COM7 PUBLIC COMPANY LIMITED
549/1 SANPHAWUT RD., BANGNA TAI, BANGNA, BANGKOK 10260
TEL +66 2017 7777
FAX +66 2017-7778
CALL CENTER +66 2017 7770

22 กุมภาพันธ์ 2562

เรื่อง รายงานผลการดำเนินงานสำหรับปี 2561 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 และผลการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงจากงวดเดียวกันของปี 2560 เกินกว่าร้อยละ 20

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

<u>ภาพรวม</u>

ผลประกอบการของบริษัทคอมเซเว่นจำกัด (มหาชน) (บริษัท) และบริษัทย่อยตามงบการเงินรวม ใน ปี 2561 เปรียบเทียบกับผลประกอบการงวดเดียวกันของปี 2560 เป็นดังนี้

- รายได้จากการขายและการให้บริการ เท่ากับ 27,913.0 ล้านบาทคิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.9
- กำไรขั้นต้น เท่ากับ 3,626.3 ล้านบาทคิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.0
- กำไรส่วนของบริษัทใหญ่ เท่ากับ 891.1 ล้านบาทคิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.4

<u>งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (งบการเงินรวม)</u>

งบกำไรขาดทุน	2561		2560		เปรียบเทียบ
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	YoY%
รายได้จากการขายและการให้บริการ	27,913.0	100.0%	22,531.2	100.0%	23.9%
ต้นทุนขายและการให้บริการ	24,286.6	87.0%	19,508.1	86.6%	24.5%
กำไรขั้นต้น	3,626.4	13.0%	3,023.1	13.4%	20.0%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	7.7	0.0%	7.2	0.0%	6.9%
รายได้อื่น	50.2	0.2%	31.1	0.2%	61.4%
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	11.4	0.0%	14.8	0.0%	(23.0%)
รายได้รวม	27,982.3	100.2%	22,584.3	100.2%	23.9%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	2,551.5	9.1%	2,273.9	10.1%	12.1%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	1,144.2	4.1%	802.3	3.5%	42.6%
ต้นทุนทางการเงิน	45.9	0.2%	44.0	0.2%	4.3%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	1,098.3	3.9%	758.3	3.3%	44.8%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	205.2	0.7%	149.6	0.7%	37.2%
กำไรสุทธิ	893.1	3.2%	608.7	2.6%	46.7%
กำไรส่วนของบริษัทใหญ่	891.1	3.2%	608.8	2.6%	46.4%

รายได้จากการขายและการให้บริการ

ณ.สิ้นปี 2561 ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัท มีทั้งหมด 640 สาขา แบ่งเป็น Banana 206 สาขา Studio7 100 Kingkong phone 98 สาขา True shop by com7 91 สาขา แฟรนไชส์ 46 สาขา BKK 37 สาขา Icare 27 สาขา และอื่นๆ 35 สาขา โดยมีการขยายเพิ่มจากปีที่แล้วรวม 206 สาขา (ปี 2560 : 434 สาขา) บริษัทได้แบ่งประเภทช่องทางการจำหน่ายเป็น 2 ประเภท ดังนี้

โครงสร้างรายได้แยกตามกลุ่มธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจ	2561		2560		เปรียบเทียบ
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	YoY%
ธุรกิจค้าปลีก (B2C)	26,232.5	94%	21,433.9	97%	22.4%
อื่นๆ	1,680.5	6%	1,097.3	3%	53.2%
รายได้จากการขายและการให้บริการ	27,913.0	100%	22,531.2	100%	23.9%

รายได้จากการขายและให้บริการในปี 2561 เท่ากับ 27,913.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5,381.8 ล้านบาท หรือคิดเป็น 23.9% โดยมาจากกลุ่มลูกค้าต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจค้าปลีก (B2C) เป็นการขายให้ลูกค้ารายย่อย โดยช่องทางจำหน่าย ที่สำคัญ มีดังนี้

