

บทที่ 4

ข้อมูลทั่วไปของหลักทรัพย์

การศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ ซึ่งเป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าตามราคาตลาดและมี Free float สูงสุด จำนวน 10 หลักทรัพย์ ตั้งแต่ วันที่ 4 มกราคม 2548 ถึงวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2550 รวมทั้งสิ้น 157 สัปดาห์ ได้แก่ บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิส เซส จำกัด (มหาชน), บริษัท อาดามัส อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), บริษัท โกลด์ไฟน์ แมนูแฟกเจอร์ส จำกัด (มหาชน), บริษัท บีซิเนสออนไลน์ จำกัด (มหาชน), บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน), บริษัท เซอร์วิวด์ เคมิคอล จำกัด (มหาชน), บริษัท ไทยมิตชวา จำกัด (มหาชน), บริษัท แอล.วี.เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) และบริษัท บรัคเคอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

4.1 หลักทรัพย์ UMS

ชื่อบริษัท	บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิส เซส จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจ	นำเข้าถ่านหิน
ที่ตั้งสำนักงาน	อาคาร พี.เอส.ทาวเวอร์ ชั้น 24, 36/83 ซอยสุขุมวิท 21 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขต วัฒนา กทม.

4.1.1 ความเป็นมา

บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิส เซส ก่อตั้งขึ้น วันที่ 17 มีนาคม 2537 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ผู้ถือหุ้นช่วงก่อตั้ง ประกอบไปด้วยบริษัท ยูนิคแก๊ส แอนด์ ปีโตรเคมีคัลส์ จำกัด (มหาชน) กับ นายสมบูรณ์ สิริไพบูลย์พงศ์ ต่อมาในเดือนพฤษภาคม 2545 ปรากฏว่าบริษัท ไทยอินดัสเทรียลแก๊ส จำกัด หรือ TIG ได้เข้ามาซื้อหุ้นทั้งหมดจากบริษัท ยูนิคแก๊ส แอนด์ ปีโตรเคมีคัลส์ หรือ UGP และเพิกถอน UGP ออกจากตลาดหลักทรัพย์ฯ ดังนั้น ทางบริษัท TIG จึงขายหุ้นร้อยละ 40.61 ที่ถืออยู่ใน UGP ให้กับนายไพบูลย์ เฉลิมทรัพย์ากร ส่งผลให้นายไพบูลย์เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในบริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิส เซส ในสัดส่วนร้อยละ 51

4.1.2 ประเด็นการลงทุนที่น่าสนใจ

บริษัทเป็นผู้ประกอบการนำเข้าและจัดจำหน่ายถ่านหินคุณภาพดีประเภทบิทูมินัส กับซัพพลายเออร์จากประเทศอินโดนีเซีย โดยกลุ่มลูกค้าของบริษัทจะแบ่งเป็น 2 ส่วนด้วยกันคือ 1. กลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีการใช้ถ่านหินเป็นพลังงานเชื้อเพลิงจำนวนมาก อาทิ โรงไฟฟ้า หรือโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในกลุ่มนี้บริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 5 เนื่องจากผู้ประกอบการมีความสามารถที่จะนำเข้าถ่านหินเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงได้เอง แต่จะมีบางครั้งที่ซื้อจากบริษัทเป็นล๊อต ๆ 2. กลุ่มผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมรายกลางและรายเล็ก ถือเป็นลูกค้าหลักของบริษัท ในกลุ่มนี้บริษัทถือครองส่วนแบ่งทางการตลาดสำหรับโรงงานที่ใช้ถ่านหินเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตสินค้ามากกว่าร้อยละ 90 ของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กที่ใช้ถ่านหินทั้งหมด โดยบริษัทพร้อมที่จะขยายฐานลูกค้าออกไป จากปัจจุบันที่มีลูกค้าอยู่ประมาณ 80 รายทั่วประเทศ และตั้งเป้าขยายฐานลูกค้าให้มากกว่า 100 รายในอีก 2 ปี ข้างหน้า

จากการขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง บริษัทมีลูกค้ามากกว่า 300 ราย เพิ่มขึ้นจากปลายปี 2549 ที่มีลูกค้าอยู่ 170 ราย จากจุดเด่นในด้านราคาเชื้อเพลิงต่อค่าความร้อนของถ่านหิน ที่ต่ำกว่าน้ำมันเตา ประมาณ 3 เท่า ส่งผลให้ลูกค้าหันมาใช้ถ่านหินเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยบริษัททำการคัดเลือกและปรับปรุงคุณภาพถ่านหินให้เหมาะสมกับหม้อไอน้ำของแต่ละโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการเผาผลาญเชื้อเพลิง โดยกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมกระดาษ อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ และอุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นต้น บริษัทมีเป้าหมายที่จะมีรายได้เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 30 ต่อปี

ขณะนี้บริษัทอยู่ระหว่างการสร้างคลังสินค้าใหม่และท่าเทียบเรือ ที่อำเภอสวนส้ม จังหวัดสมุทรสาคร โดยจะช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งในกระบวนการผลิต ประมาณ 40-50 บาทต่อตัน คาดว่า จะแล้วเสร็จในช่วงกลางปี 2551 นอกจากนี้บริษัทได้ซื้อที่ดินที่อำเภอ นครหลวง จังหวัด อัญญา เพื่อสร้างเป็นคลังสินค้า และท่าเทียบเรือสำหรับจัดส่งถ่านหินให้กับลูกค้าในภาคเหนือ ภาคกลาง ตอนบน ภาคอีสาน และลูกค้าในแถบนั้น ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งทางบกลง

สำหรับโครงการผลิตถ่านอัดก้อน (Coal Briquette) บริษัทได้นำถ่านหินฝุ่นมาอัดก้อนและเติมสารเคมี เพื่อให้มีคุณสมบัติตามที่ลูกค้าต้องการ โดยถ่านหินก้อนสามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับถ่านหิน อีกทั้ง โครงการแปลงถ่านหินเป็นก๊าซ (Coal Gasification) บริษัทได้ร่วมมือกับกองทุนพลังงานทดแทนในการดำเนินโครงการร่วมกัน โดยจะขยายตลาดถ่านหิน ไปยังอุตสาหกรรมการผลิตกระเบื้อง อุตสาหกรรมผลิตแก้ว เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันใช้ก๊าซ LPG และก๊าซ NGV ในการผลิต

4.1.3 ผลการดำเนินงาน

บริษัทประกาศผลการดำเนินงานประจำปี 2550 มีกำไรสุทธิ 364 ล้านบาท คิดเป็นกำไรต่อหุ้น 2.60 บาท เติบโต 110% yoy สูงสุดตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทมา โดยผลกำไรที่เติบโตก้าวกระโดดเป็นผลมาจากปริมาณการจำหน่ายถ่านหินที่เพิ่มขึ้นอย่างมากตามฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจาก 170 รายเมื่อปีก่อนหน้าเป็น 350 รายในปัจจุบันทำให้รายได้ทั้งปีมีการเติบโต 78% yoy และการปรับราคาจำหน่ายถ่านหินเพิ่มขึ้นตามราคาถ่านหินที่เพิ่มขึ้นในตลาดโลก ในไตรมาส 4/50 บริษัทรายงานกำไรสุทธิสูงถึง 143 ล้านบาท คิดเป็นกำไรสุทธิ 1.02 บาท เพิ่มขึ้นถึง 243% yoy ซึ่งเป็นผลมาจากปริมาณการจำหน่ายถ่านหินที่เพิ่มขึ้นมากจากการจำหน่ายให้กับลูกค้ารายใหญ่ค่อนข้างมาก (ประมาณ 50% ของปริมาณการจำหน่ายในไตรมาส 4/50), ราคาจำหน่ายถ่านหินเฉลี่ยที่ปรับเพิ่มขึ้นประมาณ 10% และการเริ่มจำหน่ายถ่านหินอัดก้อนเป็นไตรมาสแรก ซึ่งทำให้บริษัทสามารถรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นที่ 32% ได้

จากจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นมากทำให้ปริมาณการจำหน่ายถ่านหินในปีนี้จะเพิ่มขึ้น 21% เป็น 1.5 ล้านตัน, ราคาจำหน่ายเฉลี่ยทั้งปีจะเพิ่มขึ้นประมาณ 25% yoy, การเปิดใช้คลังสินค้าใหม่พร้อมท่าเทียบเรือที่สวนส้ม(สมุทรสาคร) ซึ่งสามารถเก็บสต็อกถ่านหินได้ประมาณ 3 แสนตันและนครหลวง (อยุธยา) ซึ่งสามารถเก็บสต็อกถ่านหินได้ 3-4 แสนตัน รองรับการขายตัวของกรจำหน่ายถ่านหินและลดต้นทุนการขนส่งได้ประมาณ 40-50 บาท/ตัน (ประมาณ 60-70 ล้านบาท/ปี) และการเริ่มจำหน่ายถ่านหินอัดก้อนได้เต็มในเดือนละประมาณ 15,000 ตัน ทำให้คาดว่าบริษัทจะทำกำไรในปีนี้ได้ 497 ล้านบาท คิดเป็นกำไรต่อหุ้น 2.37 บาท (fully-diluted) เติบโต 37% yoy โดยเราเชื่อว่าบริษัทจะสามารถทำกำไรในไตรมาส 1/51 ได้สูงสุดเป็นประวัติการณ์ มากกว่าไตรมาส 4/50 อีก (บริษัท ยูนิค ไมนิ่ง เซอร์วิส จำกัด (มหาชน), 2550 : ออนไลน์)

4.2 หลักทรัพย์ ADAM

ชื่อบริษัท	บริษัท อาดามัส อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจ	ธุรกิจสื่อ ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนต์และธุรกิจเทคโนโลยี
ที่ตั้งสำนักงาน	เลขที่ 719 ชั้น 15 อาคาร KPN ถนนพระรามเก้า แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320

4.2.1 ความเป็นมา

ชื่อเดิม บริษัท อาร์ เค มีเดีย โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) หรือ RK จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2545 เพื่อประกอบธุรกิจสื่อวิทยุ บริษัทได้ปรับโครงสร้างผู้ถือหุ้นใหม่ เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2549 และได้ลด

การพึ่งพิงรายได้จากสื่อวิทยุ โดยหันมามุ่งเน้นสื่อประเภทอื่น เช่น โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต ฯลฯ

ก่อนหน้านี้ ADAM มีรายได้จากธุรกิจวิทยุถึง 80% และมีคลื่นในสังกัดทั่วประเทศถึง 32 คลื่น แต่เนื่องจากมีผลประกอบการที่ขาดทุนอย่างต่อเนื่อง จึงได้ปรับปรุงการบริหารงาน โดยเปลี่ยนผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และผู้บริหารตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมปี 2549 และปรับเปลี่ยนโครงสร้างธุรกิจทั้งหมดด้วยการขายบริษัทย่อยบางแห่งออกไป และซื้อกิจการใหม่ ๆ เข้ามาเสริม อีกทั้งยังได้เปลี่ยนชื่อจาก บมจ. อาร์ เค มีเดีย เป็น บมจ. อาคามัส อินคอร์ปอเรชั่น (ADAM) โดยตั้งเป้าหมายว่าจะเน้นธุรกิจที่มีความทันสมัย เกี่ยวข้องกับกีฬาและบันเทิง ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่ของวัยรุ่น ปัจจุบัน ADAM มีธุรกิจ 4 ประเภท คือ

- 1) บริษัท อาคามัส มีเดีย เป็นบริษัทที่มีอยู่เดิมของ ADAM แต่ได้เพิ่มธุรกิจส่วนบันเทิงที่อิงกับวิถีชีวิตของวัยรุ่น เช่น คอนเสิร์ต และกิจกรรมทางการตลาด
- 2) บริษัท แอปโซลูท อิมแพค (AI) ทำธุรกิจโฆษณาภายในอาคาร (Instore Media) คือจอโทรทัศน์ภายในห้างสรรพสินค้า
- 3) บริษัท สไมล์ อินเตอร์แอกทีฟ มี 2 ธุรกิจภายใต้การบริหารงาน คือ
 - ธุรกิจ Mobile Marketing คือ การทำการตลาดบนโทรศัพท์มือถือ เช่น การส่ง SMS ของเพลง โหวต ส่งข่าว เป็นต้น
 - ธุรกิจ Internet Solution ให้บริการดูแลการเข้าพื้นที่เว็บไซต์ ดูแลเซิร์ฟเวอร์ของเว็บไซต์ขนาดใหญ่ต่าง ๆ เช่น www.pantip.com เป็นต้น
- 4) บริษัท เอเชียบิซ โซลูชั่น เป็นธุรกิจที่ ADAM เลือกลงมาเพื่อกระจายความเสี่ยงไปยังธุรกิจอื่น เพราะผู้บริหารมีความถนัดเรื่องซอฟต์แวร์อยู่แล้ว จึงให้ความสนใจลงทุน โดยบริษัทนี้จะรับพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านบัญชีและทรัพยากรบุคคลและจำหน่ายให้กับองค์กรระดับ SMEs ขึ้นไป

4.2.2 ประเด็นการลงทุนที่น่าสนใจ

ADAM ได้รับอานิสงค์จากการรับรู้รายได้ผ่านบริษัทย่อย โดยมีแผนจะนำ บริษัท แอปโซลูท อิมแพค จำกัด (AI) เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ในอีก 1-2 ปี เนื่องจากแนวโน้มผลประกอบการบริษัทดังกล่าวจะเริ่มโดดเด่นในช่วงเวลาที่เหลือด้วยอัตราขยายตัวสูง ซึ่งถือเป็นรายได้อีกทางหนึ่งจากการเป็นบริษัทโฮลดิ้ง

AI ได้เซ็นสัญญาจ้างงานจัดทำสื่อโฆษณา 3 มิติ กับเดอะมอลล์กรุ๊ป ซึ่งจะรับผิดชอบโฆษณาเกือบทุกจุด เช่น บันไดเลื่อน ลิฟต์ ชั้นวางสินค้า และอื่นๆ โดยมีรายเฉลี่ยเข้ามาไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท

บาทต่อปี ซึ่งเริ่มทยอยรับรู้ตั้งแต่ไตรมาส 4/2550 ส่วนการจัดระบบทำสื่อโฆษณาทางจอให้กับห้าง
อื่นๆ คาดว่า จะมีรายได้เข้ามาจากการติดตั้งสื่อดังกล่าวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 200 ล้านบาทต่อปี และจะ
รับรู้รายได้ทันที

ผลดีจากการลดสัดส่วนเงินลงทุนในธุรกิจวิทยุตั้งแต่กลางปี 2550 และหันมาทำธุรกิจสื่อ
โฆษณา คอนเสิร์ต นวัตกรรม และ Computer software คาดว่าผลประกอบการจะดีขึ้นตามลำดับ จึง
ถือว่า ADAM เป็นหุ้น Turnaround ที่น่าจะโดดเด่นที่สุดเมื่อเทียบกับบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรม
เดียวกัน

ปี 2551 มีแผนจัดคอนเสิร์ตใหญ่จากศิลปินในภูมิภาคเอเชีย โดยปรับขนาดการจัดคอนเสิร์ต
ให้เล็กลงเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานและสร้างผลกำไรได้ชัดเจนมากขึ้น

4.2.3 ผลการดำเนินงาน

ไตรมาส 4 ปี 2550 เป็นไตรมาสแรกที่กลุ่มบริษัทสามารถมีกำไร หลังจากการขาดทุน
ติดต่อกัน 10 ไตรมาส (ตั้งแต่ยังเป็น RK) โดยกลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิ 5.44 ล้านบาท และสามารถ
ล้างขาดทุนสะสมในตัว ADAM ได้หมดสิ้นตามที่ได้ประเมินไว้ก่อนหน้านี้ ในส่วนของผล
ประกอบการทั้งปีที่ยังติดลบอยู่เนื่องจากผลขาดทุนในครึ่งปีแรกเป็นสำคัญ แต่ขาดทุนสุทธิลดลง
จาก 140.82 ล้านบาทในปีก่อน ลดลงเหลือ 47.73 ล้านบาทในปีนี้ หรือขาดทุนลดลงจำนวน 93.09
ล้านบาท คิดเป็น 66.11%

กลุ่มอคาเดมีส ซึ่งประกอบด้วยบริษัทย่อย 4 แห่ง คือ AM, AI, Smile, AsiaBiz วางแผนงาน
ธุรกิจโดยมีเป้าหมายคือ ผลประกอบการยอดขายจะต้องเพิ่มขึ้นจาก 280 ล้านบาทในปี 2007 เป็น 650
ล้านบาทในปี 2008 โดยรายได้จะเกิดจาก AM ประมาณ 300-350 ล้านบาท จาก AI ประมาณ 230-250
ล้านบาท สองบริษัทหลักนี้รวมกันประมาณมากกว่า 550 ล้านบาท ในส่วนของ AM (Adamas Media ซึ่ง
กำลังทำการเปลี่ยนชื่อเป็น Adamas World) จะเพิ่มธุรกิจอีก 2 ส่วนจากเดิมที่ทำคอนเสิร์ตและจัด
งานยูทิลิตี้ มาเพิ่มธุรกิจบริหารคอนเสิร์ต FA Cup และบริหารสิทธิภาพยนต์ไทย 2 เรื่องในปี
รายได้เกือบทั้งหมดของ AM จะเข้ามาในครึ่งปีหลังของ 2008 และ AI ก็จะเดินหน้าขยาย Network
สื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งขยายสื่อเข้าไปยังมหาวิทยาลัยอีก 10 แห่ง (ซึ่งขณะนี้เซ็นสัญญาไป
แล้ว 5 มหาวิทยาลัย ซึ่งรวมถึงกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) และทีมงานก็ได้ตั้งเป้าหมายการเติบโต
ของยอดขายกว่า 100% ซึ่งรายได้ของ AI จะกระจายเข้ามาเรื่อยๆ ตลอดปี รวมทั้งเติบโตเรื่อยๆ ใน
ทุกๆ เดือน ตามการขยายเครือข่ายโฆษณา สำหรับ Smile ที่ให้บริการวิทยุออนไลน์ ทางเว็บไซต์
www.radio.in.th ซึ่งปัจจุบันถือเป็นวิทยุออนไลน์อิสระอันดับ 1 ของประเทศ ซึ่งที่ผ่านมามีผู้เข้าใช้
บริการประมาณ 1 แสนคนต่อวัน โดยสร้างอัตรากำไรขั้นต้นได้สูงถึง 80% เพราะมีต้นทุนการ

ดำเนินงานไม่สูงนักและยังมีแนวโน้มขยายตัวขึ้นมาก ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นรายได้หลักของบริษัทได้ในอนาคต ส่วน AsiaBiz เป็นธุรกิจที่ ADAM เลือกลงมาเพื่อกระจายความเสี่ยงไปยังธุรกิจอื่น เพราะผู้บริหารมีความถนัดเรื่องซอฟต์แวร์อยู่แล้ว จึงให้ความสนใจลงทุน โดยบริษัทนี้จะรับพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านบัญชีและทรัพยากรบุคคลและจำหน่ายให้กับองค์กรระดับ SMEs ขึ้นไป จึงเชื่อว่าธุรกิจนี้จะมีอัตราการเติบโตสูงตามธุรกิจ SMEs ได้

อนึ่งบริษัทสมาชิกสมาคมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์คาดการณ์ว่า ADAM จะมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดเป็น 41 ล้านบาทในปี 2551 คิดเป็นกำไรต่อหุ้นเฉลี่ย 0.15 บาท (บริษัท บริษัท อาคัมส์ อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), 2550 : ออนไลน์)

4.3 หลักทรัพย์ GFM

ชื่อบริษัท	บริษัท โกลด์ไฟน์ แมนูแฟกเจอร์ส จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจ	ผลิตและส่งออกเครื่องประดับอัญมณี
ที่ตั้งสำนักงาน	291 หมู่ 4 เขตอุตสาหกรรมส่งออก 3 นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ถนน ฉลองกรุง แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง กทม. 10520

4.3.1 ความเป็นมา

บมจ. โกลด์ไฟน์ แมนูแฟกเจอร์ส (GFM) เป็นผู้ผลิตและส่งออกเครื่องประดับอัญมณี ภายใต้เครื่องหมายการค้าของลูกค้า บริษัทฯ เป็นผู้รับจ้างผลิตเพื่อส่งออกไปขายยังต่างประเทศทั้งหมด ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีหลายประเภททั้ง แหวน, จี้, ต่างหู, สร้อยคอ, สร้อยข้อมือ และ เข็มกลัด

GFM ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2532 โดยการร่วมทุนระหว่างตระกูลเตชะมาถาวร และ บริษัท เอสเทลส์ จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น) ผลิตภัณฑ์ของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ เครื่องประดับอัญมณีบนตัวเรือนทอง (ทอง 8k -18k) และเครื่องประดับบนตัวเรือนเงิน ราคาระดับปานกลางถึงระดับสูง โดยสัดส่วน 60% บริษัทออกแบบเอง และ 40% ผลิตตามแบบของลูกค้า ถือได้ว่า GFM เป็นผู้ผลิตเครื่องประดับเงินชั้นนำในประเทศ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทส่วนใหญ่วางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำในต่างประเทศ ร้านเครื่องประดับชั้นนำ (Brand name) ร้านค้าปลอดภาษี (Duty free shop) และบนสายการบินนานาชาติ ทั้งนี้ในปี 2548 บริษัทได้ลงทุนตั้งบริษัท โกลด์ไฟน์ แมนูแฟกเจอร์ส จำกัด (เวียดนาม) เพื่อใช้เป็นฐานการผลิตบางส่วน โดยเน้นการเจาะระยะไบนและเป็นการลดต้นทุนในการผลิต รวมถึงเพื่อรองรับปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือ

4.3.2 ประเด็นการลงทุนที่น่าสนใจ

GFM สามารถสร้างความแตกต่างโดยออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นของตัวเอง เน้นตลาดกลางและบน ทำให้มาร์จิ้นสูงและได้รับผลกระทบน้อยกรณีที่ตลาดชะลอตัว ซึ่งรายได้ขยายตัว 15-20% ต่อปี ปัจจุบันมี D/E เพียง 0.25 เท่า มีความสามารถในการชำระหนี้ 354 เท่า ทำให้สามารถใช้การกู้และเงินสดจากภายในขยายธุรกิจได้ในอนาคต ที่ผ่านมามีบริษัทมีสภาพคล่องสูง โดยมีสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียนสูง 2.24 เท่า ความสามารถในการบริหารลูกหนี้โดยเฉลี่ยประมาณ 81 วัน ซึ่งไม่มากสำหรับธุรกิจส่งออก

ยอดขายของบริษัทแบ่งเป็น ยุโรป 68.92% อเมริกาเหนือ 28.16% เอเชีย 1.47% ออสเตรเลีย 1.39% และอเมริกาใต้ 0.07% โดยบริษัทมีแนวโน้มที่จะขยายตลาดไปยังภูมิภาคในเอเชียเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของสหรัฐ เนื่องในปัญหาซัพไพล์และการที่สหรัฐตัดสิทธิ GSP ไทย จะส่งผลกระทบต่อบริษัทน้อยกว่าอุตสาหกรรมรวม

บริษัทได้เช่าที่ดินในเวียดนาม เนื้อที่ 11,000 ตารางเมตร ระยะเวลาเช่า 40 ปี เพื่อสร้างโรงงานและติดตั้งเครื่องจักรเพื่อรองรับออเดอร์ที่เพิ่มขึ้น

บริษัทมีความเสี่ยงจากความผันแปรของราคาวัตถุดิบ ทองและเงิน ซึ่งวัตถุดิบส่วนใหญ่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ และราคาจะผันผวนตามราคาซื้อขายในตลาดโลก

4.3.3 ผลการดำเนินงาน

บริษัทมีฐานะการเงินที่แข็งแกร่ง ปัจจุบันบริษัทมีอัตราส่วน D/E เพียง 0.25 เท่า ทำให้มีความเสี่ยงทางการเงินต่ำ เนื่องจากไม่มีเงินกู้ระยะยาว สามารถใช้การกู้และเงินสด จากภายในขยายธุรกิจได้เพิ่มขึ้น ในอนาคตที่ผ่านมามีบริษัทมีสภาพคล่องสูง มีสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียนสูง 2.24 เท่า ความสามารถในการบริหารลูกหนี้โดยเฉลี่ยประมาณ 81 วัน ซึ่งไม่มากสำหรับธุรกิจการส่งออกขณะที่การหมุนเวียนค้างคงลดลงจาก 93 วัน เป็น 75 วัน

บริษัทมีการจ่ายปันผลสม่ำเสมอ โดยให้ผลตอบแทนปันผลในระดับสูง : บริษัทมีนโยบายการจ่ายปันผลที่ 40% ของกำไร แต่ที่ผ่านมามีการจ่ายปันผลในอัตราเฉลี่ย 60% ของกำไรสุทธิ และในปีนี้มีบริษัทมีการจ่ายปันผลถึง 65% ของกำไรสุทธิที่ 0.80 บาทต่อหุ้น

ผลประกอบการปี 2550 บริษัทมีกำไรสุทธิ 186 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43% จากปีที่แล้ว ซึ่งเป็นไปตามคาด อีกทั้ง บริษัทมีรายได้รวม 49.50 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 49% จากปีที่แล้ว หรือคิดเป็นเงินบาทที่ 1,702 ล้านบาท

แนวโน้มในอนาคต จะมีการลงทุนขยายฐานการผลิตโดยสร้างโรงงานผลิตในประเทศเวียดนาม : บริษัทลงทุนถือหุ้น 100% (จำนวนเงินลงทุน 1.0 ล้านเหรียญสหรัฐ) ในบริษัท โกลด์

ไพน์ แมนูแฟคเจอร์ส (เวียคนาม) จะใช้เป็นฐานการเจรจาในพลอยให้บริษัท บริษัทนี้ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะ (เวียด นาม) ดอง นาย (ใกล้เมืองโฮจิมินห์) และได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น การยกเว้นภาษีเงินได้เป็นเวลา 4 ปี และการลดอัตราภาษีเงินได้ 50% เป็นเวลาอีก 7 ปี ในปีนี้ไม่มีการใช้เงินลงทุนแต่อย่างใด

หลังจากเปิดดำเนินการธุรกิจในเวียคนามแล้วบริษัทจะมีการขยายตัวจากการเจาะตลาดใหม่ๆ : ในต่างประเทศ ยุโรปตะวันออก และรัสเซีย เพิ่มขึ้น จากเดิมที่บริษัทส่งออกรูยุโรป ในสัดส่วน 70%, สหรัฐอเมริกา 20%, เอเชีย 1-2%, ออสเตรเลีย 2% โดยบริษัทตั้งเป้าการขยายตัวของยอดขายเพิ่มขึ้น 15-20% ต่อปี (บริษัท โกลด์ไพน์ แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด (มหาชน), 2550 : ออนไลน์)

4.4 หลักทรัพย์ BOL

ชื่อบริษัท	บริษัท บีซีเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจ	ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร การวิเคราะห์ และตรวจสอบข้อมูล
ที่ตั้งสำนักงาน	อาคารเอสวีไอเอทาวเวอร์ ชั้น 11, 12, 14, 900/8-10 ถนนพระราม 3 แขวง บางโพงพาง เขตยานนาวา กทม. 10120

4.4.1 ความเป็นมา

จัดตั้งขึ้นเมื่อ 26 เมษายน 2538 เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการข้อมูล ข่าวสาร การวิเคราะห์ และตรวจสอบข้อมูล ซึ่งได้มาจากการรวบรวมข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ และข้อมูลอื่นๆ โดยมีฐานข้อมูลมากกว่า 800,000 บริษัท จากนั้นจะตรวจสอบ วิเคราะห์ จัดเก็บ และบันทึกข้อมูลเพื่อให้บริการผ่านระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ ภายใต้เว็บไซต์ชื่อ www.BOL.co.th นอกจากนี้ บริษัทยังพัฒนา “ระบบ DSS” ซึ่งเป็นบริการในลักษณะ Offline ที่ลูกค้าสามารถผนวกฐานข้อมูลของลูกค้าเข้ากับฐานข้อมูลของบริษัท ทำให้สามารถวิเคราะห์โอกาสในการพัฒนาฐานข้อมูลลูกค้าและการบริหารความเสี่ยง

4.4.2 ประเด็นการลงทุนที่น่าสนใจ

BOL ได้เปิดให้บริการ DSS ซึ่งเป็นระบบที่ช่วยในการวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสของธุรกิจ ปัจจุบันมีลูกค้าที่เป็นธนาคารและหน่วยงานรัฐบาลที่ใช้บริการรวมทั้งสิ้น 6 แห่ง สร้างรายได้ประมาณ 30-35% ของรายได้รวม คาดว่าในอีก 1-2 ปีข้างหน้า ธนาคารที่เหลือจะมาเป็นลูกค้า DSS ของบริษัท ซึ่งจะทำให้รายได้เพิ่มขึ้นอีก 10-20% ขณะที่ค่าใช้จ่ายจะเพิ่มในระดับที่น้อยกว่า ทำให้กำไรเติบโตอยู่ในระดับสูง

พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ “CORPUS” ซึ่งเป็นการปรับปรุงและเพิ่มคุณลักษณะให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่ายและมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกๆกลุ่ม

ฐานข้อมูลส่วนใหญ่ของ BOL เป็นข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) ซึ่งได้รับสัมปทาน 20 ปี จะหมดอายุในเดือนมิถุนายน 2559 (เริ่มสัญญา 4 มิ.ย. 2539) โดยจะประมูลต่อสัมปทานใหม่ซึ่งอาจมีคู่แข่ง นอกจากนี้ยังได้รับมอบหมายจากกรมบังคับคดีเป็นผู้ดำเนินการให้บริการข้อมูลบุคคลล้มละลายออนไลน์ทั่วประเทศและข้อมูลการขายทอดตลาด อายุสัญญา 7 ปี หมดอายุ มกราคม 2556 ต่ออายุได้ 5 ปี โดยค่าใช้จ่ายที่ BOL จ่ายให้กับกระทรวงพาณิชย์และกรมบังคับคดีนั้นจ่ายเป็นรายปี ซึ่งจะบันทึกเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนขาย

4.4.3 ผลการดำเนินงาน

BOL แจ้งผลการดำเนินงานงวดสิ้นปี 50 สำหรับงบการเงินรวมของบริษัท บริษัทและบริษัทย่อยมีกำไรก่อนภาษี 73.84ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.45 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 55.81% เมื่อเทียบกับปีก่อน และมีกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลเท่ากับ 60.26 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.26 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 58.59 % เมื่อเทียบกับปี ก่อน เนื่องจากรายได้รวมในปี 2550 มีรายได้รวมเท่ากับ 265.59 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้น 45.01ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 20.40% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากบริษัทและบริษัทย่อย มีรายได้จากการให้บริการข้อมูลออนไลน์ ซึ่งหมายถึงรายได้ที่เกิดจากการใช้ข้อมูลที่ได้รับจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เท่ากับ 178.03 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 23.20 %เมื่อเทียบกับปีก่อน รวมทั้งรายได้อื่นก็เพิ่มขึ้น ขณะที่ต้นทุนการให้บริการเท่ากับ 126.44 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้น 17.92 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นเท่ากับ 16.51 % เมื่อเทียบกับปีก่อน ต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าแรงงานพนักงานในการพัฒนาระบบ, ต้นทุนค่าซอฟต์แวร์จากการให้บริการลูกค้าในโครงการพิเศษ เป็นต้น ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้นเล็กน้อย อันเป็นผลจากค่าใช้จ่ายด้านการตลาด (บริษัท บีซิเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน), 2550 : ออนไลน์)

4.5 หลักทรัพย์ IRCP

ชื่อบริษัท	บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจ	บริการเทคโนโลยีสารสนเทศแบบครบวงจร
ที่ตั้งสำนักงาน	23/106-108 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กทม. 10320

4.5.1 ความเป็นมา

ก่อตั้งโดยกลุ่มผู้บริหารคนไทย เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2529 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท (เดิมชื่อบริษัท ไออาร์ซี : IRC) เพื่อประกอบธุรกิจด้านบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาและผลิตซอฟต์แวร์ การให้บริการด้านเครือข่ายและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สารสนเทศ ประกอบด้วย 5 สายธุรกิจของบริษัทแม่ กับ 3 บริษัทย่อย เป็นธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยมีโครงสร้างรายได้จากการขายและบริการพร้อมติดตั้ง 73% รายได้จากการขาย 26% รายได้อื่น ๆ 1% เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ (MAI) เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2546 ในนาม บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือไออาร์ซีพี (IRCP) บาท หนึ่งบริษัทยังได้รับรางวัลธรรมมาชิบาลดีเด่น (Good Governance Award) รางวัลที่ 1 ประจำปี 2547 จากสถาบัน ป๊วย อิงภากรณ์ เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2548

4.5.2 ประเด็นการลงทุนที่น่าสนใจ

IRCP ได้เข้าร่วมประมูลงาน โครงการไอทีอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ผูกพันกับความพร้อมด้านประสิทธิภาพ บุคลากร และเทคโนโลยี ส่งผลให้ IRCP มีงานโครงการที่ประเมินได้ (Backlog) ค้างอยู่ในมือตลอดเวลา

รายได้ของผู้ประกอบการ โครงการประมูลภาครัฐจะกลับมาเติบโตในระดับสูงอีกครั้ง ภายหลังจากที่รัฐบาลที่มาจากทางเลือกตั้งเข้ามาบริหารงานและเดินสายสานต่อโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาประเทศให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ในอนาคตประชาชนจะหันมาใช้คอมพิวเตอร์มากยิ่งขึ้น จากปัจจุบันที่มีประชาชนใช้คอมพิวเตอร์อยู่ที่ 11% ซึ่งคาดว่าในปีหน้าการใช้คอมพิวเตอร์จะเพิ่มขึ้น 2 เท่า ของปัจจุบัน เนื่องจากในปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้ประกอบการควรจะมีการปรับตัว เพื่อให้ทันกับเทคโนโลยี

ไตรมาส 4/2550 และปี 2551 IRCP เตรียมเข้าประมูลงานมูลค่า 1.1 หมื่นล้านบาท อาทิงงาน ERP ของบริษัทในไปรษณีย์ไทย มูลค่า 290 ล้านบาท และการประมูลงานของบริษัท กสท. โทรคมนาคม มูลค่า 1,400 ล้านบาท เป็นต้น และหากชนะงานประมูล บริษัทจะทยอยรับรู้รายได้ปี 2551-2552

4.5.3 ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานสำหรับปี 2550 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2550 บริษัทและบริษัทย่อย มีผลขาดทุนสุทธิ 20.06 ล้านบาท จากที่งวดเดียวกันของปีก่อนกำไร 42.44 ล้านบาท ในงบเฉพาะ

บริษัท มีผลขาดทุนสุทธิ 18.80 ล้านบาท ส่วนในงวดเดียวกันของปีก่อน มีผลกำไร 36.19 ล้านบาท เนื่องจากรายได้รวมลดลง 76.32 ล้านบาท มีสาเหตุจากรายได้จากการขายส่วนงานประเภท โครงการ ลดลง 67.37 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในงบการเงินเฉพาะบริษัท จำนวน 119.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.07 ของรายได้รวม ซึ่งในงวดเดียวกันของปี 2549 ค่าใช้จ่ายขายบริหาร เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวมในงบการเงินเฉพาะบริษัท คิดเป็นร้อยละ 12.36 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.71 มีสาเหตุมาจากรายได้ประเภทโครงการน้อยกว่าปี 2549 ทำให้สัดส่วนของค่าใช้จ่ายขายบริหารเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวมมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น

รายได้รวมลดลง 269.80 ล้านบาท มีสาเหตุจากรายได้จากการขายส่วนงานประเภท โครงการ ลดลง 82.57 ล้านบาท โดยรายได้จากการขายสินค้าลดลง 165.79 ล้านบาท มีสาเหตุจากบริษัทย่อย บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด มียอดขายลดลง เนื่องจากบริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด ได้มีการปรับแผนการดำเนินธุรกิจ โดยจะลดการขายสินค้าไอทีประเภททั่วไปลง เช่น Printer แผ่นซีดี ซึ่งมีกำไรต่ำ และคู่แข่งมีจำนวนมาก โดยหันมามุ่งขายสินค้าที่ต้องใช้ความชำนาญและใช้เทคนิคขั้นสูง ซึ่งมีคู่แข่งน้อย และมีกำไรมากกว่า ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2550 ได้ยกเลิกธุรกิจขายสินค้าไอทีประเภททั่วไป ซึ่งจะส่งผลให้สามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้

ผลขาดทุนจากการประกอบการในบริษัทย่อย บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด ซึ่งบริษัทได้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 เป็นธุรกิจที่ดำเนินงานด้านการจัดจำหน่ายสินค้าไอทีทั่วไป ซึ่งมีการแข่งขันสูงมาก ทำให้ผลประกอบการประสพภาวะขาดทุนจำนวน 5.40 ล้านบาท ปัจจุบัน บริษัท ไอที ดิสทริบิวชั่น จำกัด ได้มีการปรับแผนการดำเนินธุรกิจ

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในงบการเงินรวม จำนวน 148.23 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.77 ของรายได้รวม ซึ่งในงวดเดียวกันของปี 2549 ค่าใช้จ่ายขายบริหาร เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวมในงบการเงินรวม คิดเป็นร้อยละ 11.74 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.03 มีสาเหตุมาจากรายได้ประเภทโครงการน้อยกว่า งวดเดียวกันของปีก่อน ทำให้สัดส่วนของค่าใช้จ่ายขายบริหารเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวมมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น (บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), 2550 : ออนไลน์)

4.6 หลักทรัพย์ ILINK

ชื่อบริษัท	บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจ	จำหน่ายสายสัญญาณและรับเหมาวางระบบเคเบิล และไฟเบอร์ออฟติก
ที่ตั้งสำนักงาน	48/28 ซอยรุ่งเรือง ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กทม. 10310

4.6.1 ความเป็นมา

จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2538 เพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายสายสัญญาณและรับเหมาวางระบบเคเบิลและไฟเบอร์ออฟติก โดยแบ่งธุรกิจเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจจัดจำหน่าย โดยเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายและนำเข้าอุปกรณ์ข่ายสาย สัญญาณคอมพิวเตอร์สื่อสาร (Cabling) เช่น สาย Fiber Optic, สาย Lan, สายโทรศัพท์, สาย CCTV ยี่ห้อ AMP, LINK และ INTERLINK ธุรกิจวิศวกรรม งานออกแบบติดตั้งระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์และสื่อสาร โทรคมนาคม และสานโครงการเกี่ยวกับ สายเคเบิล ธุรกิจเทเลคอม โดยตั้งบริษัทย่อย มุ่งศึกษาและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อธุรกิจสื่อสารและโครงการเคเบิลพิเศษ กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทได้แก่ ผู้แทนจำหน่ายและผู้รับเหมา และลูกค้าองค์กร ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

4.6.2 ประเด็นการลงทุนที่น่าสนใจ

รุกเข้าสู่ธุรกิจใหม่อย่างต่อเนื่อง ทั้งธุรกิจเคเบิลใต้น้ำ (SUBMARINE CABLE) สายสัญญาณ CCTV และยังคงขยายฐานลูกค้าไปยังภาคเอกชน ดังนั้นแนวโน้มผลประกอบการปี 2551 น่าจะกลับมาเติบโตในระดับสูงได้อีกครั้ง จากช่วงปี 2548 บริษัทมีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ 51.29% และปี 2549 เพิ่มขึ้นเป็น 97.32%

บริษัทขณะประมุลงานจ้างเหมาก่อสร้างเคเบิลใต้น้ำ ระบบ 22KV Cable with Fiber Optic Cable ไปเกาะสีชัง และเกาะล้าน มูลค่า 310 ล้านบาท จาก กฟภ. โดยแบ่งรับรู้รายได้บางส่วน ไตรมาส 4/2550 และไตรมาส 1/2551 ซึ่งจะช่วยเหลือผู้ประกอบในปี 2551 ให้เติบโตเพิ่มขึ้นโดยในปี 2551 กฟภ. จะเปิดประมูลอีก 818 ล้านบาท และต่อเนื่องในปีต่อ ๆ ไปอีกกว่า 5,000 ล้านบาท การได้งานดังกล่าว ถือเป็นใบเบิกทางสำคัญเพราะเป็นธุรกิจกำลังอยู่ในช่วงเริ่มต้นและมีคู่แข่งไม่มากนัก (มีผู้เข้าร่วมยื่นซองประมูลเพียง 4 รายเท่านั้น)

ปี 2551 บริษัทเตรียมประมุลงานโครงการเคเบิล OPGW, FIBER OPTIC อีกกว่า 2,000 ล้านบาท คาดว่าบริษัทจะมีรายได้เข้ามาจากธุรกิจใหม่ไม่ต่ำกว่า 20% ของรายได้รวมทั้งหมด

ธุรกิจจัดจำหน่าย เป็นธุรกิจที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญและเป็นผู้นำอันดับหนึ่งในธุรกิจขายส่ง สัญญา ให้แก่ผู้ค้า (Dealer), System Integrator และผู้รับเหมาติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ โดยเป็นผู้บุกเบิกและเป็นตัวแทนของสายสัญญาณยี่ห้อ Top Two ของประเทศไทย ทำให้มีรายได้ประจำและเติบโตอย่างต่อเนื่อง

4.6.3 ผลการดำเนินงาน

บมจ. อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น (ILINK) ประกาศผลประกอบการไตรมาส 4/50 มีกำไรสุทธิเท่ากับ 24 ล้านบาท (กำไรต่อหุ้น 0.24 บาท) เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนเล็กน้อย 2% แต่ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนถึง 38% สำหรับรายได้จากการส่งมอบงานธุรกิจวิศวกรรมวางระบบสายสัญญาณและธุรกิจจำหน่ายสายสัญญาณในไตรมาสนี้เท่ากับ 229 ล้านบาท ลดลง 3% จากไตรมาสก่อน และ 18% จากปีก่อน ส่วนอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ 23.4% เทียบกับ 22.1% ในไตรมาสก่อน แต่ต่ำกว่าปีก่อนซึ่งอยู่ที่ระดับ 26.7% โดยอัตรากำไรขั้นต้นขึ้นกับลักษณะงานที่ส่งมอบ รวมแล้วในปี 2550 มียอดขายเท่ากับ 857 ล้านบาท ลดลง 14% และมีกำไรสุทธิเท่ากับ 81 ล้านบาท (กำไรต่อหุ้น 0.81 บาท) ลดลง 32% (บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน), 2550 : ออนไลน์)

4.7 หลักทรัพย์ SWC

ชื่อบริษัท	บริษัท เซอร์วิวด์ เคมีคอล จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือน ในอุตสาหกรรม สาธารณสุข ชุมชน และเคมีภัณฑ์เพื่อการเกษตรกรรม
ที่ตั้งสำนักงาน	1061-9 ถนนศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กทม. 10250

4.7.1 ความเป็นมา

บริษัท เซอร์วิวด์ เคมีคอล จำกัด มหาชน ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือน ในอุตสาหกรรม สาธารณสุขชุมชน และเคมีภัณฑ์เพื่อการเกษตรกรรม ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2538 ด้วยทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท โดยกลุ่มบริษัท ทีโอเอ เฟ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งประมูลซื้อธุรกิจเคมีเคหะภัณฑ์บางส่วนจากบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดปลวกเชลล์ไดร์ท์ (Shelldrite) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด

อเนกประสงค์ทีโพล (Teepol) แชมพูสุนัขเชนการ์ด (Chaingard) กลุ่มสารกำจัดแมลงสาธารณสุข
 ชุมชนวาโปน่า (Vapona) และน้ำยาฉีดหรือแช่รักษาเนื้อไม้ดีวาเทิร์น (Devatern)

บริษัทเริ่มรับโอนกิจการและดำเนินธุรกิจตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2539 โดยมีทีมงานเคมีเกษตร
 ภัณฑ์ของบริษัท เซลล์แห่งประเทศไทยเป็นผู้บริหารและต่อมาได้เข้าร่วมเป็นผู้ถือหุ้น ในช่วงปี
 2544 บริษัทได้เริ่มแผนงานการเปลี่ยนเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ “เซลล์ไคร์ท์” เป็น “เชน
 ไคร์ท์” เมื่อสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้าเซลล์ไคร์ท์สิ้นสุดลง

ต่อมาเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2547 บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และ
 เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 120,000,000 บาท เป็น 150,000,000 บาท

ปัจจุบันบริษัทมีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายอยู่ประมาณ 100 ผลิตภัณฑ์ ภายใต้ 50 เครื่องหมายการค้า
 จดทะเบียน ซึ่งแบ่งตามการใช้โดยผู้บริโภคได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ (Wood Preservative) ใช้ทาไม้ป้องกันปลวก มอด และแมลงอื่นๆ
 ที่เจาะทำลายไม้ รวมทั้งรักษาเนื้อไม้จากเชื้อราทำลายไม้
2. ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง (Insecticide) ใช้ป้องกันและกำจัดแมลงต่างๆ ทั้งใน
 บ้านเรือนและในสาธารณะชุมชน
3. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (Sanitary and Cleanser) ใช้ทำความสะอาดอเนกประสงค์
 รวมถึง น้ำยาล้างจานชาม เจลล้างมือแบบไม่ต้องใช้น้ำ น้ำยาล้างรถยนต์ และผลิตภัณฑ์เพื่อ
 สุขอนามัยของสุนัข
4. ผลิตภัณฑ์อื่น มีอยู่หลายประเภท คือผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อและกำจัดกลิ่น แชมพูจัดเหา
 ผลิตภัณฑ์เคมีเกษตร เช่น สารจับเปียกใบ น้ำมันกำจัดเพลี้ย และสเปรย์หล่อลื่นอเนกประสงค์ เป็น
 ต้น และผลิตภัณฑ์ที่เป็นผู้แทนจำหน่ายโดยเป็นผู้นำเข้าเช่น เข็ยอพิษสำเร็จรูปสำหรับกำจัดหนู
 และเข็ยอพิษสำหรับกำจัดแมลงสาบ

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงาน 1 แห่งที่นิคมอุตสาหกรรมเวทโกรว์ มีกำลังผลิตประมาณ 6.9 ล้าน
 ลิตร ต่อปี

4.7.2 ประเด็นการลงทุนที่น่าสนใจ

SWC ได้เจาะตลาดใหม่ๆ โดยเน้นกลุ่มตลาดเคมีเกษตรและตลาดส่งออก โดยตลาด
 ต่างประเทศจะเน้นผลิตภัณฑ์ประเภทป้องกันและกำจัดแมลงสูตรน้ำ ซึ่งจะเริ่มที่ประเทศออสเตรเลีย
 หลังจากที่สินค้าเริ่มติดตลาดจะใช้เป็นฐานในการส่งสินค้ามาขายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก คาดว่าจะ
 ใช้เวลาในการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์และทำการตลาดราว 2 ปี ดังนั้นในอีก 3 ปีข้างหน้ารายได้จาก
 การส่งออกจะเพิ่มเป็นราว 100 ล้านบาท จากปี 2550 มีรายได้จากการส่งออก 3 ล้านบาท สำหรับ

ตลาดเคมีเกษตรนั้นเป็นตลาดใหญ่มีมูลค่ามากกว่า 10,000 ล้านบาท โดยบริษัทจะเน้นสินค้าประเภทปุ๋ย อาหารเสริม และยาฆ่าแมลงที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งและมีอัตรากำไรสูง โดยในอีก 3 ปี ข้างหน้า รายได้จากช่องทางเกษตร จะเพิ่มเป็นราว 60 ล้านบาท

การก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่จะเริ่มดำเนินการผลิตได้ในต้นปี 2551 ซึ่งจะทำการผลิตสินค้าประเภทกำจัดแมลงและทำความสะอาดมีกำลังการผลิตเบื้องต้นเพิ่มขึ้นราว 20% จากปัจจุบันที่มีกำลังการผลิตรวมสินค้าทุกประเภทประมาณ 10 ล้านลิตร

SWC มีเครือข่ายการจัดจำหน่ายครบทุกจังหวัดและครอบคลุมร้านค้าปลีกทุกประเภทโดยมีเป้าหมายที่จะมีช่องทางการจัดจำหน่ายจากประมาณ 20,000 ร้านค้า ในปัจจุบัน เป็น 30,000 ร้านค้า ภายในปลายปี 2555 โดยจะเพิ่มช่องทางจำหน่ายในร้านค้าระดับท้องถิ่น ในหลายหลากประเภทร้านค้า เช่น ร้านค้าปลีก ร้านขายผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง ร้านขายยา ร้านเคมีเกษตร ร้านขายไม้และอุปกรณ์ก่อสร้าง เป็นต้น เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

4.7.3 ผลการดำเนินงาน

รายได้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องรายได้รวมของ SWC มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 350.0 ล้านบาทในปี 2544 เพิ่มขึ้นเป็น 529.8 ล้านบาทในปี 2547 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) 14.8% เนื่องจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวย ดังเห็นได้จากดัชนีผู้บริโภคทั่วไป (Private Consumption Index) ที่เพิ่มขึ้นถึง 4.0% ในช่วงเดียวกัน รวมถึงการที่บริษัทแต่งตั้งผู้แทนตัวแทนจำหน่ายประจำเขตหรือ Zone distributor เพิ่มขึ้นอีก 5 ราย ทำให้บริษัทมีเครือข่ายครบทุกจังหวัดในประเทศไทยครอบคลุมร้านค้าเกือบทุกประเภท ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคและยอมรับผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็วขึ้น อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

กำไรขั้นต้นของบริษัทเพิ่มขึ้นจาก 33.3% ในปี 2544 เป็น 37.2% ในปี 2547 เนื่องจากในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมายอดขายของกลุ่มที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงได้แก่กลุ่มผลิตภัณฑ์กำจัดแมลงและปลวกมีอัตราการเติบโตมากกว่ากลุ่มอื่นๆ รวมถึง SWC สามารถวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย SWC มีความสามารถในการเลือกซื้อวัตถุดิบจากหลากหลายแหล่งไม่ว่าจะเป็นบรรษัทที่มีผู้ผลิตในประเทศมากมาย หรือสารออกฤทธิ์เข้มข้นที่มาจากแหล่งที่มีราคาสูงแต่มีการถ่ายทอดข้อมูลทางเทคนิค (Technical data) อย่างสหรัฐอเมริกา ยุโรปและญี่ปุ่น และจากแหล่งที่มีราคาต่ำได้แก่ จีนและอินเดีย ซึ่งมีการสนับสนุนด้านเทคนิคน้อย นอกจากนี้ SWC มีความสามารถปรับราคาสินค้าขึ้นให้สอดคล้องกับราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้น โดยจะเห็นได้จากอัตรากำไรขั้นต้นที่อยู่ในระดับที่สูงอย่างสม่ำเสมอ

กำไรสุทธิของบริษัทเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจาก 28.2 ล้านบาทในปี 2544 เพิ่มขึ้นเป็น 62.4 ล้านบาทในปี 2547 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย(CAGR) 30.2% สาเหตุสำคัญที่ทำให้กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น ได้แก่ ยอดขายที่เพิ่มขึ้น อัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น ดอกเบี้ยจ่ายที่ลดลงและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายเนื่องจากภาระค่าสิทธิบัตรตัดจ่ายและค่าธรรมเนียมต่อบริษัทเซลล์ได้สิ้นสุดลงในครึ่งหลังของปี 2545 (บริษัท เซอร์วิวด์ เคมิคอล จำกัด (มหาชน), 2550 : ออนไลน์)

4.8 หลักทรัพย์ TMW

ชื่อบริษัท	บริษัท ไทยมิทซูวา จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจ	ผลิตชิ้นส่วนพลาสติก สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องเสียงดีครยนต์ อุปกรณ์สำนักงาน ชิ้นส่วนรถยนต์ รถกระบะ และรถจักรยานยนต์
ที่ตั้งสำนักงาน	31 หมู่ที่ 2 ถนนลาดหลุมแก้ว อำเภอเมือง ปทุมธานี 12000

4.8.1 ความเป็นมา

จัดตั้งเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2530 โดยบริษัท มิทซูวา อิเล็กทริก อินดัสตรี จำกัด จากประเทศญี่ปุ่น ดำเนินธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องเสียงดีครยนต์ อุปกรณ์สำนักงาน ชิ้นส่วนรถยนต์ รถกระบะ และรถจักรยานยนต์ เพื่อจำหน่ายแก่ผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ (Original Equipment Manufacturer : OEM) ชั้นนำของโลก ซึ่งส่วนใหญ่มาจากประเทศญี่ปุ่น และมีฐานการผลิตอยู่ในประเทศไทย โดยได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) แบ่งเป็นชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับผลิตภัณฑ์ออโตโมทีฟ เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับรถยนต์ รถกระบะ รถจักรยานยนต์ และการให้บริการพิเศษ แก่ลูกค้า โดยการรับจ้างผลิต ออกแบบปรับปรุง ซ่อมแซมแม่พิมพ์สำหรับผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

4.8.2 ประเด็นการลงทุนที่น่าสนใจ

ปัจจัยสำคัญที่จะเป็นตัวผลักดันการเติบโตของ TMW มาจากธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกที่จะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นความชำนาญเฉพาะของบริษัท โดยปัจจุบัน กำลังซื้อสินค้า (ออร์เดอร์) ล่วงหน้าเต็มถึงเดือน ธ.ค. 2550 แล้วประมาณ 80% ของกำลังการผลิตประมาณ 6 พันตันต่อปีซึ่งมีลูกค้าหลักของบริษัทเป็นกลุ่มลูกค้าที่บริษัทจำหน่ายให้กับผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ (OEM) ในประเทศ

ฐานะการเงินของ TMW แข็งแกร่งมาก โดยสัดส่วน D/E อยู่ที่ 0.39 เท่า และสัดส่วนของ Cash/Share สูงถึง 3.10 บาท (ข้อมูลจากงบการเงินรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2550) และแนวโน้มการลงทุนที่น้อยกว่าค่าเสื่อมราคา ทำให้กำไรในอนาคตของ TMW จะลงเงินเป็นเงินสดได้อย่างเต็มที่ ถือเป็นจุดแข็งที่สุดของบริษัท เพราะทำให้กิจการมีความเสี่ยงในด้านฐานะการเงินระดับต่ำ เนื่องจากเป็นธุรกิจผลิตสินค้าต้นแบบทำให้มีความจำเป็นในการใช้เงินลงทุนในระดับต่ำ แม้ TMW จะเป็นหุ้นขนาดเล็กแต่เป็นหุ้นที่มีศักยภาพที่ดีและมีความสามารถในการทำกำไรในระดับที่ต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีอัตราการจ่ายปันผลที่สม่ำเสมอ 6% จึงเป็นหุ้นที่เหมาะสมต่อการซื้อลงทุนเพื่อรับเงินปันผล

ปี 2551 บริษัทมีแผนที่จะขยายฐานลูกค้าในกลุ่มธุรกิจยานยนต์เพิ่มเป็น 40% ของรายได้จากการขาย จากเดิมอยู่ที่ 25-30% เนื่องจากอุตสาหกรรมยานยนต์ปี 2551 มีอัตราการขยายตัวประมาณ 10%

4.8.3 ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานไตรมาสสุดท้ายของปี 2550 ออกมาต่ำกว่าที่คาดไว้โดยระดับกำไรสุทธิอยู่ที่ 4.22 ล้านบาท เนื่องจากคำสั่งซื้อขายลดลงตามภาพรวมของอุตสาหกรรมรถยนต์ที่ชะลอตัว ทั้งนี้ ในส่วนของภาพรวมรายปี แม้ว่ายอดขายจะชะลอตัวลง 20% จากที่เคยคาดว่าจะลดลง 15% แต่กำไรสุทธิทั้งปีกลับลดลงเพียง 1 ล้านบาท ซึ่งกำไรจากธุรกิจ Molding ซึ่งเป็นความชำนาญเฉพาะของบริษัท ทำให้ Margin ที่สูงขึ้นสามารถชดเชยยอดขายที่ลดลงได้อย่างดี ในส่วนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ เรามีมุมมองว่าบริษัทจะได้รับผลกระทบตามภาวะอุตสาหกรรมรถยนต์ที่ชะลอตัวลง แต่สิ่งที่จะเป็นตัวผลักดันการเจริญเติบโตของบริษัทจะมาจากธุรกิจ Molding ที่คาดว่าจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น มีฐานะการเงินแข็งแกร่งมาก โดยสัดส่วน D/E ของบริษัท อยู่ที่ 0.33 เท่า นอกจากนี้ บริษัทยังมีสัดส่วนของ Cash/Share สูงถึง 2.57 บาท และแนวโน้มการลงทุนที่น้อยกว่าค่าเสื่อมราคา ทำให้กำไรในอนาคตของบริษัท จะสามารถลงเป็นเงินสดได้ ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่สุดของบริษัท และหากบริษัทจะมีการขยายการลงทุนเพิ่มมากขึ้น จะทำให้บริษัทได้ประโยชน์จาก Free Cash Flow (บริษัท ไทยมิตซูวา จำกัด (มหาชน), 2550 : ออนไลน์)

4.9 หลักทรัพย์ LVT

ชื่อบริษัท	บริษัท แอล.วี.เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจ	บริการด้านวิศวกรรมที่เน้นเฉพาะอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์
ที่ตั้งสำนักงาน	เลขที่ 719 อาคารเค.พี.เอ็น.ทาวเวอร์ ชั้น 9, 17, 23 (โซนซี-ดี) ถนน พระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กทม. 10310

4.9.1 ความเป็นมา

บริษัทก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2539 โดยนายแฮนส์ จอร์เกน เนียลเซน นักธุรกิจชาวเดนมาร์กผู้มีประสบการณ์กว่า 20 ปี ในการพัฒนาเทคโนโลยีของเครื่องจักรคัดแยกขนาดวัตถุดิบ บริษัท แอล.วี.เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ให้บริการด้านวิศวกรรมที่เน้นเฉพาะอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ ด้วยการออกแบบและพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ ในขบวนการบดวัตถุดิบและการไหลเวียนของเชื้อเพลิง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พร้อมๆ กับลดการใช้พลังงานไฟฟ้า อันจะส่งผลถึงการเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของอุตสาหกรรม บริษัท แอล.วี.เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) หรือแอลวีที ได้ขยายขอบข่ายการให้บริการจากการออกแบบเพียงอย่างเดียวไปสู่การให้บริการที่ปรึกษาทางวิศวกรรม และการออกแบบและรับจัดทำอุปกรณ์สำหรับปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักร ให้คำปรึกษาและรับจ้างผลิตอุปกรณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประหยัดพลังงานในกระบวนการคัดแยกขนาดของระบบการผลิตในอุตสาหกรรมซีเมนต์ หลังจากนั้นได้ขยายงานด้านรับจ้างจัดทำอุปกรณ์เพื่อพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักร โดยนำเทคโนโลยีที่พัฒนาและคิดค้นโดยบริษัทไปปรับปรุงอุปกรณ์และเครื่องจักรในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์และอุตสาหกรรมที่มีการคัดแยกขนาดต่าง ๆ เพื่อขยายฐานการตลาดและได้ดำเนินกลยุทธ์ทางการค้ากับพันธมิตรในเดนมาร์ก ญี่ปุ่น และอินเดีย ในนาม แอล เอ็น วี , ฝรั่งเศสในนาม แอล วี ยุโรป, สหรัฐในนาม บีแอลทีวี แอลเอสซี และสาธารณชนประชาชนจีน ในนาม แอลวี เทคโนโลยี เอ็นจิเนียริง (เทียนจิน) เพื่อขยายฐานลูกค้าไปยังทวีปเอเชียได้และยุโรป ตามลำดับ ปัจจุบันบริษัทได้ขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศอื่นๆ อาทิ แคนาดา จีน เกาหลีใต้ อิหร่าน ออสเตรเลีย ปากีสถาน มาเลเซีย บรูไน และฟิลิปปินส์

4.9.2 ประเด็นการลงทุนที่น่าสนใจ

มีพันธมิตรต่างชาติ ที่แข็งแกร่งเอื้อประโยชน์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทดำเนินการผ่านบริษัทร่วมทุนในอินเดีย ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีน มีพันธมิตรทางการค้าในเดนมาร์กและญี่ปุ่นอีกทั้งได้รับการยอมรับจากลูกค้าชั้นนำ ทำให้ LVT มีฐานลูกค้าอยู่ทั่วโลก โดยจะได้รับการเป็นส่วนแบ่งกำไร และค่าสิทธิ (Profit sharing and Roy ally fee) แนวโน้ม

อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์เติบโตตามการส่งเสริมของภาครัฐ ทั้งด้านอสังหาริมทรัพย์และสาธารณูปโภค รวมถึงภาครัฐของประเทศต่างๆ เช่น ตุรกี จีน บราซิล อินเดีย และยุโรปตะวันออก ซึ่งมีอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ดำเนินการอยู่เป็นจำนวนมาก และส่วนใหญ่ยังไม่ได้ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต จึงเป็นโอกาสของ LVT ในการขยายฐานลูกค้า การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมของผู้ผลิตปูนซีเมนต์ช่วยสนับสนุนธุรกิจ กลุ่มผู้ผลิตปูนซีเมนต์ภายในองค์กร The World Business Council for Sustainable Development หรือ WBCSD ได้ทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อพยายามลดปัญหาภาวะเรือนกระจก โดยจะเริ่มมีผลบังคับใช้ในปี 2551-2555 ซึ่งสอดคล้องกับสินค้าของบริษัท ที่เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและช่วยลดปัญหาการปล่อยของเสียสู่สิ่งแวดล้อมร่วมมือกับ F.L. Smith ในการทำการตลาดและได้จัดสิทธิบัตรในนามบริษัทดังกล่าวเพื่อให้สามารถนำเทคโนโลยีที่คิดค้นมาใช้กับลูกค้าของ F.L. Smith ที่มีอยู่ทั่วโลกได้ แต่ สิทธิบัตรมีอายุเพียง 10 ปี จะสิ้นสุดในปี 2552 ดังนั้น บริษัทอื่น สามารถนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้ได้

4.9.3 ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานประจำปี 2550 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2550 ของบริษัทและบริษัทย่อย ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว บริษัทและบริษัทย่อยมีผลกำไรสุทธิจากการดำเนินงานประจำปี 2550 จำนวน 62.79 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 95.46 ล้านบาทจากปีก่อน ซึ่งมีผลขาดทุนสุทธิ 32.67 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 292.19 มีสาระสำคัญดังนี้ รายได้จากสัญญาการให้บริการของบริษัท ในปี 2550 จำนวน 475.43 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อน 106.60 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.90 ซึ่งส่วนใหญ่มาจากรายได้ตามสัญญาการให้บริการงานโครงการ NSCI ประเทศมาเลเซีย จำนวน 128.45 ล้านบาท จากงานโครงการ Cementos Yura I ประเทศเปรู จำนวน 32.69 ล้านบาท โครงการ Hamma Bouzaine ประเทศแอลจีเรีย จำนวน 52.12 ล้านบาท โครงการ Dewan Cement และ Fecto Cement ประเทศปากีสถาน จำนวน 21.75 ล้านบาท และ 13.31 ล้านบาทตามลำดับ

บริษัทมีกำไรขั้นต้นจำนวน 170.19 ล้านบาทเปรียบเทียบกับปีก่อนซึ่งมีกำไรขั้นต้น 67.49 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 102.70 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 152.17 สืบเนื่องจากรายได้จากงานสัญญาการให้บริการที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนโดยวิธีส่วนได้เสียในงบการเงินรวมประจำปี 2550 จำนวน 40.70 ล้านบาท ประกอบด้วยส่วนแบ่งกำไรจาก บริษัท แอล.เอ็น.วี เทคโนโลยี ไพรวาท จำกัด 38.24 ล้านบาท และส่วนแบ่งกำไรจากบริษัท บีแอลวีที 3.89 ล้านบาท และส่วนแบ่งขาดทุนจากบริษัท แอลวี เทียนจิน จำกัด 1.43 ล้านบาท

ทั้งนี้ บริษัทตั้งสำรองภาษีเงินได้และค่าเบี้ยปรับเงินเพิ่มจากการดำเนินธุรกิจและร่วมทุนในปี แอลวีที แอลแอลซี ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ภาษีเงินได้จำนวน 7.92 ล้านบาทและเบี้ยปรับเงินเพิ่มจำนวน 3.95 ล้านบาท ซึ่งคิดจากส่วนแบ่งกำไรในปี 2549 และ 2550 เนื่องจากปี แอลวีที แอลแอลซี ไม่ได้หัก ณ ที่จ่ายไว้ และนำส่งภาษีสำหรับส่วนแบ่งกำไรส่วนที่บริษัทได้รับในงวดสองปีดังกล่าว บริษัทจะหารือร่วมกับหุ้นส่วนที่ร่วมลงทุนในปีแอลวี ที แอลแอลซี อีกสองราย เพื่อหาแนวทางร่วมกันรับภาระภาษีดังกล่าวต่อไปในปี 2551 (บริษัท แอล.วี.เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน), 2550 : ออนไลน์)

4.10 หลักทรัพย์ BROOK

ชื่อบริษัท	บริษัท บรู๊คเคอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจ	การบริการข้อมูล การลงทุน
ที่ตั้งสำนักงาน	อาคารเดอะเทรนต์ ชั้น 26, 10/190-193 ซอยสุขุมวิท13 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กทม. 10110

4.10.1 ความเป็นมา

บรู๊คเคอร์ กรุ๊ป ก่อตั้งขึ้นในปี 2537 โดยการรวมตัวกันของ 2 บริษัทวิจัยอิสระของไทย และบริษัทที่ปรึกษา ซึ่งก่อตั้งขึ้น ในช่วงปี 2523 ต่อมาในเดือนสิงหาคม 2543 บริษัทบรู๊คเคอร์ ได้เปลี่ยน สถานภาพเป็น บริษัท จำกัด (มหาชน) และได้เข้าควบรวมกิจการกับกลุ่มบริษัทธาราสยาม ซึ่งเป็นบริษัทผู้นำทางด้านรายงานข่าว เศรษฐกิจ และข้อมูลทางการเงิน และ ในวันที่ 17 กันยายน 2544 บริษัท บรู๊คเคอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทแรก ที่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ (MAD) ลูกค้านៃบริษัทบรู๊คเคอร์ ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทข้ามชาติ สถาบันการเงิน รวมถึงลูกค้าที่เป็นองค์กรการกุศล และองค์กรมหาชนระหว่างประเทศ และหน่วยงานราชการซึ่งมีหน้าที่กำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจ และการพัฒนา สังคม

บริษัทฯ และบริษัทย่อยประกอบธุรกิจ 2 ประเภท คือ 1) การให้บริการ 2) การลงทุน โดยบริษัทฯ และบริษัทย่อย 6 แห่ง ดำเนินงานตามสายธุรกิจและการเงินการลงทุน เป็นตัวแทนให้คำปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์และการลงทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรวมถึงการให้คำปรึกษาด้านการลงทุนสำหรับเงินการลงทุน Offshore Capital Management

4.10.2 ประเด็นการลงทุนที่น่าสนใจ

บริษัทฯ มีแผนที่จะบริหารงานโดยแยกเป็นส่วนงานที่ชัดเจน เพื่อให้มีรายได้อันยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยการบริหารงานและกระจายความเสี่ยงแต่ละกลุ่มงานผ่านบริษัทฯ และบริษัทย่อย รวมทั้งจัดให้กลุ่มบริษัทมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) เป็นไปตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยล่าสุดบริษัทฯ ได้ร่วมลงทุนในบริษัทย่อยในลักษณะร่วมค้าเพื่อบริหารเงินลงทุนของบริษัทฯ ในการจัดมหกรรมปั่นทรายนานาชาติ ที่จัดแสดงที่จังหวัดฉะเชิงเทรา

ในงานที่ปรึกษาด้านให้คำปรึกษาด้านธุรกิจการเงินและการลงทุน ที่บริษัทฯ ได้ให้บริการ รวมถึงการปรับโครงสร้างธุรกิจ ปรับโครงสร้างหนี้และให้คำปรึกษาด้านธุรกิจอื่นๆ ที่เหมาะสมกับลูกค้า ทั้งที่เป็นบริษัทจำกัดทั่วไปและบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ อีกทั้งบริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัทย่อยที่ได้ร่วมทุนกับ Binswanger America LLC ซึ่งเป็นผู้นำตัวแทนและให้คำปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ เพื่อดำเนินงานให้บริการดังกล่าวแบบครบวงจร

การลงทุนของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จะมุ่งเน้นการกระจายความเสี่ยงให้ได้ผลตอบแทนที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

4.10.3 ผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ใช้นโยบายการรับรู้รายได้ตามเกณฑ์คงค้าง กล่าวคือ รายได้จากการให้บริการรับรู้เป็นรายได้ เมื่อมีการให้บริการตามขั้นความสำเร็จของงานซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงในสัญญา และรายได้จากการขายรับรู้เมื่อส่งมอบสินค้าหลังหักสินค้ารับคืนและส่วนลดแล้ว

ในปี 2550 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการลดลงจำนวน 140.16 ล้านบาท ลดลงจาก 233.10 ล้านบาทในปี 2549 เป็น 92.94 ล้านบาทในปี 2550 คิดเป็นร้อยละ 60.13 ทำให้อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ ลดลงจากกำไรร้อยละ 51.41 ในปี 2549 เป็น กำไรร้อยละ 32.07 ในปี 2550 เนื่องจากในปี 2549 บริษัทฯ ได้รับรู้รายได้ค่าบริการจากงานโครงการใหญ่โครงการหนึ่งจำนวน 159 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีรายได้ที่เพิ่มขึ้นมาจากการดำเนินงานที่ดีของบริษัทย่อย คือ บริษัท บินสแวงเกอร์ บรู๊คเคอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจตัวแทนและที่ปรึกษาทางธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยให้บริการครบวงจรจำนวน 15.06 ล้านบาท และมีรายได้จากการดำเนินงานของบริษัทย่อยต่างๆ รวมเป็นจำนวน 9.93 ล้านบาท

บริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากร้อยละ 89.10 ในปี 2549 เป็นร้อยละ 64.16 ในปี 2550 ดังนั้น ผลประกอบการประจำปี 2550 มีผลกำไรจำนวน 40.42 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2549

ซึ่งมีผลกำไรจำนวน 125.18 ล้านบาท และกำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้นลดลงจาก 0.20 บาท ในปี 2549 เป็น 0.06 บาท ในปี 2550 และกำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้นปรับลดลงจาก 0.18 บาท ในปี 2549 เป็น 0.06 บาทในปี 2550

สำหรับผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของแต่ละกลุ่มธุรกิจ ในปี 2550 บริษัทฯ มีรายได้หลักจากการให้บริการด้านงานให้คำปรึกษาด้านธุรกิจ การเงิน การลงทุน เป็นตัวแทน ให้คำปรึกษาด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และให้คำปรึกษาด้านการลงทุนสำหรับเงินลงทุน Offshore Capital (บริษัท บร็อคเคอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), 2550 : ออนไลน์)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved