

ภาพรวมโดยสรุป

แนวโน้มเศรษฐกิจโลกในปี 2565

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติรายงานว่า เศรษฐกิจไทยในปี 2565 มีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องจากฐานการขยายตัวที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำในปี 2564 โดยมีแรงขับเคลื่อนจาก การขยายตัวของอุปสงค์ภายในประเทศ แม้จะเผชิญกับการแพร่ระบาดของสายพันธุ์โอมิครอน แต่มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อระบบ สาธารณสุขอย่างจำกัดในช่วงไตรมาสแรกของปี 2565 และส่งผลให้ภาครัฐสามารถผ่อนคลายมาตรการควบคุมการระบาดได้ตามลำดับ นอกจากนี้ เศรษฐกิจยังจะได้รับแรงสนับสนุนสำคัญจากการฟื้นตัวของภาคบริการโดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากการผ่อนคลาย มาตรการเพื่อเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการส่งออกสินค้าตามการขยายตัวของเศรษฐกิจและ ปริมาณการค้าโลก

ขณะที่การแพร่ระบาดของสายพันธุ์โอมิครอนที่มีการแพร่ ระบาดอย่างรวดเร็วและกลายเป็นสายพันธุ์หลักทั่วโลกนับตั้งแต่ในช่วงปลายปี 2564 ส่งผลให้จำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นสูงสุด เป็นประวัติการณ์ในหลายประเทศในช่วงเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ 2565 อาทิ สหรัฐฯ ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น มีแนวโน้มที่จะไม่ก่อให้เกิดอาการรุนแรงสะท้อนจากอัตราป่วยหนักและการเสียชีวิตโดยเฉลี่ยที่ยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ประกอบกับความตื่นตัว ในการกระจายวัคซีนและการปรับตัวของประชาชนและภาคธุรกิจในการรับมือกับการระบาด ส่งผลให้ประเทศต่างๆ ไม่ได้ดำเนินมาตรการ ควบคุมการระบาดที่เข้มงวดในระดับเดียวกับที่การแพร่ระบาดระลอกก่อนหน้า จึงคาดว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศจะยัง ดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องในช่วงที่เหลือของปี

เหตุการณ์สำคัญในปี 2564

■ ไตรมาส 1

ในไตรมาส 1 ปี 2564 บริษัทยังคงเดินหน้าเพิ่มช่องทางการขยายสาขา โดยเน้นทำเลที่ดีและค่าเช่าที่เหมาะสม รองรับความต้องการของลูกค้าที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในอำเภอหลักและอำเภอรอง ในด้านบริหารจัดการสินค้า บริษัทยังคงมียอดขายเติบโตในทุกกลุ่ม Category เช่น สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการ Work from Home, Learn from Home และ Cryptocurrency (สกุลเงินดิจิทัล) ก็ทำให้สินค้ามีความต้องการเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก บริษัทจึงได้เร่งในการจัดหาสินค้า และดูแลบริหารสินค้าคงเหลือเพื่อให้เพียงพอกับยอดขายและการขยายสาขาที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งเตรียมนำสินค้าใหม่เข้ามาเพิ่มพอร์ตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่วนมุมมองภาพรวมของสินค้า แปรนด์ Apple, สินค้า Laptop, สินค้า DIY และสินค้าประเภทโทรศัพท์สมาร์ทโฟน บริษัทยังคงมองว่าสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่า จะอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งยังคงเป็นเป้าที่บริษัทจะเพิ่มยอดขาย ในส่วนของแฟรนไชส์ และตลาดออนไลน์ บริษัทยังคงมีแผนขยายธุรกิจแฟรนไชส์ ควบคุมการรุกตลาดออนไลน์มากขึ้น ซึ่งบริษัทยังคงพยายามรักษาการเติบโตจากยอดขายออนไลน์และฐานของลูกค้าเอาไว้ ให้ได้มากที่สุด

■ ไตรมาส 2

ในไตรมาส 2 ปี 2564 ด้านสินค้ามียอดขายเติบโตในทุกกลุ่ม โดยเฉพาะในส่วนของ iPhone, iPad, Smartphone ส่งผลให้ในส่วนของอุปกรณ์เสริมขายดีตามไปด้วย โดยบริษัทยังคงเน้นกลยุทธ์ให้ขายอุปกรณ์เสริมพร้อมกับสินค้าหลัก ทั้งนี้บริษัทยังคงพยายามรักษาการเติบโตของยอดขายอย่างต่อเนื่อง เมื่อเทียบกับปีก่อน ไตรมาส 2 ปี 2563 ที่มีการ Lock Down โดยมีการปิดร้านจำหน่ายสินค้าและศูนย์บริการรับซ่อมสินค้าและบริการของกลุ่มกิจการที่เปิดให้บริการภายในห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า และ Community Mall บางร้านเป็นการชั่วคราว ซึ่งแม้ว่าช่วงปีที่แล้วยอดขายจะลดลงจากการปิดสาขาตามมาตรการรัฐแต่ยอดขายก็เพิ่มกลับมาในเดือนที่เปิด เนื่องจากสินค้าไอทีที่เป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน

ยอดขายจากช่องทางออนไลน์ ยังคงเป็นช่องทางที่บริษัทให้ความสำคัญและยังมีการเติบโตตามตลาด e-Commerce ในกลยุทธ์บริษัทยังคงเน้นในส่วนการคัดเลือกสินค้าและมีการจัดกิจกรรมร่วมกับ Market Place ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่ออกมาใหม่หรือโปรโมชั่นตามงาน Event ทั้งในส่วนของ Website บริษัท www.bnn.in.th ก็มีการปรับปรุงประสิทธิภาพและยังคงมีลูกค้าเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าจัดจําและได้กลับมาซื้อสินค้าต่อเนื่องที่ทางสาขาด้วย จึงเห็นได้ว่าบริษัทมีการพัฒนาระบบเพื่อเชื่อมโยงในส่วนของค้าปลีกและออนไลน์ แบบ Omni Channel ตามที่บริษัทได้วางแผนนโยบายไว้เป็นอย่างดี

■ ไตรมาส 3

ในช่วงต้นไตรมาส 3 สถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 รุนแรงมากขึ้นและกระจายเป็นวงกว้าง นำไปสู่การใช้มาตรการล็อกดาวน์ในพื้นที่สีแดงเข้ม รวม 29 จังหวัด พร้อมบังคับใช้มาตรการเข้มข้น เช่น กำหนดเวลาปิดร้านสะดวกซื้อ ส่วนห้างสรรพสินค้า เปิดได้เฉพาะซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร ร้านขายยา ธนาคาร และบริการฉีดวัคซีนป้องกัน COVID-19 พร้อมทั้งขอความร่วมมือ Work Form Home 100%

ทางบริษัทได้มองเห็นความสำคัญในเรื่องของการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ หลังจากที่มีประกาศปิดห้างสรรพสินค้า เราได้มีการขยายสาขาชั่วคราวในรูปแบบ Pop Up Store และ Stand Alone จำนวน 54 สาขา โดยเน้นเปิดร้านในพื้นที่จังหวัดที่เราถูกปิดหน้าร้าน เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่และพยายามรักษายอดขายให้ได้มากที่สุด ซึ่งได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี และหลังจากที่มีประกาศยกเลิกการล็อกดาวน์ เรายังมองเห็นโอกาสของสาขาชั่วคราวที่มีศักยภาพในการสร้างกำไรที่ดี จึงได้ปรับรูปสาขาดังกล่าวเป็นร้าน Stand Alone แบบถาวร จำนวน 17 สาขา

ด้านการบริหารจัดการ Stock สินค้า บริษัทได้สังเกตเห็นปัญหาเรื่องสินค้าขาดแคลนสินค้าในช่วงวิกฤตโควิด เราได้มีการปรับการสั่งซื้อสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการ และถึงแม้จะมีการเพิ่มการสั่งซื้อสินค้าที่มากขึ้น แต่เรายังคงรักษาการบริหารจัดการ Stock สินค้าได้ดี ทำให้มีปริมาณสินค้าล้าสมัยลดลง

การเพิ่มขึ้นของจำนวนสาขาในปีนี้ และมาตรการล็อกดาวน์ 29 จังหวัด จึงถือว่าส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทน้อยกว่าปีที่แล้วในช่วงเวลาเดียวกันที่มาตรการล็อกดาวน์มีจำนวนจังหวัดและสาขาที่ถูกปิดมากกว่า ซึ่งบริษัทมีการบริหารจัดการสถานการณ์ได้ดีในสถานการณ์ COVID-19 หลังจากที่มีประสบการณ์ประกาศปิดหน้าร้านมาหลายครั้ง โดยมีการเปิด Pop Up Store, การจัด Booth, การเปิด Stand Alone และมีการขยาย Business ต่างๆ มากขึ้น

■ ไตรมาส 4

ในไตรมาส 4 ปี 2564 ภาพรวมจากการขยายสาขาและกลยุทธ์ของบริษัทในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 และการขยายแบบ Omni Channel บริษัทได้มีการกระจายสาขาให้ครอบคลุมในทุกรูปแบบและทุกพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น Stand Alone ร้านค้าแฟรนไชส์ รวมไปถึงกลยุทธ์ที่มีการบริหารหน้าร้านอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการขายผ่านทางช่องทางออนไลน์ และการจับมือกับพันธมิตรการค้าต่างๆ เพื่อช่วยส่งเสริมในการขาย เช่น การอนุมัติสินเชื่อในการซื้อสินค้าภายในร้าน โปรโมชันบัตรเครดิตต่างๆ ส่งผลให้บริษัทมีการเติบโตในส่วนของยอดขายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

ในด้านการบริหารจัดการสินค้า บริษัทได้วางแผนล่วงหน้าและจัดการเรื่องต่างๆ ได้เป็นอย่างดี มีการปรับปรุงในส่วนของคลังสินค้าและการขนส่งสินค้า เพื่อรองรับการเติบโตของยอดขายและการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสถานการณ์สินค้าขาดแคลนจากการผลิตและการขนส่ง โดยมีการจัดสรร การกระจาย และการสำรองสินค้าที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังจะเห็นได้จากยอดขายที่เติบโต และการจัดการขายในช่วงการจ่อและเปิดตัวสินค้าใหม่ๆ

ด้านประเภทกลุ่มสินค้า บริษัทยังคงมียอดขายเติบโตในทุกกลุ่ม โดยเฉพาะในส่วนของ iPhone ที่ขายดีทั้งในรุ่นปัจจุบันและรุ่นก่อนหน้า รวมไปถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้นของ iPad และ Smartphone ยี่ห้ออื่นๆ ส่งผลให้ในส่วนของอุปกรณ์เสริมขายดีตามไปด้วย โดยบริษัทยังคงเน้นกลยุทธ์ให้ขายอุปกรณ์เสริมพร้อมกับสินค้าหลัก หรือพร้อมการเปิดซิมการ์ด ซึ่งจะช่วยส่งผลให้กำไรของบริษัทดีขึ้น

บริษัทยังได้เน้นการขยายในช่องทางจำหน่ายอื่นๆ เช่น การทำสินเชื่อเช่าซื้อกลุ่มสินค้าไอที การเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายขายส่งสินค้าประเภทมือถือและ IOT ให้กับพันธมิตรคู่ค้า ซึ่งในปี 2565 บริษัทคาดว่าช่องทางต่างๆ ที่กล่าวมาจะสามารถสร้างยอดขายที่เพิ่มขึ้น รวมไปถึงบริษัทยังคงหาการลงทุนที่เหมาะสมในธุรกิจอื่นๆ เพื่อขยายช่องทางจำหน่ายเพิ่มเติมอีกด้วย

สรุปผลการดำเนินงานในปี 2564

ผลการดำเนินงานในปี 2564 บริษัทมีรายได้รวม 51,251.1 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.8 ของปี 2563 และกำไรส่วนของบริษัทใหญ่ 2,630.4 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 76.5 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งเป็นการเติบโตอย่างต่อเนื่องของบริษัท สะท้อนการปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการขยายสาขา การเปิดช่องทางจำหน่ายใหม่ และขยายธุรกิจในรูปแบบที่เกี่ยวข้องต่างๆ ประกอบกับการจัดการบริหารร้านค้า การคัดเลือกสินค้าให้เหมาะสมหลากหลาย จึงทำให้บริษัทมีความมั่นใจในการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคงต่อไป

ภาพรวมผลการดำเนินงานประจำปี 2564

ผลประกอบการของบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) และบริษัทย่อยตามงบการเงินรวมประจำปี 2564 เปรียบเทียบกับผลประกอบการงวดเดียวกันของปี 2563 เป็นดังนี้

- รายได้รวม เท่ากับ 51,251.1 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.8
- กำไรขั้นต้น เท่ากับ 6,845.9 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 45.3
- กำไรส่วนของบริษัทใหญ่ เท่ากับ 2,630.4 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 76.5

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (งบการเงินรวม)

	2564		2563		เปรียบเทียบ YoY%
	ลบ.	%	ลบ.	%	
รายได้จากการขายและการให้บริการ	51,126.4	99.8%	37,306.1	99.6%	37.0%
ต้นทุนขายและการให้บริการ	44,280.5	86.4%	32,595.9	87.0%	35.8%
กำไรขั้นต้น	6,845.9	13.4%	4,710.2	12.6%	45.3%
รายได้อื่น	28.2	0.1%	46.8	0.1%	(39.7%)
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	96.5	0.2%	101.0	0.3%	(4.5%)
รายได้รวม	51,251.1	100.0%	37,453.9	100.0%	36.8%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	2,913.5	5.7%	2,347.6	6.3%	24.1%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	847.9	1.7%	638.5	1.7%	32.8%
ขาดทุน(กำไร) จากอัตราแลกเปลี่ยน - สุทธิ	(21.9)	0.0%	(4.3)	0.0%	409.3%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	3,231.1	6.3%	1,876.2	5.0%	72.2%
ต้นทุนทางการเงิน	47.9	0.1%	53.1	0.1%	(9.8%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	3,183.2	6.2%	1,823.1	4.9%	74.6%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	554.7	1.1%	328.2	0.9%	69.0%
กำไรสุทธิ	2,628.5	5.1%	1,494.9	4.0%	75.8%
กำไรส่วนของบริษัทใหญ่	2,630.4	5.1%	1,490.7	4.0%	76.5%

รายได้จากการขายและการให้บริการ

ณ สิ้นปี 2564 ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัท มีทั้งหมด 1,000 สาขา แบ่งเป็น BaNANA 372 สาขา Studio7 114 สาขา KingKong Phone 83 สาขา True Shop by Com7 125 สาขา แพรนไซส์ 128 สาขา BKK 37 สาขา iCare 30 สาขา และอื่นๆ 111 สาขา โดยมีการขยายเพิ่มจากปีที่แล้วรวม 89 สาขา (ปี 2563 : 911 สาขา) บริษัทได้แบ่งประเภทช่องทางการจำหน่ายเป็น 2 ประเภท ดังนี้

โครงสร้างรายได้แยกตามกลุ่มธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจ	2564		2563		เปรียบเทียบ
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	YoY%
ธุรกิจค้าปลีก	47,078	92%	34,877	93%	35%
ช่องทางจำหน่ายอื่นๆ	4,048	8%	2,429	7%	67%
รายได้จากการขายและการให้บริการ	51,126	100%	37,306	100%	37%

1. ธุรกิจค้าปลีก

ภาพรวมจากการขยายสาขาและกลยุทธ์ของบริษัทในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 และการขายแบบ Omni Channel บริษัทได้มีการกระจายสาขาให้ครอบคลุมในทุกรูปแบบและทุกพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น StandAlone ร้านค้า Franchise รวมไปถึงกลยุทธ์ที่มีการบริหารหน้าร้านอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการขายผ่านทางช่องทางออนไลน์ รวมไปถึงการจับมือกับพันธมิตรการค้าต่างๆ เพื่อช่วยส่งเสริมในการขาย เช่น การอนุมัติสินเชื่อในการซื้อสินค้าภายในร้าน โปรโมชั่นบัตรเครดิตต่างๆ จึงส่งผลให้บริษัทมีการเติบโตในส่วนของยอดขายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

ในด้านการบริหารจัดการสินค้า บริษัทมีการปรับปรุงการจัดการทั้งในส่วนของเรื่องขนส่งและคลังสินค้า โดยมีการปรับการจัดสรร การกระจาย และการสำรองสินค้า แม้จะมีการเติบโตจากยอดขายและการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง และสถานการณ์สินค้าขาดแคลนจากการผลิตและการขนส่ง แต่บริษัทก็ได้วางแผนล่วงหน้าและจัดการเรื่องต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากยอดขายที่เติบโตและการจัดการขายในช่วงการจ้องและเปิดตัวสินค้าใหม่ต่างๆ ที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านประเภทกลุ่มสินค้ามียอดขายเติบโตในทุกกลุ่ม โดยเฉพาะในส่วนของ iPhone ที่ขายดีทั้งในรุ่นปัจจุบันและรุ่นก่อนหน้า รวมไปถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้นของสินค้าทั้ง iPad และ Smartphone ยี่ห้ออื่นๆ ส่งผลให้ในส่วนของอุปกรณ์เสริมขายดีตามไปด้วย โดยบริษัทยังคงเน้นกลยุทธ์ให้ขายอุปกรณ์เสริมพร้อมกับสินค้าหลัก หรือพร้อมการเปิดซิมการ์ด ซึ่งจะช่วยส่งผลให้กำไรของบริษัทดีขึ้น

2. ช่องทางจำหน่ายอื่นๆ

บริษัทได้เน้นการขายในช่องทางจำหน่ายอื่นๆ เช่น การทำสินเชื่อเช่าซื้อกลุ่มสินค้าไอที การเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายขายส่งสินค้าประเภทมือถือและ IOT ให้กับพันธมิตรคู่ค้า ซึ่งในปี 2565 บริษัทคาดว่าช่องทางต่างๆ ที่กล่าวมาจะสามารถมียอดขายที่เพิ่มขึ้น รวมไปถึงบริษัทยังคงหาการลงทุนที่เหมาะสมในธุรกิจอื่นๆ เพื่อขยายช่องทางจำหน่ายเพิ่มเติมอีกด้วย

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นของสำหรับปี 2564 เท่ากับ 6,845.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2563 เท่ากับ 2,135.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 45.3 และในส่วนอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับปี 2564 เท่ากับ ร้อยละ 13.4 เมื่อเทียบกับปี 2563 เท่ากับร้อยละ 12.6 สาเหตุที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากปีที่ผ่านมาได้มีการจัดโปรโมชั่นในช่วงที่มีมาตรการ Lockdown ซึ่งปัจจุบันบริษัทมีการวางแผนและปรับนโยบายจนสามารถรักษากำไรขั้นต้นเป็นปกติ ทั้งยังได้มีการเตรียมสินค้าให้พร้อมกับการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ต่างๆ

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายปี 2564 เท่ากับ 2,913.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2563 เท่ากับ 565.9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.1 เพิ่มขึ้นตามยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้สัดส่วนเมื่อเทียบกับยอดขายโดยรวมลดลงเป็นร้อยละ 5.7 เมื่อเทียบกับปี 2563 ที่ร้อยละ 6.3 สาเหตุมาจากการที่บริษัทสามารถรักษาการเติบโตของยอดขายให้มีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับควบคุมค่าใช้จ่ายของสาขาเดิมและในการขยายสาขาได้ดี

ในส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารปี 2564 เท่ากับ 847.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2563 เท่ากับ 209.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 32.8 เนื่องด้วยปีนี้บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างเพื่อรองรับในส่วนองงานที่จะเกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นการจัดการคลังและการบริหารงานขนส่งในธุรกิจออนไลน์ การ

ขายสินค้าในรูปแบบโครงการ (B2B) ธุรกิจเช่าซื้อ และการพัฒนาในส่วนของบุคลากร รวมถึงการพัฒนาระบบต่างๆที่จะมารองรับตามแผนงานของบริษัทที่ตั้งเป้าในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนทางการเงินสำหรับปี 2564 เท่ากับ 47.9 ล้านบาท ลดลงจากปี 2563 เท่ากับ 5.2 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 9.8 จากการที่บริษัทมีการบริหารเงินสดและมีอัตราดอกเบี้ยที่ลดลง

กำไรส่วนของบริษัทใหญ่

กำไรส่วนของบริษัทใหญ่ปี 2564 เท่ากับ 2,630.4 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 5.1 ต่อรายได้รวม เพิ่มขึ้นจากปี 2563 เท่ากับ 1,139.7 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 76.5 โดยจากทุกข้อที่กล่าวมาในข้างต้น

งบแสดงฐานะการเงิน (งบการเงินรวม)

	2564		2563	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	1,656.9	10.4%	872.2	9.5%
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน	193.7	1.2%	249.2	2.7%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	2,707.3	17.0%	864.3	9.4%
ลูกหนี้การค้าภายใต้สัญญาทางการเงิน	462.5	2.9%	37.6	0.4%
สินค้าคงเหลือ	6,207.9	38.9%	3,664.4	39.8%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	657.9	4.1%	173.0	1.9%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	11,886.2	74.4%	5,860.7	63.7%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	237.2	1.5%	-	-
ลูกหนี้การค้าภายใต้สัญญาทางการเงิน	97.4	0.6%	48.1	0.5%
เงินลงทุนและสินทรัพย์ทางการเงิน	773.7	4.8%	675.0	7.3%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	614.9	3.9%	505.7	5.5%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	1,186.4	7.4%	1,265.2	13.7%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	1,170.0	7.3%	852.0	9.3%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	4,079.6	25.6%	3,346.0	36.3%
รวมสินทรัพย์	15,965.8	100.0%	9,206.7	100.0%
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	3,801.0	23.8%	1,282.5	13.9%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	5,105.8	32.0%	2,464.4	26.8%
หนี้สินสิทธิการใช้	524.6	3.3%	498.1	5.4%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	319.6	2.0%	184.9	2.0%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	9,751.0	61.1%	4,429.9	48.1%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	914.0	5.7%	906.0	9.9%
รวมหนี้สิน	10,665.0	66.8%	5,335.9	58.0%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	5,300.8	33.2%	3,870.8	42.0%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	15,965.8	100.0%	9,206.7	100.0%

สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 15,965.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6,759.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 73.4 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือรายการที่สำคัญมีรายละเอียดดังนี้

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เท่ากับ 1,656.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 784.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 90.0 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 เป็นไปตามที่บริษัทจัดสรรเงินสดให้เหมาะสมและรองรับในการธุรกิจที่เติบโตขึ้นของบริษัท

สินค้าคงเหลือ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เท่ากับ 6,207.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,543.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 69.4 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 จากที่บริษัทบริหารปริมาณสินค้าให้มีเพียงพอเหมาะสมต่อการขายและการขยายสาขาที่เพิ่มขึ้น

ลูกหนี้การค้าและอื่นๆ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เท่ากับ 2,707.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,843.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 213.2 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 จากการที่บริษัทมีการขยายธุรกิจในส่วนของสินค้าเชื่อมกับพันธมิตรและคำสั่งเสริมการขายได้รับมากขึ้น

หนี้สินรวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เท่ากับ 10,665.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5,329.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 99.9 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจากเงินกู้ยืมระยะสั้นและเจ้าหนี้การค้า มีรายละเอียด ดังนี้

เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เท่ากับ 3,801.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,518.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 196.4 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 จากการสั่งซื้อสินค้าให้เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เท่ากับ 5,105.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,641.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 107.2 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 จากการสั่งซื้อสินค้าให้เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ

อัตราส่วนสภาพคล่อง

สภาพคล่องของบริษัทโดยหลักมาจากความสามารถในการหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ การเรียกชำระเงินของลูกหนี้การค้า และการชำระเงินคืนเจ้าหนี้การค้า สำหรับปี 2564 และ ปี 2563 มีรายละเอียดดังนี้

อัตราส่วนสภาพคล่อง	หน่วย	ปี 2564	ปี 2563
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	13	9
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	วัน	41	48
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย	วัน	31	33
วงจรเงินสด	วัน	22	24

ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย : ในปี 2564 บริษัทมีระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นจากการขยายรูปแบบธุรกิจ

ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย : ในปี 2564 บริษัทมีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยลดลง จากความต้องการลูกค้าที่มีต่อสินค้าจึงทำให้ขายสินค้าได้เร็วขึ้น

ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย : ในปี 2564 บริษัทมีระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยลดลงจากยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น โดยเครดิตเทอมกับคู่ค้ายังคงเดิม

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ Com7

ir@comseven.com หรือ โทร +66 2017 7777 ต่อ 7710