



ที่ FN 002/2566

คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลประกอบการ ปี 2565

บริษัท เอฟเอ็น แฟคตอรี เอ้าท์เลท จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งในปี 2543 โดยดำเนินธุรกิจศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเอ้าท์เลท โดยสินค้าที่วางจำหน่ายภายในเอ้าท์เลทนั้น เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคภายใต้ตราสินค้าของบริษัทแบ่งเป็นกลุ่มสินค้า Apparel ภายใต้แบรนด์ Inco, Cheval, Sleep Mate, ETC และกลุ่มสินค้า Non-Apparel ภายใต้แบรนด์ Cherish, Prim, Rollica, Cushy เป็นต้น และตราสินค้าอื่นๆ ปัจจุบันบริษัทมีสาขาทั้งสิ้น 12 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรบุรี สาขากาญจนบุรี สาขาพัทลุง สาขาปากช่อง สาขาสิงห์บุรี สาขาหัวหิน สาขาศรีราชา สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขาฉะเชิงเทรา สาขาระยอง มีนิชอปสำนักงานใหญ่ และสาขา Singer x FN living space ถนนคูบอน กรุงเทพมหานคร และให้บริการจำหน่ายสินค้าในช่องทางอื่น เช่น ช่องทางอีคอมเมิร์ซ ทั้งที่เป็นช่องทางของบริษัทเอง (Own Official Platforms) เช่น FN Application, Facebook: FN Outlet, Line Official: @fnoutlet และตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ (Marketplace) ต่างๆ เช่น Lazada, Shopee, JD Central และอื่นๆ

สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ

ในปี 2565 เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวต่อเนื่อง จากภาคบริการที่ขยายตัวตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นสำคัญ ซึ่งสนับสนุนให้เครื่องใช้การบริโภคปรับตัวดีขึ้น อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ตามอัตราเงินเฟ้อหมวดพลังงาน ขณะที่อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานเพิ่มขึ้นจากราคาอาหารสดและสำเร็จรูปเป็นสำคัญ

สำหรับปี 2565 FN มีผลประกอบการสูงสุดที่เดือนธันวาคม ซึ่งมีรายได้รวมสูงถึง 64 ล้านบาท และผลประกอบการดังกล่าวยังคงส่งผลดีต่อเนื่องในปี 2566 อีกทั้งทางบริษัทฯ ยังคงมีนโยบายในการขยายสินค้าคงคลังอย่างต่อเนื่อง ในปี 2566 ทางบริษัทฯ จะมีการปรับปรุงสาขาให้ดูทันสมัย เพื่อให้การบริการที่ดียิ่งขึ้น และยังคงมุ่งเน้นให้มีการขายสินค้าผ่านช่องทาง Online มากขึ้นด้วย เช่น E market place ต่างๆ โดยเฉพาะ FN Application และ ยังมีการพัฒนา FN Web-commerce เพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ทั้งในเรื่องการสั่งซื้อสินค้า การรับประกันสินค้า และสิทธิพิเศษต่างๆ สำหรับสมาชิก

บริษัทมีนโยบายทำธุรกิจอย่างยั่งยืน ทั้งในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ ภายใต้การกำกับกิจการที่ดี เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

มิติของสิ่งแวดล้อม บริษัทได้กำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจน ที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกระบวนการทำงานของบริษัท เพื่อสร้างความยั่งยืนในระยะยาวให้กับสิ่งแวดล้อม และเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความใส่ใจสิ่งแวดล้อมให้มีทางเลือกเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกัน บริษัทสามารถลดต้นทุนการดำเนินการในระยะยาวได้ด้วย

