**16. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ****16.1 ผลการดำเนินงาน****ภาพรวมผลการดำเนินงานที่ผ่านมา**

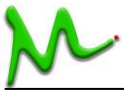
บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน) (M Vision Public Company Limited) (“บริษัท” หรือ “MVP”) ประกอบธุรกิจการจัดงาน (Event Organizer) ได้แก่ งานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือและสินค้าเทคโนโลยี ภายใต้ชื่องาน “Thailand Mobile Expo” การจัดงานแข่งขันกีฬา ท่องเที่ยว งานสัมมนา และอื่นๆ โดยงานจัดแสดงสินค้าที่บริษัทดำเนินการเป็นที่รู้จักในวงกว้างในปัจจุบัน เป็นการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ ไอที และสินค้าเทคโนโลยีต่างๆ ระดับประเทศ ได้แก่ งาน Thailand Mobile EXPO รวมถึงมีการผลิตและจำหน่ายสื่อในรูปแบบต่างๆ ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ นอกจากนี้ บริษัทมีการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) โดยดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ผู้ซื้อในร้านค้าออนไลน์ สินค้าที่จำหน่ายประกอบด้วยโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต (Tablet) และอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ภายใต้แบรนด์ “Samsung” ผ่านเว็บไซต์ www.s-estore.com

ปัจจุบันบริษัทแบ่งรายได้แยกตามประเภทธุรกิจ ออกเป็น 3 ประเภทธุรกิจ ประกอบด้วย

1. กลุ่มธุรกิจการจัดงาน (Event Organizer)
2. กลุ่มธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี (Media&Agency)
3. กลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

สำหรับธุรกิจหลักของบริษัทคือธุรกิจการจัดงาน (Event Organizer) ได้แก่ งานจัดแสดงสินค้า Thailand Mobile Expo การจัดงานสัมมนาให้แก่บริษัทโทรศัพท์มือถือ การจัดงานกีฬาและงานท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือ (Mobile Related) โดยความเชี่ยวชาญของบริษัทที่โดดเด่นและสำคัญ คือ การจัดงาน Thailand Mobile Expo ที่มีจุดเด่นในการบริหารพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทและคู่ค้าทางธุรกิจทุกฝ่าย ได้แก่ ผู้เช่าพื้นที่ และผู้บริโภคที่มาร่วมชมงาน ทำให้เกิดกระแสการตอบรับเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการจัดงานที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าที่เป็นแบรนด์โทรศัพท์มือถือและผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือค่ายต่าง ๆ จนทำให้เกิดงานที่ต่อเนื่องมา ได้แก่ งานสัมมนาให้แก่แบรนด์โทรศัพท์มือถือค่ายต่างๆ ตลอดจนการจัดงานกีฬาและงานท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผู้สนับสนุนหลักเป็นเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือที่มีส่วนแบ่งการตลาด 1 ใน 3 รายหลักของประเทศ โดยงานกีฬาหรืองานท่องเที่ยวที่บริษัทจัดขึ้นจะเน้นงานที่ใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากบริษัทและกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่เป็นเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือจะได้รับผลประโยชน์ร่วมกันในการโฆษณาสินค้าเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือ รวมถึงบริษัทก็สามารถหารายได้จากการจัดงานในการโปรโมทสินค้าให้แก่ลูกค้าที่เป็นผู้สนับสนุน (Sponsor) ให้แก่บริษัทได้ ตัวอย่างเช่น งาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship ซึ่งเป็นงานวิ่งที่บริษัทจัดขึ้นเอง และสำหรับงานวิ่งที่บริษัทไม่ได้จัดงานทั้งหมดขึ้นเอง แต่เป็นผู้จัดหาผู้สนับสนุนโครงการ (Sponsor) และเป็นผู้บริหารจัดการพื้นที่งาน EXPO ในงาน เช่น จอมบึงมาราธอน ตะนาวศรีเทรล เขาประทับช้างเทรล เนื่องจากบริษัทมีความเชี่ยวชาญในการบริหารพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

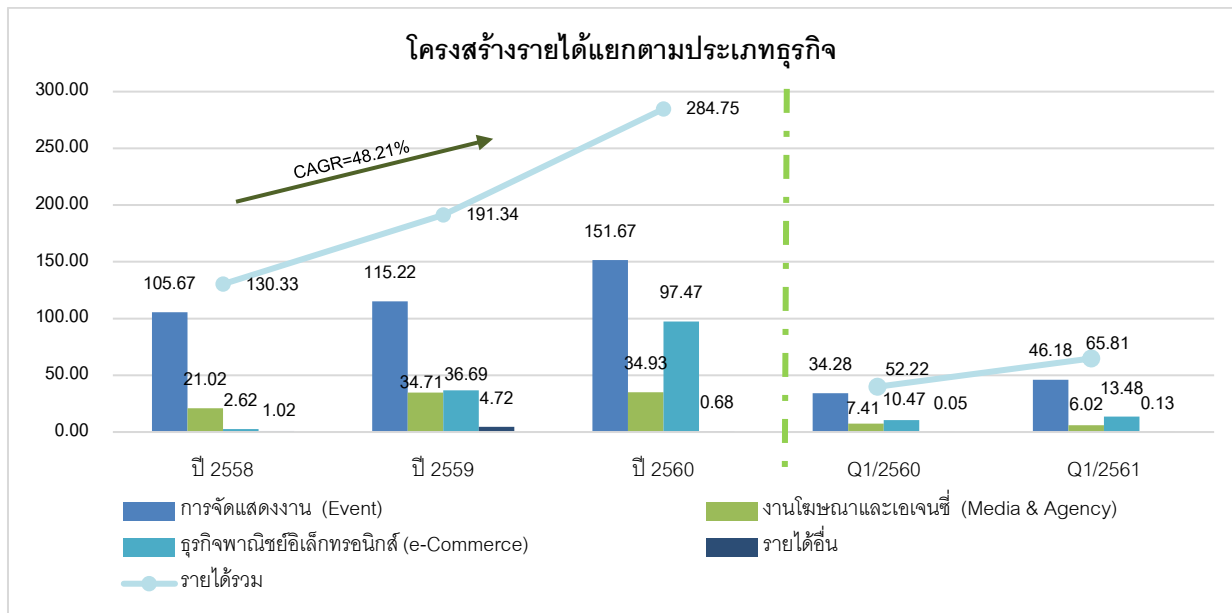
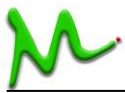
ส่วนธุรกิจรองของบริษัท ได้แก่ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้เริ่มในปี 2558 จนถึงปัจจุบัน และมีแนวโน้มเติบโตสูงเนื่องจากยังอยู่ในช่วงขยายตัวของธุรกิจ รวมถึงสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และสำหรับธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี เป็นธุรกิจที่จะมีสัดส่วนของรายได้ที่ต่ำกว่าธุรกิจการจัดงาน (Event Organizer) และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



เมื่อพิจารณาภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัท ตั้งแต่ปี 2558 – ปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าและรายได้จากการให้บริการเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้จากการขายสินค้าและรายได้จากการให้บริการ (Compound Annual Growth Rate: CAGR) สำหรับช่วง 3 ปี ดังกล่าวเท่ากับร้อยละ 48.21 ต่อปี สำหรับรายได้จากการขายสินค้าและรายได้จากการให้บริการในปี 2559 เทียบกับปี 2558 มีอัตราการเติบโตร้อยละ 44.32 และปี 2560 เปรียบเทียบกับปี 2559 มีอัตราการเติบโตร้อยละ 52.21 โดยรายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทมาจากการขายสินค้าสมาร์ทโฟนและอุปกรณ์ไอที ภายใต้ชื่องาน “Thailand Mobile EXPO” ซึ่งเป็นงานโทรศัพท์มือถือที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ มีการจัดแสดงงานปีละ 3 ครั้ง ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งบริษัทเป็นผู้ให้บริการจัดงานดังกล่าวตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา

นอกจากการเป็นผู้ให้บริการจัดงาน Thailand Mobile EXPO แล้ว บริษัทยังเป็นผู้จัดงานสัมมนา ฝึกอบรม (Workshop) การจัดงานแข่งขันกีฬา อาทิ การจัดงานกีฬา Samsung Galaxy 10K Thailand Championship และให้บริการโฆษณาสื่อออนไลน์ การให้บริการ Agency การบริการพัฒนาแอปพลิเคชัน โดยงานโฆษณาทางสื่อออนไลน์ เป็นการให้บริการที่ต่อยอดจากธุรกิจโฆษณาสื่อออฟไลน์ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากขึ้นเพราะในปัจจุบันนั้นผู้บริโภคมีการใช้งานสมาร์ทโฟนและสื่อออนไลน์อย่างแพร่หลาย อีกทั้ง บริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าในร้านค้าออนไลน์ในแบรนด์สินค้าของผู้ผลิตภายใต้แบรนด์ “Samsung” โดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์ต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์บนเว็บไซต์ www.s-estore.com ส่งผลให้บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และบริษัทได้ขยายธุรกิจ E-Commerce ด้วยการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า (Consumer Electronics : CE) เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน และสินค้าในกลุ่มสินค้าเทคโนโลยี (Information Technology : IT) เช่น เครื่องพิมพ์และหมึกพิมพ์ เป็นต้น

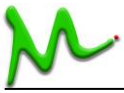
บริษัทมีรายได้รวมในปี 2558 – ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 เท่ากับ 130.33 ล้านบาท 191.34 ล้านบาท 284.75 ล้านบาท และ 65.81 ล้านบาทตามลำดับ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้รวม (Compound Annual Growth Rate: CAGR) สำหรับช่วง 3 ปี ดังกล่าวเท่ากับร้อยละ 47.81 ต่อปี แบ่งเป็น 1) รายได้จากการจัดงาน (Event) เท่ากับ 105.67 ล้านบาท 115.22 ล้านบาท 151.67 ล้านบาทและ 46.18 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 81.08 ร้อยละ 60.22 ร้อยละ 53.26 และร้อยละ 70.18 ของรายได้รวมตามลำดับ 2) รายได้จากงานโฆษณาและเอเจนซี (Media & Agency) เท่ากับ 21.02 ล้านบาท 34.71 ล้านบาท 34.93 ล้านบาทและ 6.02 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.12 ร้อยละ 18.14 ร้อยละ 12.27 และร้อยละ 9.14 ของรายได้รวมตามลำดับ 3) รายได้จากการขายสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เท่ากับ 2.62 ล้านบาท 36.69 ล้านบาท 97.47 ล้านบาท และ 13.48 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.01 ร้อยละ 19.17 ร้อยละ 34.23 และร้อยละ 20.48 ของรายได้รวมตามลำดับ และรายได้อื่นเท่ากับ 1.02 ล้านบาท 4.72 ล้านบาท 0.68 ล้านบาทและ 0.13 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.78 ร้อยละ 2.47 ร้อยละ 0.24 และร้อยละ 0.19 ของรายได้รวมตามลำดับ



การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

รายได้แยกตามประเภทธุรกิจ

โครงสร้างรายได้	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560		Q1/2560		Q1/2561	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
1. การจัดงาน (Event)										
1.1 Thailand Mobile Expo	105.67	81.08%	93.30	48.76%	108.39	38.07%	34.11	65.33%	36.43	55.36%
1.2 Sport Event	-	-	13.29	6.94%	29.58	10.39%	-	-	5.77	8.77%
1.3 งานประชุมสัมมนา ฟีทอปรอม และงาน Project	-	-	8.63	4.51%	13.69	4.81%	0.17	0.33%	3.98	6.05%
รวมรายได้ธุรกิจการจัดงาน	105.67	81.08%	115.22	60.22%	151.67	53.26%	34.28	65.65%	46.18	70.18%
2. งานโฆษณาและเอเจนซี (Media & Agency)										
2.1 Media										
- รายได้โฆษณา (Online) ¹	20.17	15.48%	4.83	2.52%	4.30	1.51%	2.94	5.64%	1.48	2.25%
- WHATPHONE (Offline)	0.85	0.65%	0.56	0.29%	0.42	0.15%	0.14	0.26%	0.13	0.19%
- โฆษณารอบรถคาราวาน	-	-	-	-	1.77	0.62%	-	-	-	-
2.2 Agency ¹	-	-	15.67	8.19%	21.92	7.70%	3.24	6.21%	4.28	6.50%
2.3 พัฒนาแอปพลิเคชัน (Application)	-	-	13.65	7.14%	6.52	2.29%	1.08	2.07%	0.13	0.20%
รวมรายได้ธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี	21.02	16.12%	34.71	18.14%	34.93	12.27%	7.41	14.18%	6.02	9.14%
3. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)										
3.1 สินค้าประเภท HHP	2.62	2.01%	33.83	17.68%	89.40	31.40%	10.17	19.48%	12.81	19.46%
3.2 สินค้าประเภท CE และ IT	-	-	-	-	0.22	0.08%	-	-	0.23	0.34%
3.3 ค่าส่งเสริมการขาย (Marketing Support)	-	-	2.86	1.50%	5.47	1.92%	0.30	0.58%	0.44	0.68%
3.4 รายได้ค่าแพ็คเกจและจัดส่งสินค้า Premium Set	-	-	-	-	2.39	0.84%	-	-	-	-
รวมรายได้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	2.62	2.01%	36.69	19.17%	97.47	34.23%	10.47	20.06%	13.48	20.48%
รายได้จากการขายและบริการ	129.31	99.21%	186.62	97.53%	284.07	99.76%	52.16	99.89%	65.68	99.81%



โครงสร้างรายได้	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560		Q1/2560		Q1/2561	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
4. รายได้อื่น	1.02	0.78%	4.72	2.47%	0.68	0.24%	0.05	0.11%	0.13	0.19%
รายได้รวม	130.33	100.00%	191.34	100.00%	284.75	100.00%	52.22	100.00%	65.81	100.00%

หมายเหตุ - / ในปี 2558 บริษัทไม่มีการจัดประเภทรายได้ Media&Agency แยกออกจากกัน

โครงสร้างรายได้ของบริษัทสามารถจำแนกรายได้แยกตามประเภทธุรกิจของบริษัท ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจการจัดงาน กลุ่มธุรกิจบริการงานโฆษณาและเอเจนซี กลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และรายได้อื่นซึ่งประกอบด้วย รายได้ขายสินค้าล้ำสมัย ดอกเบี้ยรับ รายได้จากการส่งเสริมการขาย กำไรจากการขายเงินลงทุนบริษัทร่วม เป็นต้น โดยมีรายละเอียดรายได้แต่ละประเภทกลุ่มธุรกิจ ดังนี้

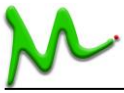
1) รายได้จากการจัดงาน (Event Organizer)

ในปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 และสำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีรายได้จากการจัดงานเท่ากับ 105.67 ล้านบาท 115.22 ล้านบาท 151.67 ล้านบาท และ 46.18 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 81.08 ร้อยละ 60.22 ร้อยละ 53.26 และร้อยละ 70.18 ของรายได้รวมตามลำดับ

โดยบริษัทเป็นผู้จัดงานและให้บริการพื้นที่ในงานแสดงสินค้าให้กับลูกค้าค่ายโทรศัพท์มือถือ รายได้หลักของงาน Thailand Mobile Expo มาจาก 3 ส่วน ได้แก่ การบริการพื้นที่แสดงสินค้าในงาน การขายสื่อโฆษณาภายในงาน รายได้ค่าบริการออกแอดโวนซ์เซอร์ สำหรับรายได้จากการจัดงานกีฬา บริษัทจะมีรายได้จากการเป็นพันธมิตรและผู้สนับสนุนงานหลัก และผู้สนับสนุนงานทั่วไป การขายสื่อโฆษณาภายในงาน การบริการพื้นที่จัดแสดงสินค้าในงาน การจำหน่ายของที่ระลึกในการจัดงาน และค่าสมัครเข้าร่วมงานของนักกีฬา เป็นต้น สำหรับรายได้จากการจัดงานสัมมนา ฝึกอบรม (Workshop) และอื่นๆ บริษัทมีรายได้บริการจัดงาน โดยมีการกำหนดราคาให้บริการโดยคิดจากต้นทุนของบริษัทบวกด้วยกำไรที่ต้องการของบริษัทในแต่ละงาน

ปี 2559 บริษัทมีรายได้บริการจัดงาน (Event Organizer) เพิ่มขึ้นเท่ากับ 9.55 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นอัตราร้อยละ 9.03 จากปี 2558 เนื่องจากในปี 2559 บริษัทมีการจัดงานกีฬาทางวิ่งเพื่อสุขภาพภายใต้ชื่องาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2016 ขึ้นเป็นครั้งแรก และยังมีจัดงานสัมมนาและฝึกอบรม (Workshop) โดยเน้นไปที่งานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนเพิ่มเติม อาทิ การจัดงาน Here Samsung Workshop S7 งาน Grace Experience Workshop และงาน Samsung Effective Learning Facilitator (Galaxy Master Trainer) เป็นต้น

สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายได้บริการจัดงานเพิ่มขึ้นเท่ากับ 36.45 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นละ 31.63 เมื่อเทียบกับปี 2559 เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากการจัดงานเพิ่มขึ้นในทุกกิจกรรม โดยเป็นการเพิ่มขึ้นจากรายได้ในส่วนของการจัดงาน Thailand Mobile Expo เป็นหลัก เนื่องจากในปี 2560 ทางบริษัทมีการทำสัญญาเช่าพื้นที่กับทางศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เพิ่มขึ้น จาก 14,043 ตารางเมตร ในปี 2559 เป็น 15,543 ตารางเมตรในปี 2560 ทำให้บริษัทมีรายได้จากการให้บริการพื้นที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทมีรายได้จากการจัดงานกีฬาด้านสุขภาพภายใต้ชื่องาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2017 งานวิ่งเขาประทับช้าง 2017 งานวิ่งตระนาวศรีเทรล งานวิ่งชงโครัน และบริษัทมีการขยายการจัดงานด้านอื่นๆ ให้ครอบคลุมหลากหลายมากขึ้น เช่น โครงการเปิดตัว LG งานเลี้ยงเพื่อขอบคุณตัวแทนจำหน่าย Huawei การประชุมเชิงปฏิบัติการ Samsung Galaxy S8 การประชุมเชิงปฏิบัติการ Samsung Galaxy Note8 งาน Here Samsung Workshop S7 Huawei-Smart Inter Master Dealer Samsung Workshop Note 8 ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 และ PTE Dealer Party เป็นต้น



อีกทั้ง ปี 2560 บริษัทได้เริ่มการให้บริการรถคาราวานเพื่อใช้สนับสนุนและเสริมสร้างความสะดวกสบายในการจัดงานต่างๆ ของบริษัท โดยเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับลูกค้าที่เข้าร่วมงานสามารถใช้บริการรถคาราวานของบริษัทได้ โดยในปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการรถคาราวานเท่ากับ 2.31 ล้านบาท

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีรายได้จากการจัดงาน 46.18 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 70.18 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้น 11.90 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 34.71 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการที่บริษัทมีรายได้จากการจัดงานจอมบึงมาราธอน ประจำปี 2561 และงาน Thailand Mobile Expo โดยงาน Thailand Mobile Expo ครั้งที่ 1 ปี 2561 มีรายได้จากการให้บริการพื้นที่เพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากการทำสัญญาเช่าพื้นที่กับทางศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เพิ่มขึ้นเป็น 20,233 ตารางเมตร จาก 15,543 ตารางเมตรในปี 2560 และบริษัทยังมีรายได้จากการรับจัดงานฝึกอบรมและการจัดงานอื่นๆ เพิ่มขึ้น อาทิ งาน Samsung Star Training 2018 งาน Samsung SES Certification Program 2018 เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังมีการให้บริการรถคาราวานในการสนับสนุนงานต่างๆ คือ งานวิ่ง TOA Rockman Sumanan และงานวิ่งสวนสัตว์เปิดเขาเขียว KhaoKheow10 Season 2018

รายได้จากการจัดงาน (Event) ของบริษัทประกอบด้วย 3 ประเภท ดังนี้

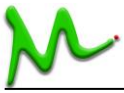
1.1. รายได้จากการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ Thailand Mobile Expo

การจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ Thailand Mobile Expo ซึ่งจัดงานเป็นประจำทุกปี ปีละ 3 ครั้ง สำหรับการจัดงาน Thailand Mobile Expo รายได้ส่วนใหญ่มาจาก 3 ส่วน ได้แก่ การให้เช่าพื้นที่แสดงสินค้าในงาน การจำหน่ายสื่อโฆษณาภายในงาน และรายได้ค่าบริการออกแอสเซสเซอร์ เป็นสำคัญ โดยในปี 2558 -ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีรายได้มาจากการให้เช่าพื้นที่สำหรับการจัดงาน และการจำหน่ายสื่อโฆษณาภายในงาน เท่ากับ 105.67 ล้านบาท 93.30 ล้านบาท 108.39 ล้านบาท และ 36.43 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 81.08 ร้อยละ 48.76 ร้อยละ 38.07 และร้อยละ 55.36 ของรายได้รวม ทั้งนี้ รายได้จากการจัดงานของบริษัทมาจากการจัดงาน Thailand Mobile Expo เป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของรายได้จากการจัดงานทั้งหมด

ในปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ Thailand Mobile Expo ลดลงเท่ากับ 12.37 ล้านบาทหรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 11.71 จากปี 2558 เนื่องจากทางบริษัทมีการทำสัญญาเช่าพื้นที่กับทางศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ลดลง จาก 15,543 ตารางเมตร ในปี 2558 เป็น 14,043 ตารางเมตร เนื่องจากการลดลงของพื้นที่ในโซนพลาซ่า ทำให้บริษัทมีพื้นที่ให้บริการแก่ลูกค้าน้อยลง รวมทั้งสภาพการเมืองและเศรษฐกิจ ส่งผลให้รายได้จากการจัดงานลดลง เนื่องจากลูกค้าให้ความสนใจในการเข้าร่วมงานลดลงเล็กน้อย

สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ Thailand Mobile Expo เพิ่มขึ้นเท่ากับ 15.09 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 16.18 จากปี 2559 เนื่องจากในปี 2560 ทางบริษัทมีการทำสัญญาเช่าพื้นที่กับทางศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เพิ่มขึ้น จาก 14,043 ตารางเมตร ในปี 2559 เป็น 15,543 ตารางเมตร ทำให้บริษัทมีรายได้จากการให้บริการพื้นที่เพิ่มขึ้น

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่ามีรายได้จากการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ 36.43 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 55.36 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจำนวน 2.32 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 6.80 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยงาน Thailand Mobile Expo ครั้งที่ 1 ปี 2561 มีรายได้จากการให้บริการพื้นที่เพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากการทำสัญญาเช่าพื้นที่กับทางศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เพิ่มขึ้นเป็น 20,233 ตารางเมตร จาก 15,543 ตารางเมตรในปีก่อนหน้าโดยเป็นการเปิด



ให้บริการพื้นที่เพิ่มเติมในโซนใหม่คือโซน C-1 รวมถึงมีการเพิ่มพื้นที่เกี่ยวกับการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเทคโนโลยีเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าและการให้บริการพื้นที่เพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและดึงดูดผู้เข้าร่วมชมงานอีกทางหนึ่ง

1.2. รายได้จากการจัดงานกีฬา

การจัดงานกีฬาของบริษัท ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือการจัดงานที่บริษัทเป็นเจ้าของงาน การให้บริการจัดงานกีฬา และการจัดงานร่วมกับพันธมิตร ซึ่งรายได้จากการจัดงานที่บริษัทเป็นเจ้าของงานมาจาก

2.1 รายได้จากผู้สนับสนุนหลัก (Sponsor)

2.2 ค่าสมัครเข้าร่วมงานของนักกีฬา

2.3 การจำหน่ายของที่ระลึกในการจัดงาน

2.4 การบริการพื้นที่จัดแสดงสินค้าในงาน

2.5 การขายสื่อโฆษณาภายในงาน

2.6 รายได้จากการให้บริการรถคาราวาน

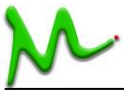
สำหรับการจัดงานร่วมกับพันธมิตร บริษัทรับผิดชอบในการบริหารจัดการพื้นที่โดยจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) และการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor) ในการจัดงาน

โดยบริษัทเริ่มดำเนินการจัดงานเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬา ประเภทวิ่ง ถนนตั้งแต่ปี 2559 ทำให้บริษัทมีรายได้มาจากการให้บริการดำเนินการจัดงานกีฬา ในปี 2559 –ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกปี 2561 เท่ากับ 13.29 ล้านบาท 25.93 ล้านบาทและ 5.70 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 6.94 ร้อยละ 9.11 และร้อยละ 8.67 ของรายได้รวมตามลำดับ

ในปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการจัดงานกีฬาเพิ่มขึ้น 13.29 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทมีการจัดงานกีฬา คืองานวิ่งเพื่อสุขภาพภายใต้ชื่องาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2016 ขึ้นเป็นปีแรก ทั้งนี้ ปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการจัดงานกีฬาเพิ่มขึ้น 12.64 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 95.15 จากปี 2559 เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากการจัดงานกีฬาด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น ภายใต้ชื่องาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2017 ซึ่งบริษัทเป็นเจ้าของงาน และการเข้าร่วมการจัดงานโดยเป็นส่วนหนึ่งของภาคี จำนวน 4 งาน ได้แก่ งานเขาประทับช้าง งานจอมบึงมาราธอน งานตะนาวศรี และงานวิ่งที่บริษัทรับจ้างจัดงาน คืองานชงโครัน ส่งผลให้บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้บริษัทมีการขายสินค้าที่ระลึกในการจัดงานวิ่ง Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2017 ในปี 2560 ซึ่งมีจำนวน 1.34 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.47 ของรายได้รวม

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่ามีรายได้จากการให้บริการดำเนินการจัดงานเท่ากับ 5.70 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 8.67 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้น 5.70 ล้านบาทจากช่วง 3 เดือนแรกในปี 2560 ไม่มีการจัดงานกีฬา โดยเป็นรายได้จากการจัดงานจอมบึงมาราธอน ที่จัดขึ้นเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2561

นอกจากการจัดงานวิ่งของบริษัทแล้ว บริษัทยังมีรายได้การให้บริการรถคาราวานในปี 2560 เนื่องจากบริษัทได้เริ่มการให้บริการรถคาราวานเพื่อใช้สนับสนุนและเสริมสร้างความสะดวกสบายในการจัดงานต่างๆ ของบริษัท โดยเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับลูกค้าที่เข้าร่วมงานสามารถใช้บริการรถคาราวานของบริษัทได้ สำหรับปี 2560 ที่ผ่านมา บริษัทมีรายได้จากการให้บริการรถคาราวานเท่ากับ 2.31 ล้าน



บาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.81 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นเท่ากับ 2.31 ล้านบาทจากปี 2559 เนื่องจากบริษัท เริ่มมีการให้บริการรถคาราวานสำหรับการจัดงานต่างๆ ในปี 2560 เป็นปีแรก โดยบริษัทให้เช่ารถ คาราวานในพื้นที่งานต่างๆ อาทิ งานวิ่งตะนาวศรี งานก้าวคนก้าว งาน wonder fruit งาน Big mountain และสำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่ามีรายได้การให้บริการรถคาราวานเท่ากับ 0.07 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.10 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.07 ล้านบาทเนื่องจากในงวด 3 เดือนแรกของปี 2560 ยังไม่มีการให้บริการรถคาราวาน สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 มีการให้บริการรถ คาราวานในการสนับสนุนงานต่างๆ คือ งานวิ่ง TOA Rockman Sumanan และงานวิ่งสวนสัตว์เปิดเขา เขียว KhaoKheow 10 Season 2018 เป็นต้น

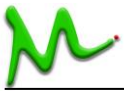
1.3. รายได้จากการจัดงานประชุมสัมมนา ฝึกอบรม (Workshop) และงานโปรเจก

บริษัทให้บริการการจัดงานประชุมสัมมนาในหลากหลายรูปแบบ อาทิ การจัดฝึกอบรม (Workshop) งานสัมมนา การจัดงานนิทรรศการ การจัดกิจกรรมภายในของลูกค้าหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นไปที่งานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน โดยในปี 2559 – ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 มีรายได้จากการให้บริการการจัดงานประชุมสัมมนาเท่ากับ 8.63 ล้านบาท 13.69 ล้านบาท และ 3.98 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 4.51 ร้อยละ 4.81 และร้อยละ 6.05 ของรายได้รวมตามลำดับ

ในปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการจัดงานประชุมสัมมนา ฝึกอบรม (Workshop) และงานโปรเจกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 8.63 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทเริ่มมีการจัดงานประชุมสัมมนา ฝึกอบรม (Workshop) และงานโปรเจกในปี 2559 เป็นปีแรก ภายใต้ชื่องาน Here Samsung Workshop S7 และ Samsung Effective Learning Facilitator (Galaxy Master Trainer) เป็นต้น

สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการจัดงานประชุมสัมมนา ฝึกอบรม (Workshop) และงานโปรเจกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5.05 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 58.56 จากปี 2559 เนื่องจากบริษัทมีการขยาย การจัดงานด้านอื่นๆ ให้ครอบคลุมหลากหลายมากขึ้น มีการให้บริการการจัดงานอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 บริษัทมีการจัดงาน Project กว่า 17 งาน โดยหลักมีรายได้มากจากการจัดอบรมงาน S8 งาน Dealer conference เป็นโครงการเปิดตัว LG งานเลี้ยงเพื่อขอบคุณตัวแทนจำหน่าย Huawei การประชุม เชิงปฏิบัติการ Samsung Galaxy S8 การประชุมเชิงปฏิบัติการ Samsung Galaxy Note8 งาน Here Samsung Workshop S7 Huawei-Smart Inter Master Dealer Samsung Workshop Note 8 ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 และ PTE Dealer Party เป็นต้น

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่ามีรายได้การจัดงานประชุมสัมมนา ฝึกอบรมและงานโปรเจกเท่ากับ 3.98 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 6.05 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจำนวน 3.81 ล้านบาทหรือ เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 2,243.13 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยในงวด 3 เดือนแรกของปี 2560 มีการ ให้บริการการจัดงานประชุมสัมมนาเพียง 1 งานคือ งาน Samsung Workshop Experience Sale and Service ต่อมาในงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 มีการให้บริการจัดงานประชุมสัมมนา 2 งานคือ งาน Samsung SES Certification Program 2018 และงาน Samsung Star Training 2018 โดยเป็นการ เพิ่มขึ้นจากงานประชุมสัมมนาและฝึกอบรม Samsung Star Training 2018 เป็นหลัก ซึ่งมีรายได้จาก งานดังกล่าวจำนวน 3.03 ล้านบาท



2) รายได้การให้บริการงานโฆษณาและเอเจนซี (Media & Agency)

ในปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการงานโฆษณาและเอเจนซีเท่ากับ 21.02 ล้านบาท 34.71 ล้านบาท 34.93 ล้านบาทและ 6.02 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.12 ร้อยละ 18.14 ร้อยละ 12.27 และร้อยละ 9.14 ของรายได้รวมตามลำดับตามลำดับ

ในปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการงานโฆษณาและเอเจนซีเพิ่มขึ้นเท่ากับ 13.70 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 65.19 จากปี 2558 เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากการให้บริการงานออนไลน์และการให้บริการงานเอเจนซีเพิ่มขึ้น จากปี 2558 โดยเพิ่มขึ้นจากการให้บริการดำเนินการเอเจนซีงานรัฐบาลเกี่ยวกับงานประมง และงาน โปรเจก Galaxy Gift เป็นหลัก สำหรับในปี 2559 บริษัทมีการพัฒนาแอปพลิเคชันจำนวน 3 งาน ได้แก่ งาน Be wallet งาน Doo Ads และงาน Web HOT

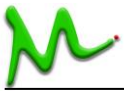
สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการงานโฆษณาและเอเจนซีเพิ่มขึ้น 0.22 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.63 จากปี 2559 บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นของงานประเภทงานโฆษณา และรายได้เอเจนซีเพิ่มขึ้นจากการให้บริการงานเอเจนซีมากขึ้น โดยบริษัทให้บริการเอเจนซีจำนวน 8 งาน อาทิ งานโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดยะลา งาน Galaxy Gift รวมทั้งในปี 2560 บริษัทมีการให้บริการโฆษณาผ่านรถคาราวานเพิ่มขึ้น โดยมีรายได้จากการ Wrap สตีกเกอร์ รถคาราวานเป็นปีแรก โดยปี 2560 มีรายได้จากการ Wrap ประมาณ 1.77 ล้านบาท จากโครงการก้าวคนละก้าว งาน Wonder Fruit งาน Big Mountain และงานวิ่งตะนาวศรี

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีรายได้จากงานโฆษณาและเอเจนซีลดลง 6.02 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.14 ของรายได้รวม ลดลงจำนวน 1.39 ล้านบาทหรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 18.75 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีการให้บริการโฆษณาลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทมีรายได้จากการบริการ Agency ในการจัดหาช่องทางโฆษณาภายนอกให้กับลูกค้าอย่างหลากหลายมากขึ้น อาทิ มีการทำ Internet marketing ให้กับทาง CAT Telecom มีการทำการตลาดเกี่ยวกับ Galaxy Gift และมีการทำงานโฆษณาออนไลน์ให้กับทาง Acerspace เป็นต้น

โดยรายได้การให้บริการงานโฆษณาและเอเจนซี (Media & Agency) ของบริษัทประกอบด้วย

2.1. รายได้จากการให้บริการ Media

- 1) สื่อออนไลน์ เป็นการให้บริการที่ต่อยอดจากธุรกิจโฆษณาสื่อออฟไลน์ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากขึ้นเพราะในปัจจุบันนั้นผู้บริโภคมีการใช้งานสมาร์ทโฟนและสื่อออนไลน์อย่างแพร่หลาย และบริษัทมีช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายที่ได้รับความนิยม อาทิ เว็บไซต์ของบริษัท และ Facebook ของบริษัทมียอดผู้ติดตามสูงถึงหนึ่งล้านผู้ติดตาม รายได้จากการโฆษณาสื่อออนไลน์เป็นรายได้จากการขายพื้นที่สำหรับเนื้อหา (Content) และการขายพื้นที่โฆษณา (Banner) ที่ลูกค้าเลือกซื้อสื่อบนช่องทางออนไลน์ของบริษัท โดยในปี 2558 - ปี 2560 มีรายได้จากการโฆษณาสื่อออนไลน์ 20.17 ล้านบาท 4.83 ล้านบาทและ 4.30 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 15.48 ร้อยละ 2.52 และร้อยละ 1.51 ของรายได้รวมตามลำดับ โดยในปี 2558 บริษัทไม่มีการจัดประเภทรายได้ Media&Agency แยกออกจากกันแต่อย่างใด ทำให้เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2559 ที่มีการจัดประเภทรายได้เป็นส่วนของงาน Media และ Agency รวมเป็น 20.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.33 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 1.64 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2558 โดยในปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการโฆษณาสื่อออนไลน์ลดลง 0.53 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 10.98 จากปี 2559 เนื่องจากลูกค้าของบริษัทมีความต้องการซื้อโฆษณาในสื่อออนไลน์ลดลง



สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีรายได้จากการโฆษณาสื่อออนไลน์ 1.48 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 2.25 ของรายได้รวม ลดลงจำนวน 1.47 ล้านบาทหรือลดลง คิดเป็นร้อยละ 49.81 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนเนื่องจากรายได้จากการรับงานโฆษณาออนไลน์ลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทมุ่งเน้นในการให้บริการ Agency มากขึ้น

- 2) สื่อออฟไลน์ เป็นรายได้จากการขายหนังสือและโฆษณาบนสื่อออฟไลน์ (Offline) ของบริษัท โดยในปี 2558 - ปี 2560 มีรายได้จากการขายนิตยสาร WHATPHONE เท่ากับ 0.85 ล้านบาท 0.56 ล้านบาทและ 0.42 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.65 ร้อยละ 0.29 และร้อยละ 0.15 ของรายได้รวมตามลำดับ

ปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการขายนิตยสาร WHATPHONE ลดลง 0.28 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 33.57 จากปี 2558 และในปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการขายนิตยสาร WHATPHONE ลดลง 0.14 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 24.78 จากปี 2559 โดยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากภาวะตลาดที่ให้ความสนใจกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่ลดลงส่งผลให้มูลค่าโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจุบันนิตยสารของบริษัทที่มีเพียงนิตยสาร WHATPHONE เท่านั้น

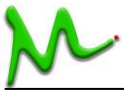
สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีรายได้จากการขายนิตยสาร WHATPHONE 0.13 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.19 ของรายได้รวม ลดลง 0.01 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 8.17 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม บริษัทมีแผนที่จะหยุดการดำเนินธุรกิจในส่วนสื่อสิ่งพิมพ์นิตยสาร WHATPHONE ภายในปี 2561 และจะคงเหลือเฉพาะสื่อประเภทออนไลน์เพียงอย่างเดียว โดยในที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2561 บริษัทมีมติขอหยุดการตีพิมพ์นิตยสาร WHATPHONE แล้ว

- 3) รายได้จากการให้บริการโฆษณาในรถคาราวาน บริษัทเริ่มมีรายได้จากการจำหน่ายพื้นที่โฆษณาบนรถคาราวาน (สติ๊กเกอร์) เป็นลวดลายต่างๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ

สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการโฆษณาในรถคาราวานเท่ากับ 1.77 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.62 ของรายได้รวมเพิ่มขึ้น 1.77 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทเริ่มมีการให้บริการรถคาราวานในปี 2560 เป็นปีแรก โดยบริษัทมีการให้บริการพื้นที่โฆษณาดังกล่าวในงาน Wonderfruit Festival งาน Big Mountain Music งานวิ่งตะนาวศรีเทรล และงานก้าวกอนละก้าวก เป็นต้น สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทไม่มีรายได้จากการให้บริการโฆษณาในรถคาราวาน

2.2. รายได้จากการบริการ Agency

บริษัทมีการจัดหาช่องทางโฆษณาภายนอกให้กับลูกค้า รวมทั้งการให้บริการดูแล และจัดการหน้าเว็บไซต์ของลูกค้าตามความต้องการ โดยในปี 2559 - ปี 2560 มีรายได้จากการบริการ Agency 15.67 ล้านบาท และ 21.92 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 8.19 และร้อยละ 7.70 ของรายได้รวมตามลำดับ โดยในปี 2558 บริษัทไม่มีการจัดประเภทรายได้ Media&Agency แยกออกจากกัน ทำให้ในปี 2558 ไม่มีรายได้ในส่วนงาน Agency แต่บันทึกเป็นรายได้จากการโฆษณาสื่อออนไลน์จำนวน 20.17 ล้านบาททั้งจำนวน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2559 ที่มีการจัดประเภทรายได้เป็นส่วนของงาน Media และ Agency รวมเป็น 20.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.33 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 1.64 เมื่อเทียบกับปี 2558 โดยเป็น



การบริหารจัดการเว็บไซต์งานประมงจากภาครัฐแห่งหนึ่ง และงาน Galaxy Gift โดยการเป็นตัวแทนของแบรนด์ของลูกค้าในการบริหาร การจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดบนสื่อดิจิทัลครบวงจรเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อให้บรรลุความต้องการทางการตลาด มีการประเมินผล วัดผล เพื่อให้งานที่ทำนั้นบรรลุตามความต้องการของลูกค้า

สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการบริการ Agency เพิ่มขึ้น 6.25 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.90 จากปี 2559 เนื่องจากมีการให้บริการในงาน Agency ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น อาทิ งาน Galaxy Gift โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะกลาง งาน LG G6 Media Online งาน Online-Jerhigh/Jinny เป็นต้น

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีรายได้จากการบริการ Agency 4.28 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 6.50 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจำนวน 1.04 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 32.08 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีการให้บริการ Agency ทั้งหมด 10 งานจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน 2 งาน โดยมีการให้บริการทำสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เป็นหลัก อาทิ งานวิ่ง Siam paragon together RUN 2018 งานวิ่ง BlackMores RUN 2018 งานวิ่งอเมซิ่งไทยแลนด์ มารธาธอน 2018 และงานมหกรรมจิตอาสาภาคใต้ ครั้งที่ 1 เป็นต้น

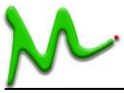
2.3. รายได้จากการให้บริการพัฒนาระบบและซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน (Development)

บริษัทยังมีรายได้จากการให้บริการพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) เป็นการให้บริการรับจ้างพัฒนางานระบบและซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันของลูกค้า โดยบริษัทเป็นผู้พัฒนางานระบบทั้งหมด บริษัทมีรายได้จากการพัฒนาระบบและซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559 และปี 2560 อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันบริษัทมีแนวทางในการให้บริการพัฒนาระบบดังกล่าวแก่ลูกค้าภายนอกลดลงเนื่องจากบริษัทอยู่ระหว่างการพัฒนาและซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันเป็นของตนเองเพื่อใช้สนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทในอนาคตต่อไป โดยในปี 2559 – ปี 2560 และงวด 3 เดือนปี 2561 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการพัฒนาแอปพลิเคชันเท่ากับ 13.65 ล้านบาท 6.52 ล้านบาทและ 0.13 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.14 ร้อยละ 2.29 และร้อยละ 0.20 ของรายได้รวมตามลำดับ

ในปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการพัฒนาแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้น 13.65 ล้านบาท โดยบริษัทมีการให้บริการพัฒนาแอปพลิเคชันในปี 2559 เป็นปีแรก โดยบริษัทเป็นผู้ให้บริการพัฒนาระบบและซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน อาทิ การพัฒนาระบบจองตั๋ว House of Ticket Website การพัฒนาซอฟต์แวร์ Be Wallet เป็นการพัฒนาโปรแกรม ผลงาน คำสั่ง หรือโค้ดในโปรแกรม (Source Code) ต่างๆ และการพัฒนาซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน Doo Ads ซึ่งเป็นชุดคำสั่งที่นำไปใช้กับสมาร์ทโฟน เพื่อให้ได้สินค้าเป็นแพลตฟอร์มโฆษณาที่สะสมยอดเงินจากการเข้าชมโฆษณาบนสมาร์ทโฟน เป็นต้น

สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการพัฒนาแอปพลิเคชันลดลง 7.13 ล้านบาทหรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 52.23 จากปี 2559 เนื่องจากการพัฒนาซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน Doo Ads อยู่ในช่วงใกล้จบโครงการ

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีรายได้จากการให้บริการพัฒนาแอปพลิเคชัน 0.13 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.20 ของรายได้รวม ลดลงจำนวน 0.95 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 87.83 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีการพัฒนาแอปพลิเคชันเพียงแอปพลิเคชันเดียวคือ Be Wallet โดยบริษัทมีแผนที่จะยุติการให้บริการในส่วนของการพัฒนาแอปพลิเคชัน อย่างไรก็ตาม



ยังมีการให้บริการเฉพาะในส่วนของการบำรุงรักษาระบบให้แก่ลูกค้า และการพัฒนาเพื่อใช้สนับสนุนงานภายในบริษัท

3) รายได้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

ในปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีรายได้จากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เท่ากับ 2.62 ล้านบาท 36.69 ล้านบาท 97.47 ล้านบาท และ 13.48 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.01 ร้อยละ 19.17 ร้อยละ 34.23 และร้อยละ 20.48 ของรายได้รวมตามลำดับ

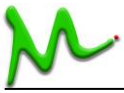
ปี 2559 บริษัทมีรายได้จากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น 34.07 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นอัตราร้อยละ 1297.92 จากปี 2558 ซึ่งเป็นรายได้จากการขายหลักของบริษัท และพบว่ารายได้จากการจำหน่ายสินค้า E-Commerce มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2558 เรื่อยมา เป็นผลมาจากบริษัทมียอดขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัทเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มรู้จักช่องทางการจำหน่ายของบริษัทมากขึ้น ได้แก่ ช่องทาง www.s-estore.com สำหรับนโยบายการรับคืนสินค้าของบริษัทพบว่าสัดส่วนการรับคืนสินค้าต่อยอดขายของบริษัทมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากช่องทางออนไลน์ของบริษัทจะสามารถเปลี่ยนคืนสินค้าได้หากพบว่าชำรุดหรือยังไม่ได้เปิดใช้งานภายใน 7 วันนับแต่วันที่ได้รับสินค้า

สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายได้จากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น 60.78 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 165.66 จากปี 2559 เนื่องจากปริมาณและราคาขายสินค้าเพิ่มขึ้น รวมทั้งการเพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าประเภทสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ หรือ Consumer Electronics (CE) และสินค้าด้านเทคโนโลยีไอทีหรือ Information Technology (IT) อาทิ การ์ด และมอโนเตอร์ ซึ่งบริษัทได้เริ่มทำสัญญาขายเพิ่มเติมของสินค้า CE และ IT กับทาง Samsung เมื่อเดือนมกราคม 2560 ทำให้บริษัทมีรายได้จากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีรายได้จากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 13.48 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 20.48 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้น 3.00 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 28.69 จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า เนื่องจากการที่เว็บไซต์ขายสินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักมากขึ้น และในงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 มีการขายโทรศัพท์มือถือ Samsung Galaxy S9 ซึ่งเป็นสินค้านวัตกรรมใหม่ ทำให้ยอดขายเพิ่มสูงขึ้น และบริษัทได้รับคำสั่งเสริมการขาย (Marketing Support) จากการทำการรายการโปรโมทสินค้า Samsung ผ่านช่องทางของบริษัท ส่งผลให้บริษัทได้รับคำสั่งเสริมการขายเพิ่มขึ้นจำนวน 0.14 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 46.41 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า อีกทั้งบริษัทมีรายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า CE มีรายได้เท่ากับ 0.23 ล้านบาท โดยงวด 3 เดือนแรกของปี 2560 บริษัทยังไม่มีรายได้จากการขาย CE ดังกล่าว

ทั้งนี้ การรับรู้รายได้ของ HHP จะรับรู้รายได้จากการขายทั้งจำนวนเนื่องจากการรับรู้รายได้จากการขายแบบตัวการ (Principal) ในขณะที่การรับรู้รายได้จากการขาย CE จะรับรู้รายได้จากการขายแบบตัวแทน (Agent) ซึ่งบันทึกเป็นรายได้จากการให้บริการเป็นตัวแทนขายมิใช่รายได้จากการขายสินค้า E-Commerce เนื่องจากการขายสินค้า CE บริษัทไม่มีการระดมความเสี่ยงในตัวสินค้า ดังนั้นจึงรับรู้รายได้เฉพาะส่วนต่างระหว่างราคาซื้อและราคาขาย ซึ่งเป็นไปตามลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายสินค้าประเภท HHP และรายได้จากการให้บริการ CE จัดอยู่ในหมวดรายได้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ได้รับความนิยมจากการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัทได้แก่ โทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนเป็นหลัก โดยรายได้จากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของบริษัทประกอบด้วย

1. รายได้จากการขายสินค้าประเภท HHP คือรายได้จากการขายสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมต่างๆ โดยในปี 2558 บริษัทมีการเริ่มทำสัญญาขายกับทาง Samsung เพื่อ



เป็นผู้จำหน่ายสินค้าในร้านค้าออนไลน์ภายใต้แบรนด์ Samsung ผ่านเว็บไซต์ www.s-estore.com ในปี 2559 – ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 มีรายได้จากการขายสินค้าประเภท HHP เท่ากับ 2.62 ล้านบาท 33.83 ล้านบาท 89.40 ล้านบาทและ 12.81 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.01 ร้อยละ 17.68 ร้อยละ 31.40 และร้อยละ 19.46 ของรายได้รวมตามลำดับ

ปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าประเภท HHP เพิ่มขึ้น 31.20 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1188.85 จากปี 2558 เนื่องจากปี 2559 ช่องทางการขายสินค้าออนไลน์เริ่มเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น โดยรายได้ที่เพิ่มขึ้นของบริษัทโดยหลักมาจากการจำหน่ายสินค้าโทรศัพท์มือถือ Samsung รุ่น S7 และ Note7 ซึ่งเป็นสินค้าที่เริ่มออกจำหน่ายในปี 2559 ส่งผลให้ปริมาณสินค้าที่บริษัทจำหน่ายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าประเภท HHP เพิ่มขึ้น 55.57 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 164.28 จากปี 2559 เนื่องจากปริมาณและราคาขายสินค้าเพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าโทรศัพท์มือถือ Samsung รุ่น S8 และ Note8 ซึ่งเป็นสินค้าที่ขายดีกว่ารุ่น S7 และ Note7 ในปี 2559

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าประเภท HHP 12.81 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 19.46 เพิ่มขึ้นจำนวน 2.64 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.93 จากช่วงเวลาดียวกันของปีก่อน จากการขายโทรศัพท์มือถือ Samsung Galaxy S9 ซึ่งเป็นสินค้านำใหม่ทำให้ยอดขายสูงขึ้น รวมถึงเว็บไซต์ขายสินค้าของบริษัท คือ www.s-estore.com เป็นที่รู้จักมากขึ้น

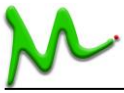
2. รายได้จากการขายสินค้าประเภท CE และ IT คือ การขายสินค้าประเภทสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ หรือ Consumer Electronics (CE) และสินค้าด้านเทคโนโลยีไอทีหรือ Information Technology (IT) อาทิ การ์ด และมอโนเตอร์ ในปี 2560 มีรายได้จากการขายสินค้าประเภท CE และ IT เท่ากับ 0.22 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.08 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้น 0.22 ล้านบาท เนื่องจากมีการเพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าประเภทสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ หรือ Consumer Electronics (CE) และสินค้าด้านเทคโนโลยีไอทีหรือ Information Technology (IT) อาทิ การ์ด และมอโนเตอร์ ซึ่งบริษัทได้เริ่มทำสัญญาขายเพิ่มเติมของสินค้า CE และ IT กับทาง Samsung เมื่อเดือนมกราคม 2560 ทำให้บริษัทมีรายได้จากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าประเภท CE และ IT เท่ากับ 0.23 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.34 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้น 0.23 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทได้เริ่มทำสัญญาขายเพิ่มเติมของสินค้า CE และ IT กับทาง Samsung เมื่อเดือนมกราคม 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2560 บริษัทยังไม่มีรายได้จากการขายสินค้าประเภท CE และ IT

3. รายได้ค่าส่งเสริมการขาย (Marketing Support) คือ การทำรายการโปรโมชั่นสินค้า Samsung ผ่านช่องทางของบริษัท ส่งผลให้บริษัทได้รับค่าส่งเสริมการขายคิดเป็นสัดส่วนต่อยอดขายสินค้าของบริษัทตามสัญญาที่ตกลงกับผู้ผลิต

ในปี 2559 บริษัทมีรายได้ค่าส่งเสริมการขาย เท่ากับ 2.86 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 1.50 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้น 2.86 ล้านบาทจากปี 2558 โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของบริษัทที่เติบโตอย่างสูงในปี 2559

สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายได้ค่าส่งเสริมการขาย เท่ากับ 5.47 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.92 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้น 2.60 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 90.97 จากปี 2559 เป็นไปตาม



ยอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเริ่มมีรายได้จากการส่งเสริมการขายพร้อมกับการเริ่มขายสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ดังกล่าว

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีรายได้ค่าส่งเสริมการขาย เท่ากับ 0.44 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.68 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจำนวน 0.14 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 46.41 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพิ่มขึ้นทำให้มีรายได้ค่าส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้นตามสัดส่วน

4. รายได้ค่าบริการจัดการจากการเป็นตัวแทนในการส่งสินค้า เป็นค่าบริการจัดการจากการเป็นตัวแทนในการส่งสินค้า Premium Set ซึ่งเป็นรายได้จากการบริการรับบรรจุและจัดส่งสินค้า โดยมีรายได้ดังกล่าวในปี 2560 จำนวน 2.39 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.84 ของรายได้รวม ซึ่งเป็นรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว

**หมายเหตุ: มาตราฐานบัญชี ฉบับที่ 18 เรื่อง รายได้ มีลักษณะข้อบ่งชี้เกี่ยวกับการดำเนินการในฐานะของตัวการ (Principal) และตัวแทน (Agent) ดังนี้

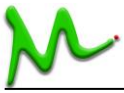
1. การรับรู้รายได้จากการขายแบบตัวการ (Principal) หมายถึง กิจการดำเนินการในฐานะตัวการ โดยมีลักษณะที่ (1.1) กิจการเป็นผู้รับผิดชอบหลักต่อการจัดหาสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า หรือจัดการให้เป็นไปตามคำสั่งซื้อ (1.2) กิจการรับความเสี่ยงเกี่ยวกับตัวสินค้า ทั้งก่อนและหลังคำสั่งซื้อ ระหว่างการขนส่งหรือการรับสินค้าคืน (1.3) กิจการมีอิสระในการกำหนดราคา ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรืออ้อม (1.4) กิจการรับความเสี่ยงด้านสินเชื่อของลูกค้า
2. การรับรู้รายได้จากการขายแบบตัวแทน (Agent) หมายถึง กิจการดำเนินการในฐานะตัวแทน โดยมีลักษณะที่ (2.1) กิจการไม่ได้รับความเสี่ยงและผลตอบแทนที่มีนัยสำคัญจากการขายสินค้าหรือการให้บริการ (2.2) จำนวนรายได้ที่กิจการจะได้รับถูกกำหนดไว้ล่วงหน้าในรูปแบบค่าธรรมเนียมคงที่ต่อรายการ หรือเป็นอัตราร้อยละของจำนวนเงินที่เรียกเก็บจากลูกค้า

4) รายได้อื่น

รายได้อื่นของบริษัท ประกอบด้วย รายได้จากการส่งเสริมการขาย ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการขายทรัพย์สินถาวร รายได้จากการขายสินค้าล้าสมัย เป็นต้น โดยในปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีรายได้อื่นเท่ากับ 1.02 ล้านบาท 4.72 ล้านบาท 0.68 ล้านบาท และ 0.13 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.78 ร้อยละ 2.47 ร้อยละ 0.24 และร้อยละ 0.19 ของรายได้รวมตามลำดับ

โดยในปี 2559 บริษัทมีรายได้อื่นเพิ่มขึ้นจากปี 2558 เท่ากับ 3.70 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 363.33 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เนื่องจากรายได้จากการขายสินค้าล้าสมัย และดอกเบี้ยรับ รายละเอียดดังนี้

- ดอกเบี้ยรับ เนื่องจากบริษัทมีรายได้ดอกเบี้ยรับจากเงินฝากธนาคาร รวมทั้งในปี 2559 บริษัทมีรายการเงินให้กู้ยืมแก่กรรมการบริษัท โดยบริษัทคิดอัตราดอกเบี้ยสำหรับเงินให้กู้ยืมดังกล่าว ร้อยละ 7.37 ต่อปี อ้างอิงตามอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่บริษัทกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ในประเทศ โดยในปี 2559 บริษัทมีรายได้ดอกเบี้ยรับดังกล่าวเท่ากับ 2.21 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 272.06
- กำไรจากการขายเงินลงทุนในบริษัทร่วม เนื่องจากบริษัทมีกำไรจากการขายเงินลงทุนในบริษัทร่วม เนื่องจากบริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทร่วมโดยบันทึกในงบการเงินโดยวิธีส่วนได้เสีย (เงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียของบริษัทที่ถูกลงทุน) การรับรู้รายการเริ่มแรกด้วยราคาทุน รวมถึงต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อที่เกิดจากการทำรายการดังกล่าว ซึ่งในอดีตบริษัทมีการลงทุนในบริษัทร่วม คือ บริษัท เอ็มวี ฟู้ดส์ จำกัด ประกอบกิจการประเภทร้านอาหาร บริษัทลงทุนในบริษัทร่วมดังกล่าวจำนวน 30,000 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียน มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท และในเดือนมิถุนายน 2559 บริษัทได้ขายหุ้นสามัญในบริษัทร่วมดังกล่าว ในราคาหุ้นละ 27.76 บาท ส่งผลให้บริษัทมีกำไร



จากการขายเงินลงทุนในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จตามวิธีส่วนได้เสียในปี 2559 เป็นจำนวน 0.71 ล้านบาท และงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จตามวิธีราคาทุนในปี 2559 เป็นจำนวน 0.53 ล้านบาท

- รายได้จากการขายสินค้าล้ำสมัย เนื่องจากบริษัทมีการจำหน่ายนิตยสารประเภทรายเดือน ซึ่งตามนโยบายการจำหน่ายสินค้าล้ำสมัยประเภทนิตยสารของบริษัท บริษัทจะจำหน่ายนิตยสารที่เกินกว่า 3 เดือนนับจากวันที่วางแผงจำหน่าย บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าล้ำสมัยในปี 2559 เท่ากับ 0.04 ล้านบาท โดยรายได้ดังกล่าวลดลงเนื่องจากบริษัทนำนิตยสารไปใช้สนับสนุนในการจัดงาน Thailand Mobile Expo

นอกจากนี้ รายได้อื่นในปี 2559 ยังประกอบด้วยรายได้จากการขายสินค้าโปรโมชั่นและตัวอย่าง กำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร และรายได้ค่าสมาชิกนิตยสารรายเดือน เป็นต้น

สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายได้อื่นลดลงจากปี 2559 เท่ากับ 4.04 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 85.53 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เนื่องจากรายได้จากการสินค้าล้ำสมัย และดอกเบี้ยรับ รายละเอียดดังนี้

- ดอกเบี้ยรับ ในปี 2560 บริษัทมีเพียงรายได้ดอกเบี้ยรับจากเงินฝากธนาคาร ทำให้บริษัทมีรายได้ดอกเบี้ยรับดังกล่าวเท่ากับ 0.06 ล้านบาท โดยลดลงร้อยละ 97.50 ของปีก่อนหน้า เนื่องจากในปี 2560 บริษัทไม่มีดอกเบี้ยรับจากรายการเงินให้กู้ยืมแก่กรรมการบริษัท เป็นผลจากในปี 2559 บริษัทได้รับชำระเงินให้กู้ยืมดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว
- รายได้จากการขายสินค้าล้ำสมัย เนื่องจากบริษัทมีการจำหน่ายนิตยสารประเภทรายเดือน ซึ่งตามนโยบายการจำหน่ายสินค้าล้ำสมัยประเภทนิตยสารของบริษัท บริษัทจะจำหน่ายนิตยสารที่เกินกว่า 3 เดือนนับจากวันที่วางแผงจำหน่าย บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าล้ำสมัยในปี 2560 เท่ากับ 0.02 ล้านบาท โดยรายได้ดังกล่าวมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องจากปี 2558 เนื่องจากบริษัทนำนิตยสารไปใช้สนับสนุนในการจัดงาน Thailand Mobile Expo ของบริษัทมากขึ้น รวมทั้งการลดจำนวนเล่มการผลิตลงจากปีก่อนหน้า

นอกจากนี้ รายได้อื่นในปี 2560 ยังประกอบรายได้ค่าสมาชิกนิตยสารรายเดือน และกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น

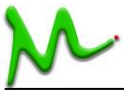
สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่ามีรายได้อื่น 0.13 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.19 ของรายได้รวมเพิ่มขึ้นจำนวน 0.07 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 132.67 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจาก บริษัทมีรายได้ค่าขนส่งจำนวน 0.07 ล้านบาท รายได้เงินรับคืนค่าประกันความเสียหายจากที่ได้รับคืนสำหรับงาน Samsung 10K ปี 2560 จำนวน 0.02 ล้านบาท และรายได้จากการขายสินค้าล้ำสมัย จำนวน 0.01 ล้านบาท

ต้นทุนแยกตามประเภทธุรกิจ

โครงสร้างต้นทุน	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560		งวด 3 เดือน ปี2560		งวด 3 เดือน ปี2561	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
Event Organizer	70.41	73.03%	59.95	50.27%	68.41	39.15%	13.96	53.02%	24.34	58.87%
Media&Agency	19.91	20.65%	26.08	21.87%	25.43	14.55%	3.11	11.79%	4.43	10.72%
E-Commerce	6.09	6.32%	33.21	27.85%	80.91	46.30%	9.27	35.19%	12.57	30.41%
ต้นทุนจากการให้บริการและการขายสินค้า	96.41	100.00%	119.24	100.00%	174.75	100.00%	26.33	100.00%	41.34	100.00%

บริษัทมีต้นทุนแยกตามประเภทธุรกิจ 3 ประเภท ประกอบด้วย

- 1) ต้นทุนจากการให้บริการจัดงาน



โดยสามารถแบ่งต้นทุนจากการจัดงานออกได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

1.1) ต้นทุนการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ อาทิ ต้นทุนบริการพื้นที่บูธ ต้นทุนโครงสร้างและอุปกรณ์ ต้นทุนโฆษณาประชาสัมพันธ์ ต้นทุนการดำเนินงานและเบ็ดเตล็ด เป็นต้น

1.2) ต้นทุนการจัดงานกีฬา อาทิ ค่าสนามวิ่ง ค่าจ้างทำเหรียญรางวัล ค่าเสื้อกีฬา ค่าอาหารว่างในงานวิ่ง ค่าบริการจับเวลาผู้เข้าแข่งขัน ค่าพิมพ์ป้ายเบอร์นักกีฬา และค่าจ้างบุคคลภายนอก เป็นต้น

- ต้นทุนขายสินค้าในการจัดงาน อาทิ ต้นทุนการซื้อสินค้าประเภทของที่ระลึกที่จำหน่ายภายในงาน (Merchandise) เป็นต้น

- ต้นทุนการให้บริการรถคาราวาน อาทิ ค่าเช่ารถคาราวาน ค่าแรง ค่าทำความสะอาด เป็นต้น

1.3) ต้นทุนการจัดงานประชุมสัมมนา ฝึกอบรม (Workshop) และอื่นๆ อาทิ ต้นทุนในการจัดงาน ต้นทุนโครงสร้างและอุปกรณ์ ค่าผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์สิ่งพิมพ์ และวิทยุ เป็นต้น

โดยในปี 2558-2560 บริษัทมีต้นทุนบริการจากการให้บริการจัดงานทั้งหมดเท่ากับ 70.41 ล้านบาท 59.95 ล้านบาทและ 68.41 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 73.03 ร้อยละ 50.27 และร้อยละ 39.15 ของต้นทุนขายและให้บริการรวม โดยจากอัตราส่วนต้นทุนบริการจากการให้บริการจัดงานต่อรายได้จากการขายและให้บริการรวมเท่ากับร้อยละ 54.45 ร้อยละ 32.12 และร้อยละ 24.08 ของรายได้จากการขายและให้บริการรวมตามลำดับ จะเห็นได้ว่าบริษัทมีการบริหารจัดการต้นทุนบริการจากการให้บริการจัดงานได้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2559 บริษัทมีต้นทุนบริการจากการให้บริการจัดงานลดลงเท่ากับ 10.46 ล้านบาทหรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 14.86 จากปี 2558 โดยเป็นการลดลงจากต้นทุนการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากบริษัทมีการทำสัญญาเช่าพื้นที่กับทางศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์น้อยลง จาก 15,543 ตารางเมตร ในปี 2558 เป็น 14,043 ตารางเมตรในปี 2559

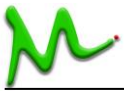
สำหรับปี 2560 บริษัทมีต้นทุนบริการจากการให้บริการจัดงานเพิ่มขึ้นเท่ากับ 8.47 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 14.12 จากปี 2559 เนื่องจากบริษัทมีต้นทุนการจัดงานเกี่ยวกับกีฬามากขึ้นเป็นหลัก โดยในปี 2559 บริษัทจัดงานกีฬาเพียงงานเดียว ขณะที่ในปี 2560 มีการจัดงานกีฬาด้านสุขภาพทั้งหมดจำนวน 4 งาน ภายใต้ชื่อ งาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2017 งานวิ่งเขาประทับช้าง 2017 งานวิ่งตะนาวศรีเทรล และงานวิ่งชงโครัน นอกจากนี้ก็ยังมีต้นทุนเพิ่มขึ้นจากการจัดงานต่างๆ มากขึ้นส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนบริการในส่วนของจัดงานเพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวกันกับรายได้ที่เพิ่มขึ้น

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่ามีต้นทุนบริการจากการจัดงานทั้งหมดเท่ากับ 24.34 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 58.87 ของต้นทุนขายและให้บริการรวม เพิ่มขึ้นจำนวน 10.38 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 74.37 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการเพิ่มขึ้นจากต้นทุนการจัดงานเกี่ยวกับกีฬางานวิ่งจอมบึงมาราธอนเป็นหลัก ซึ่งในงวด 3 เดือนแรกของปี 2560 ไม่มีการจัดงานกีฬาใดๆ ทำให้มีต้นทุนเพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อน และมีการจัดงานประชุมสัมมนาฝึกอบรม เช่น งาน Samsung Star Training 2018 นอกจากนี้บริษัทมีการทำสัญญาเช่าพื้นที่กับทางศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เพิ่มขึ้นเป็น 20,233 ตารางเมตร จาก 15,543 ตารางเมตรในปีก่อนหน้า โดยเป็นการเปิดให้บริการพื้นที่เพิ่มเติมในโซนใหม่คือโซน C-1 ส่งผลให้ต้นทุนการจัดงาน Thailand Mobile Expo เพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง

2) ต้นทุนบริการจากการให้บริการงานโฆษณาและเอเจนซี

โดยต้นทุนบริการจากการให้บริการงานโฆษณาและเอเจนซี สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

2.1) ต้นทุนจากการให้บริการ Media



- ต้นทุนในการให้บริการสื่อโฆษณาออนไลน์ อาทิ ค่าใช้จ่ายบนโซเชียล Facebook ค่าใช้จ่ายบำรุงรักษา ระบบ ค่าจ้างเขียนบทความบนOnline เป็นต้น
- ต้นทุนขายในการจัดทำนิตยสารและต้นทุนในการให้บริการสื่อโฆษณาออฟไลน์ ประกอบด้วย ต้นทุนในการผลิตนิตยสาร ต้นทุนการพิมพ์ ต้นทุนค่าจ้างการเขียนคอลัมน์ ต้นทุนการทำเล่มหนังสือ และต้นทุนช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น
- ต้นทุนจากการให้บริการโฆษณาในรถคาราวาน ประกอบด้วย ต้นทุนค่าสตีกเกอร์เป็นสำคัญ โดยบริษัท เริ่มการให้บริการโฆษณาในพื้นที่รถบรคคาราวาน ในปี 2560 เช่น งานก้าวคนละก้าว งาน Big Mountain Music งานวิ่งตะนาวศรี และงาน Wonderfruit Festival

2.2) ต้นทุนจากการให้บริการ Agency อาทิ ค่าจ้างทำสื่อประชาสัมพันธ์ ค่าจ้างวิทยากร ค่าจ้างพิธีกร ค่าบริการ ถ่ายทำวิดีโอ เป็นต้น

2.3) ต้นทุนจากการให้บริการพัฒนาระบบและซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน (Development) อาทิ เงินเดือนฝ่ายพัฒนา โปรแกรม Doo Ads ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชัน เป็นต้น

โดยในปี 2558-2560 มีต้นทุนบริการจากการให้บริการงานโฆษณาและเอเจนซี เท่ากับ 19.91 ล้านบาท 26.08 ล้านบาทและ 25.43 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 20.65 ร้อยละ 21.87 และร้อยละ 14.55 ของต้นทุนขาย และให้บริการรวม โดยอัตราส่วนต้นทุนบริการจากการให้บริการงานโฆษณาและเอเจนซีต่อรายได้การให้บริการรวม เท่ากับร้อยละ 15.40 ร้อยละ 13.98 และร้อยละ 8.95 ของรายได้ขายและให้บริการรวมตามลำดับ

ในปี 2559 บริษัทมีต้นทุนบริการในส่วนของงานโฆษณาและเอเจนซีเพิ่มขึ้น 6.17 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 31.01 จากปี 2558 เป็นผลจากบริษัทให้บริการเอเจนซีเพิ่มขึ้นหลายโครงการเมื่อเทียบกับปี 2558

สำหรับปี 2560 บริษัทมีต้นทุนบริการในส่วนของงานโฆษณาและเอเจนซีลดลง 0.66 ล้านบาทหรือลดลง ร้อยละ 2.52 จากปี 2559 โดยต้นทุนลดลงจากต้นทุนจากการให้บริการงานพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) และต้นทุนขายหนังสือและโฆษณานบนสื่อออฟไลน์ (Offline) ลดลงสอดคล้องกับรายได้จากการให้บริการงานพัฒนาแอปพลิเคชันและต้นทุนขายหนังสือและโฆษณานบนสื่อออฟไลน์ที่ลดลงเป็นหลัก

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่ามีต้นทุนบริการในส่วนของงานโฆษณาและเอเจนซีเท่ากับ 4.43 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.72 ของต้นทุนขายและให้บริการรวม เพิ่มขึ้นจำนวน 1.32 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 42.66 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากมีต้นทุนการให้บริการเอเจนซีเพิ่มขึ้นจากงานที่ให้บริการเพิ่มขึ้นเป็นหลัก ซึ่งมีต้นทุนหลัก อาทิ ค่าจ้างทำสื่อประชาสัมพันธ์ ค่าจ้างวิทยากร ค่าจ้างพิธีกร ค่าบริการ ถ่ายทำวิดีโอ เป็นต้น

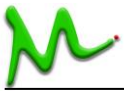
3) ต้นทุนขายสินค้าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนดังนี้

3.1) ต้นทุนขายสินค้าประเภท HHP

3.2) ต้นทุนขายสินค้าประเภท CE และ IT โดยมีการรับรู้รายได้จากการขายแบบตัวแทน (Agent) ทำให้บริษัทไม่มีความเสี่ยงในตัวสินค้าดังกล่าว

โดยในปี 2558 – ปี 2560 มีต้นทุนขายสินค้าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เท่ากับ 6.09 ล้านบาท 33.21 ล้านบาทและ 80.91 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 6.32 ร้อยละ 27.85 และร้อยละ 46.30 ของต้นทุนขายและให้บริการรวม โดยอัตราส่วนต้นทุนขายสินค้าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อรายได้การให้บริการรวมเท่ากับร้อยละ 4.71 ร้อยละ 17.80 และร้อยละ 28.48 ของรายได้ขายและให้บริการรวมตามลำดับ



ในปี 2559 บริษัทมีต้นทุนขายสินค้าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น 27.13 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 445.51 จากปี 2558 โดยเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับยอดขายสินค้าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท

สำหรับปี 2560 บริษัทมีต้นทุนขายสินค้าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น 47.70 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 143.60 จากปี 2559 โดยเพิ่มขึ้นตามปริมาณและต้นทุนขายสินค้าที่เพิ่มขึ้นตามรายการสินค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่ามีต้นทุนขายสินค้าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เท่ากับ 12.57 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 30.41 ของต้นทุนขายและบริการรวม เพิ่มขึ้นจำนวน 3.31 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 35.71 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับยอดขายสินค้าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

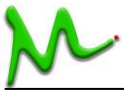
ค่าใช้จ่ายในการขาย

ในปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขาย เท่ากับ 4.15 ล้านบาท 15.72 ล้านบาทและ 23.84 ล้านบาทตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการขายจะเป็นในส่วนของเงินเดือนพนักงานขาย โบนัสพนักงานขาย ค่าคอมมิชชั่นพนักงานขาย และค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้า เป็นต้น โดยบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายในปี 2559 เพิ่มขึ้นจากปี 2558 เท่ากับ 11.57 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 278.53 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ค่าใช้จ่ายในการขายของบริษัทเพิ่มขึ้นจากค่าคอมมิชชั่นฝ่ายขายซึ่งเพิ่มขึ้นในปี 2559 จาก 1.22 ล้านบาท เป็น 7.71 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 530.58 เมื่อเทียบกับปี 2558 สาเหตุเกิดจากการจ่ายค่าคอมมิชชั่นซึ่งเป็นการจ่ายจากยอดขายที่ได้รับชำระจากลูกค้าเรียบร้อยแล้วซึ่งแปรผันตรงกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นในปี 2559 นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นเกิดจากค่าใช้จ่ายในการขายสินค้า E-Commerce ประกอบด้วยค่าธรรมเนียมการรับชำระเงินออนไลน์ และค่าใช้จ่ายสำหรับบริษัทขนส่ง เป็นต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะคิดเป็นร้อยละของยอดขายตามสัญญาช่องทางจำหน่ายสินค้าและสัญญาขนส่งของบริษัท นอกจากนี้ในปี 2559 บริษัทมีค่าดูแลรักษาระบบ E-Store เพิ่มขึ้นจำนวน 0.18 ล้านบาท

สำหรับในปี 2560 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นจากปี 2559 เท่ากับ 8.12 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 51.63 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ในปี 2559 มีค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นจากค่าคอมมิชชั่นของฝ่ายขายเป็นหลักโดยเพิ่มขึ้นจาก 7.71 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 9.31 ล้านบาทในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 20.72 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และเงินเดือนพนักงานขายเพิ่มขึ้นจาก 3.82 ล้านบาท เป็น 6.01 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 57.31เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ประกอบกับการเพิ่มขึ้นจากค่าบริการช่องทางจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้น โดยบริษัทเริ่มใช้บริการช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์เพิ่มเติมส่งผลให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ประกอบด้วยค่าธรรมเนียมการรับชำระเงินออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางสำหรับการเรียกเก็บเงินจากการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ ประกอบกับในปี 2560 บริษัทมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าโฆษณาและส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น เนื่องจากการโปรโมทสินค้า E-Commerce ผ่านช่องทางต่างๆ มากขึ้น

ในช่วงปี 2558-2560 พบว่าบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม เท่ากับร้อยละ 3.19 ร้อยละ 8.22 และร้อยละ 8.37 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าบริษัทมีการบริหารค่าใช้จ่ายในการขายที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2558 ผลมาจากบริษัทมีค่าบริการสำหรับช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์และค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าเพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้า E-Commerce ของบริษัท

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่ามีค่าใช้จ่ายในการขายเท่ากับ 3.72 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นจำนวน 0.68 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 22.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าโดยเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเงินเดือนพนักงานขายเพิ่มขึ้น 1.38 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจำนวน 314.09 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าเป็นผลจากการรับ



เงินเดือนของพนักงานขาย และโบนัสพนักงานขายเพิ่มขึ้น 0.68 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายจัดส่งสินค้าเพิ่มขึ้น 0.26 ล้านบาท สอดคล้องกับยอดขายของ E-Commerce ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วง 3 เดือนแรกของปี 2560 บริษัทยังเพิ่งเริ่มจำหน่ายสินค้า E-Commerce ดังกล่าว อย่างไรก็ตาม สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายของบริษัทมีสัดส่วนลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวม โดยงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 5.65 ลดลงจากงวด 3 เดือนแรกของปี 2560 ที่มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 5.81 แสดงให้เห็นว่าบริษัทสามารถบริหารค่าใช้จ่ายในการขายได้ดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ของบริษัท

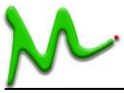
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร เท่ากับ 24.11 ล้านบาท 32.79 ล้านบาทและ 48.10 ล้านบาท ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการบริหารหลักจะเป็นค่าใช้จ่ายในส่วนของสำนักงานที่จ่ายให้กับพนักงาน ได้แก่ เงินเดือน โบนัสพนักงาน ค่าสอบบัญชี และเงินสมทบประกันสังคม เป็นต้น โดยบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารดังกล่าวในปี 2560 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 85.30 ร้อยละ 67.59 และร้อยละ 66.86 ของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารทั้งหมดตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม ในช่วงปี 2558 – ปี 2560 พบว่าบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม เท่ากับร้อยละ 18.50 ร้อยละ 17.14 และร้อยละ 16.89 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าบริษัทมีการบริหารค่าใช้จ่ายในการบริหารได้ดีขึ้นเรื่อยมาตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา

เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการบริหารในปี 2559 พบว่าเพิ่มขึ้นจากปี 2558 เท่ากับ 8.68 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.03 เป็นผลมาจากการเพิ่มเงินเดือนพนักงานและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานที่เพิ่มขึ้นจำนวน 10.18 ล้านบาท และ 1.29 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 68.28 และร้อยละ 2,341.58 ตามลำดับ เป็นผลจากการที่บริษัทได้จ้างพนักงานเพิ่มขึ้นในปี 2559 จากพนักงานจำนวนทั้งหมด 45 คนเป็น 71 คน หรือเพิ่มขึ้นเท่ากับ 26 คน ส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มพนักงานฝ่ายอีเวนต์ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และฝ่ายการเงิน เพื่อรองรับการเติบโตของบริษัทสำหรับการให้บริการการจัดงานต่างๆ และการสนับสนุนการดำเนินงานต่างๆ ของบริษัทเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามแผนที่วางไว้ รวมทั้งการเพิ่มขึ้นของค่าสวัสดิการของพนักงาน จากการที่บริษัทมีการให้สวัสดิการแก่พนักงานของบริษัท อาทิ ค่าน้ำมันรถ ค่าโทรศัพท์ ค่าที่พัก สำหรับการเดินทางไปทำงานต่างจังหวัด และค่าเบี้ยเลี้ยงสำหรับการทำงานนอกสถานที่ เป็นต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นเป็นผลจากการเพิ่มพนักงาน และการขยายธุรกิจของบริษัท

สำหรับปี 2560 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้นจากปี 2559 เท่ากับ 15.31 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.68 ส่วนใหญ่ เป็นการเพิ่มจากเงินเดือนพนักงานจำนวน 15.21 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 60.61 เป็นผลจากบริษัทมีการเพิ่มพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ฝ่ายขาย และฝ่ายร้านค้า เพื่อการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ที่ขยายเพิ่มขึ้น จึงจำเป็นต้องเพิ่มพนักงานสำหรับดูแลการขาย E-Commerce และเป็นการเพิ่มขึ้นของค่าบริการตัวแทนรับชำระเงิน จำนวน 0.38 ล้านบาท จากปี 2559 นอกจากนี้ ยังมีรายการค่าเสื่อมราคา ค่าธรรมเนียมต่างๆ ได้แก่ ค่าธรรมเนียมธนาคาร ค่าธรรมเนียมวิชาชีพ เป็นต้น

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่ามีค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 16.49 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจำนวน 3.35 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 25.48 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น 1.57 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 15.65 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการปรับเงินเดือนพนักงานประจำปี และค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น 0.63 ล้านบาท เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าปัจจุบันของภาระผูกพันซึ่งเพิ่มขึ้นจากต้นทุนบริการปัจจุบันและดอกเบี้ยส่งผลให้ภาระผูกพันของโครงการผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของค่าธรรมเนียมอื่นๆ เพิ่มขึ้นจำนวน 0.31 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ



985.22 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า เนื่องจากเป็นค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายการจดทะเบียนเพิ่มทุนเมื่อต้นปี 2561 ที่ผ่านมาเท่ากับ 0.25 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนเท่ากับ 0.05 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารของบริษัทมีสัดส่วนลดลงเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวม โดยงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 25.06 ลดลงจากงวด 3 เดือนแรกของปี 2560 ที่มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 25.17 แสดงให้เห็นว่าบริษัทสามารถบริหารค่าใช้จ่ายในการบริหารได้ดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ของบริษัท

ต้นทุนทางการเงิน

ในปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 บริษัทมีต้นทุนทางการเงินเท่ากับ 0.83 ล้านบาท 1.22 ล้านบาทและ 1.19 ล้านบาทตามลำดับ โดยปี 2559 มีต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นจากปี 2558 จำนวน 0.39 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.64 เป็นผลจากบริษัทมีดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว ดอกเบี้ยตามสัญญาเช่าทางการเงินเพิ่มขึ้นจากการจัดหาเงินโดยการกู้ยืมเพื่อใช้ในการลงทุนขยายธุรกิจของบริษัท โดยต้นทุนทางการเงินหลักๆมาจากดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวและดอกเบี้ยตามสัญญาเช่าทางการเงิน สำหรับปี 2560 บริษัทมีต้นทุนทางการเงินลดลงจำนวน 0.03 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 2.63 เนื่องจากดอกเบี้ยเงินเบิกเกินบัญชีมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา เป็นผลมาจากบริษัทมีกระแสเงินสดที่ขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นผลจากผลประกอบการของบริษัท ส่งผลให้บริษัทพึงพิงการกู้ยืมเงินหมุนเวียนเพื่อใช้ในการดำเนินงานจากเงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินเบิกเกินบัญชีลดลง ลดลงจากดอกเบี้ยเงินเบิกเกินบัญชี จำนวน 0.62 ล้านบาท และการลดลงของดอกเบี้ยตามสัญญาเช่าทางการเงินลดลงจำนวน 0.21 ล้านบาท เนื่องจากมีการจำหน่ายรถยนต์ 1 คันในช่วงปี 2560

เมื่อเปรียบเทียบต้นทุนทางการเงินต่อรายได้รวมในปี 2558-2560 พบว่าบริษัทมีต้นทุนทางการเงินต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 0.64 ร้อยละ 0.64 และร้อยละ 0.42 ตามลำดับ ซึ่งต้นทุนทางการเงินหลัก คือ รายการเงินกู้ยืมระยะยาว ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 บริษัทมีเงินกู้ยืมระยะยาวและเงินกู้ยืมระยะยาวที่ครบกำหนดชำระภายใน 1 ปีจำนวน 14.80 ล้านบาท 16.94 ล้านบาทและ 23.01 ล้านบาทตามลำดับ

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีต้นทุนทางการเงินเท่ากับ 0.40 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 0.15 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 62.71 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของการทำสัญญาเช่าทางการเงินเพื่อซื้อสินทรัพย์เพิ่มขึ้น ได้แก่ รถคาวาน สำหรับการรองรับการขยายตัวของธุรกิจทำให้บริษัทมีดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวและดอกเบี้ยตามสัญญาเช่าทางการเงินเพิ่มขึ้น โดยบริษัทมีเงินกู้ยืมระยะยาวและเงินกู้ยืมระยะยาวที่ครบกำหนดชำระภายใน 1 ปีจำนวน 21.82 ล้านบาท

อัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิ

ในปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 32.90 ล้านบาท 67.38 ล้านบาท 109.32 ล้านบาทและ 24.33 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 25.44 ร้อยละ 36.11 ร้อยละ 38.48 และร้อยละ 37.06 ของรายได้จากการขายและบริการตามลำดับ



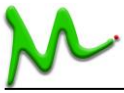
ประเภท	บริการจัดงาน (Event Organizer)					โฆษณาและเอเจนซี่ (Media & Agency)				
	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	Q1/2560	Q1/2561	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	Q1/2560	Q1/2561
รายได้	105.67	115.22	151.67	34.28	46.18	21.01	34.71	34.93	7.41	6.02
ต้นทุน	70.41	59.95	68.41	13.96	24.34	19.91	26.08	25.43	3.11	4.43
กำไรของส่วนงาน	35.26	55.27	83.26	20.32	21.84	1.11	8.63	9.51	4.30	1.59
อัตรากำไรของส่วนงาน	33.37%	47.97%	54.89%	59.28%	47.30%	5.26%	24.86%	27.22%	58.03%	26.41%

ประเภท	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)					รวมรายได้จากการขายและให้บริการ				
	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	Q1/2560	Q1/2561	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	Q1/2560	Q1/2561
รายได้	2.62	36.69	97.47	10.47	13.48	129.31	186.63	284.07	52.16	65.68
ต้นทุน	6.09	33.21	80.91	9.27	12.57	96.41	119.25	174.74	26.33	41.34
กำไรของส่วนงาน	(3.46)	3.48	16.56	1.21	0.91	32.90	67.38	109.33	25.83	24.34
อัตรากำไรของส่วนงาน	(131.98%)	9.47%	16.99%	11.54%	6.71%	25.44%	36.11%	38.48%	49.52%	37.06%

กำไรขั้นต้นในปี 2559 เพิ่มขึ้นจากปี 2558 จำนวน 34.48 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 104.78 เมื่อเทียบกับปี 2558 เป็นผลจากบริษัทมีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 30.92 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 890.97 รายได้จากการให้บริการเพิ่มขึ้น 26.39 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.97 อย่างไรก็ตามแม้ว่าต้นทุนขายในปี 2559 จะเพิ่มขึ้น 28.75 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 365.48 ซึ่งมีความสัมพันธ์กับยอดขายที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้นตามที่กล่าวจะเพิ่มในอัตราที่น้อยกว่ายอดขายที่เพิ่มขึ้น สำหรับในส่วนของต้นทุนการให้บริการของบริษัทพบว่าต้นทุนการให้บริการในปี 2559 เมื่อเทียบกับปี 2558 ลดลงจำนวน 5.91 ล้านบาทหรือลดลงในอัตราร้อยละ 6.68 เป็นผลจากบริษัทมีการบริหารต้นทุนที่ดีขึ้น ทั้งในส่วนของต้นทุนของการจัดงานต่างๆ และการให้บริการงานโฆษณาและเอเจนซี่ ที่บริษัทมีอัตรากำไรมากขึ้นจากปี 2558

สำหรับปี 2560 จากรายละเอียดตามตารางที่กล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่าบริษัทมีกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากปี 2559 จำนวน 41.95 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 62.24 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นทุกส่วนงาน ได้แก่ งานบริการจัดงาน งานบริการโฆษณาและเอเจนซี่ และงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กล่าวคือมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 47.97 ร้อยละ 24.86 ร้อยละ 9.47 ในปี 2559 เพิ่มเป็นร้อยละ 54.89 ร้อยละ 27.22 และร้อยละ 16.99 ในปี 2560 ตามลำดับ สาเหตุที่อัตรากำไรขั้นต้นของส่วนงานบริการจัดงาน และงานบริการโฆษณาและเอเจนซี่ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการบริหารต้นทุนที่ดีขึ้นจากปี 2559 ส่งผลให้บริษัทสามารถทำกำไรขั้นต้นได้ดีขึ้น สำหรับกำไรขั้นต้นของการขายสินค้า บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มสูงขึ้นจากปี 2559 เป็นผลจากบริษัทมีการขายสินค้า E-Commerce เพิ่มขึ้นจากเดิม สำหรับการขายสินค้า E-Commerce บริษัทจะได้รับส่วนต่างระหว่างราคาซื้อกับราคาขายตามประเภทของสินค้าที่ขายได้ ส่งผลให้ต้นทุนสินค้าของบริษัทจะค่อนข้างคงที่ ประกอบกับบริษัทมีการบริหารต้นทุนที่ดีขึ้นทั้งในส่วนของต้นทุนในการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าปลายทางและต้นทุนค่าขนส่ง จากการว่าจ้างตัวแทนสำหรับเป็นช่องทางการขาย ช่องทางการชำระเงิน และการขนส่งสินค้า เป็นต้น ส่งผลให้การบริหารจัดการการขายสินค้าออนไลน์ของบริษัทเป็นระบบและมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 24.34 ล้านบาท ลดลงจำนวน 1.50 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 5.80 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2560 โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงทุกส่วนงาน ได้แก่ งานบริการจัดงาน งานบริการโฆษณาและเอเจนซี่ และงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กล่าวคือมีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากร้อยละ 59.28 ร้อยละ 58.03 และร้อยละ 11.54 ในงวด 3 เดือนของปี 2560 ลดลงเป็นร้อยละ 47.30 ร้อยละ 26.41 และร้อยละ 6.71 ในงวด 3 เดือนของปี 2561 ตามลำดับ แม้ว่ารายได้จากการขายและบริการของบริษัทจะเพิ่มขึ้น แต่ในต้นทุนขายและบริการเพิ่มขึ้นในแนวโน้มที่มากกว่า



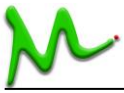
โดยในส่วนของกาให้บริการจัดงาน บริษัทมีต้นทุนเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีทำสัญญาเช่าพื้นที่กับทางศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เพิ่มขึ้นเป็น 20,233 ตารางเมตร จาก 15,543 ตารางเมตรในปีก่อนหน้า เนื่องจากมีการเปิดเช่าพื้นที่ในโซนใหม่ (โซน C1) เป็นครั้งแรก ทำให้บริษัทมีต้นทุนค่าพื้นที่และต้นทุนในการโปรโมทพื้นที่เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับรู้เพิ่มขึ้น ในขณะที่รายได้ของบริษัทยังไม่สามารถกำหนดราคาขายพื้นที่ใหม่ให้แก่ลูกค้าได้สูงนัก เนื่องจากต้องกำหนดราคาขายให้ลูกค้ามาออกงานในครั้งแรก ทำให้มีการลดราคาขายพื้นที่รวมถึงการทำโปรโมชันร่วมกันตามนโยบายการให้ส่วนลดที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่กำหนด นอกจากนี้ มีการนำรถคาราวานของบริษัทไปให้บริการในการจัดงาน TOA Rockman และงานวิ่งสวนสัตว์เปิดเขาเขียว (Khao kheow 10 season 2018) ซึ่งมีต้นทุนสูงเนื่องจากเป็นการใช้แบตเตอรี่ลิเธียมแทนเครื่องปั่นไฟทำให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลง และมีรายได้จากการนำรถคาราวานไปใช้ในพื้นที่ดังกล่าวได้ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากเป็นงานที่บริษัททดลองให้บริการเช่ารถคาราวานกับลูกค้าภายนอก รวมถึงมีค่าเสื่อมรถคาราวานในงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2560 ที่ยังไม่มีรถคาราวานเข้ามาในงวด 3 เดือนแรกของปี 2560 รวมถึงมีการจัดงานกีฬา เช่น งานวิ่งจอมบึงมาราธอน และการจัดงานประชุมสัมมนาฝึกอบรม เช่น งาน Samsung Star Training 2018 เป็นหลัก ซึ่งในงวด 3 เดือนแรกของปี 2560 ไม่มีการจัดงานกีฬาใดๆ

สำหรับในส่วนของกาให้บริการงานโฆษณาและเอเจนซี่ มีอัตรากำไรขั้นต้นลดลง เนื่องจากในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2561 รายได้ส่วนใหญ่จากธุรกิจนี้มาจากงานเอเจนซี่ (Agency) ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ต่ำกว่าช่วง 3 เดือนแรกของปี 2560 ที่มีรายได้ส่วนใหญ่มาจากงานโฆษณาออนไลน์ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่า และส่วนงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงเนื่องจากตลาดมีการแข่งขันสูง บริษัทจึงมีการจัดทำการตลาดร่วมกับ Samsung เพื่อเพิ่มยอดขายในส่วนลูกค้าองค์กร (project EPP) ซึ่งการขายสินค้าให้ลูกค้ากลุ่มองค์กรมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ต่ำกว่าการขายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายย่อยทั่วไป จึงส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นส่วนงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ลดลง

เมื่อพิจารณาในส่วนกำไรสุทธิพบว่า ในปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 บริษัทมีกำไรสุทธิ เท่ากับ 3.65 ล้านบาท 17.80 ล้านบาทและ 29.05 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 2.80 ร้อยละ 9.30 และร้อยละ 10.20 ตามลำดับ โดยอัตรากำไรสุทธิในปี 2559 เพิ่มขึ้นจากปี 2558 จำนวน 14.15 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 387.57 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เนื่องจากมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการบริการจัดงานเพิ่มขึ้น ทั้งในส่วนของงานกีฬา งานบริการโฆษณาออนไลน์และเอเจนซี่ รวมทั้งในปี 2559 บริษัทยังมีรายได้จากการพัฒนาแอปพลิเคชัน รวมทั้งการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ www-s-estore.com ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งการบริหารต้นทุนของแต่ละโครงการดีขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด นอกจากนี้บริษัทยังมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังจะเห็นได้จากอัตรารวมของค่าใช้จ่ายในการบริหารเมื่อเทียบกับรายได้รวมของบริษัทลดลงทำให้อัตรากำไรสุทธิของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น

สำหรับปี 2560 บริษัทมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2559 จำนวน 11.25 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 63.20 เป็นการเพิ่มขึ้นจากการบริหารต้นทุนการจัดงาน Thailand Mobile Expo ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงขึ้น และการให้บริการงานในโครงการต่างๆ ที่มีอัตรากำไรสูงและมีจำนวนหลายโครงการ ประกอบกับบริษัทมีการบริหารค่าใช้จ่ายได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งพบว่าสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมในปี 2558 – ปี 2560 เท่ากับร้อยละ 18.50 ร้อยละ 17.14 และร้อยละ 16.89 ตามลำดับ

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่าบริษัทมีกำไรสุทธิ 3.02 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 4.59 ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทที่ลดลง จากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายและบริการที่มีสัดส่วนการเพิ่มขึ้นมากกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งในไตรมาสแรกของปี 2561 บริษัทมีการเพิ่มพื้นที่งาน Thailand Mobile Expo ส่งผลให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นในขณะที่รายได้ยังเพิ่มขึ้นไม่มากนักเนื่องจากบริษัทเปิดพื้นที่ในโซนใหม่ จึงต้องตั้งราคาขายเพื่อดึงดูดลูกค้าในการจัดงานครั้งแรก สำหรับต้นทุนโฆษณาและเอเจนซี่ เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่จากธุรกิจนี้มาจากงานเอเจนซี่ (Agency) ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ต่ำกว่าช่วง 3 เดือนแรกของปี 2560 ซึ่งมีรายได้ส่วนใหญ่มาจากงาน



โฆษณาออนไลน์ซึ่งมีอัตราค่าโฆษณาที่แพงกว่า นอกจากนี้ ยังมีค่าใช้จ่ายขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจากเงินเดือนพนักงาน เนื่องจากการปรับเงินเดือนพนักงานประจำปี ค่าใช้จ่ายจัดส่งสินค้าเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับยอดขายของ E-Commerce และค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น และสัดส่วนต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้กำไรสุทธิลดลงดังกล่าวเป็นสำคัญ

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น

บริษัทมีอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นสำหรับปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 เท่ากับร้อยละ 6.40 ร้อยละ 37.28 และร้อยละ 56.76 ตามลำดับ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นในปี 2559 เพิ่มขึ้นจากปี 2558 เป็นผลจากการเติบโตของรายได้และการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิในปี 2559 โดยบริษัทมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจาก 3.65 ล้านบาทในปี 2558 เป็น 17.80 ล้านบาทในปี 2559 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 387.57 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เช่นเดียวกับในปี 2560 บริษัทมีอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นเนื่องจากบริษัทมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจาก 17.80 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 29.05 ล้านบาทในปี 2560 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 63.20 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เป็นผลจากบริษัทมีการขยายการให้บริการในทุกส่วนของบริษัททั้งในส่วนของ การให้บริการจัดงาน การโฆษณาและเอเจนซี และการขายสินค้าออนไลน์ และการบริหารต้นทุนบริการและต้นทุนขายที่ดี ทำให้บริษัทมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 พบว่ามีอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 17.86 พบว่าอัตราส่วนผลตอบแทนผู้ถือหุ้นในงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 ลดลงจากปี 2560 โดยมาจากการลดลงของกำไรสุทธิของบริษัและการเพิ่มขึ้นของส่วนของผู้ถือหุ้นเนื่องจากบริษัทมีการปรับโครงสร้างทุนเพื่อเตรียมเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

16.2 ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 84.86 ล้านบาท 87.16 ล้านบาท 138.19 ล้านบาท และ 139.53 ล้านบาทตามลำดับ สำหรับรายการสินทรัพย์ที่สำคัญซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์รวมของบริษัท มีดังนี้

สินทรัพย์หมุนเวียน

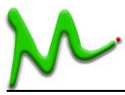
ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนเท่ากับ 48.18 ล้านบาท 51.59 ล้านบาท 84.69 ล้านบาท และ 79.66 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.78 ร้อยละ 59.19 ร้อยละ 61.29 และร้อยละ 57.09 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดของรายการสินทรัพย์หมุนเวียนที่สำคัญ ดังนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีรายการเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดมูลค่าเท่ากับ 12.95 ล้านบาท 10.71 ล้านบาท 30.84 ล้านบาท และ 36.38 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.26 ร้อยละ 12.29 ร้อยละ 22.31 และร้อยละ 26.08 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ ซึ่งประกอบด้วย เงินสด เงินฝากสถาบันการเงินประเภทกระแสรายวัน และเงินฝากสถาบันการเงินประเภทออมทรัพย์

- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น – สุทธิ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น จำนวนเท่ากับ 12.03 ล้านบาท 34.89 ล้านบาท 47.65 ล้านบาท และ 39.38 ล้านบาท หรือคิดเป็น



สัดส่วนร้อยละ 14.18 ร้อยละ 40.02 ร้อยละ 34.48 และร้อยละ 28.22 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

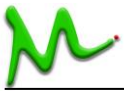
รายละเอียด	31 ธ.ค.58	ร้อยละ	31 ธ.ค.59	ร้อยละ	31 ธ.ค.60	ร้อยละ	31 มี.ค. 61	ร้อยละ
ลูกหนี้การค้า - สุทธิ	11.44	95.07	23.03	66.01	23.62	49.57	17.63	44.77
รายได้ที่ยังไม่เรียกชำระ	-	-	9.27	26.57	1.65	3.46	5.66	14.37
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	-	-	2.57	7.36	22.37	46.95	15.92	40.43
ลูกหนี้อื่น	0.59	4.93	0.02	0.06	0.01	0.02	0.17	0.43
รวมลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	12.03	100.00	34.89	100.00	47.65	100.00	39.38	100.00

เมื่อเปรียบเทียบปี 2558 และปี 2559 พบว่าบริษัทมียอดลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นเพิ่มขึ้น จำนวน 22.86 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 189.99 และเมื่อเปรียบเทียบปี 2559 และปี 2560 บริษัทมียอดลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นเพิ่มขึ้น จำนวน 12.76 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 36.58 ซึ่งการเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นไปตามรายได้จากการให้บริการของบริษัทที่เพิ่มขึ้น โดยในปี 2560 รายการลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นของบริษัทประกอบด้วยลูกหนี้การค้าเท่ากับ 23.62 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.57 ของยอดลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น รองลงมาได้แก่ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าเท่ากับ 22.37 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.95 ของยอดลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นของบริษัท โดยรายการลูกหนี้การค้าของบริษัทเพิ่มขึ้นมีความสัมพันธ์กับยอดรายได้ของบริษัทและรายการค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าซึ่งประกอบด้วยค่าเบี้ยประกันจ่ายล่วงหน้า ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า และเงินประกันความเสียหาย เป็นต้น

เมื่อเปรียบเทียบ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 กับวันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมียอดลูกหนี้การค้าลดลงเท่ากับ 8.27 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 17.35 เนื่องจากบริษัทมีการรับชำระเงินจากลูกหนี้การค้าที่ถึงกำหนดชำระส่งผลให้ลูกหนี้การค้าลดลงจาก 23.62 ล้านบาทเป็น 17.63 ล้านบาท และบริษัทมีค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าลดลงจำนวน 6.45 ล้านบาท จากจากการรับรู้ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดงาน Thailand Mobile Expo ครั้งที่ 1/2561 ที่จัดงานขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ 2561

สำหรับรายการลูกหนี้การค้าของบริษัท บริษัทมีการกำหนดนโยบายการให้เครดิตต่อลูกค้าส่วนใหญ่ประมาณ 30-60 วัน โดยมีรายละเอียดมูลค่าลูกหนี้การค้าแยกตามอายุคงค้างดังนี้

ลูกหนี้การค้า บริษัทอื่น	31 ธ.ค.58	ร้อยละ	31 ธ.ค.59	ร้อยละ	31 ธ.ค.60	ร้อยละ	31 มี.ค. 61	ร้อยละ
ยังไม่ครบกำหนดชำระ	9.94	86.91	17.82	77.35	17.15	72.55	8.16	46.28
เกินกำหนดชำระ								
น้อยกว่า 3 เดือน	1.37	12.02	4.93	21.42	3.30	13.98	6.27	35.56
3-6 เดือน	0.13	1.07	0.15	0.67	2.58	10.94	0.28	1.59
7-12 เดือน	-	-	0.38	1.64	0.87	3.70	3.09	17.53
มากกว่า 12 เดือน	-	-	0.08	0.33	-	-	0.01	0.06
รวม	11.44	100.00	23.36	101.41	23.90	101.17	17.81	101.02
หัก ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	-	-	-	-	-	-	(0.01)	(0.06)
หัก ค่าเผื่อการรับประกัน	-	-	(0.32)	(1.41)	(0.28)	(1.17)	(0.17)	(0.96)
สุทธิ	11.44	100.00	23.03	100.00	23.62	100.00	17.63	100.00



จากตารางแสดงมูลค่าลูกหนี้การค้าแยกตามอายุคงค้าง (Aging) ข้างต้นพบว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคมปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 ลูกหนี้การค้าส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้ที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระและที่ค้างชำระไม่เกิน 3 เดือน มีมูลค่าเท่ากับ 9.94 ล้านบาท 17.82 ล้านบาท 17.15 ล้านบาท และ 8.16 ล้านบาท ตามลำดับหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 86.91 ร้อยละ 77.35 ร้อยละ 72.55 และร้อยละ 46.28 ของลูกหนี้การค้าสุทธิตามลำดับ สำหรับค่าเผื่อการรับคืนซึ่งเป็นรายการหักกับลูกหนี้การค้าของบริษัทเกิดจากรายการประมาณการรับคืนสินค้าคืนโดยสาร WHATPHONE ซึ่งมีสัดส่วนการรับคืนประมาณร้อยละ 70 ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงกับผู้จัดจำหน่ายนิตยสารดังกล่าวที่กำหนดให้บริษัทเนื่องจากบริษัทมีนโยบายการรับคืนสินค้าที่จำหน่ายให้กับผู้จัดจำหน่ายหากจำหน่ายสินค้าไม่หมดเมื่อครบระยะเวลาการจำหน่ายตามที่ตกลงระหว่างกัน ซึ่งบริษัทมีนโยบายประมาณการลดหนี้ที่เกิดจากการรับคืนสินค้าโดยบริษัทประมาณขึ้นโดยพิจารณาจากอัตรายอดรับคืนเทียบกับยอดขายในอดีตโดยตัวเฉลี่ย

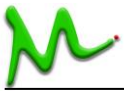
บริษัทมีการกำหนดค่าเผื่อนี้จะสูญจากลูกหนี้ที่เกินกำหนดชำระมากกว่า 12 เดือน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาการตั้งค่าเผื่อนี้จะสูญด้วยวิธีการกำหนดช่วงอายุลูกหนี้และสถานะภาพของลูกหนี้เป็นเกณฑ์ในการตั้งค่าเผื่อนี้จะสูญของลูกหนี้ที่มีอายุค้างชำระเกินกว่า 1 ปี และพิจารณาว่าเป็นรายการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีมูลค่าลูกหนี้การค้ามากกว่า 12 เดือน เท่ากับ 0.08 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.33 ของลูกหนี้การค้าสุทธิ และไม่มียอดลูกหนี้การค้ามากกว่า 12 เดือน ในปี 2560 ส่งผลให้บริษัทไม่มีการตั้งค่าเผื่อนี้จะสูญ ณ สิ้นปี 2560 อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 มีมูลค่าลูกหนี้การค้าที่เกินกำหนดชำระในช่วง 7-12 เดือน เท่ากับ 3.09 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 17.53 ของลูกหนี้การค้าสุทธิซึ่งได้รับชำระในภายหลังมาบางส่วนแล้ว และอีกบางส่วนอยู่ระหว่างการดำเนินการหารือกับลูกค้าเพื่อรับชำระเงิน และสำหรับลูกหนี้การค้าที่เกินกำหนดมากกว่า 12 เดือน เท่ากับ 0.01 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.06 ของลูกหนี้การค้าสุทธิ บริษัทคาดว่าจะเก็บเงินไม่ได้ ส่งผลให้บริษัทตั้งค่าเผื่อนี้จะสูญด้วยจำนวนดังกล่าว

- **เงินให้กู้ยืมระยะสั้นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 บริษัทมีรายการเงินให้กู้ยืมระยะสั้นบุคคลที่เกี่ยวข้องมีจำนวนเท่ากับ 19.47 ล้านบาท เกิดจากรายการที่บริษัทให้กรรมการบางท่านกู้ยืมเงินระยะสั้น ที่มีกำหนดชำระเงินเมื่อทวงถาม คิดอัตราดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.37 ต่อปี โดยใช้อัตราอ้างอิงตามอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่บริษัทกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ในประเทศ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี 2559 บริษัทไม่มีรายการเงินให้กู้ยืมระยะสั้นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันแล้ว เนื่องจากบริษัทไม่มีนโยบายการให้กู้ยืมแก่บุคคลใดๆ

- **สินค้าคงเหลือและงานระหว่างทำ**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 มีสินค้าคงเหลือมูลค่าเท่ากับ 2.90 ล้านบาท 5.03 ล้านบาท 3.27 ล้านบาท และ 1.98 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.42 ร้อยละ 5.78 ร้อยละ 2.37 และร้อยละ 1.42 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ โดยสินค้าคงเหลือของบริษัทประกอบด้วย นิตยสาร และสินค้าที่เตรียมไว้สำหรับการขายผ่านช่องทาง E-Commerce ซึ่งมีการกำหนดระดับสินค้าคงคลังขั้นต่ำของสินค้า E-Store เพื่อเป็นการกำหนดจำนวนสินค้าคงคลังที่ต้องสำรองไว้กันสินค้าขาดตลาด และเป็นจุดสั่งซื้อเพื่อป้องกันไม่ให้เสียโอกาสในการขายสินค้าของบริษัท โดยบริษัทจะมีการเก็บสินค้า E-Store ประเภทเดียวคือ สินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสาร อาทิ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต อุปกรณ์สวมใส่ และอุปกรณ์เสริม สำหรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านและสินค้าไอที บริษัทจะไม่มีมีการซื้อสินค้ามาเก็บสต็อกไว้ แต่จะใช้วิธีการส่ง



คำสั่งซื้อไปยังผู้จำหน่ายก็ต่อเมื่อลูกค้าได้สั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์แล้วเท่านั้น สำหรับงานระหว่างทำของบริษัทประกอบด้วยการพัฒนาระบบ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายงานระหว่างทำเป็นต้น

ในปี 2559 บริษัทมีมูลค่าสินค้าคงเหลือและงานระหว่างทำเพิ่มขึ้นจากปี 2558 จำนวน 2.13 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 73.63 และในปี 2560 ลดลงจากปี 2559 จำนวน 1.76 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ บริษัทมีสินค้าคงเหลือในปี 2559 เพิ่มขึ้นเป็นผลจากสินค้าคงเหลือประเภทนิตยสารและสินค้า E-Store เพิ่มขึ้น ขณะที่ในปี 2560 บริษัทมีมูลค่าสินค้าคงเหลือลดลงเนื่องจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายระหว่างปี 2560 และมีการปรับลดมูลค่าสินค้าล้าสมัยจากการตั้งค่าเผื่อการปรับลดมูลค่าสินค้า E-Commerce จำนวน 0.08 ล้านบาท โดยบริษัทพิจารณาค่าเผื่อการลดมูลค่าสินค้าจากราคาที่คาดว่าจะขายได้ตามปกติของธุรกิจและตามสภาพปัจจุบันของสินค้าคงเหลือเป็นเกณฑ์ ซึ่งคำนวณจากมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับจากการขายหักด้วยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีมูลค่าสินค้าคงเหลือและงานระหว่างทำลดลงจำนวน 1.29 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 39.45 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 เนื่องจากบริษัทมีสินค้าคงคลังประเภทนิตยสารและสินค้า E-Store ลดลง นอกจากนี้ บริษัทยังมีการปรับลดมูลค่าสินค้าล้าสมัยจากการตั้งค่าเผื่อการปรับลดมูลค่าสินค้า E-Commerce ณ 31 มีนาคม 2561 จำนวน 0.29 ล้านบาท

- **สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีรายการสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นเท่ากับ 0.07 ล้านบาท 0.96 ล้านบาท 2.94 ล้านบาทและ 1.91 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.08 ร้อยละ 1.10 ร้อยละ 2.12 และร้อยละ 1.37 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ ซึ่งประกอบดอกเบี้ยค้างรับ ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าอื่น ภาษีซื้อยังไม่ถึงกำหนด และเงินมัดจำ ที่เกิดจากเงินมัดจำค่าบริการออกแบบ เขียนแบบ ต่อเติมสำนักงาน และค่ามัดจำการให้บริการต่างๆ เป็นต้น

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

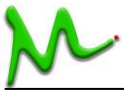
ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนเท่ากับ 36.68 ล้านบาท 35.57 ล้านบาท 53.50 ล้านบาท และ 59.87 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.22 ร้อยละ 40.81 ร้อยละ 38.71 และร้อยละ 42.91 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดของรายการสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่สำคัญแต่ละรายการที่สำคัญ ดังนี้

- **เงินฝากที่ติดภาระค้ำประกัน**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2559 บริษัทมีเงินฝากที่ติดภาระค้ำประกัน 0.20 ล้านบาท ซึ่งใช้เป็นหลักประกันในการขอให้ธนาคารออกหนังสือค้ำประกันบริษัทวงเงิน 0.20 ล้านบาท เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติงานตามสัญญา อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทไม่มีรายการเงินฝากที่ติดภาระค้ำประกันแล้ว

- **เงินลงทุนในบริษัทร่วม**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทร่วม 0.30 ล้านบาท และเมื่อเดือนมิถุนายน ปี 2559 บริษัทได้ขายหุ้นสามัญที่บริษัทถืออยู่ในบริษัทร่วมจำนวน 30,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 27.76 บาท โดยบริษัทได้บันทึกกำไรจากการขายเงินลงทุนในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จตามวิธีส่วนได้เสียในปี 2559 เป็นจำนวน 0.71 ล้าน



บาท งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จตามวิธีราคาทุนในปี 2559 เป็นจำนวน 0.53 ล้านบาท ส่งผลให้ตั้งแต่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทไม่มีรายการเงินลงทุนในบริษัทร่วมแล้ว

- **ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 มีมูลค่าสุทธิทางบัญชีของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เท่ากับ 33.33 ล้านบาท 31.88 ล้านบาท 49.67 ล้านบาท และ 52.12 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.27 ร้อยละ 36.57 ร้อยละ 35.94 และร้อยละ 37.35 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ส่วนใหญ่ของบริษัทประกอบด้วยอาคารและส่วนปรับปรุงอาคารและสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งอุปกรณ์การดำเนินงาน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องตกแต่ง และยานพาหนะเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้ให้บริการเป็นหลักจึงไม่มีการลงทุนในส่วนของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์มากนัก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีมูลค่าสุทธิทางบัญชีของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ลดลงจำนวน 1.45 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 4.35 เมื่อเทียบกับปี 2558 เนื่องจากบริษัทมีการซื้อเครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน รวมทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้นจำนวน 1.34 ล้านบาท ในขณะที่บริษัทมีค่าใช้จ่ายประเภทค่าเสื่อมราคาจำนวน 2.76 ล้านบาท ทำให้มูลค่าที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ลดลง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 พบว่าบริษัทมีมูลค่าสุทธิทางบัญชีของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เพิ่มขึ้น 17.79 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 55.79 เป็นผลจากบริษัทมีการซื้อรถคาราวานจำนวน 17.86 ล้านบาท ซึ่งบริษัทเริ่มให้บริการรถคาราวานสำหรับการจัดงานนอกสถานที่ ในปี 2560 บริษัทเริ่มซื้อรถคาราวานในเดือนพฤษภาคม 2560 ที่ผ่านมา ส่งผลให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีสินทรัพย์ประเภทรถคาราวานจำนวนหนึ่ง ซึ่งบริษัทรับรู้ต้นทุนเริ่มแรกตามราคาทุนหักด้วยค่าเสื่อมราคาสะสม สำหรับนโยบายการตัดค่าเสื่อมราคา อาคารและอุปกรณ์คำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้งานโดยประมาณของสินทรัพย์ดังนี้

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 มีมูลค่าสุทธิทางบัญชีของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เพิ่มขึ้นจำนวน 2.45 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 4.94 เปรียบเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เนื่องจากบริษัทมีการซื้อสินทรัพย์ประเภทรถคาราวานอย่างต่อเนื่องจากปี 2560 เพื่อใช้สนับสนุนและเสริมสร้างความสะดวกสบายในการจัดงานต่างๆ ของบริษัท ส่งผลให้ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีรถคาราวานทั้งหมด 39 คัน เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ที่มีจำนวน 33 คัน

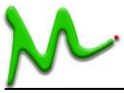
ประเภทสินทรัพย์	จำนวนปี
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	20
อุปกรณ์ในการจัดงานแสดง	5
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	5
ยานพาหนะและส่วนควบ ^{1/}	2,5,10

หมายเหตุ : ^{1/} ยานพาหนะประเภทคาราวานคิดค่าเสื่อมแยกตามลักษณะของตัวรถดังนี้

- | | |
|--|-------------------------|
| 1) โครงสร้างภายนอก | อายุค่าเสื่อมราคา 10 ปี |
| 2) โครงสร้างภายใน อุปกรณ์ไฟฟ้าและระบบไฟฟ้า | อายุค่าเสื่อมราคา 5 ปี |
| 3) สติ๊กเกอร์ชาวติรถคาราวาน | อายุค่าเสื่อมราคา 2 ปี |

- **สินทรัพย์ไม่มีตัวตน**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัทมีมูลค่าเท่ากับ 0.10 ล้านบาท 0.46 ล้านบาท 3.58 ล้านบาท และ 5.78 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ



0.12 ร้อยละ 0.52 ร้อยละ 2.59 และร้อยละ 4.15 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ ในปี 2559 ทรัพย์สินไม่มีตัวตนเพิ่มขึ้นจำนวน 0.35 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 336.04 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และในปี 2560 เพิ่มขึ้นจำนวน 3.13 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 683.35 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัทคือโปรแกรมสำเร็จรูปและต้นทุนในการพัฒนาแพลตฟอร์ม ในปี 2560 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนระหว่างการพัฒนาเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นสินทรัพย์ประเภทโปรแกรมคือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่อยู่ระหว่างการพัฒนาจำนวน 0.57 ล้านบาท และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนระหว่างการพัฒนาจำนวน 3.01 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเพิ่มขึ้น 2.20 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 61.42 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 เนื่องจากโปรแกรมซอฟต์แวร์ที่บริษัททำการพัฒนาแล้วเสร็จในไตรมาสที่ 1 ปี 2561

- สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นของบริษัทมีมูลค่าเท่ากับ 2.45 ล้านบาท 2.46 ล้านบาท 0.01 ล้านบาทและ 1.77 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.89 ร้อยละ 2.82 ร้อยละ 0.01 และร้อยละ 1.27 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ จากตัวเลขที่กล่าวข้างต้นพบว่า ในปี 2559 เพิ่มขึ้นจำนวน 0.01 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.26 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ขณะที่ในปี 2560 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนของบริษัทลดลงจำนวน 2.45 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 99.64 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เป็นผลจากการตัดจำหน่ายภาษีถูกหัก ณ ที่จ่าย ที่บริษัทคาดว่าจะไม่สามารถขอคืนภาษีได้จำนวน 2.45 ล้านบาท โดยสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นประกอบด้วยภาษีเงินได้นิติบุคคลถูกหัก ณ ที่จ่าย และเงินมัดจำค่าเช่าเป็นหลัก

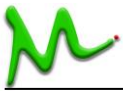
ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 1.77 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 เป็นผลมาจากบริษัทมีภาษีเงินได้นิติบุคคลถูกหัก ณ ที่จ่าย และเงินมัดจำค่าเช่าเพิ่มขึ้นจากปีก่อน โดยเป็นเงินประกันค่าเช่ารถยนต์ของบริษัท

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 มีหนี้สินรวมจำนวนเท่ากับ 26.01 ล้านบาท 50.51 ล้านบาท 72.49 ล้านบาทและ 69.81 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.65 ร้อยละ 57.95 ร้อยละ 52.46 และร้อยละ 50.03 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวมตามลำดับ ในปี 2559 เพิ่มขึ้นจำนวน 24.50 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 94.19 เมื่อเทียบกับปี 2558 และปี 2560 หนี้สินเพิ่มขึ้นจำนวน 21.98 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 43.51 เมื่อเทียบกับปี 2559 และสำหรับ ณ 31 มีนาคม 2561 หนี้สินลดลงจำนวน 2.69 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 3.70 โดยมีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในช่วงที่ผ่านมา เท่ากับ 0.44 เท่า 1.38 เท่า 1.10 เท่า และ 1.00 เท่าตามลำดับ ซึ่งมีรายการหนี้สินที่มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

หนี้สินหมุนเวียน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 มีหนี้สินหมุนเวียนจำนวนเท่ากับ 10.52 ล้านบาท 33.07 ล้านบาท 44.07 ล้านบาทและ 40.71 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.40 ร้อยละ 37.93 ร้อยละ 31.89 และร้อยละ 29.17 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวมตามลำดับ ในปี 2559 เพิ่มขึ้นจำนวน 22.54 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 214.31 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และปี 2560 เพิ่มขึ้นจำนวน 11.01 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 33.29 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และสำหรับ ณ 31 มีนาคม 2561 หนี้สินหมุนเวียนลดลงจำนวน 3.37 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 7.64 โดยมีรายละเอียดของรายการหนี้สินหมุนเวียนที่สำคัญ ดังนี้

- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นมีมูลค่าเท่ากับ 6.62 ล้านบาท 28.25 ล้านบาท 33.73 ล้านบาทและ 31.06 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.81 ร้อยละ 32.41 ร้อยละ 24.41 และร้อยละ 22.26 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวมตามลำดับ ในปี 2559 เพิ่มขึ้นจำนวน 21.63 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 326.52 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และปี 2560 เพิ่มขึ้นจำนวน 5.48 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 19.39 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นลดลงจำนวน 2.67 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 7.91 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

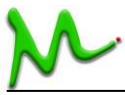
	31 ธ.ค. 58	ร้อยละ	31 ธ.ค. 59	ร้อยละ	31 ธ.ค. 60	ร้อยละ	31 มี.ค. 61	ร้อยละ
เจ้าหนี้การค้า	1.89	28.56	3.97	14.04	16.32	48.40	9.08	29.23
รายได้รับล่วงหน้า	0.06	0.92	11.88	42.05	9.24	27.38	9.50	30.59
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	4.44	67.00	7.71	27.29	6.70	19.86	4.41	14.20
เจ้าหนี้กรมสรรพากร	0.09	1.33	0.22	0.79	0.74	2.20	1.97	6.34
ภาษีหัก ณ ที่จ่ายค้างจ่าย	0.11	1.66	4.42	15.64	0.65	1.93	6.03	19.45
เจ้าหนี้อื่น	0.03	0.53	0.05	0.18	0.08	0.24	0.07	0.23
รวม	6.62	100.00	28.25	100.00	33.73	100.00	31.06	100.00

จากการพิจารณาเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 พบว่า ในปี 2559 บริษัทมีเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้นเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของรายการรายได้รับล่วงหน้างาน Thailand Mobile EXPO การให้บริการงาน Agency การให้บริการพัฒนาระบบและซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน และรายได้รับล่วงหน้าจากลูกค้าสำหรับการให้บริการพื้นที่จัดงาน Thailand Mobile Expo นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าจากรายการที่บริษัทได้รับเครดิตเทอมจากผู้ให้เช่าพื้นที่ สำหรับการการจัดงาน Thailand Mobile Expo โดยชำระเงินเป็นงวดก่อนเริ่มงาน และบริษัทยังได้รับเครดิตเทอมจากผู้ผลิตสินค้า SAMSUNG ในส่วนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่บริษัทจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประมาณ 30-45 วัน

รายการค่าใช้จ่ายค้างจ่ายเพิ่มขึ้นจากค่าโบนัสค้างจ่าย และค่าคอมมิชชั่นพนักงานค้างจ่าย เพิ่มขึ้นจำนวน 3.06 ล้านบาทและ 2.26 ล้านบาทตามลำดับ สำหรับรายการเจ้าหนี้อื่นประกอบด้วยเงินประกันความเสียหายซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2559 จำนวน 0.44 ล้านบาท เป็นผลจากบริษัทมีการเก็บเงินประกันความเสียหายในการก่อสร้างในการก่อสร้างของพื้นที่ในการจัดงาน Thailand Mobile Expo ในส่วนของโซน Plenary Hall, Ballroom, Plaza, Atrium, Main Foyer Zone C และ Zone Plaza ซึ่งกำหนดให้ลูกค้าจะต้องวางเช็คหรือหนังสือค้ำประกันเพื่อค้ำประกันความเสียหายจากการดำเนินการตารางเมตรละ 1,500 บาท หรือวางเงินประกันด้วยเช็คให้แก่บริษัทก่อนวันเข้าทำการก่อสร้างดูหาแสดงสินค้าอย่างน้อย 15 วัน ทั้งนี้ บริษัทจะคืนเช็คหรือหนังสือค้ำประกันนี้ให้กับลูกค้าภายหลังจากจบงานแล้ว 1 สัปดาห์ หากปรากฏว่าการดำเนินการหรือถอนและขนย้ายวัสดุก่อสร้างออกจากบริเวณงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและไม่มีความเสียหายใดๆเกิดขึ้นกับสถานที่จัดงานแสดงสินค้า

สำหรับปี 2560 บริษัทมีรายการเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าของบริษัท โดยเพิ่มขึ้น 12.35 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 311.08 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งเป็นค่าเจ้าหนี้ค่าบริการพื้นที่การจัดงาน เจ้าหนี้ค่าบริการประชาสัมพันธ์ และเจ้าหนี้ค่าสินค้ากับผู้ผลิตเป็นต้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นลดลงจำนวน 2.67 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 7.91 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 เป็นผลมาจากบริษัทมีเจ้าหนี้การค้าค่าเช่าพื้นที่สำหรับการจัดงาน Thailand Mobile Expo ครั้งที่ 29 เนื่องจากบริษัทได้จัดงานไปเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2561

**หนี้สินไม่หมุนเวียน**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีหนี้สินไม่หมุนเวียนมูลค่าเท่ากับ 15.49 ล้านบาท 17.45 ล้านบาท 28.42 ล้านบาทและ 29.10 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.25 ร้อยละ 20.01 ร้อยละ 20.56 และร้อยละ 20.85 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวมตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของรายการหนี้สินไม่หมุนเวียนที่สำคัญ ดังนี้

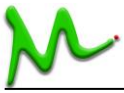
- **เงินกู้ยืมระยะยาว**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีเงินกู้ยืมระยะยาวเท่ากับ 11.71 ล้านบาท 13.86 ล้านบาท 18.16 ล้านบาทและ 16.90 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.80 ร้อยละ 15.90 ร้อยละ 13.14 และร้อยละ 12.11 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวมตามลำดับ เป็นรายการเงินกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ในประเทศจำนวน 2 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 6 วงเงิน รายละเอียดดังนี้

เงินกู้	อัตราดอกเบี้ย	การชำระคืน	ภาระหนี้คงเหลือ			
			31 ธ.ค. 58	31 ธ.ค. 59	31 ธ.ค. 60	31 มี.ค. 61
ธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 1						
- วงเงินที่ 1	ร้อยละ 4-7	ชำระคืนเป็นรายเดือน เริ่มตั้งแต่ปี 2556 ถึงปี 2563	3.14	2.60	2.01	1.86
- วงเงินที่ 2	ร้อยละ 4-7	ชำระคืนเป็นรายเดือน เริ่มตั้งแต่ปี 2556 ถึงปี 2563	4.65	3.83	2.95	2.72
- วงเงินที่ 3	ร้อยละ 4-7	ชำระคืนเป็นรายเดือน เริ่มตั้งแต่ปี 2558 ถึงปี 2565	7.00	6.09	5.14	4.89
- วงเงินที่ 4	ร้อยละ 4-7	ชำระคืนเป็นรายเดือน เริ่มตั้งแต่ปี 2560 ถึงปี 2565	-	-	4.47	4.25
ธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 2						
- วงเงินที่ 5	ร้อยละ 4	ชำระคืนเป็นรายเดือน เริ่มตั้งแต่ปี 2559 ถึงปี 2566	-	4.42	3.77	3.60
- วงเงินที่ 6	ร้อยละ 3	ชำระคืนเป็นรายเดือน เริ่มตั้งแต่ปี 2560 ถึงปี 2567	-	-	4.67	4.51
รวม			14.79	16.94	23.01	21.82
หัก ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี			(3.08)	(3.08)	(4.85)	(4.92)
เงินกู้ยืมระยะยาว – สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี			11.71	13.86	18.16	16.90

ในปี 2560 บริษัทมีภาระเงินกู้ยืมระยะยาวเพิ่มขึ้นจากปี 2559 เป็นผลจากบริษัทมีการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์เพื่อขยายการลงทุนและเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท เงินกู้ยืมดังกล่าวค้ำประกันโดยการจำนองที่ดินและสิ่งปลูกสร้างบนที่ดินของบริษัท รวมทั้งการค้ำประกันส่วนตัวโดยกรรมการบางท่านของบริษัท

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีภาระเงินกู้ยืมระยะยาวลดลง 1.26 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 6.93 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 เป็นผลมาจากบริษัทมีการชำระคืนเงินกู้ยืมแก่สถาบันการเงินตามกำหนดระยะเวลา



- **หนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงิน**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีหนี้สินภายใต้สัญญาสัญญาเช่าการเงิน เท่ากับ 1.31 ล้านบาท 0.70 ล้านบาท 6.89 ล้านบาท และ 8.71 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.54 ร้อยละ 0.80 ร้อยละ 4.99 และร้อยละ 6.24 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวมตามลำดับ หนี้สินดังกล่าวเกิดจากบริษัทได้ทำสัญญาเช่าซื้อและสัญญาเช่าทางการเงินสำหรับยานพาหนะเป็นระยะเวลา 48 เดือน ถึง 60 เดือน สัญญาเช่าทางการเงินดังกล่าวจะสิ้นสุดลงในปี 2564 ทั้งนี้ หนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงินในปี 2560 เพิ่มขึ้นจำนวน 6.19 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 887.30 เมื่อเทียบกับปี 2559 เป็นผลจากบริษัทมีการทำสัญญาเช่าซื้อรถคาราวานเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ประเภทยานพาหนะของบริษัท ซึ่งทำสัญญาเช่าซื้อกับบริษัทลีสซิ่งแห่งหนึ่ง

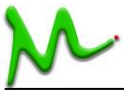
ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีหนี้สินภายใต้สัญญาสัญญาเช่าการเงินเพิ่มขึ้น 1.81 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 26.32 เนื่องจากบริษัทได้ทำสัญญาเช่าการเงินกับบริษัทลีสซิ่งเพื่อเช่ายานพาหนะประเภทรถคาราวานที่ใช้ในการดำเนินงานของกิจการเพิ่มขึ้นและค่าประกันภัยลีสซิ่งเพิ่มขึ้นเกิดจากการเช่าซื้อรถคาราวานที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว

- **ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานเท่ากับ 2.47 ล้านบาท 2.89 ล้านบาท 3.37 ล้านบาท และ 3.49 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.91 ร้อยละ 3.31 ร้อยละ 2.44 และร้อยละ 2.50 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวมตามลำดับ บริษัทมีภาระจ่ายค่าชดเชยผลประโยชน์หลังออกจากงานและบำเหน็จตามข้อกำหนดของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ในการให้ผลประโยชน์เมื่อเกษียณ และผลประโยชน์ระยะยาวอื่นแก่พนักงานตามสิทธิและอายุงาน บริษัทคำนวณภาระผูกพันผลประโยชน์หลังออกจากงาน โดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ (Projected Unit Credit Method) โดยผู้เชี่ยวชาญอิสระได้ทำการประเมินภาระผูกพันดังกล่าวตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย อย่างไรก็ตาม การประมาณการภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานอาจได้รับผลกระทบได้จากการเปลี่ยนแปลง 1) อัตราดอกเบี้ยปี 2561 2) การจ่ายเงินชดเชยตามกฎหมายแรงงานโดยลูกจ้างที่ทำงานเกิน 20 ปี จะได้รับชดเชย 400 วัน 3) การเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน อาจส่งผลให้บริษัทต้องมีการปรับการประเมินประมาณการภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานใหม่ในปี 2561 โดย ภาระผูกพันของโครงการผลประโยชน์พนักงาน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 มีการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าปัจจุบันของภาระผูกพันซึ่งเพิ่มขึ้นจากต้นทุนบริการปัจจุบันและดอกเบี้ย จำนวน 0.13 ล้านบาท ส่งผลให้ภาระผูกพันของโครงการผลประโยชน์พนักงาน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 เท่ากับ 3.49 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นมูลค่าเท่ากับ 58.85 ล้านบาท 36.65 ล้านบาท 65.70 ล้านบาทและ 69.72 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69.35 ร้อยละ 42.05 ร้อยละ 47.54 และร้อยละ 49.97 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวมตามลำดับ โดยมีรายการบางส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้



- **ทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้ว**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้วเท่ากับ 10.00 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,000 หุ้น มูลค่าตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนต่อหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม เท่ากับร้อยละ 11.78 ร้อยละ 11.47 ร้อยละ 7.24 และร้อยละ 71.67 ตามลำดับ โดยที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2561 ได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 55.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 5,500 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10,000 บาท ทำให้ทุนจดทะเบียนของบริษัทเป็น 65.00 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 6,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท เพื่อขายให้กับผู้ถือหุ้นรายเดิมตามสัดส่วน บริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2561

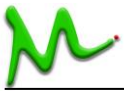
นอกจากนี้ ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2561 ได้มีมติอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัทจากหุ้นละ 10,000 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท (ทุนจดทะเบียนจากเดิมจำนวน 65.00 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 6,500 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10,000 บาท เป็นหุ้นสามัญ 130,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท) และอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 35.00 ล้านบาท เป็น 100.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 70,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อเสนอขายแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2561 ส่งผลให้ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 100.00 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 200,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท และมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 65.00 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 130,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาทและได้มีการอนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนเงิน 70 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นสามัญใหม่ต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering)

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีทุนจดทะเบียนเป็นจำนวนเงิน 100.00 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 200,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท และบริษัทมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วเป็นจำนวน 65.00 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 130,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท

- **ทุนสำรองตามกฎหมาย**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2559 และปี 2560 บริษัทมีทุนสำรองตามกฎหมายเท่ากับ 1.00 ล้านบาท ส่วนในปี 2558 บริษัทไม่มีทุนสำรองตามกฎหมายแต่อย่างใด เหตุที่ต้องมีทุนสำรองก็เนื่องจากกฎหมายแห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กำหนดให้บริษัทต้องจัดสรรทุนสำรองอย่างน้อยร้อยละ 5 ของกำไรทุกครั้งที่มีการประกาศจ่ายเงินปันผลจนกว่าทุนสำรองดังกล่าวจะมียอดเท่ากับร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียนของบริษัท และทุนสำรองนี้ไม่สามารถนำไปจ่ายเงินปันผลได้

ซึ่งในปี 2559 ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2559 ที่ประชุมได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรจำนวน 40 ล้านบาท คิดเป็นเงินปันผลจ่ายต่อหุ้นเท่ากับ 40,000 บาทต่อหุ้น ส่งผลให้บริษัทได้จัดสรรกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรเป็นทุนสำรองตามกฎหมายจำนวน 1.00 ล้านบาทหรือเท่ากับร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทในขณะนั้น ส่งผลให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีทุนสำรองตามกฎหมายเท่ากับ 1.00 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละต่อสินทรัพย์รวมเท่ากับร้อยละ 0.71



- กำไร(ขาดทุน)สะสมที่ยังไม่ได้จัดสรร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรจำนวน 48.85 ล้านบาท 25.65 ล้านบาท 54.70 ล้านบาทและ 3.72 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนต่อรายการหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ ร้อยละ 57.57 ร้อยละ 29.43 ร้อยละ 39.58 และร้อยละ 2.67 ตามลำดับ

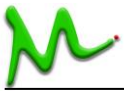
ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2559 บริษัทมีมติจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้นเป็นจำนวน 40.00 ล้านบาทจ่ายจากกำไรสะสม โดยจ่ายปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2559 ส่งผลให้กำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรของบริษัทลดลงในปี 2559 จำนวน 23.20 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 47.49 เมื่อเทียบกับปี 2558 ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2560 บริษัทมีกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรเพิ่มขึ้นจากปี 2559 จำนวน 29.05 ล้านบาท เป็นผลมาจากกำไรสุทธิจากการดำเนินงานของบริษัทสำหรับปี 2560 ที่ผ่านมา

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2561 ได้มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นจำนวน 1,000 หุ้น ในอัตราหุ้นละ 54,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ในขณะนั้นเท่ากับ 10,000 บาทต่อหุ้น) คิดเป็นจำนวนเงินเท่ากับ 54.00 ล้านบาท โดยจ่ายจากกำไรสะสมของบริษัท ซึ่งจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นที่มีรายชื่อปรากฏในบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัท ณ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2561 และกำหนดวันจ่ายเงินปันผลดังกล่าวในวันที่ 2 มีนาคม 2561 โดยไม่มีจัดสรรกำไรสะสมเป็นทุนสำรองตามกฎหมายเพิ่มเติมเนื่องจากได้จัดสรรไว้ครบตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว ทั้งนี้ สำหรับผู้ถือหุ้นที่จองซื้อหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) จะไม่มีสิทธิได้รับเงินปันผลดังกล่าว ส่งผลให้ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรเท่ากับ 3.72 ล้านบาท ลดลงจาก 54.70 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เป็นผลจากการจ่ายเงินปันผลจากกำไรสะสมข้างต้น

อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน

บริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 เท่ากับ 0.44 เท่า 1.38 เท่า 1.10 เท่า และ 1.00 เท่า ตามลำดับ พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้นในปี 2559 เพิ่มขึ้นจากปี 2558 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าเป็นหลักจากการที่บริษัทจำหน่ายสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทต้องซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเพิ่มขึ้น ทำให้ยอดเจ้าหนี้การค้าของบริษัทในปี 2559 เพิ่มขึ้นจำนวน 21.63 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 326.52 เมื่อเทียบกับปี 2558 นอกจากนี้ยังเกิดจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะยาวของบริษัทที่เพิ่มขึ้นจำนวน 2.15 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 18.34 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เนื่องจากใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการดำเนินงานของบริษัท ประกอบกับส่วนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ลดลงจากปี 2558 เป็นเพราะบริษัทมีการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลทำให้กำไรสะสมยังไม่ได้จัดสรรลดลง ส่งผลให้อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในปี 2559 ลดลง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้นลดลงจากวันที่ 31 ธันวาคม 2559 เกิดจากการเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น เพิ่มขึ้นจำนวน 24.50 ล้านบาทและ 29.05 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 43.51 และร้อยละ 79.25 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าสัดส่วนของส่วนผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นมากกว่าหนี้สินที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้นลดลงจาก 1.38 เท่าในปี 2559 เป็น 1.10 เท่าในปี 2560 ส่วนหนี้สินของบริษัทที่เพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นซึ่งสอดคล้องกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นของบริษัท รวมทั้งเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะยาวและหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงิน เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการขยายการดำเนินงานในส่วนรถคาราวานเพื่อใช้ในการสนับสนุนงานการจัดงานกีฬาและงานท่องเที่ยวในต่างจังหวัด บริษัทจึงจำเป็นต้องพึ่งพิงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน



มากขึ้น สำหรับส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้นเป็นการเพิ่มขึ้นจากรายการกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรซึ่งเกิดจากผลการดำเนินงานของบริษัทในปี 2560 ที่มีผลกำไรสุทธิเท่ากับ 29.05 ล้านบาท ส่งผลให้กำไรสะสมของบริษัทที่ยังไม่ได้จัดสรรในปี 2560 เพิ่มขึ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 พบว่ามีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้นลดลงจากวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ที่เท่ากับ 1.10 เท่า เป็น 1.00 เท่า เป็นผลจากการลดลงของหนี้สินลดลงจำนวน 2.68 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 3.70 ในขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจำนวน 4.02 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 6.12 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เนื่องจากบริษัทมีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 10.00 ล้านบาท เป็น 100.00 ล้านบาทในงวด 3 เดือนแรกของปี 2561

อัตราส่วนสภาพคล่อง

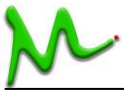
ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 4.58 เท่า 1.56 เท่า 1.92 เท่า และ 1.96 เท่าตามลำดับ และมีอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็วเท่ากับ 2.45 เท่า 1.38 เท่า 1.78 เท่า และ 1.86 เท่าตามลำดับ โดยสาเหตุที่ทำให้บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องลดลงในปี 2559 เนื่องจากสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่น้อยกว่าหนี้สินหมุนเวียนที่เพิ่มขึ้นเป็นผลจากสินทรัพย์หมุนเวียนและหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้นในปี 2559 เมื่อเทียบกับปี 2558 เท่ากับ 3.41 ล้านบาท และ 22.55 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 7.07 และร้อยละ 214.31 ตามลำดับ หนี้สินหมุนเวียนที่เพิ่มขึ้นเกิดจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นสอดคล้องกับรายได้ของบริษัทที่เพิ่มขึ้นสูง โดยรายได้จากการขายและบริการในปี 2559 เพิ่มขึ้น 57.31 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 44.32 เมื่อเทียบกับปี 2558 ในขณะที่สินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นสอดคล้องกับรายได้ของบริษัทที่เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 1.92 เท่า เพิ่มขึ้นจาก 1.56 เท่าในปี 2559 เป็นการเพิ่มขึ้นจากสินทรัพย์หมุนเวียนและหนี้สินหมุนเวียนของบริษัทที่เพิ่มขึ้นในปี 2560 เมื่อเทียบกับปี 2559 เท่ากับ 33.10 ล้านบาท และ 11.01 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 64.16 และร้อยละ 33.29 ตามลำดับ เห็นได้ว่าสัดส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นมากกว่าหนี้สินหมุนเวียนที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้อัตราส่วนสภาพคล่องของบริษัทดีขึ้น โดยสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นในปี 2560 เพิ่มขึ้นจากเงินสดและลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากผลประกอบการของบริษัทที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องและบริษัทมีกระแสเงินสดเพิ่มขึ้นในปี 2560 จากกิจกรรมการดำเนินงานและกิจกรรมการจัดหาเงินของบริษัทในปี 2560 ที่ผ่านมา และสำหรับลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้นนั้นสัมพันธ์กับยอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 1.96 เท่า เพิ่มขึ้นจาก 1.92 เท่าในปี 2560 เป็นการเพิ่มขึ้นเนื่องจากบริษัทหนี้สินหมุนเวียนลดลง โดยเป็นในส่วนของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเป็นหลัก

นอกจากนี้ หากพิจารณาจากอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเวียนเร็ว พบว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเวียนเร็ว เท่ากับ 2.45 เท่า 1.38 เท่า 1.78 เท่า และ 1.86 เท่า ซึ่งอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเวียนเร็วในปี 2559 ลดลงจากปี 2558 และเพิ่มขึ้นในปี 2560 เป็นไปในทิศทางเดียวกับอัตราส่วนสภาพคล่อง และหากพิจารณาอัตราส่วนวงจรหมุนเวียนเงินสด (Cash Cycle) จะพบว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 เท่ากับ 99 วัน 63 วัน 26 วัน และ 19 วัน ตามลำดับ

โดยอัตราส่วนวงจรหมุนเวียนเงินสด ในปี 2559 บริษัทมีอัตราส่วนวงจรหมุนเวียนเงินสดของบริษัทมีระยะเวลาเร็วขึ้นจากปี 2558 จาก 99 วัน เป็น 63 วัน เป็นผลมาจากระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยของบริษัทที่บริษัทขายสินค้าได้เร็วขึ้นจาก 66 วัน เป็น 39 วัน เนื่องจากในปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าในธุรกิจ E-Commerce เพิ่มขึ้นจากในปี 2558 โดยระยะเวลาขายสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือในธุรกิจ E-Commerce มีระยะเวลาขายสินค้าสั้นกว่าธุรกิจสินค้าอื่นที่มีระยะเวลาในการจำหน่ายเฉลี่ยประมาณ 3 เดือน นอกจากนี้บริษัทมีอัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้าเพิ่มขึ้น เนื่องจาก



รายได้จากการขายของบริษัทที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับลูกหนี้การค้าของบริษัทแสดงให้เห็นว่าบริษัทมีการเก็บหนี้จากลูกค้าได้เร็วขึ้นจาก 36 วันเป็น 33 วัน และอัตราการหมุนของเจ้าหนี้การค้าเร็วขึ้น เนื่องจากบริษัทมีระยะเวลาเครดิตจากเจ้าหนี้การค้าค่อนข้างสั้น โดยได้รับเครดิตเทอมประมาณ 7-15 วัน เนื่องจากเป็น Supplier โดยหลักอย่างศูนย์สิริกิติ์ซึ่งบริษัทต้องชำระเงินก่อนจัดงานเสมอ และ Supplier ที่ทั่วไปเช่น Outsource ที่ให้เครดิตเทอมน้อย โดยปี 2559 บริษัทมีระยะเวลาชำระหนี้ 9 วัน

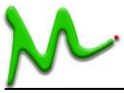
ในปี 2560 บริษัทมีอัตราส่วนวงจรมูลเงินเงินสดของบริษัทมีระยะเวลาเร็วขึ้นจากปี 2559 จาก 63 วัน เป็น 26 วัน เนื่องจากบริษัทมีระยะเวลาในการชำระหนี้เพิ่มขึ้นจาก 9 วันเป็น 21 วัน ซึ่งระยะเวลาในการเก็บหนี้เฉลี่ยสูงกว่าระยะเวลาชำระหนี้ โดยมีระยะเวลาเก็บหนี้สูงกว่าระยะเวลาชำระหนี้เพียง 9 วันแต่บริษัทมีกระแสเงินสดที่เพียงพอสำหรับการบริหารเงินสด เป็นผลจากการอัตราส่วนวงจรมูลเงินลูกหนี้การค้าของบริษัทเพิ่มขึ้น นอกจากนี้บริษัทมีลูกหนี้เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นไปตามรายได้จากการให้บริการของบริษัทที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ ในปี 2560 บริษัทมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยลดลงจากปี 2559 แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีความสามารถในการบริหารลูกหนี้ได้ดี จาก 33 วันเป็น 30 วัน ซึ่งเป็นไปตามระยะเวลาเครดิตเทอมส่วนใหญ่ที่ให้กับลูกค้าที่อยู่ประมาณ 30 วัน และอัตราการหมุนของสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น เป็นผลให้ระยะเวลาในการขายสินค้าของบริษัทลดลงจาก 39 วันเป็น 18 วัน ทั้งนี้ อัตราการหมุนของเจ้าหนี้การค้าเร็วขึ้นในปี 2560 อย่างไรก็ตามระยะเวลาการชำระหนี้ของบริษัทนานขึ้นจาก 9 วันเป็น 21 วัน เนื่องจากบริษัทได้รับเครดิตเทอมจาก Supplier ชัมซุงสำหรับสินค้าในธุรกิจ E-Commerce ซึ่งได้รับเครดิตเทอมประมาณ 30-45 วัน

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 พบว่าบริษัทมีอัตราส่วนวงจรมูลเงินสดมีระยะเวลาเร็วขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2560 จาก 26 วันเป็น 19 วัน เป็นผลมาจากอัตราส่วนวงจรมูลเงินลูกหนี้การค้าของบริษัทเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ระยะเวลาการเก็บหนี้เร็วขึ้นจาก 30 วันเป็น 28 วัน จะเห็นได้ว่าบริษัทสามารถเก็บหนี้จากลูกค้าได้เร็วขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเครดิตเทอมที่ส่วนใหญ่จะกำหนดให้ลูกค้าประมาณ 30 วัน รวมทั้งระยะเวลาการชำระหนี้แก่เจ้าหนี้การค้านานขึ้นจากเดิม 21 วันเป็น 28 วัน เนื่องจากอัตราการหมุนเงินเจ้าหนี้ลดลงแสดงให้เห็นว่าบริษัทสามารถบริหารจัดการการจ่ายชำระหนี้ให้แก่เจ้าหนี้การค้ามากขึ้น ในขณะที่ระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยนานขึ้นเล็กน้อยจาก 18 วันเป็น 19 วัน

เมื่อพิจารณาความสามารถในการชำระดอกเบี้ย พบว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีความสามารถในการชำระดอกเบี้ยเท่ากับ 18.40 เท่า 17.21 เท่า 32.78 เท่า และ 32.02 เท่าแสดงให้เห็นว่าบริษัทมีแนวโน้มความสามารถในการชำระดอกเบี้ยดีขึ้น เนื่องจากบริษัทมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

และเมื่อพิจารณาความสามารถในการชำระภาระผูกพันดีซีขึ้นพบว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีความสามารถในการชำระภาระผูกพันดีซีเท่ากับ 0.77 เท่า 0.34 เท่า 1.51 เท่า และ 0.18 เท่าตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีความสามารถในการจ่ายภาระผูกพันดีซีขึ้น เนื่องจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานของบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา ประกอบกับในปี 2560 บริษัทไม่มีรายจ่ายลงทุนประเภทเงินลงทุนเพื่อการค้า รวมทั้งในปี 2560 บริษัทไม่มีรายการกระแสเงินสดจ่ายเงินปันผลแต่อย่างใด ส่งผลให้ความสามารถในการชำระภาระผูกพันดีซีขึ้น อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการชำระภาระผูกพัน ณ 31 มีนาคม 2561 ลดลง ซึ่งถึงแม้ว่ากระแสเงินสดจากการดำเนินงานของบริษัทที่มีจำนวน 10.90 ล้านบาท เนื่องจากมีรายการจ่ายเงินปันผลที่ได้จ่ายไปในงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 จำนวน 54.00 ล้านบาท ส่งผลให้ความสามารถในการชำระภาระผูกพันของบริษัทลดลงดังกล่าว

สำหรับอัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร พบว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีอัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไรเท่ากับร้อยละ 190.57 ร้อยละ 65.62 ร้อยละ 81.50 และร้อยละ 256.45 โดยสาเหตุที่อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไรที่ลดลงในปี 2559 เป็นผลจากกระแสเงินสดของบริษัทเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่น้อยกว่ากำไรจากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ซึ่งกระแสเงินสดที่เพิ่มขึ้นนั้น เพิ่มขึ้นจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น



เกิดจากรายได้รับล่วงหน้าการให้บริการเป็นสำคัญ และในปี 2560 บริษัทมีอัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไรเพิ่มขึ้นเป็นผลจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ของบริษัทที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าเป็นหลัก และสำหรับ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีอัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไรเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 81.50 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 256.45 เนื่องจากในงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานดีขึ้นเมื่อเทียบกับกำไรจากการดำเนินงานเป็นผลจากเงินสดที่เพิ่มขึ้นจากรายการลูกหนี้การค้าของบริษัทที่ลดลงเนื่องจากบริษัทรับชำระเงินจากลูกหนี้การค้าที่ถึงกำหนดชำระ

กระแสเงินสด ปี 2560 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 และสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2561

เงินสดสุทธิได้มาจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมดำเนินงาน

ปี 2560 บริษัทมีเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมการดำเนินงาน เท่ากับ 31.02 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นเทียบกับในปี 2559 ที่มีเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมการดำเนินงานเท่ากับ 15.48 ล้านบาท สาเหตุหลักเกิดจากในปี 2560 บริษัทมีกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เพิ่มขึ้นจำนวน 14.52 ล้านบาท ประกอบกับการเพิ่มขึ้นเงินสดจากรายการสินค้าคงเหลือและค่าเสื่อมราคา เท่ากับ 1.65 ล้านบาท และ 3.75 ล้านบาท สอดคล้องกับการดำเนินงานของธุรกิจซึ่งมีการเพิ่มการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้สินค้าคงเหลือของบริษัทลดลง ประกอบกับการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรประเภทยานพาหนะทำให้บริษัทมีค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า นอกจากนี้ มีเงินสดจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น โดยเงินสดเพิ่มขึ้นจากรายการตัดจำหน่ายทรัพย์สินระยะสั้นที่ ณ ที่จ่ายตัดออกจำนวน 2.45 ล้านบาท จากรายการเพิ่มขึ้นดังกล่าวส่งผลให้กระแสเงินสดจากการดำเนินงานปี 2560 เพิ่มขึ้น

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมการดำเนินงาน เท่ากับ 10.90 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.22 ล้านบาทเมื่อเทียบกับงวด 3 เดือนแรกของปี 2560 โดยสาเหตุหลักเกิดจากการที่บริษัทสามารถทำกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เท่ากับ 3.85 ล้านบาทรวมทั้งมีลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นลดลงส่งผลให้ได้รับเงินสดจำนวน 8.37 ล้านบาท รวมทั้งการลดลงของสินค้าคงเหลือของบริษัทเนื่องจากบริษัทสามารถบริหารการขายสินค้าได้ดีขึ้น และการลดลงของสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นประเภทได้แก่ภาษีซื้อซึ่งไม่ถึงกำหนด และเงินมัดจำลดลงส่งผลให้บริษัทมีกระแสเงินสดรับดังกล่าว

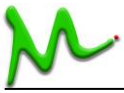
เงินสดสุทธิได้มาจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมลงทุน

ปี 2560 บริษัทมีเงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมการลงทุน เท่ากับ 14.51 ล้านบาท ในขณะที่ปี 2559 บริษัทมีเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมการลงทุนเท่ากับ 21.91 ล้านบาท เนื่องจากในปี 2559 บริษัทได้รับเงินคืนจากเงินให้กู้ยืมระยะสั้นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันจำนวน 19.47 ล้านบาท และดอกเบี้ยรับจำนวน 2.80 ล้านบาท ในขณะที่มีเงินสดจ่ายเพื่อซื้ออาคารและอุปกรณ์จำนวน 1.34 ล้านบาท ซึ่งเป็นการซื้อสินทรัพย์ประเภทเครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน และสำหรับปี 2560 บริษัทมีเงินสดจ่ายเพื่อซื้ออาคารและอุปกรณ์จำนวน 12.11 ล้านบาทโดยเป็นสินทรัพย์ประเภทยานพาหนะและส่วนควบเป็นหลัก และเงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน จำนวน 3.18 ล้านบาท ส่งผลกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเท่ากับ 14.51 ล้านบาท

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีเงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมการลงทุนเท่ากับ 3.50 ล้านบาท โดยหลักเกิดจากการจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน-โปรแกรมคอมพิวเตอร์เท่ากับ 2.23 ล้านบาท และซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เท่ากับ 1.27 ล้านบาท

เงินสดสุทธิได้มาจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมจัดหาเงิน

ปี 2560 บริษัทมีเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมการจัดหาเงิน เท่ากับ 3.61 ล้านบาท ในขณะที่ปี 2559 บริษัทมีเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 39.63 ล้านบาท ผลมาจากการจ่ายเงินปันผล 40.00 ล้านบาทตามมติที่ประชุม



คณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2559 และการจ่ายชำระเงินกู้ยืมระยะยาวจำนวน 2.85 ล้านบาทเป็นสำคัญ และสำหรับปี 2560 มีเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมการจัดการเงินเนื่องจากบริษัทมีการกู้ยืมเงินระยะยาวเพิ่มขึ้นเท่ากับ 10.00 ล้านบาท ในขณะที่บริษัทมีการจ่ายชำระหนี้ตามสัญญาเช่าการเงิน ชำระเงินกู้ยืมระยะยาว และจ่ายดอกเบี้ยเท่ากับ 1.27 ล้านบาท 3.93 ล้านบาท และ 1.19 ล้านบาทตามลำดับ ในขณะที่ปี 2560 บริษัทไม่มีกระแสเงินสดการจ่ายเงินปันผลแต่อย่างใด ส่งผลให้กระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมการจัดการเงินเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ดี ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2561 มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2560 ให้แก่ผู้ถือหุ้นที่มีรายชื่อในบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัท ณ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2561 จำนวน 1,000 หุ้น ในอัตราหุ้นละ 54,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ในขณะนั้นเท่ากับ 10,000 บาทต่อหุ้น) หรือคิดเป็นจำนวนเงิน 54.00 ล้านบาท โดยจ่ายจากกำไรสะสม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และกำหนดให้จ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นภายในวันที่ 2 มีนาคม 2561

สำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีเงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมการจัดการเงิน เท่ากับ 1.85 ล้านบาท โดยหลักเกิดจากการจ่ายเงินปันผล 54.00 ล้านบาท การจ่ายชำระหนี้ตามสัญญาเช่าการเงินเท่ากับ 1.27 ล้านบาทและการจ่ายชำระเงินกู้ยืมระยะยาวเท่ากับ 1.19 ล้านบาท ในขณะที่มีเงินสดรับจากการเพิ่มทุนจำนวน 55.00 ล้านบาท

รายจ่ายเพื่อการลงทุน

รายจ่ายเพื่อการลงทุนของบริษัทในปี 2558 ปี 2559 และปี 2560 มีวัตถุประสงค์เพื่อลงทุนในการปรับปรุงอาคารสำนักงาน รวมถึงอุปกรณ์สำนักงานและยานพาหนะ เพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจในอนาคตโดยมีรายละเอียดรายจ่ายเพื่อการลงทุน ดังต่อไปนี้

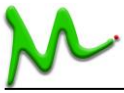
ตารางรายละเอียดรายจ่ายเพื่อการลงทุน (กระแสเงินสดจ่ายเพื่อการลงทุนในสินทรัพย์)

	31 ธ.ค. 58	31 ธ.ค. 59	31 ธ.ค. 60	31 มี.ค. 61
รายจ่ายเพื่อการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	4.82	1.71	15.30	3.50

หมายเหตุ : ตารางรายละเอียดรายจ่ายเพื่อการลงทุนเป็นรายจ่ายจากกระแสเงินสดที่แสดงในงบกระแสเงินสดของบริษัท

มูลค่าการลงทุนในปี 2558 เกิดจากการลงทุนในเครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน ยานพาหนะ และงานระหว่างก่อสร้างเป็นหลักสำหรับรองรับการขยายตัวของธุรกิจ สำหรับงานระหว่างก่อสร้างเป็นการลงทุนในอาคารสำนักงานเพิ่มเติม และปี 2559 บริษัทมีการลงทุนเพียงเล็กน้อยในการลงทุนเครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน สำหรับปี 2560 บริษัทมีการลงทุนเพิ่มเติมในยานพาหนะและส่วนควบมูลค่า 17.86 ล้านบาท อาคารและส่วนปรับปรุงอาคารมูลค่า 0.59 ล้านบาท เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน 3.30 ล้านบาท และอุปกรณ์ในการจัดแสดงเท่ากับ 0.33 ล้านบาท ทั้งนี้ อุปกรณ์ในการจัดแสดงงานเป็นสินทรัพย์ประเภทต้นที่สำหรับการจัดงาน และเครื่องมือสำหรับงานกีฬา อาทิ เครื่องวัดระยะทางด้วยเลเซอร์ และเครื่องเป่า เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังมีการลงทุนในยานพาหนะประเภทรถคาราวานเพิ่มเติม เพื่อรองรับการจัดงานนอกสถานที่ของบริษัทในอนาคต ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทสร้างรายได้เพิ่มเติมอีกทางหนึ่ง

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีการจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน-โปรแกรมคอมพิวเตอร์เท่ากับ 2.23 ล้านบาทและซื้อที่อาคารและอุปกรณ์เท่ากับ 1.27 ล้านบาท

**16.3 ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคต**

ปัจจัยและอิทธิพลที่อาจมีผลกระทบต่อการทำงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคต นอกเหนือจากที่ได้กล่าวไว้แล้วในส่วนที่ 2.2 ข้อ 3 เรื่องปัจจัยความเสี่ยง ดังนี้

1. ผลกระทบกับงบการเงินประจำปี 2560 จากการจ่ายเงินปันผล

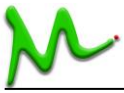
จากงบการเงินที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สำหรับรอบบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ซึ่งที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2561 ผู้ถือหุ้นได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลจากกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรร ในอัตราหุ้นละ 54,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ในขณะนั้นเท่ากับ 10,000 บาทต่อหุ้น) เป็นเงินปันผลรวมทั้งสิ้น 54.00 ล้านบาท แก่ผู้ถือหุ้นที่มีรายชื่อปรากฏในบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัท ณ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2561 และกำหนดวันจ่ายเงินปันผลดังกล่าวในวันที่ 2 มีนาคม 2561 โดยบริษัทได้จัดสรรกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรเป็นทุนสำรองตามกฎหมายครบตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว ดังนั้น การจ่ายเงินปันผลดังกล่าว จะส่งผลให้กระแสเงินสดของบริษัทในงบการเงินไตรมาส 1 ปี 2561 ลดลงจำนวน 54.00 ล้านบาท ประกอบกับผู้ถือหุ้นที่จองซื้อหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) จะไม่มีสิทธิได้รับเงินปันผลประจำปี 2560 ดังกล่าว

2. การลดลงของกำไรต่อหุ้นเนื่องจากจำนวนหุ้นที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มทุนจดทะเบียนภายหลังการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชน (Initial Public Offering: IPO) ในครั้งนี้

ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2561 ได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 55.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5,500 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 10.00 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 65.00 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 6,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท เพื่อเสนอขายผู้ถือหุ้นรายเดิมตามสัดส่วน บริษัทได้จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2561

ต่อมาที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2561 วันที่ 6 มีนาคม 2561 ผู้ถือหุ้นได้มีมติได้มีมติอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของบริษัท จากเดิมหุ้นละ 10,000 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท และอนุมัติเรื่องเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจากจำนวน 65.00 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 130,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 100.00 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 200,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ซึ่งบริษัทได้จดทะเบียนการเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2561 ซึ่งการอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 35.00 ล้านบาท เพื่อเสนอขายให้ประชาชนเป็นครั้งแรก ทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจากเดิมจาก 65.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 130,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เป็น ทุนจดทะเบียนจำนวน 100.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 200,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering: IPO) จำนวน 70,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 35.00 ของทุนชำระแล้วทั้งหมดภายหลังการเสนอขาย IPO

จากข้อมูลงบการเงินที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สำหรับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีกำไรสุทธิเท่ากับ 29.05 ล้านบาท ซึ่งเมื่อนำมาคำนวณกำไรต่อหุ้น (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท) จะได้กำไรต่อหุ้นเท่ากับ 0.223 บาท ซึ่งคำนวณจากทุนที่ออกและชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (กำไรต่อหุ้นคำนวณโดยใช้กำไรสุทธิสำหรับงวด (ไม่รวมกำไรเบ็ดเสร็จอื่น) หารด้วยจำนวนหุ้นสามัญ โดยปรับมูลค่าที่ตราไว้ให้เท่ากับ 0.50 บาทต่อหุ้น โดยไม่ถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักหุ้นสามัญที่ออกในระหว่างปี)



ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ประชาชนในครั้งนี้นี้ บริษัทจะมีทุนจดทะเบียนและทุนที่ออกและชำระแล้วจำนวน 100.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 200,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ดังนั้น การเพิ่มทุนในครั้งนี้อาจส่งผลให้มูลค่ากำไรต่อหุ้นของบริษัทลดลงภายหลังการเสนอขายหุ้น IPO (EPS Dilution Effect) หากกำไรสุทธิของบริษัทมีอัตราการเติบโตต่ำกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนหุ้นที่ออกเสนอขายแก่ประชาชนในครั้งนี้นี้ โดยหากพิจารณากำไรสุทธิจากงบการเงินสำหรับปี 2560 ชำรงต้นนั้น เป็นผลให้กำไรสุทธิต่อหุ้นปรับลด (Fully Diluted) มีค่าเท่ากับ 0.145 บาทต่อหุ้น หรือคิดเป็นอัตราการลดลงของมูลค่ากำไรต่อหุ้น (EPS Dilution Effect) เท่ากับประมาณร้อยละ 35.00 ดังตาราง

กำไรสุทธิสำหรับปี 2560	29.05 ล้านบาท
กำไรต่อหุ้น (EPS) (ก่อน IPO)	0.223 บาทต่อหุ้น
กำไรสุทธิต่อหุ้นปรับลด (หลัง IPO) (Fully Diluted)	0.145 บาทต่อหุ้น

หมายเหตุ : คำนวณกำไรต่อหุ้นจากมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท