการพิจารณาการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ที่ค้างนาน โดยในปี 2562 บริษัทมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญคิดเป็นร้อยละ 1.08 ของยอดลูกหนี้การค้า (ปี 2561 เท่ากับร้อยละ 0.78)

นโยบายการให้สินเชื่อสำหรับลูกหนี้การค้ากำหนดดังนี้

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

ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ส่วนใหญ่ เป็นสินทรัพย์ที่บริษัท และบริษัทย่อยจัดหาสะสมมาใช้งานตลอด 55 ปี มูลค่าที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีทั้งสิ้น 2,870.70 ล้านบาท

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน เป็นสินทรัพย์ที่บริษัท และบริษัทย่อยถือครองไว้ใช้ในการหาประโยชน์โดยได้รับรายได้ในรูปแบบค่าเช่าและรายได้จากการขาย ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีทั้งสิ้น 927.69 ล้านบาท

ในด้านเงินลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัท มีกำไรที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงจากการปรับราคายุติธรรมของหลักทรัพย์ 6,648.24 ล้านบาท แสดงในส่วนของผู้ถือหุ้นและได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบ เงินปันผล ปี 2562 ในอัตราร้อยละ 10.45 ต่อปี (ปี 2561 อัตราร้อยละ 10.60 ต่อปี) บริษัท มีการบริหารเงินลงทุนต่าง ๆ โดยมีการแต่งตั้งบุคคลซึ่งอยู่ในบริษัทที่ร่วมลงทุนหรืออยู่ในบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับกิจการที่ลงทุนเป็นศูนย์ ดูแลเงินลงทุนคอยติดตามตรวจสอบงบการเงิน และข้อมูลสถานการณ์ของบริษัทที่ลงทุน และรายงานทันทีที่เกิดเหตุการณ์ผิดปกติ หรือวิกฤติเพื่อช่วยกันหาแนวทางแก้ไข

5. สภาพคล่องและความพอเพียงของเงินทุน

ปี	อัตราส่วนเงิน ทุนหมุนเวียน	อัตราส่วนสภาพ คล่องกระแสเงินสด	กระแสเงินสดจาก กิจกรรมดำเนินงาน (ล้านบาท)
2562	4.02	0.11	220.34
2561	3.87	0.35	705.01
2560	3.43	0.08	156.00
2559	3.58	0.53	1,064

จากอัตราส่วนสภาพคล่องพบว่าบริษัท และบริษัทย่อยมีสภาพคล่องที่ดี มีทรัพย์สินหมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียน ในปี 2562 อัตราส่วนสภาพคล่อง 4.02 เท่า ปี 2561 3.87 เท่า สภาพคล่องเพิ่มขึ้นจากปีก่อน อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสดปี 2562 0.11 เท่า เทียบกับปี 2561 เท่ากับ 0.35 เท่า ลดลง 0.24 เท่า เกิดจากกระแสเงินสดได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานในปี 2562 ลดลง จากปี 2561 484.68 ล้านบาท

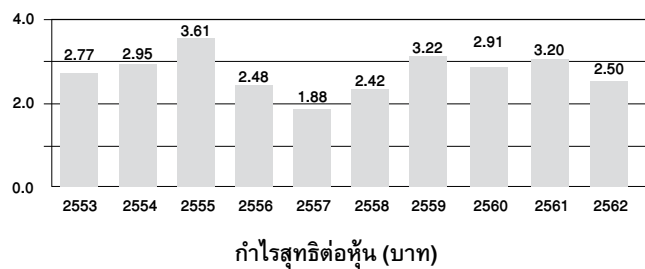
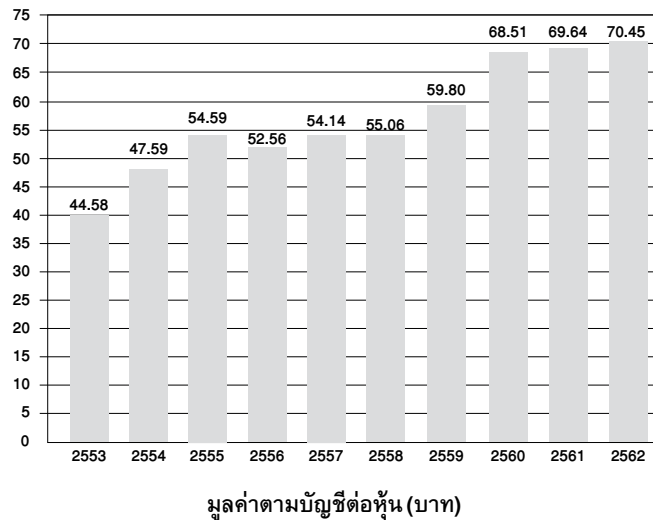
บริษัท มีแหล่งที่มาของเงินทุนหลักจาก 2 แหล่ง คือ 1. เงินรับจากกิจกรรมดำเนินงาน และ 2. เงินรับกิจกรรมลงทุน ในรูปแบบอสังหาริมทรัพย์ และเงินลงทุนในหุ้น โดยบริษัท มีรายได้จากการให้เช่า และขายอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน และเงินปันผลรับจากหุ้นในอัตราที่สูง บริษัท สามารถบริหารจัดการสภาพคล่องของกิจการได้ดี และสามารถนำเงินในธุรกิจมาใช้จ่ายในกิจการโดยไม่ต้องอาศัยเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก รวมทั้งยังสามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอ

6. ความสามารถในการทำกำไร

ปี	อัตรากำไรต่อ รายได้รวม (%)	อัตรากำไรจาก การดำเนินงาน (%)	อัตรากำไรต่อ ส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	กำไรต่อหุ้น(%)	ราคาตลาดต่อ กำไร (เท่า)
2562	5.91	6.86	3.56	2.50	15.80
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

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

ในปี 2562 บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรต่ำกว่าปี 2561 โดยมีอัตรากำไรจากการดำเนินงานร้อยละ 6.86 ลดลงร้อยละ 1.31 เมื่อเทียบกับปี 2561 มีกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 2.50 บาท ลดลงจากปี 2561 เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากการขายลดลงจำนวน 1,040.41 ล้านบาท สาเหตุมาจากสภาวะเศรษฐกิจยังไม่เติบโต และกำลังการซื้อของผู้บริโภคทั้งในประเทศและนักท่องเที่ยวที่ลดลง ส่งผลให้ยอดขายลดลง



7. วงจรหมุนของเงินสด

ปี	ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	ระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ย	ระยะเวลาการชำระหนี้เฉลี่ย	วงจรการหมุนของเงินสด
2562	166.85	51.41	61.88	156.38
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 2562 บริษัท มีวงจรการหมุนของเงินสด (Operating cycle days) จำนวน 156.38 วัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 เป็น 6 วัน เกิดจาก

- ระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ย เพิ่มขึ้นจาก 155.77 วัน ในปี 2561 เป็น 166.85 วัน ในปี 2562 เพิ่มขึ้น 11 วัน เนื่องจากบริษัทมีการเพิ่มสินค้าคงคลังและยอดขายลดลง ส่งผลให้สินค้าคงคลังเพิ่มขึ้นจากปี 2561 จำนวน 301.22 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.97
- ระยะเวลาการรับชำระหนี้จากลูกหนี้ ในปี 2562 51.41 วัน เทียบกับในปี 2561 54.43 วัน ลดลง 3 วัน เนื่องจากในปี 2562 มีการจัดการในการเก็บหนี้ได้เร็วขึ้น
- ระยะเวลาการชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ ในปี 2562 61.88 วัน ปี 2561 59.36 วัน เพิ่มขึ้น 3 วัน เกิดจากพิจารณาวันวางบิลและกำหนดการจ่ายชำระหนี้ของบริษัทใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งบริษัทได้ปฏิบัติตามข้อตกลงที่มีกับเจ้าหนี้ตลอดมา

8. ภาวะผูกพันที่อาจมีผลกระทบต่อฐานะการเงิน / ผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ

ภาวะผูกพันกับบุคคลหรือกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน รายละเอียดตามหมายเหตุประกอบงบการเงิน ข้อ 26 หน้า 190-191 ในรายงานประจำปี บริษัทฯ มีการค้าประกัน ให้กับบริษัท ร่วมทุน อยู่ 11 แห่ง จำนวน 334.97 ล้านบาท ซึ่งเป็นการค้าประกันตามสัญญาร่วมทุนโดยค้าประกันตามสัดส่วนการถือหุ้น

9. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในอนาคต

บริษัทยังอาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยที่มีต่อผลการดำเนินงานในอนาคต ดังนี้

1. การแพร่ระบาดของ COVID-19

จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ตั้งแต่ปลายเดือน ธันวาคม 2562 มาจนถึงต้นปี 2563 ซึ่งยังไม่สามารถพบยารักษาได้และยังคงมีการระบาดอย่างต่อเนื่องเกือบทุกทวีปทั่วโลก โดยเฉพาะการออกมาตรึงการจากรัฐบาลจีนไม่ให้ประชาชนเดินทางออกนอกประเทศ รวมถึงการส่งออกสินค้าต่าง ๆ ส่งผลให้การค้าแต่ละประเทศที่เกี่ยวข้องรวมถึงประเทศไทยถดถอย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ลดลงอย่างมากในไทยจนบางธุรกิจต้องปิดตัวลง ในส่วนของบริษัท ก็มีผลกระทบต่อรายได้จากการขายที่ลดลงอย่างมากเช่นกัน

2. การแข่งขันของตลาดภายนอก

ปัจจุบันผู้ประกอบการต่าง ๆ ได้ปรับวิธีการขายไปสู่ลูกค้าโดยตรง สื่อสารกับลูกค้าเป็นรายบุคคล one-to-one marketing โดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเป็นเครื่องมือสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า สร้างประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ดีกับลูกค้า จนทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าเกิด Royalty กับ Brand ที่ทำได้ก่อนและได้เร็วกว่าก็จะมีโอกาสครอบครองส่วนแบ่งการตลาดได้มากกว่า นอกจากนี้ยังมี Brand ที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศที่เข้ามาในราคาที่ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย สินค้าที่มีรูปแบบทันสมัย และคุณภาพเป็นที่ยอมรับ