Banana : เป็นร้านขายสินค้าไอทีทุกประเภทและทุกแบรนด์ ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ทั้ง Notebook Desktop มือถือ สินค้าประเภท IOT และอุปกรณ์พ่วงต่างๆ โดยดูจาก Life style ของลูกค้าเป็นหลัก ยกตัวอย่าง เช่น ในปัจจุบันกระแสการดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายมาแรง บริษัทจึงมีการนำสินค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยี ที่เกี่ยวข้องกับด้านนี้มากขึ้น เช่น ที่ชั่งน้ำหนักที่เชื่อมกับapplication , wearable technology เช่น Apple watch Garmin ด้านเกมส์จากกระแสe-sport มาแรงทำให้คนหันมาซื้อสินค้าคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กที่เกี่ยวกับข้องมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้บิลขายต่อหน่วยที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากอุปกรณ์ต้องมีเสปกค่อนข้างสูง หรือแม้กระทั่งที่มีปัญหาเรื่องฝุ่น ทางบริษัทก็ได้นำเครื่องฟอกอากาศ มาจำหน่ายเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสภาวะฝุ่น 2.5 รวมไปถึง Banana Outletที่จำหน่ายสินค้าในราคาถูกและดี จะเห็นได้ว่าร้านBanana มีการปรับตัวรูปแบบให้เข้ากับลูกค้าเสมอ

โดยปีที่ผ่านมา ร้านBanana มีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นห้างShopping mall หรือ Hyper market และสำหรับสาขาภายใต้แบรนด์ Bananaนี้ยังคงสร้างยอดขายเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

Studio7 : ร้านขายสินค้า Apple ที่มีครบทุกผลิตภัณฑ์ของ Apple รวมไปถึงอุปกรณ์พ่วงต่างๆที่ใช้พ่วงโดยเน้นให้ลูกค้าได้มีประสบการณ์กับสินค้า ในปีที่ผ่านมายอดขายยังคงเติบโตได้ดี โดยในส่วนของ Ipad , Apple watch ที่มีผล

ตอบรับที่ดีจากสินค้าใหม่และรวมไปถึง Iphone ที่มีสินค้าหลากหลายรุ่นมากขึ้น ตั้งแต่รุ่นปัจจุบัน IphoneXs, IphoneXs Max, IphoneR จนไปถึงรุ่นก่อนหน้า อาทิ IphoneX, Iphone8, Iphone8+, Iphone 7, Iphone6 จึงทำให้ทางบริษัทยังคงมียอดขายIphone มียอดขายเติบโตได้ดี

Banana Shopping (Franchise) : เป็นการให้สิทธิบริหารงานกับผู้ที่สนใจลงทุน โดยมีรูปแบบเหมือนร้านBanana และมีการเปิดสาขากระจายไปทั่วประเทศ โดยจะมีการคัดเลือกสินค้าที่ขายดีและให้ความรู้กับผู้ขายทั้งในส่วนของสินค้า IT และ Smartphone รวมทั้งยังสามารถให้ลูกค้าสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์ได้ ในปี2019นี้ทางบริษัทยังคงมีเป้าหมายที่จะขยายอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยอดขายจากช่องทางจำหน่ายยังคงเติบโตเช่นเดียวกับช่องทางอื่นๆ

BKK และ Brand shop : เป็นร้านขายสินค้าเกี่ยวกับสมาร์ทโฟนและอุปกรณ์พ่วง โดยบริษัทมีสาขาของแบรนด์ของ OPPO 17 สาขา Samsung 12 สาขา Vivo 3 สาขา Huawei 1 สาขา ยอดขายยังคงเติบโตเช่นเดียวกับช่องทางอื่นๆ

Kingkong phone : เป็นร้านขายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนที่บริษัทได้ทำการซื้อกิจการมาเมื่อตอนเดือนธันวาคม 2561 ลักษณะของร้านจะเป็นในรูปแบบขนาดเล็กใกล้ทางเดินเปิดตามHypermarketเป็นหลัก ซึ่งทำให้สามารถdisplay ให้ลูกค้าที่เดินผ่านเห็นได้ง่าย และมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างออกไปจากร้านอื่นๆที่มีอยู่ของบริษัท ซึ่งคาดว่าด้วยความสามารถในการแข่งขันและความหลากหลายของสินค้าของบริษัทคอมเซเว่น จะทำให้ร้านคิงคองมียอดขายเติบโตมากขึ้นจากก่อนหน้านี้

การขายผ่านช่องทางออนไลน์ และอื่นๆ ยอดขายบริษัทยังคงเติบโต จากการที่บริษัทใช้ประโยชน์จากการมีหน้าร้านอยู่ทั่วประเทศในการรับสินค้าได้ รวมไปถึงการขายผ่านทั้งในส่วนของwebsite ทั้งของบริษัทและเวปออนไลน์ ชื่อดังต่างๆ อีกทั้งในส่วนของการขายพร้อมการเปิดซิม ยังคงมีจำนวนที่เปิดใช้งานที่เพิ่มขึ้นในทุกช่องทางการขาย ช่องทางในการขายทั้งในส่วนของEducation ตามมหาวิทยาลัยต่างๆและในส่วนของขายผ่านทางBigCก็ยังมียอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

2. อื่นๆ : ประกอบไปด้วย 2 ช่องทางหลัก คือ B2B และService (iCare และ True shop by com7)

กลุ่มลูกค้าองค์กรB2B : ปี 2561 บริษัทโนวัส อินทริเกรชั่น ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ ได้มียอดขายที่เพิ่มขึ้น โดยการขายงานProjectต่างๆให้กับลูกค้ากลุ่มบริษัท ซึ่งเป็นตามนโยบายของบริษัทที่จะขยายในกลุ่มลูกค้าองค์กร

Service : ประกอบไปด้วย True shop by com7 91 สาขาและร้าน iCare 27 ในปี 2561 สามารถทำในส่วนของยอดบริการได้เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้จากจำนวนผู้ใช้ผลิตภัณฑ์และการเป็นที่รู้จักของลูกค้ามากขึ้น

ต้นทุนขายและการให้บริการ

ต้นทุนขายและการให้บริการสำหรับ ปี 2561 เท่ากับ 24,286.6 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจากปี 2560เท่ากับ 4,778.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.5 ซึ่งเป็นไปตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นของสำหรับ ปี 2561 เท่ากับ 3,626.4 ล้านเพิ่มขึ้นจากปี 2560 เท่ากับ 603.3 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 20.0 ซึ่งเป็นไปตามยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น และในส่วนอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับ ปี2561 เท่ากับ ร้อยละ 13.0 ลดลงจากปีก่อนเนื่องมาจากมีการปรับสัดส่วนประเภทสินค้า เช่น Iphone มีการจัดการบริหารสินค้าคงเหลือให้เหมาะสมมากขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสำหรับ ปี 2561 เท่ากับ 2,551.5ล้านบาทเพิ่มขึ้นจากปี 2560 เท่ากับ 277.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.2 เป็นไปตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น

ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนทางการเงินสำหรับ ปี 2561 เท่ากับ 45.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 เท่ากับ 1.9 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 4.3%

กำไรสุทธิ (ส่วนของบริษัทใหญ่)

กำไรสุทธิสำหรับ ปี 2561 เท่ากับ 891.1 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 3.2 ต่อรายได้จากการขายและการให้บริการเพิ่มขึ้นจากปี 2560 เท่ากับ 282.3 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 46.4 จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น

งบแสดงฐานการเงิน (งบการเงินรวม)

	2561		2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	1,059.0	14.0%	697.4	9.7%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น-สุทธิ	928.6	12.1%	693.1	9.7%
สินค้าคงเหลือ-สุทธิ	3,844.4	50.7%	4,089.7	57.0%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	75.0	1.0%	166.0	2.3%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	5,907.0	77.8%	5,646.2	78.7%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,621.6	22.2%	1,531.3	21.3%
รวมสินทรัพย์	7,588.6	100.0%	7,177.5	100.0%
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,674.8	22.1%	1,439.8	20.1%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	2,905.7	38.3%	3,067.6	42.7%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	128.2	1.6%	319.6	4.5%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	4,708.7	62.0%	4,827.0	67.3%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	103.4	1.4%	52.5	0.7%
รวมหนี้สิน	4,812.1	63.4%	4,879.5	68.0%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,776.5	36.6%	2,298.0	32.0%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	7,588.6	100.0%	7,177.5	100.0%

สินทรัพย์รวม

สิ้นปี 2561 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 7,588.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 410.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.7 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2560

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

สิ้นปี 2561เท่ากับ 1,059.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 361.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 51.8 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2560 เป็นไปตามที่บริษัทจัดสรรเงินสดให้เหมาะสมกับการใช้หมุนเวียนของแต่ละช่วงเวลา

สินค้าคงเหลือ

สิ้นปี 2561เท่ากับ 3,844.4 ล้านบาท ลดลง 245.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.0 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2560 เนื่องมาจากบริษัทได้มีการวางแผนการขายสินค้าและควบคุมปริมาณให้อยู่ในเกณฑ์เหมาะสม

หนี้สินรวม

สิ้นปี 2561เท่ากับ 4,182.1 ล้านบาท ลดลง 67.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2560 โดยมีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

สิ้นปี 2561เท่ากับ 1,674.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 235.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.3 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2560 เนื่องมาจากการนำเงินมาใช้หมุนเวียนของบริษัทในการซื้อสินค้าและชำระหนี้

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

สิ้นปี 2561เท่ากับ 2,905.7 ล้านบาท ลดลง 161.9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.3 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2560 โดยสอดคล้องกับสินค้าคงเหลือที่ลดลง

อัตราส่วนสภาพคล่อง

สภาพคล่องของบริษัทโดยหลักมาจากความสามารถในการหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ การเรียกชำระเงินของลูกหนี้การค้า และการชำระเงินคืนเจ้าหนี้การค้า โดยสำหรับ ปี 2561 และ สำหรับปี 2560 ระยะเวลาของแต่ละประเภทแสดงดังตารางด้านล่าง

อัตราส่วนสภาพคล่อง	หน่วย	2561	2560
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	11	10
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	วัน	60	59
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย	วัน	45	45
Cash Cycle	วัน	26	24

ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย: ในปี2561บริษัทมีระยะเวลาการเก็บหนี้เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย: ใน ปี 2561 บริษัทมีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย: ใน ปี 2561 บริษัทมีระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยเท่ากับปีที่แล้ว

ภาพรวม

รายได้และกำไรส่วนของบริษัทใหญ่ ใน ปี2561 เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 23.9 และ ร้อยละ 46.4 ตามลำดับ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยทางบริษัทยังคงวางแผนขยายธุรกิจทั้งในส่วนที่เป็น B2C และ B2B ซึ่งในปี 2561 บริษัทมีการขยายสาขาในหลายๆแบรนด์ รวมถึงเพิ่มช่องทางการจำหน่ายต่างๆเพื่อตอบสนองลูกค้าทั้งกลุ่มใหม่และกลุ่มเดิม ทั้งนี้ในส่วนของสินค้ามีการปรับเพิ่มให้มีหลากหลายแต่ยังคงมีการบริหารสินค้าอย่างใกล้ชิด และการเลือกสินค้าให้มีความตรงกลุ่มลูกค้ารวมไปถึงโปรโมชั่นที่หลากหลายตามแต่กลุ่มลูกค้า ในส่วนของลูกค้าที่เป็นองค์กร (B2B) ที่ปัจจุบันมีฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้นและคาดว่าจะยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จึงทำให้เป้าหมายในปี 2562 บริษัทจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคง

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางวาสนา พงศ์แสงลึก)

ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการสายงานบัญชีและการเงิน