

13. ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

1. ตารางสรุปงบการเงินสำหรับปีของบริษัท สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557, 2558 และ 2559

งบแสดงฐานะทางการเงิน (หน่วย : บาท)	งบการเงินรวม					
	2557	%	2558	%	2559	%
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	154,403,777	3.2	496,185,929	9.7	487,320,448	9.4
เงินลงทุนระยะสั้น	1,544,479,580	31.8	380,420,907	7.5	789,685,115	15.2
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	647,896,496	13.1	707,035,214	13.9	795,886,902	15.3
สินค้าคงเหลือ	1,536,182,331	31.6	2,315,977,990	45.3	1,988,659,616	38.3
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	69,131,340	1.7	128,518,706	2.6	53,052,287	1.0
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,952,093,524	81.4	4,028,138,746	79.0	4,114,604,368	79.2
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
เงินลงทุนในกิจการร่วมค้า	-	-	31,859,723	0.6	38,091,445	0.7
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	447,581,067	9.2	445,244,810	8.7	422,127,697	8.1
ค่าความนิยม	107,783,356	2.2	107,783,356	2.1	107,783,356	2.1
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	115,053,972	2.3	213,308,613	4.2	204,288,015	3.9
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	129,366,638	2.7	154,900,384	3.0	170,635,572	3.3
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	104,866,327	2.2	118,825,042	2.4	138,717,759	2.7
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	904,651,360	18.6	1,071,921,928	21.0	1,081,643,844	20.8
รวมสินทรัพย์	4,856,744,884	100.0	5,100,060,674	100.0	5,196,248,212	100.0
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้น						
จากสถาบันการเงิน	155,418,326	3.2	157,894,172	3.1	146,753,986	2.8
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	633,319,783	13.0	736,678,433	14.4	635,261,369	12.2
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	1,096,451	-	146,347	-	226,113	-
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	25,572,602	0.5	25,572,602	0.5	17,225,942	0.3
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	14,975,334	0.3	7,164,154	0.1	30,418,654	0.6
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	50,738,414	1.1	48,956,123	1.0	24,486,420	0.5
รวมหนี้สินหมุนเวียน	881,120,910	18.1	976,411,831	19.1	854,372,484	16.4

งบแสดงฐานะทางการเงิน (ต่อ) (หน่วย : บาท)	งบการเงินรวม					
	2557	%	2558	%	2559	%
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน	3,456,907	0.1	328,707	-	352,444	-
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	40,657,509	0.8	41,497,873	0.8	48,959,423	0.9
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	6,653,094	0.2	6,254,584	0.1	6,540,130	0.1
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	50,767,510	1.1	48,081,164	0.9	55,851,997	1.1
รวมหนี้สิน	931,888,420	19.2	1,024,492,995	20.1	910,224,481	17.5
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	400,000,000	8.2	400,000,000	7.8	400,000,000	7.7
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	2,824,925,638	58.2	2,824,925,638	55.4	2,824,925,638	54.4
กำไรสะสม						
จัดสรรแล้วเป็นทุนสำรองตามกฎหมาย	65,000,000	1.3	65,000,000	1.3	65,000,000	1.3
ยังไม่ได้จัดสรร	531,301,775	11.0	669,541,893	13.1	873,549,919	16.8
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	(2,620,102)	(0.1)	(2,626,281)	(0.1)	(2,626,281)	(0.1)
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	3,818,607,311	78.6	3,956,841,250	77.6	4,160,849,276	80.1
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	106,249,153	2.2	118,726,429	2.3	125,174,455	2.4
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,924,856,464	80.8	4,075,567,679	79.9	4,286,023,731	82.5
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,856,744,884	100.0	5,100,060,674	100.0	5,196,248,212	100.0

งบกำไรขาดทุน (หน่วย : บาท)	งบการเงินรวม					
	2557	%	2558	%	2559	%
รายได้						
รายได้จากการขายสินค้า	3,469,752,912	98.1	3,894,989,149	98.6	4,442,067,769	99.2
รายได้จากการลงทุน	37,775,145	1.0	24,053,321	0.6	3,329,847	0.1
รายได้อื่น	30,076,676	0.9	31,859,059	0.8	33,751,676	0.8
รวมรายได้	3,537,604,733	100.0	3,950,901,529	100.0	4,479,149,292	100.0
ค่าใช้จ่าย						
ต้นทุนขายสินค้า	1,581,609,939	44.7	1,708,816,793	43.3	2,011,624,076	44.9
ค่าใช้จ่ายในการขาย	778,965,038	22.0	983,898,760	24.9	1,063,427,732	23.7
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	372,110,337	10.5	467,992,229	11.8	491,623,192	11.0
รวมค่าใช้จ่าย	2,732,685,314	77.2	3,160,707,782	80.0	3,566,675,000	79.6
รายได้และค่าใช้จ่ายอื่น						
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	-	-	(6,768,884)	(0.2)	(6,266,303)	(0.1)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	6,132,320	0.2	5,593,843	0.2	3,118,108	0.1
รวมรายได้และค่าใช้จ่ายอื่น	6,132,320		(1,175,041)	-	(3,148,195)	0.1
กำไรก่อนภาษีเงินได้	798,787,099	22.6	791,368,788	20.0	915,622,487	20.4
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	71,156,844	2.0	46,854,818	1.2	67,409,116	1.5
กำไรสำหรับปี	727,630,255	20.6	744,513,970	18.8	848,213,371	18.9
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น						
กำไรจากการประมาณการตามหลัก คณิตศาสตร์ประกันภัย – สุทธิจากภาษีเงินได้	-	-	6,225,394	0.2	2,251,321	0.1
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	727,630,255	20.6	750,739,364	19.0	850,464,692	19.0
การแบ่งปันกำไร						
ส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	711,644,698	20.1	738,246,297	18.7	844,008,026	18.8
ส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	15,985,557	0.5	12,493,067	0.3	6,456,666	0.1
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	727,630,255	20.6	750,739,364	19.0	850,464,692	19.0
กำไรต่อหุ้นปรับลด (บาท)	0.89		0.92		1.05	

ข้อมูลกระแสเงินสด	2557	2558	2559
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	651,467,507	14,488,151	1,199,045,399
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน	(306,177,331)	934,595,197	(545,301,168)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	(457,987,233)	(607,301,196)	(662,609,712)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(112,697,057)	341,782,152	(8,865,481)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นงวด	267,100,834	154,403,777	496,185,929
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นงวด	154,403,777	496,185,929	487,320,448

2. ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
อัตราส่วนสภาพคล่อง			
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	4.5	4.1	4.8
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	71	62	60
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	302	377	362
ระยะเวลารับหนี้ (วัน)	106	110	90
Cash cycle (วัน)	267	328	333
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (ร้อยละ)			
อัตรากำไรขั้นต้น	54.4	56.1	54.7
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยสุทธิ ภาษีและ			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	25.7	23.6	24.5
อัตรากำไรสุทธิ	20.1	18.5	18.8
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	19.2	18.8	20.8
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (ร้อยละ)			
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	15.0	14.7	16.4
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (เท่า)			
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.04	0.04	0.03
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.24	0.25	0.21
ข้อมูลต่อหุ้น (บาท)			
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น	4.91	5.09	5.36
กำไรต่อหุ้น	0.89	0.92	1.05
เงินปันผลต่อหุ้น	0.80	0.75	0.80

14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

ภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัท

ปี 2559 เป็นอีกหนึ่งปีแห่งความท้าทายในการประกอบธุรกิจของบริษัท เนื่องด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปทำให้ผู้บริโภคจับจ่ายใช้สอยด้วยความระมัดระวัง ปี 2559 เป็นปีที่บริษัท ให้ความสำคัญกับการเติบโตของรายได้จากการขายและผลกำไร โดยมีประมาณการอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายที่ร้อยละ 15 ต่อปี ผ่านการเติบโตของยอดขายต่อร้านเดิม (Same-Store-Sales Growth) การบริหารช่องทางการขายให้มีประสิทธิภาพ และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ที่ดีเพื่อลดระดับสินค้าคงคลัง

ตลอดทั้งปี 2559 บริษัทได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายรายสัปดาห์ที่สนุก น่าสนใจ และคุ้มค่าสำหรับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นยอดขาย คำนึงถึงลูกค้า ขณะเดียวกันก็เพื่อลดระดับสินค้าคงคลังลง โดยบริษัทได้ปรับเปลี่ยนรายการส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มอัตราการทำการที่ดียิ่งขึ้นตั้งแต่ไตรมาส 2 เป็นต้นมา ทั้งนี้ บริษัทเน้นการจัดโปรโมชั่นและกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ร้านค้าปลีกของตนเองเป็นหลักเนื่องด้วยมีความยืดหยุ่นในการดำเนินการมากกว่าผ่านทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และสามารถปรับเปลี่ยนกิจกรรมส่งเสริมการขายได้อย่างรวดเร็ว

ปี 2559 เป็นปีที่บริษัทเน้นการจำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่มีความหลากหลายขึ้น โดยเน้นเสื้อผ้าท่อนบนแบบใหม่ๆ ที่มีดีไซน์ที่ทันสมัย และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้มากขึ้น อาทิ เสื้อยืดสะท้อนแสง (Reflective T-Shirt) ที่ใช้เทคนิคการพิมพ์พิเศษเป็นนวัตกรรมใหม่ของการสกรีนลายที่ให้คุณสมบัติสะท้อนแสงเมื่อกระทบแสงไฟสามารถมองเห็นได้ในที่มืด เสื้อยืดที่ใช้เทคโนโลยี Dri-Balance ทำให้ได้เนื้อผ้าที่มีคุณสมบัติซึมซับเหงื่อทันที ทำให้แห้งสบาย ระบายอากาศได้ดีซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ผู้ผลิตเสื้อผ้ามักไม่คำนึงถึงของโลกเลือกใช้

สำหรับผลิตภัณฑ์ยีนส์นั้น บริษัทได้พัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น Selvedge Denim หรือกางเกงยีนส์ริมแดงที่ในปี 2559 บริษัทเลือกใช้ผ้ายีนส์ที่เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่นน้อยเพื่อให้เกิดความสบายเมื่อสวมใส่ และเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าสำหรับคอลเลกชันฤดูหนาวในช่วงปลายปี บริษัท ได้ออกแบบเสื้อแจ็คเก็ตยีนส์สไตล์ Trucker Jacket ของสุภาพสตรีโดยใช้ผ้าไคฮารา (Kaihara) ซึ่งเป็นผ้ายีนส์ชั้นนำจากประเทศญี่ปุ่นด้วยการผลิตแบบ rope dyeing ทำให้คุณภาพของเส้นด้ายและสีย้อมมีความมีเอกลักษณ์และคุณภาพที่ดี

สำหรับกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ นอกจากจะมีการออกกระเป๋าเดินทางและเป้สะพายหลังแบบใหม่ๆ แล้ว ในไตรมาสสุดท้ายของปี 2559 บริษัทได้ออกสินค้าไลฟ์สไตล์ภายใต้แบรนด์สินค้าใหม่ ได้แก่ ชุดออกกำลังกาย (Activewear) ภายใต้แบรนด์สินค้า “UP” และผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin care) ประเภทโลชั่นและเจลอาบน้ำภายใต้แบรนด์ “M&C”

ด้วยเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่หลากหลายขึ้นและกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ออกมาในระหว่างปีส่งผลให้อัตราการเติบโตของยอดขายต่อร้านเดิมของบริษัท ในปี 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.1 จากปี 2558 ในขณะที่อัตราการเติบโตของยอดขายต่อร้านเดิมของบริษัท ในปี 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 จากปี 2557

ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปี 2559 บริษัทยังขยายสาขาอย่างต่อเนื่องแต่ในอัตราที่ลดลงเมื่อเทียบกับ 2-3 ปีที่ผ่านมาเนื่องจากพื้นที่จุดขายที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศค่อนข้างครอบคลุมพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ในปี 2559 บริษัทหันมาเน้นการบริหารพื้นที่การขายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นพื้นที่จุดขายที่มีความสามารถในการทำกำไร การปรับปรุงตกแต่งร้านให้ทันสมัย การกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ผ่าน www.mcshop.com มากขึ้น โดยบริษัทได้ทยอยเพิ่มสินค้าใหม่ๆ จัดโปรโมชั่นการขายพิเศษสำหรับลูกค้าออนไลน์ ตลอดจนสื่อสารกับลูกค้าออนไลน์มากขึ้นผ่านโซเชียลมีเดีย

สำหรับจำนวนช่องทางการจำหน่าย ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2559 บริษัท มีจุดจำหน่ายทั้งสิ้น 897 แห่ง เพิ่มขึ้นสุทธิจากสิ้นปี 2558 จำนวน 31 แห่ง แบ่งออกเป็น

- จุดจำหน่ายในประเทศเพิ่มขึ้นสุทธิ 29 แห่ง เป็น 872 แห่ง
 - ร้านค้าปลีกของตนเองเพิ่มขึ้นสุทธิ 15 แห่ง เป็น 303 แห่ง (รวมร้าน mc mc ในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. 18 แห่ง)
 - ห้างค้าปลีกสมัยใหม่เพิ่มขึ้นสุทธิ 13 แห่ง เป็น 563 แห่งและรถโมบายเคสเคลื่อนที่ (mobile unit) เพิ่มขึ้น 1 คัน รวมเป็น 6 คัน
- จุดจำหน่ายต่างประเทศเพิ่มขึ้นสุทธิ 2 แห่ง เป็น 25 แห่ง

ทั้งนี้ สำหรับร้าน mc mc ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกของตนเองในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. นั้น บริษัทได้เริ่มชะลอการขยายจุดจำหน่ายลงในช่วงปลายปีเนื่องจากต้องการปรับรูปแบบของสินค้าให้เหมาะสมก่อนที่จะขยายตัวต่อไป ปัจจุบันบริษัท มีร้าน mc mc ทั้งหมด 18 จุดขาย เพิ่มขึ้นจาก 10 จุดขายในปี 2558

ในปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการขายเท่ากับ 4,442 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.0 จากปี 2558 สอดคล้องกับประมาณการของบริษัทที่ร้อยละ 15 โดยรายได้จากการขายผ่านร้านค้าปลีกของตนเองเติบโตขึ้นร้อยละ 24.3 เทียบกับปี 2558 โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 56.6 ของรายได้จากการขายรวม เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 51.7 ในปีก่อน สำหรับสัดส่วนรายได้จากการขายของห้างค้าปลีกสมัยใหม่คิดเป็นร้อยละ 39.0 ของรายได้จากการขายรวม ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 43.6 ในปี 2558

ในปี 2559 บริษัทมีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 2,430 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.2 โดยคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมที่ร้อยละ 54.7 ลดลงจากร้อยละ 56.1 ในปี 2558 จากการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายและธุรกิจนาฬิกา โดยธุรกิจเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายมีอัตรากำไรขั้นต้นของปี 2559 อยู่ที่ร้อยละ 55.9 ลดลงจากร้อยละ 57.3 จากปี 2558 จากกิจกรรมส่งเสริมการขายที่จัดอย่างต่อเนื่องในปีนีเพื่อกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคเพื่อคืนกำไรให้ลูกค้า และเพื่อลดสินค้าคงคลัง ทั้งนี้บริษัท ได้ปรับเปลี่ยนรายการส่งเสริมการขายเพื่อระดับอัตราการทำการกำไรที่ดีขึ้นตั้งแต่ไตรมาส 2 เป็นต้นมา ในส่วนของธุรกิจนาฬิกามีอัตรากำไรขั้นต้นของปี 2559 อยู่ที่ร้อยละ 43.2 ลดลงจากร้อยละ 46.4 จากปี 2558 จากการทำการรายการส่งเสริมการขายเพื่อลดสินค้าคงคลังในช่วงครึ่งปีแรก และการทำ Clearance sales ในไตรมาสสุดท้ายของปี

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในปี 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.1 จากปี 2558 จากการเพิ่มขึ้นของค่าตัดจำหน่ายจากการเริ่มใช้งานระบบ SAP ตั้งแต่ต้นปี 2559 ค่าเช่าและบริการ และค่าใช้จ่ายบุคลากร อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับอัตรา

การเติบโตของยอดขายสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายรวมลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 35.0 จากร้อยละ 37.3 ในปี 2558

อันเนื่องมาจากผลประกอบการที่ปรับตัวสูงขึ้น บริษัทมีกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.3 จากปี 2558 มาอยู่ที่ 1,098 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการทำกำไร EBITDA ที่ร้อยละ 24.5 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23.6 ในปี 2558 ทั้งนี้บริษัท มีอัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง (Effective Tax Rate) ในปี 2559 ที่ร้อยละ 7.4 เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 6.0 ตามสิทธิประโยชน์จากพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน 2558 ทั้งนี้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจะทยอยสิ้นสุดลงภายในปี 2562 และ 2564

ในปี 2559 บริษัท มีกำไรสุทธิ 843 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.1 จากปี 2558 จากปัจจัยที่กล่าวไว้ข้างต้น ส่งผลให้บริษัทมีอัตรากำไรสุทธิโดยรวมอยู่ที่ร้อยละ 18.8 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.5 ในปีก่อนหน้า โดยธุรกิจเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายมีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 20.6 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 20.4 ขณะที่ธุรกิจนาฬิกามีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 3.2 ลดลงจากร้อยละ 5.8

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 5,196 ล้านบาท เปรียบเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 5,100 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 96 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของเงินลงทุนชั่วคราว จำนวน 409 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น จำนวน 89 ล้านบาท การลดลงของสินค้าคงคลัง จำนวน 327 ล้านบาท และการลดลงของสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น จำนวน 75 ล้านบาท

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 910 ล้านบาท เปรียบเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ที่บริษัทมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 1,024 ล้านบาท ลดลง 114 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น จำนวน 138 ล้านบาท ขณะที่ภาษีเงินได้ค้างจ่ายเพิ่มขึ้น จำนวน 23 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 4,286 ล้านบาท เปรียบเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 4,076 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 210 ล้านบาท ปัจจัยหลักมาจากกำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี 2559 จำนวน 850 ล้านบาท สุทธิจากการจ่ายเงินปันผลจำนวน 640 ล้านบาท

สภาพคล่อง และ อัตราส่วนที่สำคัญ

กระแสเงินสด

สำหรับปี 2559 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลดลงสุทธิจำนวน 9 ล้านบาท เป็นผลจาก:

- 1) กระแสเงินสดที่ได้รับจากการดำเนินงานจำนวน 1,199 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการดำเนินงานที่เติบโตขึ้นโดยบริษัท มีกำไรจำนวน 842 ล้านบาท และกำไรที่เป็นเงินสดจำนวน 1,082 ล้านบาท เงินสดส่วนใหญ่ได้มาจากการจำหน่ายสินค้าคงเหลือจำนวน 340 ล้านบาท การลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น 138 ล้านบาท และการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นจำนวน 91 ล้านบาท
- 2) กระแสเงินสดที่ใช้ไปในกิจกรรมลงทุนจำนวน 545 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลงทุนในเงินลงทุนชั่วคราว จำนวน 403 ล้านบาท ซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เพื่อใช้ในการขยายธุรกิจ จำนวน 125 ล้านบาท ลงทุนในสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ได้แก่ ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ จำนวน 31 ล้านบาท
- 3) กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 663 ล้านบาท มาจากการจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นจำนวน 640 ล้านบาท การชำระคืนเงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 11 ล้านบาท และการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน จำนวน 8 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงิน

ในปี 2559 บริษัทมีอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 20.8 และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เท่ากับร้อยละ 16.4 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.8 และร้อยละ 14.7 ในปี 2558 ตามลำดับ เนื่องจากกำไรสุทธิและกำไรจากการดำเนินงานเติบโตในอัตราที่สูงกว่าอัตราการเติบโตของส่วนของผู้ถือหุ้นและสินทรัพย์

สำหรับอัตราส่วนสภาพคล่องในปี 2559 บริษัทมีระยะเวลาการขายสินค้าสำเร็จรูปโดยรวม 362 วัน ลดลงจาก 377 วันในปี 2558 โดยธุรกิจเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายมีระยะเวลาการขายสินค้าอยู่ที่ 343 วัน ลดลงจาก 354 วัน ในปี 2558 เนื่องจากการขายที่ดีขึ้นจากโปรแกรมการส่งเสริมการขายของบริษัท ที่ออกมาในระหว่างปี และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานหรือ Supply Chain Management ที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตามระยะเวลาการขายสินค้าสำเร็จรูปโดยรวมยังสูงกว่าประมาณการที่บริษัท คาดไว้ที่ 345-375 วัน ซึ่งปรับขึ้นจากในตอนต้นปีที่บริษัท เคยตั้งเป้าไว้ที่ 300-330 วันเนื่องจากบริษัท ต้องปรับแผนการดำเนินงานในไตรมาส 4 ปีให้สอดคล้องกับความต้องการเสื้อผ้าสีดำ สีขาว และสีเข้มเพิ่มมากขึ้นสำหรับการถวายอาลัยของประชาชนชาวไทยทั่วประเทศ

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทในปี 2559 ยังอยู่ในระดับต่ำมากคือ 0.21 เท่า ลดลงจาก 0.25 เท่าในปี 2558 สำหรับอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้นนั้นมีค่าเพียง 0.03 เท่า ลดลงเล็กน้อยจาก 0.04 เท่าในปี 2558

แนวโน้มในอนาคต

บริษัทมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นองค์กรธุรกิจชั้นนำของเอเชียในด้านเครื่องแต่งกายและสินค้าไลฟ์สไตล์ ด้วยการบริหารแบรนด์ที่หลากหลาย บริษัทได้จัดทำแผนกลยุทธ์ GREAT Strategy ซึ่งมีเป้าหมายทางธุรกิจ การเงิน และการเติบโตของรายได้จากการขายที่อัตราเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี ตั้งในปี 2557-2561 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

GR (Growth) สร้างการเติบโตของรายได้จากการขายจากสินค้าหลัก และพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์ใหม่ๆ ที่มีนวัตกรรมที่เป็นที่ยอมรับผ่านจุดขายทั้งประเภทออฟไลน์และออนไลน์ ตอบโจทย์ความต้องการและไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้า รักษาความเป็นแบรนด์ที่ยืนยมนำของประเทศ

E (Efficiency) บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเหมาะสม (Supply Chain Optimization) บริหารต้นทุนการดำเนินงานและพื้นที่จุดขายให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ ตลอดจนผสมผสานข้อมูลและการดำเนินงานของช่องทางต่างๆ (integrate business operation) เข้าด้วยกันทั้งหมดเพื่อก้าวสู่การเป็น Omni channel

A (Asia Brand) พัฒนาโปรแกรมสำหรับตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ (Dealership program) ในกลุ่มประเทศเมียนมาร์ กัมพูชา ลาว และเวียดนาม (CLMV) ให้แข็งแกร่งขึ้น

T (Talented Team) มุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ให้มีศักยภาพ มีความเข้าใจและสามารถตอบสนองการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในระยะยาวอย่างยั่งยืน

สำหรับปี 2560 บริษัทยังคงเน้นการเติบโตของรายได้จากการขายและผลกำไร โดยคาดว่าจะรายได้จากการขายจะเติบโตประมาณร้อยละ 12-15 จากการเติบโตของยอดขายต่อร้านเดิม (Same-Store-Sales Growth) โดยสินค้าหลักยังคงเป็นเครื่องแต่งกายยีนส์ที่บริษัท มีความเชี่ยวชาญและเป็นผู้นำในตลาด ขณะเดียวกันก็จะพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์กลุ่มใหม่ๆ เพิ่มเติม โดยเน้นการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกของตนเอง ขยายธุรกิจไปยังตลาดในภูมิภาคผ่านตัวแทนจำหน่ายศึกษาตลาดใหม่เพิ่มเติม ตลอดจนพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่เพิ่มโอกาสและประสิทธิภาพในการขาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าตามเทรนด์การใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ บริษัทประมาณการอัตรากำไรขั้นต้นในปี 2560 ไว้ในระดับที่ใกล้เคียงกับในปี 2559 ทางด้านงบลงทุน (CAPEX) นั้น บริษัทคาดว่าจะใช้เงินลงทุนประมาณ 70 ล้านบาทในปี 2560 สำหรับขยายสาขาประมาณ 20-25 จุดขาย พัฒนาช่องทางออนไลน์ และระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) ทั้งนี้ บริษัทคาดว่าจะระยะเวลาการขายสินค้าสำเร็จรูปโดยรวม ณ สิ้นปี 2560 จะลดลงมาอยู่ในระดับ 315 วัน

สำหรับธุรกิจนาฬิกาซึ่งดำเนินการโดยบริษัท ไทม์ เดคโค คอร์ปอเรชั่น จำกัด (“TDC”) ซึ่งบริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 51% นั้น ได้มีการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการและปรับแผนธุรกิจใหม่ในไตรมาส 4 ปี 2559 โดยเริ่มปรับสินค้าให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจและคุ้มค่ามากขึ้น ตลอดจนเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ เช่น การขายผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัทที่ www.mcshop.com และการขายให้ลูกค้าองค์กรและการขายผ่าน TV Shopping เป็นต้น โดยบริษัทมั่นใจว่าผลการดำเนินงานของธุรกิจนาฬิกาจะมีทิศทางที่ดีขึ้นในปี 2560

งบกำไรขาดทุน :

(ล้านบาท)	ไตรมาส 4			ประจำปี		
	ปี 2559	ปี 2558	เปลี่ยนแปลง	ปี 2559	ปี 2558	เปลี่ยนแปลง
รายได้จากการขาย	1,411	1,289	9.4%	4,442	3,895	14.0%
รวมรายได้	1,428	1,306	9.4%	4,479	3,951	13.4%
ต้นทุนขาย	606	592	2.3%	2,012	1,709	17.7%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	308	308	0.1%	1,063	984	8.1%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	139	136	2.6%	492	468	5.0%
กำไรก่อนส่วนแบ่งจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	375	270	38.7%	912	790	15.5%
ส่วนแบ่งจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(7)	5	(230.0%)	6	7	(7.4%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	368	276	33.7%	919	797	15.3%
ต้นทุนทางการเงิน	1	1	(42.1%)	3	6	(44.3%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	368	274	34.0%	916	791	15.7%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	49	20	146.6%	67	47	43.9%
กำไรสำหรับงวด	319	255	25.3%	848	745	13.9%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	2	5	(65.1%)	5	12	(57.2%)
กำไรของบริษัท	317	250	27.0%	843	732	15.1%

งบแสดงฐานะการเงิน :

(ล้านบาท)	31 ธ.ค. 59	31 ธ.ค. 58	เปลี่ยนแปลง
เงินสดและรายการเทียบเท่า	1,277	877	45.7%
ลูกหนี้การค้า	787	702	12.1%
สินค้าคงคลัง	1,989	2,316	(14.1%)
สินทรัพย์อื่น	1,144	1,205	(5.1%)
รวมสินทรัพย์	5,196	5,100	1.9%
เจ้าหนี้การค้า	448	554	(19.1%)
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	147	158	(7.1%)
หนี้สินอื่น	315	312	0.9%
รวมหนี้สิน	910	1,024	(11.2%)
ส่วนของบริษัทใหญ่	4,161	3,957	5.2%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	125	119	5.4%
ส่วนของถือหุ้น	4,286	4,076	5.2%

ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ :

อัตราส่วนทางการเงิน			
อัตราส่วนสภาพคล่อง		31 ธ.ค. 59	31 ธ.ค. 58
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	4.82	4.13
		สำหรับปี 2559	สำหรับปี 2558
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	60	62
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	วัน	362	377
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	88	110
Cash cycle	วัน	335	328
ความสามารถในการทำกำไร		สำหรับปี 2559	สำหรับปี 2558
อัตรากำไรขั้นต้น	%	54.7	56.1
- รุรกีจจัดจำหน่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	%	55.9	57.3
- ไทรม์ เดคโค	%	43.2	46.4
อัตรากำไรสุทธิ	%	18.8	18.5
- รุรกีจจัดจำหน่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	%	20.6	20.4
- ไทรม์ เดคโค	%	3.2	5.8
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	%	24.5	23.5
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	%	20.8	18.8
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน		สำหรับปี 2559	สำหรับปี 2558
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	%	16.4	14.7
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน		31 ธ.ค. 59	31 ธ.ค. 58
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.03	0.04
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.21	0.25