

### ภาพรวมโดยสรุป

ในไตรมาส 1 ปี 2564 บริษัทยังคงเดินหน้าเพิ่มช่องทางการขยายสาขา รวมทั้งเตรียมนำสินค้าใหม่เข้ามาเพิ่มพอร์ตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่วนมุมมองภาพรวมของสินค้า แปรนด์ Apple, สินค้า Laptop, สินค้า DIY และสินค้าประเภทโทรศัพท์สมาร์ทโฟน บริษัทยังคงมองว่าสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งยังคงเป็นเป้าที่บริษัทจะเพิ่มยอดขาย ในส่วนของเฟรนไชส์และตลาดออนไลน์ บริษัทยังคงมีแผนขยายธุรกิจเฟรนไชส์ ควบคู่การรุกตลาดออนไลน์มากขึ้น ซึ่งบริษัทยังคงพยายามรักษาการเติบโตจากยอดขายออนไลน์และฐานของลูกค้าเอาไว้ให้ได้มากที่สุด

1. **ธุรกิจค้าปลีก** ในปีที่ผ่านมาถึงแม้ว่าจะเจอสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แต่ยอดขายของบริษัทก็ยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตัวเลข SSSG ที่เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 10 ทำให้บริษัทยังคงมองเรื่องของการขยายสาขา เน้นทำเลที่ดีและค่าเช่าที่เหมาะสม รองรับความต้องการของลูกค้าที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในอำเภอหลักและอำเภอรอง

ในด้านบริหารจัดการสินค้า บริษัทยังคงมียอดขายเติบโตในทุกกลุ่ม Category เช่น สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการ Work from Home, Learn from Home และ Cryptocurrency (สกุลเงินดิจิทัล) ก็ทำให้สินค้ามีความต้องการเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก บริษัทจึงได้เร่งในการจัดหาสินค้า และดูแลบริหารสินค้าคงเหลือเพื่อให้เพียงพอกับยอดขายและการขยายสาขาที่เพิ่มขึ้น

2. **ช่องทางจำหน่ายอื่นๆ**

ยอดขายจากช่องทาง Online ยังคงเป็นช่องทางที่บริษัทให้ความสำคัญและยังมีการเติบโตตามตลาด E-Commerce ในด้านของ Website www.bnn.in.th บริษัทได้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้งานให้ดียิ่งขึ้น และได้มีการขึ้นระบบใหม่ไปในช่วงต้นเดือนพฤษภาคม 2564 ซึ่งก็เชื่อได้ว่า เว็บไซต์ใหม่จะรองรับการทำงานที่ดีขึ้น เพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลา

บริษัทยังคงเชื่อว่าสินค้าไอทีมีความจำเป็นต่อผู้บริโภค จากคาดการณ์ถ้าสถานการณ์ทุกอย่างคลี่คลาย ผลประกอบการคงไม่กระทบมากนักเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว โดยบริษัทตั้งเป้ารายได้ปี 2564 เติบโตมากกว่าร้อยละ 10 เนื่องจากต้นปี 2563 สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เพิ่มขึ้น ภาครัฐได้มีมาตรการปิดเมืองบางส่วน (Lock Down) จึงส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัท จำนวนสาขาที่ถูกปิดตั้งแต่วันที่ 22-31 มีนาคม 2563 มีจำนวน 289 สาขา จาก 788 สาขา โดยสาขาที่ถูกปิดหลักอยู่ที่ กทม. ซึ่งมียอดขายต่อสาขาที่สูงกว่าต่างจังหวัด และด้วยเหตุนี้ผู้บริหารจึงให้ความสำคัญกับการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจเพื่อรักษาและคงการเติบโตของรายได้จากหน่วยธุรกิจต่างๆ ในขณะที่หาแนวทางในการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเพื่อคงกระแสเงินสดและความสามารถในการทำกำไร

### เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในไตรมาส 1 ปี 2564

- I. **Xiaomi** ในไตรมาส 1 บริษัทได้มีข้อตกลงการฝากขาย (Consignment) สินค้าทุกประเภทของ Xiaomi ที่ไม่ใช่สินค้าในกลุ่มสมาร์ทโฟน กับทุกช่องทางหน้าร้านของ True Shop โดยบริษัทได้สิทธินี้แต่เพียงผู้เดียว ซึ่งจะมีส่วนช่วยผลักดันยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- II. **iPhone12** แม้จะเปิดตัวช้ากว่าในรุ่นก่อน แต่สินค้าได้ผลตอบรับที่ดีมาก จึงส่งผลให้ไตรมาสนี้ยังได้รับแรงหนุนจนทำให้ยังคงมียอดขายที่เติบโตขึ้น
- III. **การขยายสาขา**
  - Studio7 (Apple) หลักจากในปีที่ผ่านมา การชะลอตัวในการขยายของห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า และ Community Mall หยุดชะงักไป 1 ปีนั้น ปีนี้บริษัทมีแผนที่จะขยายสาขาเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของห้าง รวมถึง U-Store ที่ปีนี้บริษัทจะมีการขยายสาขาตามมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน
  - BaNANA บริษัทมีแผนที่จะขยายสาขาไปยังอำเภอรองเพิ่มมากขึ้น ทั้งรูปแบบร้าน Franchise ปัจจุบันมีจำนวน 108 สาขา และรูปแบบร้าน StandAlone ปัจจุบันมีจำนวน 11 สาขา และยังมีแผนที่จะขยายต่อเนื่องจนถึงสิ้นปี
  - Xiaomi Shop ปัจจุบันมีจำนวน 17 สาขา และตั้งเป้าสิ้นปีจะมีจำนวนประมาณ 25 สาขา

### สถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19

#### การระบาดระลอกใหม่ (Newly Emerging)

มาตรการล็อกดาวน์จังหวัดสมุทรสาคร ระหว่างวันที่ 19 ธันวาคม 2563 - 31 มกราคม 2564 ได้ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในไตรมาส 1 ไม่มากนัก

#### การระบาดระลอก 3 (Re-Emerging) ไตรมาส 2

วันที่ 18 เมษายน 2564 ได้มีประกาศกำหนดพื้นที่ควบคุมสูงสุดจำนวน 6 จังหวัดพื้นที่สีแดง บริษัทอยู่ในช่วงเฝ้าระวังสถานการณ์อย่างใกล้ชิด ซึ่งทางรัฐบาลไม่ได้ประกาศปิดศูนย์การค้า แต่จะมีผลกระทบเล็กน้อยในบางสาขาที่ผู้ป่วย Covid-19 เดินทางมายังร้าน ซึ่งด้วยมาตรการที่บริษัทได้วางไว้ ทำให้สามารถปิดร้าน 1-3 วัน เพื่อทำความสะอาด และโยกพนักงานจากสาขาอื่น ให้มาทำงานแทนพนักงานสาขาที่ต้องถูกกักบริเวณ โดยนอกจากพื้นที่ควบคุมสูงสุดต่างจังหวัดได้รับผลกระทบน้อยมาก ซึ่งบริษัทมีร้านค้าที่อยู่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 25 ที่เหลือจะเป็นร้านค้าที่อยู่ต่างจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 75

### ภาพรวมผลการดำเนินงานในไตรมาส 1/2564

ผลประกอบการของบริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) และบริษัทย่อยตามงบการเงินรวม ในไตรมาส 1/2564 เปรียบเทียบกับผลประกอบการงวดเดียวกันของปี 2563 เป็นดังนี้

- รายได้รวม เท่ากับ 11,989.0 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.3
- กำไรขั้นต้น เท่ากับ 1,558.3 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.8
- กำไรส่วนของบริษัทใหญ่ เท่ากับ 565.6 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 96.5

### งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (งบการเงินรวม)

	ไตรมาส 1/2564		ไตรมาส 1/2563		เปรียบเทียบ YoY%
	ลบ.	%	ลบ.	%	
รายได้จากการขายและการให้บริการ	11,963.3	99.8%	8,143.2	99.4%	46.9%
ต้นทุนขายและการให้บริการ	10,405.1	86.8%	7,020.2	85.7%	48.2%
กำไรขั้นต้น	1,558.2	13.0%	1,123.0	13.7%	38.8%
รายได้อื่น	2.6	0.0%	3.3	0.0%	(22.0%)
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	23.1	0.2%	49.1	0.6%	(52.9%)
<b>รายได้รวม</b>	<b>11,989.0</b>	<b>100.0%</b>	<b>8,195.6</b>	<b>100.0%</b>	<b>46.3%</b>
ค่าใช้จ่ายในการขาย	682.9	5.7%	618.8	7.6%	10.4%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	202.3	1.7%	186.3	2.3%	8.5%
ขาดทุน (กำไร) จากอัตราแลกเปลี่ยน - สุทธิ	(3.9)	(0.0%)	(0.0)	(0.0%)	31,081.0%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	702.6	5.9%	370.3	4.5%	89.8%
ต้นทุนทางการเงิน	9.2	0.1%	17.6	0.2%	(47.4%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	693.4	5.8%	352.7	4.3%	96.6%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	128.2	1.1%	66.4	0.8%	93.2%
กำไรสุทธิ	565.2	4.7%	286.3	3.5%	97.4%
กำไรส่วนของบริษัทใหญ่	565.6	4.7%	287.9	3.5%	96.5%

### รายได้จากการขายและการให้บริการ

ณ สิ้นไตรมาส 1/2564 ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัท มีทั้งหมด 920 สาขา แบ่งเป็น BaNANA 318 สาขา Studio7 107 สาขา KingKong Phone 92 สาขา True Shop by Com7 122 สาขา แฟรนไชส์ 108 สาขา BKK 50 สาขา iCare 28 สาขา และอื่นๆ 95 สาขา โดยมีการขยายเพิ่มจากปีที่แล้วรวม 132 สาขา (ณ สิ้นไตรมาส 1/2563 : 788 สาขา) บริษัทได้แบ่งประเภทช่องทางจำหน่ายเป็น 2 ประเภท ดังนี้

**โครงสร้างรายได้แยกตามกลุ่มธุรกิจ**

กลุ่มธุรกิจ	ไตรมาส 1/2564		ไตรมาส 1/2563		เปรียบเทียบ YoY%
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	
ธุรกิจค้าปลีก	11,213	94%	7,597	93%	48%
ช่องทางจำหน่ายอื่นๆ	750	6%	546	7%	37%
<b>รายได้จากการขายและการให้บริการ</b>	<b>11,963</b>	<b>100%</b>	<b>8,143</b>	<b>100%</b>	<b>47%</b>

**1. ธุรกิจค้าปลีก**

ในปีที่ผ่านมาถึงแม้ว่าจะมีสถานการณ์ COVID-19 ยอดขายรายสาขาไม่ว่าจะเป็นแบบสาขาที่มีอยู่หรือสาขาใหม่ ก็ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตัวเลข Same Store Sale Growth เติบโตได้ดี จึงทำให้บริษัทยังคงทำการขยายสาขาเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นและให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ซึ่งการมีหน้าร้านที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการซื้อสินค้าและการเข้ารับบริการ ทั้งนี้ในแผนงานบริษัทยังคงมีแผนขยายสาขาในทุกปีในรูปแบบทั้งที่อยู่ห้างหรือ StandAlone นอกห้าง โดยยังคงเน้นทำเลที่ดีและค่าเช่าที่เหมาะสม จึงทำให้บริษัทได้เปรียบในเรื่องของการเข้าถึงของลูกค้าและภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ

ในด้านสินค้าบริษัทมียอดขายเติบโตในทุกกลุ่ม โดยเฉพาะในส่วนของ iPhone12 ที่เปิดตัวช้ากว่าในรุ่นก่อนและได้ผลตอบรับที่ดีมาก จึงส่งผลให้ไตรมาสนี้ยังได้รับแรงหนุนจนทำให้ยังคงมียอดขายในไตรมาสนี้ที่ดี และในส่วนสินค้าอื่นๆไม่ว่าจะเป็น Notebook หรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการ Work from Home, Learn from Home และครีบท โต้ ก็ทำให้สินค้ามีความต้องการเป็นอย่างมาก บริษัทจึงเร่งในการจัดหาสินค้าและบริหารสินค้าคงเหลือเพื่อให้เพียงพอกับยอดขายและสาขาที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้บริษัทยังคงควบคุมสินค้าล้าสมัยได้ดีซึ่งส่วนมากจะเป็นสินค้า Demo โดยมีการจัดอีเวนต์ต่างๆ และ BaNANA Outlet เพื่อขายสินค้าดังกล่าว จึงเห็นได้ว่าในแง่มุมมองสินค้าเพื่อเตรียมไว้ขายและสินค้าคงคลัง บริษัทยังคงมีการบริหารจัดการได้เป็นอย่างดี

**2. ช่องทางจำหน่ายอื่นๆ**

ยอดขายจากช่องทาง Online ยังคงเป็นช่องทางที่บริษัทให้ความสำคัญและยังมีการเติบโตตามตลาด e-Commerce ในกลยุทธ์บริษัทยังคงเน้นในส่วนการคัดเลือกสินค้าและมีการจัดกิจกรรมร่วมกับ Marketplace ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่ออกมาใหม่หรือโปรโมชันตามอีเวนต์ ทั้งในส่วนของ Website บริษัท www.bnn.in.th ก็มีการปรับปรุงประสิทธิภาพและยังคงมีลูกค้าเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าจดจำและได้มาซื้อสินค้าต่อเนื่องที่ทางสาขาด้วย จึงเห็นได้ว่าบริษัทมีการพัฒนาระบบเพื่อเชื่อมโยงในส่วนของการค้าปลีกและ Online ตามแบบ Omni Channel ที่บริษัทได้วางแผนนโยบายไว้เป็นอย่างดี

**กำไรขั้นต้น**

กำไรขั้นต้นของสำหรับไตรมาส 1/2564 เท่ากับ 1,558.2 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปี 2563 เท่ากับ 435.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 38.8 และในส่วนอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 1 ปี 2564 เท่ากับ ร้อยละ 13.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปี 2563 เท่ากับร้อยละ 13.7 สาเหตุลดลงเนื่องมาจากการขายสินค้าในกลุ่ม iPhone ที่มีการขายเป็นสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้ในส่วนจำนวนเงินก็เทียบได้ว่าบริษัทมีกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นดีมากเพราะยังคงเน้นในส่วนของการขายอุปกรณ์ฟวงและการเปิดเบอร์

**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร**

ค่าใช้จ่ายในการขายในไตรมาส 1/2564 เท่ากับ 682.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปี 2563 เท่ากับ 64.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.4 เพิ่มขึ้นตามยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้สัดส่วนเมื่อเทียบกับยอดขายโดยรวมลดลงเหลือร้อยละ 5.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปี 2563 ที่ร้อยละ 7.6 เนื่องจากบริษัทมีการควบคุมค่าใช้จ่ายและปรับขั้นตอนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

ในส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับไตรมาส 1/2564 เท่ากับ 202.3 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันปี 2563 เท่ากับ 16.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.5 เนื่องด้วยในปีนี้มีบริษัทมีการตั้งสำรองค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานจากผลกระทบโควิดซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นเฉพาะในไตรมาสนี้จำนวน 12 ล้านบาท นอกนั้นบริษัทยังคงมีการควบคุมจัดการค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้ดี

### ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนทางการเงินสำหรับไตรมาส 1/2564 เท่ากับ 9.2 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันปี 2563 เท่ากับ 8.3 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 47.4 จากการที่บริษัทมีการบริหารเงินสดและมีการสำรองเพื่อได้รับดอกเบี้ยกัณฑ์ที่ต่ำลง

### กำไรส่วนของบริษัทใหญ่

กำไรส่วนของบริษัทใหญ่สำหรับไตรมาส 1/2564 เท่ากับ 565.6 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 4.7 ต่อรายได้รวม เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันปี 2563 เท่ากับ 277.7 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 96.5 โดยจากทุกข้อที่กล่าวมาในข้างต้น

โดยบริษัทยังคงมีกำไรเติบโตอย่างต่อเนื่องแม้จะอยู่ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เนื่องจากสินค้า IT ปัจจุบันถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิต ในรูปแบบการสื่อสาร การทำงาน และ Lifestyle ประกอบกับบริษัทได้มีการปรับกลยุทธ์ในการขายรวมไปถึงการจัดการบริหารสินค้าอย่างใกล้ชิด การควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ จึงทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทจะยังคงเติบโตได้อย่างยั่งยืนและทำตามเป้าหมายในปีนี้

### งบแสดงฐานะการเงิน (งบการเงินรวม)

	ไตรมาส 1/2564		ปี 2563	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	602.2	5.5%	872.2	9.5%
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน	1,005.2	9.2%	249.2	2.7%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	921.9	8.5%	864.3	9.4%
สินค้าคงเหลือ	4,715.3	43.4%	3,664.4	39.8%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	248.0	2.3%	210.6	2.3%
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>7,492.6</b>	<b>68.9%</b>	<b>5,860.7</b>	<b>63.7%</b>
เงินลงทุนในการร่วมค้า	696.5	6.4%	675.0	7.3%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	528.5	4.9%	505.7	5.5%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	1,219.0	11.2%	1,265.2	13.7%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	936.0	8.6%	900.1	9.8%
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>3,380.0</b>	<b>31.1%</b>	<b>3,346.0</b>	<b>36.3%</b>
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>10,872.6</b>	<b>100.0%</b>	<b>9,206.7</b>	<b>100.0%</b>
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,712.1	15.7%	1,282.5	13.9%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	3,069.8	28.2%	2,464.4	26.8%
หนี้สินสิทธิการใช้	498.0	4.6%	498.1	5.4%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	287.9	2.6%	184.9	2.0%
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>5,567.8</b>	<b>51.2%</b>	<b>4,429.9</b>	<b>48.1%</b>
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>	<b>870.4</b>	<b>8.0%</b>	<b>906.0</b>	<b>9.9%</b>
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>6,438.2</b>	<b>59.2%</b>	<b>5,335.9</b>	<b>58.0%</b>
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>4,434.4</b>	<b>40.8%</b>	<b>3,870.8</b>	<b>42.0%</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>10,872.6</b>	<b>100.0%</b>	<b>9,206.7</b>	<b>100.0%</b>

**สินทรัพย์รวม**

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 10,872.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,665.9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.1 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ ด้านรายการอื่นๆ ที่สำคัญมีรายละเอียดดังนี้

**เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด**

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 602.2 ล้านบาท ลดลง 270.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 31.0 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 เป็นไปตามที่บริษัทจัดสรรเงินสดให้เหมาะสมกับการใช้หมุนเวียนของแต่ละช่วงเวลา

**สินค้าคงเหลือ**

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 4,715.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,050.9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 28.7 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 จากที่บริษัทบริหารปริมาณสินค้าให้มีเพียงพอเหมาะสมต่อการขายและการขยายสาขาที่เพิ่มขึ้น

**หนี้สินรวม**

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 6,438.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,102.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20.7 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจากเงินกู้ยืมระยะสั้นและเจ้าหนี้การค้า ด้านรายการอื่นๆ ที่สำคัญมีรายละเอียด ดังนี้

**เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน**

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 1,712.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 429.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 33.5 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563จากการสั่งซื้อสินค้าให้เพียงพอต่อการค้า

**เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น**

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 3,069.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 605.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.6 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 จากการสั่งซื้อสินค้าให้เพียงพอต่อการค้า

**อัตราส่วนสภาพคล่อง**

สภาพคล่องของบริษัทโดยหลักมาจากความสามารถในการหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ การเรียกชำระเงินของลูกหนี้การค้า และการชำระเงินคืนเจ้าหนี้การค้า สำหรับไตรมาส 1 ในปี 2564 และ ปี 2563 มีรายละเอียดดังนี้

อัตราส่วนสภาพคล่อง	หน่วย	ไตรมาส 1/2564	ปี 2563
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	7	9
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	วัน	36	48
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย	วัน	24	33
วงจรเงินสด	วัน	19	24

- ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย : ในไตรมาส 1/2564 บริษัทมีระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ยลดลง จากยอดขายที่เพิ่มมากขึ้นกว่าค่าเฉลี่ยในปี 2563
- ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย : ในไตรมาส 1/2564 บริษัทมีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยลดลง จากความต้องการลูกค้าที่มีต่อสินค้าจึงทำให้ขายสินค้าได้เร็วขึ้น
- ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย : ในไตรมาส 1/2564 บริษัทมีระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยลดลงจากรอบจ่ายเงินปกติที่ถึงกำหนดชำระตามก่อนรอบงบการเงิน

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ Com7  
 ir@comseven.com หรือ โทร +66 2017 7777 ต่อ 7710