

วันที่ 14 พฤษภาคม 2561

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์งบการเงินสำหรับผลการดำเนินงานประจำปี 2561 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2561

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท มาสเตอร์คูล อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน) ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานรวมของบริษัท และบริษัทย่อย สำหรับงวด 3 เดือนของปี 2561 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2561 ซึ่งได้รับอนุมัติโดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 3/2561 เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2561 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 : ภาพรวมผลการดำเนินงานสำหรับงวด 3 เดือนปี 2561 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2561

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	ปี 2561 (3 เดือน)	ปี 2560 (3 เดือน)	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
			จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	147.06	195.42	(48.36)	(24.75)
รายได้จากการให้บริการ	21.30	7.67	13.63	177.71
รายได้อื่น*	5.65	3.58	2.07	57.82
รายได้รวม	174.01	206.67	(32.66)	(15.80)
ต้นทุนขาย	126.36	156.81	(30.45)	(19.42)
ต้นทุนบริการ	11.72	1.94	9.78	504.12
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	66.10	64.12	1.98	3.09
ต้นทุนทางการเงิน	2.45	0.60	1.85	303.33
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(32.81)	(17.45)	(15.36)	(88.02)
กำไรต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	(0.07)	(0.04)	(0.03)	(75.00)

*รายได้อื่น เช่น ดอกเบี้ยรับ กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน และเงินอุดหนุนจากรัฐบาล เป็นต้น

ภาพรวมธุรกิจ

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 3 เดือนปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัท มีผลขาดทุนสุทธิ 32.81 ล้านบาท ซึ่งบริษัทได้วิเคราะห์ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานแล้วพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานสำหรับงวดไตรมาส 1/2561 นั้นมีทั้งปัจจัยบวก และปัจจัยลบ

ด้านปัจจัยบวกนั้น โดยหลักแล้วมาจากการดำเนินการตามแผนที่ได้วางไว้ตั้งแต่ในช่วงหกเดือนหลังของปี 2560 ในการเตรียมการเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยเน้น:-

- 1) การตลาดและการสื่อสารการตลาด: บริษัทดำเนินการสร้างการรับรู้ โดยการสื่อสารด้วยคอนเซ็ปต์ “ความเย็นที่ล้ำงูได้” ผ่านช่องทางมีเดียและออนไลน์ จนนำไปสู่การจดจำของกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภค และนำไปสู่ยอดขายที่ก้าวกลับขึ้นมาเป็นอันดับหนึ่ง (อ้างอิง: มูลค่ายอดขายเปรียบเทียบแต่ละรายผู้จัด

จำหน่ายของผู้ประกอบการห้างโมเดิร์นเทรดรายใหญ่) รวมถึงส่งผลดีในการเป็น Top-of-Mind Brand ในอนาคตอีกด้วย

- 2) การพัฒนาสินค้าที่คำนึงถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค: สินค้าของบริษัทเป็นที่ยอมรับในเรื่องประสิทธิภาพการทำความเย็นมาเป็นเวลากว่า 15 ปี ซึ่งการพัฒนาสินค้าสำหรับออกสู่ตลาดในปี 2561 นี้ เน้นในเรื่องการออกแบบดีไซน์ที่ตรงกับคนทุกกลุ่ม ด้วยรูปลักษณ์เรียบ สะอาดตา และสามารถนำไปจัดวางใช้งานได้อย่างลงตัวกับทุกพื้นที่ใช้งาน ในราคาที่แข่งขันได้
- 3) การให้ความสำคัญกับการสื่อสารบนออนไลน์: นอกจากการเป็นช่องทางโปรโมทสินค้าแบบออนไลน์แล้ว บริษัทยังเริ่มเน้นการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อีกด้วย เพื่อให้ธุรกิจสามารถก้าวได้ทันยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง และตอบสนองกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

ด้านปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน คือ สภาพภูมิอากาศที่มีฝนตกอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงต้นปี 2561 ซึ่งเป็นปัจจัยที่นอกเหนือการควบคุม และส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ลดลงกระทบเป็นวงกว้างต่ออุตสาหกรรมพัดลมไอเย็น

ปัจจัยลบอีกเรื่องคือกลุ่มลูกค้าต่างประเทศที่มีภูมิอากาศใกล้เคียงกับประเทศไทยนั้นได้รับอิทธิพลจากสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวนเช่นเดียวกัน ทำให้ภาพรวมมูลค่าการส่งออกสินค้าลดลงร้อยละ 42.95 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560

ปัจจัยตั้งที่กล่าวมาแล้วส่งผลกระทบต่อภาพรวมธุรกิจรอบไตรมาส 1/2561 ทำให้บริษัทมีผลการดำเนินงานขาดทุนสุทธิ 32.81 ล้านบาท ทั้งนี้ผลขาดทุนส่วนหนึ่งมาจากการรายการตั้งสำรองต่อค่าทางบัญชีมูลค่าประมาณ 9.20 ล้านบาท

ตาราง 2 : ข้อมูลสรุปยอดขายของส่วนงานตามช่องทางสำหรับงวด 3 เดือนปี 2561 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2561

หน่วย : ล้านบาท

ส่วนงานตามช่องทาง	ม.ค – มี.ค. 2561	ม.ค - มี.ค. 2560	% เปลี่ยนแปลง Y-o-Y
ช่องทางค้าปลีก	55.60	63.97	(12.62)
ช่องทางการขายองค์กร	53.77	36.25	48.33
ช่องทางการขายส่งออก	58.69	102.88	(42.95)
อื่นๆ	5.65	3.58	57.82
รวมรายได้	174.01	206.68	(15.81)

วิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัท

กลุ่มธุรกิจตลาดค้าปลีก (Retail Market)

ภาพรวมของช่องทางธุรกิจค้าปลีกรอบไตรมาส 1/2561 นี้มียอดขาย 55.60 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน 8.07 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 12.62

ธุรกิจค้าปลีกของบริษัทในปัจจุบันมีช่องทางขายผ่านห้างโมเดิร์นเทรดเป็นหลัก ซึ่งในช่วงต้นปี 2561 บริษัทได้ดำเนินการเปิดสาขาที่ได้คัดเลือกจากสถิติยอดขายอันดับต้นๆ และดำเนินการตามแผน ทั้งการปรับปรุงช่องทางการสื่อสาร และการโปรโมทสินค้าผ่านออนไลน์ รวมถึงกระบวนการบริหารจัดการงานขายและสต็อกสินค้าหน้าห้างผ่านโมบายแอปพลิเคชัน

แม้ภาพรวมอุตสาหกรรมพัดลมไอเย็นในรอบไตรมาส 1/2561 นั้นไม่คึกคักเหมือนทุกปีที่ผ่านมา เนื่องจากสภาพอากาศไม่ร้อนจัดซึ่งมาจากการที่มีฝนตกอยู่เป็นระยะตลอดทั้งไตรมาส ความต้องการของผู้บริโภคจึงลดลงอย่างมีนัยสำคัญ แต่ธุรกิจค้าปลีกผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรดของบริษัทสำหรับรอบไตรมาส 1/2561 มียอดขาย 47.70 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้น 5.63 ล้านบาทหรือร้อยละ 13.38 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

อ้างอิงสรุปมูลค่ายอดขายรายผู้ประกอบการของห้างโมเดิร์นเทรดรายใหญ่รายหนึ่ง พบว่ายอดขายสินค้าพัดลมไอเย็นของบริษัทขึ้นอยู่ในอันดับหนึ่งในไตรมาส 1/2561 ถึงแม้ว่าภาพรวมการขายของบริษัทดีกว่าผู้ประกอบการพัดลมไอเย็นรายอื่น แต่ผลการดำเนินงานภาพรวมของช่องทางยังไม่เป็นไปตามคาดหมาย

กลุ่มธุรกิจตลาดลูกค้าองค์กร (Corporate Market)

กลุ่มธุรกิจตลาดลูกค้าองค์กรเน้นการขายแบบ Business-to-Business ซึ่งการขายในลักษณะนี้มีวงจรการขายหรือ Sales Cycle ที่ค่อนข้างนาน แต่เนื่องจากปีที่ผ่านมาได้มีการปูฐานการตลาดไว้บ้างแล้ว ทำให้อุปสงค์รอบไตรมาส 1/2561 นี้มียอดขายเพิ่มขึ้น 17.52 ล้านบาทคิดเป็นเติบโตร้อยละ 48.33 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2560

ปัจจัยสำคัญของช่องทางนี้นอกจากกลยุทธ์ในการสร้างความมั่นใจในความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ ด้วยการนำเสนอระบบเช่าใช้งานแล้ว สภาพเศรษฐกิจยังเป็นปัจจัยสำคัญในอันดับต้นในการตัดสินใจลงทุนของกลุ่มลูกค้าองค์กร ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงยังเชื่อในโอกาสการเติบโตของตลาดนี้ในอนาคต

กลุ่มธุรกิจส่งออก (Export)

ผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจส่งออกรอบไตรมาส 1/2561 มียอดขายรวม 58.69 ล้านบาท ลดลง 44.19 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 42.95 เมื่อเทียบกับผลการดำเนินงานช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 ทั้งนี้ในช่วงต้นปีหรือในช่วงไตรมาส 1/2561 นั้น ตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศหลักของบริษัท ยังคงเป็นกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่ได้รับผลกระทบจากสภาพภูมิอากาศแปรปรวนรวมถึงสต็อกสินค้าเดิมของลูกค้า ทำให้ปริมาณสินค้าคงคลังมีเพียงพอต่อการขายในประเทศ

ทั้งนี้บริษัทอยู่ระหว่างการคัดเลือกตัวแทนจำหน่ายเพิ่มเติมเพื่อขยายฐานตลาด และยังดำเนินการสรรหาต่อไปเพื่อให้ได้ตัวแทนจำหน่ายที่มีศักยภาพ

ฐานะทางการเงิน

ตาราง 3 : ข้อมูลสรุปงบแสดงฐานะทางการเงิน ณ 31 มีนาคม 2561

หน่วย: ล้านบาท

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวม			
	31 มี.ค 2561	31 ธ.ค 2560	+ / (-)	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	14.86	10.87	3.99	36.71%
เงินลงทุนระยะสั้น	-	0.12	(0.12)	(100.00%)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	3.43	2.78	0.65	233.81%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น - กิจการอื่น	187.63	123.16	64.47	52.35%
ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าการเงินส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	13.63	16.98	(3.35)	(19.73%)
สินค้าคงเหลือ	279.45	230.14	49.31	21.43%
เงินฝากสถาบันการเงินที่มีภาวะค้ำประกัน	70.75	71.70	(0.95)	(1.32%)
ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าการเงิน	1.98	2.83	(0.85)	(30.04%)
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	57.69	58.32	(0.63)	(1.08%)
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	6.83	6.67	0.16	2.40%
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	7.61	7.56	0.05	0.66%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	8.41	10.89	(2.48)	(22.77%)
รวมสินทรัพย์	652.27	542.02	110.25	20.34%
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	220.18	171.03	49.15	28.74%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	0.10	-	0.10	100.00%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น - กิจการอื่น	156.52	73.88	82.64	111.86%
ประมาณการรับประกันคุณภาพ	5.04	5.47	(0.43)	(7.86%)
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินที่ถึงกำหนดชำระ	-	0.02	(0.02)	(100.00%)
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงินส่วนที่ถึงกำหนดชำระ	2.52	2.67	(0.15)	(5.62%)
ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย	0.09	-	0.09	100.00%
เจ้าหนี้กรมสรรพากร	2.56	0.62	1.94	312.90%
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	10.00	-	10.00	100.00%
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน	2.11	2.72	(0.61)	(22.43%)
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	6.94	6.58	0.36	5.47%
รวมหนี้สิน	406.06	262.99	143.07	54.40%
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	(68.14)	(35.33)	32.81	92.87%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	246.21	279.03	(32.81)	(11.76%)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	652.27	542.02	110.26	20.34%

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัท มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 652.27 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.34 เมื่อเทียบกับมูลค่าทรัพย์สิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ที่มีมูลค่า 542.02 ล้านบาท ซึ่งรายละเอียดหลักประกอบด้วย

- เงินลงทุนระยะสั้น: ยอดลดลง 0.12 ล้านบาท เมื่อเทียบกับยอดคงเหลือ ณ วันสิ้นงวด 31 ธันวาคม 2560 เนื่องจากการลงทุนระยะสั้นดังกล่าวครบกำหนดเวลา
- สินค้าคงเหลือ: มูลค่า ณ วันสิ้นงวด 31 มีนาคม 2561 เท่ากับ 279.45 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 42.84 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งมูลค่าเพิ่มขึ้น 49.31 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับ ณ วันสิ้นงวด 31 ธันวาคม 2560 ซึ่งมีมูลค่าสินค้าคงเหลือ 230.14 ล้านบาท หรือ คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.43 แต่ทั้งนี้สินค้านี้ยังคงนำออกจำหน่ายเป็นรายได้เข้ามาได้อย่างต่อเนื่องในอนาคตเนื่องด้วยผลกระทบจากสินค้าตกฐานหรือสินค้าล้าสมัยของบริษัทไม่ส่งผลกระทบต่อฐานะ
- เงินฝากสถาบันการเงินที่มีภาระค้ำประกัน: มูลค่า ณ วันสิ้นงวด 31 มีนาคม 2561 เท่ากับ 70.75 ล้านบาท ซึ่งมูลค่าลดลง 0.95 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับ ณ วันสิ้นงวด 31 ธันวาคม 2560 คิดเป็นลดลงร้อยละ 1.32 ซึ่งเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการสั่งซื้อสินค้าเพื่อขาย

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัท มีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 406.06 ล้านบาท เมื่อเทียบกับมูลค่าหนี้สิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ที่มียอดเท่ากับ 262.99 ล้านบาท บริษัท มียอดหนี้สินเพิ่มขึ้น 143.07 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.40 ซึ่งรายละเอียดหลักประกอบด้วย

- เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน มียอดเพิ่มขึ้น 49.15 ล้านบาทเมื่อเทียบกับยอดคงค้าง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ที่มีมูลค่าเท่ากับ 171.03 ล้านบาท เพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น – กิจการอื่นมียอดรวม 156.52 ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 73.88 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 82.64 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 111.86 เนื่องจากการเตรียมสินค้าเข้าคลังสินค้าตั้งแต่ช่วงปลายปี 2560 เพื่อรองรับการขายในปีปัจจุบัน และครบกำหนดเงื่อนไขการชำระเงินตามปกติ ทั้งในและต่างประเทศ

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัท มีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 246.22 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 37.75 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งลดลงจากเดิมเท่ากับ 32.81 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.76 เมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ซึ่งมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 279.03 ล้านบาท ซึ่งส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงเกิดขึ้นจากผลการดำเนินงานขาดทุนสำหรับรอบไตรมาส 1/2561 (มกราคม-มีนาคม 2561)

ตาราง 4 : อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน	งบการเงินรวม		+ / (-)
	ม.ค - มี.ค 2561	ม.ค - ธ.ค 2560	
อัตราส่วนสภาพคล่อง			
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.26	1.51	(0.25)
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.55	0.61	(0.06)
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)			
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	17.98%	21.83%	(3.85)
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)	(19.37)%	(8.27)%	(11.10)
อัตรากำไรสุทธิ (%)	(18.85)%	(8.44)%	(10.41)
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio)			
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ROE (%)	(13.33)%	(6.25)%	(7.08)
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ROA (%)	(5.03)%	(3.22)%	(1.81)
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial Policy Ratio)			
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.65	0.94	0.71

อัตราส่วนสภาพคล่อง

เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 อัตราส่วนสภาพคล่องลดลง 0.25 เท่า และอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว ลดลง 0.06 เท่า โดยอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็วปรับลดลงนั้น เกิดจากสินค้าคงเหลือมียอดเพิ่มขึ้นโดยเมื่อเทียบกับสินทรัพย์รวม คิดเป็นร้อยละ 42.84 ของสินทรัพย์รวม เนื่องจากยอดขายสำหรับงวดไตรมาส 1/2561 ไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ อย่างไรก็ตามสินค้าคงเหลือดังกล่าวสามารถนำออกจำหน่ายผ่านช่องทางต่างๆ ได้ในอนาคต

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไรและอัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

จากผลการดำเนินงาน 3 เดือนของปี 2561 บริษัท มีอัตรากำไรขั้นต้น, อัตรากำไรจากการดำเนินงาน และอัตรากำไรสุทธิ ลดลงในอัตราร้อยละ 3.85, 11.10 และ 10.41 ตามลำดับ อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ทั้งอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มีการปรับลดลง เนื่องจากผลการดำเนินงานสำหรับงวดไตรมาส 1/2561 ไม่บรรลุตามเป้าหมาย และมีผลขาดทุนสุทธิจำนวน 32.81 ล้านบาท

อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

บริษัท มีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากปีก่อนในอัตราเพิ่มขึ้น 0.71 เท่าซึ่งเกี่ยวเนื่องโดยตรงจากการที่บริษัท มีผลการดำเนินงาน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 ที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่ของบริษัทนำเข้าจากต่างประเทศโดยตรงและจ่ายชำระด้วยสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นหลัก บริษัทให้ความสำคัญกับการประเมินความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและบริหารการใช้จ่ายเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้บริษัท ไม่มีนโยบายที่จะแสวงหากำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

(นายพนชัย วีระมาน)
กรรมการผู้จัดการ