

วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์งบการเงินสำหรับผลการดำเนินงานประจำปี 2561 สิ้นสุดวันที่ 30 ธันวาคม 2561
เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท มาสเตอร์คูล อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานรวมของบริษัท และบริษัทย่อย สำหรับงวด 12 เดือนของปี 2561 สิ้นสุดวันที่ 30 ธันวาคม 2561 ซึ่งได้รับอนุมัติโดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 : ภาพรวมผลการดำเนินงานสำหรับงวด 12 เดือนปี 2561 สิ้นสุดวันที่ 30 ธันวาคม 2561

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	ปี 2561 (12 เดือน)	ปี 2560 (12 เดือน)	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
			จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	497.56	449.98	47.58	10.57
รายได้จากการให้บริการ	67.98	79.14	(11.16)	(14.10)
รายได้อื่น*	7.18	14.89	(7.71)	(51.78)
รายได้รวม	572.72	544.01	28.71	5.28
ต้นทุนขาย	401.40	344.80	56.60	16.42
ต้นทุนบริการ	37.52	50.83	(13.31)	(26.19)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	160.32	149.89	10.43	6.96
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	62.25	76.48	(14.23)	(18.61)
ต้นทุนทางการเงิน	11.41	5.65	5.76	101.95
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	8.70	0.59	8.11	13.65
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(108.89)	(84.24)	24.65	29.26
กำไรต่อหุ้น (ขาดต่อหุ้น)	(0.23)	(0.18)	0.05	27.78

*รายได้อื่น เช่น ดอกเบี้ยรับ กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน และเงินอุดหนุนจากรัฐบาล เป็นต้น

ภาพรวมธุรกิจ

ผลการดำเนินงานของบริษัทตามงบการเงินรวม สำหรับงวด 12 เดือนปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิที่ -108.89 ล้านบาท โดยเป็นการขาดทุนจากการดำเนินงานที่ -100.18 ล้านบาท ส่วนที่เหลือเป็นการตั้งรายการรอการตัดบัญชีจำนวน 8.70 ล้านบาท

บริษัทได้ทำแผนธุรกิจของปี 2561 ที่ผ่านมามาตั้งแต่ช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2560 โดยเน้นการวิจัยและพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และเมื่อต้นปี 2561 บริษัทดำเนินการเปิดตัวสินค้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ “เย็นใสยูง” ด้วยดีไซน์การออกแบบเรียบง่ายสบายตา ประกอบกับเทคโนโลยีการไล้ยูงด้วยคลื่นความถี่สูงในรุ่น MIK-14EX และ MIK-28EX พร้อมกับการทำการตลาดเพื่อสร้างความจดจำของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งผลตอบรับในภาพรวมของตลาดสะท้อนอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างรุนแรงเป็นปัจจัยภายนอกที่อยู่เหนือการควบคุม การกีดกันของมรสุมและคลื่นกระแสลมต่าง ๆ นั้น สำนักพยากรณ์อากาศ กรมอุตุนิยมวิทยาก็ไม่อาจพยากรณ์ หรือประเมินและ

แจ้งเตือนได้เป็นการล่วงหน้าเพียงพอ จึงเป็นปัจจัยหลักปัจจัยแรกที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการของตลาดภาพรวม ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจจุลภาคที่ยังชะลอตัว และผู้ประกอบการทั้งอุตสาหกรรมทำความเข้าใจที่ได้รับผลกระทบไม่เว้น แม้แต่สินค้าที่ได้รับการยอมรับเป็นพื้นฐานอย่างพัดลมเป่าและเครื่องปรับอากาศ ซึ่งมูลค่าการจำหน่ายในประเทศของ เครื่องปรับอากาศลดลงในอัตราประมาณ 4-5% เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 ที่ผ่านมา สำหรับตลาดพัดลมไอเย็นนั้นได้รับ ผลกระทบที่ชัดเจนเนื่องจากการทำความเข้าใจนั้นมีส่วนประกอบสำคัญ จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ ผู้ประกอบการหลายรายประสบภาวะสินค้าค้างคลัง

แม้บริษัทมียอดขายที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย แต่ภาพรวมรายได้ปี 2561 เท่ากับ 572.72 ล้านบาท โดยมีการ เติบโตในอัตรา 10.68% จากปีที่ผ่านมา และบริษัทยังคงมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับหนึ่ง (อ้างอิง: ข้อมูลจากห้าง โมเดิร์นเทรดรายใหญ่) ถึงกระนั้นก็ตามบริษัทได้มีการประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องและมีการปรับแผนกลยุทธ์ในช่องทางหลักทุกช่องทางเพื่อประคับประคองธุรกิจในช่วงครึ่งปีหลัง

ประกอบกับการลดภาระคลังสินค้าและเพื่อกระแสเงินสดหมุนเวียนในธุรกิจบริษัทจึงมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อการ ระบายสินค้าออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีหลังของปี ทำให้ต้นทุนขายส่วนที่เป็นค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น จากปีที่ผ่านมาราว 16.42%

สำหรับด้านค่าใช้จ่ายนั้น ตามที่ได้กล่าวแล้วว่าบริษัทได้วางแผนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ “เย็นโล่ง” มา ตั้งแต่ปลายปี 2560 พร้อมกับการสื่อสารการตลาดที่สร้างกระแสการจดจำ ซึ่งการผลิตชิ้นงานและการสื่อสารด้านการ ตลาดผ่านมีเดียทั้งวิทยุและโทรทัศน์นั้นมีความใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง และส่งผลทำให้ภาพรวมค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้น 10.43 ล้านบาทหรือคิดเป็นเพิ่มขึ้น 6.96%

ทั้งนี้บริษัทได้จัดการควบคุมค่าใช้จ่ายรายการอื่นอย่างใกล้ชิดทำให้ภาพรวมค่าใช้จ่ายบริหารลดลงอย่างมี นัยสำคัญ โดยค่าใช้จ่ายบริหารปี 2561 รวม 62.25 ล้านบาทเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาคิดเป็นอัตราลดลง 18.61%

ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการดำเนินงาน

เนื่องจากบริษัทมีช่องทางการขายหลักผ่านห้างโมเดิร์นเทรดซึ่งประมาณการการขายผ่านช่องทางนี้ไว้ในสัดส่วน 50% ของยอดขายรวมของบริษัท แต่ด้วยสภาพเศรษฐกิจชะลอตัว โดยเฉพาะการสะท้อนภาพหนี้สินครัวเรือนที่อยู่ใน ระดับกว่า 77% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ณ ไตรมาส 2/2561 ยิ่งส่งผลให้ความต้องการของตลาดหด ตัว อุตสาหกรรมการทำความเข้าใจล้วนได้รับผลกระทบดังกล่าว

นอกจากอุตสาหกรรมในประเทศจะได้รับผลกระทบแล้ว กลุ่มตลาดส่งออกซึ่งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งมีลักษณะสภาพภูมิอากาศใกล้เคียงกับประเทศไทยประสบภาวะสินค้าที่บริษัทได้ส่งออกไปเพียงพอต่อการ จำหน่ายไปตลอดทั้งปีโดยไม่มีความจำเป็นต้องสั่งซื้อสินค้าเข้าสต็อกเพิ่มเติม ทำให้ตลาดส่งออกช่วงหกเดือนแรกของปี 2561 ของบริษัทไม่เป็นไปตามเป้าหมายอีกด้วย

ความเชื่อมโยงทางนโยบาย กลยุทธ์ และเป้าหมาย

ปัจจัยทางสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญในช่วงหกเดือนแรกของปี 2561 บริษัทจึงปรับนโยบายและกลยุทธ์การบริหาร โดยเฉพาะกลยุทธ์การทำตลาดช่องทางค้าปลีกผ่านห้างโมเดิร์นเทรด เพื่อประคับประคองตลาดในครึ่งปีหลังและควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง

สำหรับช่องทางการส่งออกนั้น บริษัทได้ประเมินสถานการณ์ตลาดกลุ่ม AEC ที่ได้รับผลกระทบตามที่กล่าวมาแล้ว และจึงได้ตัดสินใจปรับกลยุทธ์เพื่อสรรหาตัวแทนจำหน่ายจากประเทศในซีกโลกอื่นและทวีปอื่นมาเพิ่มในช่วงครึ่งปีหลัง

วิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัทตามกลุ่มธุรกิจที่สำคัญ

บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายหลากหลายช่องทาง โดยช่องทางหลักได้แก่ ช่องทางค้าปลีก ช่องทางการขายลูกค้าองค์กร และช่องทางการส่งออก ซึ่งผลการดำเนินงานมีดังนี้

ตาราง 2 : ข้อมูลสรุปยอดขายของส่วนงานตามช่องทางสำหรับงวด 12 เดือนปี 2561 สิ้นสุด 30 ธันวาคม 2561

หน่วย: ล้านบาท

ช่องทางการขาย	ม.ค.-ธ.ค. 2561	ม.ค.-ธ.ค. 2560	เปลี่ยนแปลง (%)
ช่องทางค้าปลีก	254.77	259.70	(1.90)
ช่องทางการขายลูกค้าองค์กร	76.94	102.07	(24.62)
ช่องทางการส่งออก	164.18	114.41	43.50
ช่องทางงานบริการ	69.32	52.77	31.36
อื่นๆ	7.18	14.89	(51.78)
รวมรายได้	572.39	543.84	5.25

กลุ่มธุรกิจตลาดค้าปลีก (Retail Market)

ช่องทางค้าปลีกของบริษัทประกอบด้วย การขายผ่านห้างโมเดิร์นเทรด ตัวแทนจำหน่าย ออนไลน์ และบุรุษขายสินค้า เมื่อเปรียบเทียบช่วงเวลา 12 เดือนของปี 2560 ช่องทางค้าปลีกมียอดขายลดลง -4.93 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 1.90% สืบเนื่องมาจากสภาพอากาศที่เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภคชายย่อย ประกอบกับภาพเศรษฐกิจโดยรวมของกลุ่มเป้าหมาย แต่บริษัทได้เร่งปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการช่องทางในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2561 โดยนอกจากการปรับระดับเครื่องตลาดกลุ่มพัลลมไอนเย็นแล้ว บริษัทยังเพิ่มสินค้า “ตุ๊กต่าน้ำดื่ม” ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่ติดเรื่องฤดูกาล สามารถสร้างยอดขายได้ตลอดทั้งปี ซึ่งบริษัทนำออกจำหน่ายตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2561 ภายใต้แบรนด์ “มาสเตอร์คูล” ที่เป็นที่ยอมรับด้านคุณภาพอยู่แล้ว นับเป็นการเริ่มต้นการลดความเสี่ยงในเรื่องรายได้ที่ผันแปรตามฤดูกาลของช่องทางโมเดิร์นเทรด โดยมียอดขายใน 4 เดือนแรกกว่า 3.71 ล้านบาท

สำหรับช่องทางค้าปลีกผ่านออนไลน์นั้น บริษัทเพิ่งเริ่มดำเนินการเป็นปีแรกในปีที่ผ่านมาโดยเปิดเว็บเพจจำหน่ายสินค้าผ่านออนไลน์ของบริษัท และเสริมไปกับการจำหน่ายผ่านช่องทางเว็บช้อปปิ้งหลัก ได้แก่ Lazada, Shopee และ JD Central ทำให้ยอดขายผ่านออนไลน์มีแนวโน้มเติบโตขึ้น

กลุ่มธุรกิจตลาดลูกค้าองค์กร (Corporate Market)

ช่องทางการขายลูกค้าองค์กรนั้น บริษัทเข้าใจลักษณะการทำงานเป็นอย่างดีและมีความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีทั้งการแก้ไขปัญหาอากาศร้อน การประยุกต์ใช้ระบบไอโซนเพื่อการประหยัดพลังงาน และการรักษาสิ่งแวดล้อม แต่การดำเนินงานในเชิงโครงการที่มีการนำเสนอโซลูชันต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับลูกค้ารายองค์กรแต่ละราย เป็นสิ่งที่ต้องอาศัยเวลาเนื่องจากการดำเนินงานโครงการนั้นมี Sales Cycle ที่ยาวนานกว่าการขายสินค้าทั่วไป บริษัทจึงเร่งขยายฐานลูกค้าในตลาดองค์กรให้ได้มาก แต่ฐานลูกค้าในปี 2561 นั้นยังมีปริมาณไม่เพียงพอครอบคลุมเป้าหมายยอดขายที่ได้วางแผนไว้ ประกอบกับโครงการใหญ่ที่อยู่ในกระบวนการขายมีการชะลอการติดตั้งออกไป ทำให้ยอดขายของช่องทางในปี 2561 เท่ากับ 76.94 ล้านบาท ซึ่งลดลงประมาณ -24.62% ของยอดขาย 102.07 ล้านบาทในปีที่ผ่านมา

แผนการสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจให้กลับมาผ่านช่องทางขายลูกค้ารายองค์กรนั้น บริษัทยังคงเร่งสร้างฐานการตลาดอย่างต่อเนื่องด้วยความเชื่อมั่นในโอกาสการเติบโตของช่องทางนี้ในอนาคต โดยบริษัทวางแผนในการสร้าง

รายได้แบบต่อเนื่อง (Recurring Revenue) สำหรับช่องทางนี้เพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องความไม่เสถียรในรายได้ภาพรวมของบริษัทอีกด้วย

กลุ่มธุรกิจส่งออก (Export)

เมื่อหลายปีที่ผ่านมาตลาดส่งออกใหญ่ของบริษัทมีกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เป็นหลัก และเมื่อตลาดหลักได้รับผลกระทบจากสภาพภูมิอากาศที่ใกล้เคียงกับประเทศไทยทำให้เกิดผลกระทบอย่างมากในยอดขายของช่องทางส่งออก ซึ่งในครั้งปีแรกนั้นไม่เป็นไปตามเป้าหมาย แต่การบริหารจัดการที่ต้องตัดสินใจรวดเร็วในสถานการณ์ บริษัทจึงตัดสินใจเร่งหาตัวแทนจากทวีปและซีกโลกอื่นเข้ามาเพิ่มเติมโดยการเร่งส่งตัวอย่างสินค้าให้กลุ่มเป้าหมายทดสอบการใช้งาน เช่น ประเทศนิวซีแลนด์ ประเทศเม็กซิโก และประเทศแคนาดา จึงทำให้บริษัทมีรายได้จากการส่งออกในปี 2561 ประมาณ 164.18 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2560 จำนวน 49.77 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้น 43.50% ขณะนี้บริษัทมีจำนวนตัวแทนจำหน่ายที่ในปัจจุบันรวม 34 ประเทศ

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบประมาณการ

แผนประมาณการสำหรับปี 2561 นั้น บริษัทได้แบ่งสัดส่วนยอดขายของช่องทางหลัก ได้แก่ ช่องทางค้าปลีก 50% ช่องทางการขายลูกค้าองค์กร 20% และช่องทางการส่งออก 30% ซึ่งภาพรวมยอดขาย 12 เดือนของปี 2561 มีดังนี้

• ช่องทางธุรกิจค้าปลีก	44.83%
• ช่องทางลูกค้ารายองค์กร	13.67%
• ช่องทางส่งออก	29.18%
• งานเช่า งานบริการ และอื่นๆ	12.32%

ช่องทางการขายที่บริษัทเห็นว่าจำเป็นต้องเร่งหาแนวทางการแก้ไข ได้แก่ ช่องทางการขายลูกค้ารายองค์กร ซึ่งตามที่กล่าวมาว่าลักษณะการดำเนินงานเป็น Business-to-Business จะมีระยะเวลา Sales Cycle ยาวนาน การหาลูกค้าเป้าหมายนั้นอาจไม่สามารถดำเนินการทำ Sales Lead ได้เหมือนกับช่องทางอื่น เนื่องจากต้องอาศัยความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีและการออกแบบเฉพาะงาน (Tailor Made) ดังนั้นแนวทางที่ต้องดำเนินการยังคงเป็นการขยายฐานการตลาดให้ได้เพียงพอในจำนวนที่เกินกว่ามูลค่าเป้าหมาย เพื่อสุดท้ายจะสามารถปิดยอดขายได้เพิ่มขึ้นหรือได้ตามเป้าหมาย แต่บริษัทยังคงเห็นโอกาสทางธุรกิจในการให้บริหารโซลูชันประหยัดพลังงาน นอกจากเป็นกระแสความต้องการของตลาดที่สามารถสร้างยอดขายได้แล้ว โครงการบางโครงการมีการเสนอบริการแบบรายได้ต่อเนื่องที่เป็น Recurring Revenue ให้กับองค์กรด้วย

รายได้ส่วนอื่นนั้นเป็นรายได้จากการบริการของบริษัทซึ่งมีทั้ง การบริการงานเช่า และการบริการประกันสินค้า ที่สามารถสร้างยอดขายได้ 69.32 ล้านบาทในปี 2561 ซึ่งอยู่ในสัดส่วน 12.11% เมื่อเทียบยอดขายรวมทั้งหมดในปี 2561

(ต่อหน้าต่อไป...)

ฐานะทางการเงิน

ตาราง 3 : ข้อมูลสรุปงบแสดงฐานะทางการเงิน ณ 30 ธันวาคม 2561

หน่วย: ล้านบาท

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวม			
	31 ธ.ค 2561	31 ธ.ค 2560	+ / (-)	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	27.02	10.87	16.15	148.57
เงินลงทุนระยะสั้น	-	0.12	(0.12)	(100.00)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	4.56	2.78	1.78	64.03
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น - กิจการอื่น	103.3	123.01	(19.71)	(16.02)
ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าการเงินส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	4.53	16.98	(12.45)	(73.32)
สินค้าคงเหลือ	179.78	230.14	(50.36)	(21.88)
เงินฝากสถาบันการเงินที่มีภาวะค้ำประกัน	70.75	71.70	(0.95)	(1.32)
ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าการเงิน	0.14	2.83	(2.69)	(95.05)
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	53.09	58.32	(5.23)	(8.97)
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	4.77	6.82	(2.05)	(30.06)
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	0.02	7.56	(7.54)	(99.74)
ลูกหนี้กรมสรรพากร	3.90	-	3.90	100.00
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	6.86	10.89	(4.03)	(37.01)
รวมสินทรัพย์	458.72	542.02	(83.10)	(15.33)
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	191.45	171.03	20.42	10.67
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	0.59	-	0.59	100.00
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น - กิจการอื่น	66.11	73.88	(7.77)	(10.52)
เจ้าหนี้กรมสรรพากร	1.16	0.62	0.54	87.1
ประมาณการรับประกันคุณภาพ	5.80	3.57	2.23	62.47
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินที่ถึงกำหนดชำระ	-	0.02	(0.02)	100.00
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงินส่วนที่ถึงกำหนดชำระ	2.14	2.67	(0.53)	(19.85)
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	10.00	-	10.00	100.00
ประมาณการรับประกันคุณภาพระยะยาว	0.23	1.90	(1.67)	(87.89)
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	0.58	2.72	(2.14)	(78.68)
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	11.26	6.58	4.68	71.12
หนี้สินภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	1.17	-	1.17	100.00
รวมหนี้สิน	290.49	262.99	27.70	10.53
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	120.00	120.00	-	-
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	183.03	183.03	-	-
ส่วนเกินทุนจากการจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์	3.06	3.06	-	-
กำไรสะสม				
- จัดสรรเป็นสำรองตามกฎหมาย	8.26	8.26	0.00	0.00
- ยังไม่ได้จัดสรร	(146.12)	(35.33)	110.79	313.59
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	168.23	279.03	(110.80)	(39.71)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	458.72	542.02	(83.10)	(15.33)

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 458.72 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเทียบกับมูลค่าทรัพย์สิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ที่มีมูลค่า 542.02 ล้านบาท บริษัทมีสินทรัพย์รวมลดลง 83.10 ล้านบาทหรือคิดเป็นลดลง 15.33% ซึ่งรายละเอียดหลักประกอบด้วย

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด: มูลค่า ณ วันสิ้นงวด 31 ธันวาคม 2561 เท่ากับ 27.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16.15 ล้านบาทคิดเป็นเพิ่มขึ้น 148.57% ซึ่งมาจากการจำหน่ายสินค้าและบริการ
- สินค้าคงเหลือ: มูลค่า ณ วันสิ้นงวด 31 ธันวาคม 2561 ลดลง 50.36 ล้านบาทคิดเป็นลดลง 21.887% เนื่องจากบริษัทมีการระบายสินค้าออกเพื่อดึงกระแสเงินสดกลับคืนมา
- ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าการเงินส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี: มูลค่า ณ วันสิ้นงวด 31 ธันวาคม 2561 ลดลง 12.45 ล้านบาทคิดเป็นลดลง 73.32% ตามการดำเนินธุรกิจปกติซึ่งเป็นลักษณะการเช่าใช้งานระบบ เช่น ระบบไอโซนเพื่อการประหยัดพลังงาน เป็นต้น

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 290.49 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเทียบกับมูลค่าหนี้สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ที่มีมูลค่า 262.99 ล้านบาท บริษัทมีหนี้สินรวมลดลง 27.70 ล้านบาทหรือคิดเป็นลดลง 10.53% ซึ่งรายละเอียดหลักประกอบด้วย

- เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน: มูลค่า ณ วันสิ้นงวด 31 ธันวาคม 2561 เท่ากับ 191.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20.42 ล้านบาทหรือคิดเป็นเพิ่มขึ้น 10.67% ซึ่งมาจากการเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นนี้เข้ามาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น - กิจการอื่น: มูลค่า ณ วันสิ้นงวด 31 ธันวาคม 2561 เท่ากับ 66.11 ล้านบาท ลดลง 7.77 ล้านบาทหรือคิดเป็นลดลง 10.52% ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการจ่ายชำระเงินค่าสินค้าตามเงื่อนไขปกติจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศตามกำหนดชำระตามแผน
- เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน: มูลค่า ณ วันสิ้นงวด 31 ธันวาคม 2561 เท่ากับ 10 ล้านบาท ซึ่งเป็นการกู้ยืมจากกรรมการของบริษัทเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมทั้งสิ้น 168.23 ล้านบาท โดยลดลง 110.80 ล้านบาทหรือคิดเป็นลดลง 39.71% เมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ซึ่งมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 279.03 ล้านบาท ซึ่งการลดลงของส่วนของผู้ถือหุ้นนั้นสืบเนื่องมาจากผลการดำเนินงานขาดทุนสำหรับรอบ 12 เดือนของปี 2561 (มกราคม-ธันวาคม 2561)

ตาราง 4 : อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน	งบการเงินรวม		+ / (-)
	ม.ค - ธ.ค 2561	ม.ค - ธ.ค 2560	
อัตราส่วนสภาพคล่อง			
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.15	1.52	(0.37)
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.50	0.61	(0.11)
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)			
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	22.39%	25.23%	(2.84)
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)	(17.71)%	(15.81)%	1.90
อัตรากำไรสุทธิ (%)	(19.25)%	(15.92)%	3.33
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio)			
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ROE (%)	(64.73)%	(30.19)%	34.54
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ROA (%)	(23.74)%	(15.54)%	8.20
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial Policy Ratio)			
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.73	0.94	0.79

อัตราส่วนสภาพคล่อง


จากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานงวด 12 เดือนของปี 2561 อัตราส่วนสภาพคล่อง และอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว ลดลง 0.37 เท่า และ 0.11 เท่าตามลำดับเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราส่วน ณ วันสิ้นงวด 31 ธันวาคม 2560 ทั้งนี้บริษัทยังมีสินค้าคงคลังมูลค่ารวม 179.78 ล้านบาท ซึ่งบริษัทสามารถนำออกจำหน่ายผ่านทุกช่องทางได้ในอนาคตเนื่องจากสินค้าของบริษัทเป็นกลุ่มสินค้าคงทนที่ไม่เสื่อมสภาพง่าย

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไรและอัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

จากผลการดำเนินงาน 12 เดือนของปี 2561 บริษัท มีอัตรากำไรขั้นต้นลดลง 2.84% ส่วนอัตรากำไรจากการดำเนินงาน และอัตรากำไรสุทธิ แสดงให้เห็นความสามารถในการทำกำไรลดลง ซึ่งอัตราส่วนของการแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงานลดลง เนื่องมาจากผลการดำเนินงานของบริษัทตามงบการเงินรวม สำหรับงวด 12 เดือนปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิที่ -108.89 ล้านบาท โดยเป็นการขาดทุนจากการดำเนินงานที่ -100.18 ล้านบาท ส่วนที่เหลือเป็นการตั้งรายการรอการตัดบัญชีจำนวน 8.70 ล้านบาท

อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

บริษัท มีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากปีก่อน โดยอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นงวด 12 เดือนของปี 2561 มีอัตรา 1.73 เท่าเป็นผลเกี่ยวเนื่องโดยตรงจากการที่บริษัทมีผลการดำเนินงานสำหรับงวด 12 เดือนของปี 2561 สิ้นสุดวันที่ 30 ธันวาคม 2561 ที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย



(นายพนชัย วีระมาน)

กรรมการผู้จัดการ