บริษัทได้มีการนำเอานวัตกรรมการประหยัดพลังงานนำมาใช้ในองค์กร เพื่อลดการใช้พลังงานจากกระแสไฟฟ้า และการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่สภาวะอากาศ อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนในการบริหารกิจการลงได้ รวมถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ใส่ใจในการรักษาสิ่งแวดล้อม ผ่านโครงการดังนี้คือ 1) โครงการติดตั้ง Solar Rooftop ซึ่งได้เริ่มโครงการตั้งแต่ ปี 2561 และมีเป้าหมายที่จะติดตั้งทุกสาขาของบริษัท ภายในปี 2568 2) โครงการ EV Charger บริษัทได้เปิดจุดให้บริการที่ชาร์จแบตเตอรี่รถยนต์ที่ใช้พลังงานจากไฟฟ้า ณ สาขาของบริษัท ทั้งหมด 5 สาขา และวางแผนที่จะเพิ่มในปี 2566 อีก 1 สาขา เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้ากลุ่มที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม สำหรับในปี 2566 บริษัทมีเป้าหมายในการการกำจัดการขยะ ลดของเสีย และการทำลายป่า และการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศ ด้วยโครงการ จัดทำ E-receipt ในส่วนของการคิดสรรสินค้าเพื่อวางจำหน่ายนั้น บริษัทได้มีการกำหนดเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนของสินค้าประเภทรักษ์โลกให้มากขึ้นในทุกๆปี

มติของสังคม บริษัท ได้เปิดร้าน ต้นกล้า จำหน่ายสินค้าที่ผลิตจากชุมชนในสัดส่วนที่มากกว่าสินค้าทั่วไป ซึ่งประกอบไปด้วยสินค้าจากโครงการหลวง ดอยคำ และจากการผลิตจากชุมชนทั่วประเทศ มีการกำหนดเป้าหมาย ที่จะเพิ่มรายการสินค้าที่ผลิตโดยวิสาหกิจชุมชนเข้ามาวางจำหน่าย ให้มีสัดส่วนมากขึ้นในแต่ละปี ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ในปี 2565 บริษัทร่วมมือกับสวนราชการท้องถิ่น ในการส่งเสริมช่องทางจำหน่ายสินค้าของชุมชนโดยการเปิดโอกาสให้ชุมชนนำสินค้าที่ผลิตนำมาจำหน่ายในสาขาของบริษัท โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งเป็นการจำหน่ายในช่วงเทศกาล และการจำหน่ายเป็นประจำ ทั้งนี้ เพื่อให้ชุมชนมีช่องทางจำหน่ายได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้าถึงแหล่งผลิตสินค้าได้ยาก ซึ่งการวางจำหน่ายสินค้าดังกล่าวสามารถสร้างความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้าของบริษัทได้มากขึ้นอีกด้วย

มติของการกำกับกิจการ บริษัท ดำเนินกิจการภายใต้นโยบายการกำกับกิจการที่ดี สื่อสารให้พนักงานทั้งองค์กร รับทราบ และกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้รับการประเมินจาก CGR 5 ดาว ด้วย คะแนน 92/100 และบริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนากระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนดอย่างเคร่งครัด

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

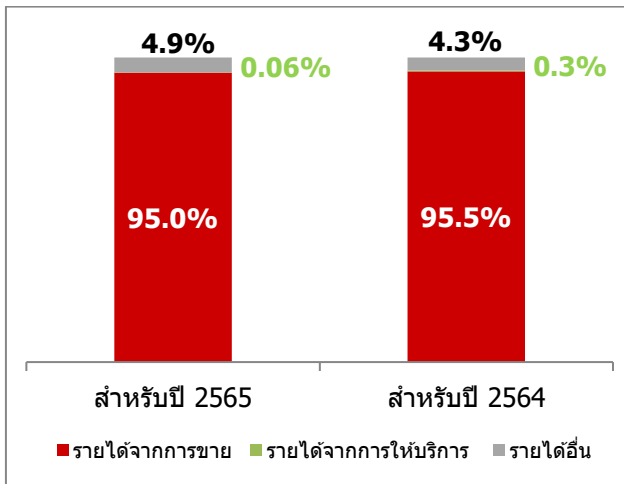
หน่วย: ล้านบาท	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม		การเปลี่ยนแปลง	
	2565	2564	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	477.42	518.07	(40.66)	(7.85)
รายได้จากการให้บริการ	0.30	1.38	(1.08)	(78.28)
รายได้อื่น	24.66	23.21	1.45	6.23
รวมรายได้	502.38	542.67	(40.30)	(7.43)
ต้นทุนขาย	278.07	288.62	(10.56)	(3.66)
ต้นทุนการให้บริการ	0.03	0.05	(0.02)	(44.24)
ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร	305.05	322.54	(17.49)	(5.42)
- ค่าใช้จ่ายในการขาย	172.26	180.07	(7.81)	(4.33)
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	132.79	142.47	(9.68)	(6.79)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)	(80.77)	(68.54)	(12.23)	17.84
รายได้ทางการเงิน	0.63	0.67	(0.04)	(5.47)
ต้นทุนทางการเงิน	(1.11)	(2.16)	1.05	(48.54)
ต้นทุนทางการเงินตัดจำหน่าย TFRS16	(6.08)	(5.85)	(0.23)	3.99
รายได้ภาษีเงินได้	1.28	13.14	(11.86)	(90.27)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(86.05)	(62.74)	(23.31)	37.16

กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	1.53	20.41	(18.87)	(92.48)
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	60.81	65.57	(4.76)	(7.25)
ค่าเสื่อมราคาตัดจำหน่าย TFRS16	21.50	23.38	(1.89)	(8.07)

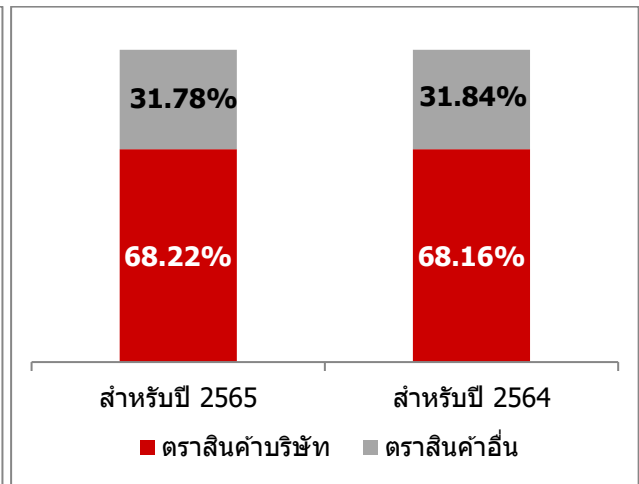
อัตราส่วนทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงาน (ร้อยละ)	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม		การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	2565	2564	
อัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	41.76	44.29	(2.53)
อัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการให้บริการ (ร้อยละ)	90.03	96.38	(6.34)
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	60.72	59.44	1.29
อัตราส่วนกำไร(ขาดทุน)สุทธิ (ร้อยละ)	(17.13)	(11.56)	(5.57)

1. รายได้

สัดส่วนของรายได้



สัดส่วนยอดขายแยกตราสินค้า



บริษัทมีรายได้จากการขายสำหรับปี 2565 เท่ากับ 477.42 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7.85 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 สาเหตุหลักเกิดจากระหว่างปี 2565 สินค้าขาดสต็อกเนื่องจากการขนส่งระหว่างประเทศล่าช้า จึงไม่มีสินค้าที่วางจำหน่ายในปัจจุบันและสินค้าใหม่เข้ามาเติมเต็มมากนัก แต่ทางบริษัทฯ ได้พยายามระบายสินค้าที่มีอยู่รวมถึงสินค้าเก่าเพื่อสร้างรายได้ให้บริษัทได้มากที่สุด โดยรายได้หลักจากสาขาลดลงอย่างมีนัยสำคัญ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทมีรายได้จากช่องทางการขายใหม่เช่น ช่องทางร่วมกับพันธมิตรอื่นมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

บริษัทมีรายได้อื่น สำหรับปี 2565 เท่ากับ 24.66 ล้านบาท เพิ่มร้อยละ 6.23 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 เนื่องจากบริษัท มีผู้เช่ารายใหม่เพิ่มขึ้น

2. ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

อัตรากำไรขั้นต้นจากการขาย สำหรับปี 2565 เท่ากับร้อยละ 41.76 ลดลงร้อยละ 2.53 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 เนื่องจากการทำโปรโมชั่น เพื่อระบายสินค้า

อย่างไรก็ตามบริษัทเห็นความสำคัญในการรักษาอัตรากำไรขั้นต้นจึงมีการปรับแผนการขายโดยระมัดระวังค่าใช้จ่ายในการจัดโปรโมชั่นให้มีประสิทธิภาพ พิจารณากิจกรรมด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพและสร้างการรับรู้ให้แก่ตราสินค้าของบริษัท

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับปี 2565 เท่ากับ 305.05 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.42 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 สาเหตุหลักเกิดจากค่าใช้จ่ายในการขายลดลงสัมพันธ์กับยอดขายที่ลดลง โดยค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขายลดลง เช่น ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายในการขายลดลง นอกจากนี้ทางบริษัทได้นำระบบ fulfillment มาบริหารจัดการเอง จึงทำให้ค่าใช้จ่ายดังกล่าวลดลง

สำหรับอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้รวม สำหรับปี 2565 เท่ากับร้อยละ 60.72 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.29

4. ขาดทุนสุทธิและอัตราขาดทุนสุทธิ

บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิ สำหรับปี สำหรับปี 2565 เท่ากับ 86.05 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 นั้น มีผลขาดทุนมากขึ้น 23.31 ล้านบาท ปัจจัยหลักเกิดจากรายได้รวมของบริษัทลดลงเนื่องมาจากสาเหตุที่ได้กล่าวไปด้านบน ถึงแม้บริษัทจะมีมาตรการในการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานก่อนค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) สำหรับ สำหรับปี ที่เป็นบวกเท่ากับ 1.53 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทมีค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายทรัพย์สินจำนวน 82.31 ล้านบาท

บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน จึงได้มีแผนงานสนับสนุนการดำเนินงาน ดังนี้

1. การทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย โปรโมชัน และการตลาด ในรูปแบบที่แตกต่างจากเดิม เพื่อสร้างการรับรู้ในสินค้าที่เป็นตราสินค้าของบริษัทแบ่งเป็นกลุ่มสินค้า Apparel ภายใต้แบรนด์ Inco, Cheval, Sleep Mate, ETC และกลุ่มสินค้า Non-Apparel ภายใต้แบรนด์ Cherish, Prim, Rollica, Cushy เป็นต้น และการสร้างให้เป็น Bedding Destination เพื่อผลักดันสินค้าที่เป็นตราสินค้าของบริษัท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างกำไร
2. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่นการเปิด Pop-up Stores ในสถานที่ต่าง ๆ การจัดจำหน่ายให้กับองค์กรภาคธุรกิจ (B2B) การจัดจำหน่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทเอง และร่วมกับพันธมิตรอื่น
3. ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพให้มากที่สุด โดย
 - การนำระบบสารสนเทศมาใช้เพื่อลดขั้นตอนการทำงานและทรัพยากร
 - การลดต้นทุนให้ต่ำลงในการทำงาน (Cost reduction) เช่นการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นหรือไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร
 - การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพื่อใช้พลังงานแสงอาทิตย์ทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าบางส่วน โดยปัจจุบันติดตั้งแล้วเสร็จไป 5 สาขา ได้แก่ สาขาจะเข็งเทรา สาขาปากช่อง สาขาหัวหิน สาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขาระยอง และมีแผนที่จะติดตั้งในสาขาอื่นๆ ต่อไปในอนาคต

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท	ณ วันที่ 31 ธันวาคม		การเปลี่ยนแปลง	
	2565	2564	ล้านบาท	ร้อยละ
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	123.36	208.36	(85.00)	(40.79)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	22.21	16.13	6.08	37.69
สินค้าคงเหลือ	374.66	353.95	20.71	5.85
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	30.17	74.66	(44.49)	(59.59)
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	766.51	803.25	(36.74)	(4.57)
สินทรัพย์สิทธิการใช้	146.64	138.07	8.57	6.21
สินทรัพย์อื่น	67.72	71.39	(3.67)	(5.14)
รวมสินทรัพย์	1,531.27	1,665.81	(134.54)	(8.08)
เจ้าหนี้การค้า	55.05	69.65	(14.60)	(20.96)
เงินกู้ยืมระยะยาว	15.63	51.13	(35.50)	(69.43)
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	161.86	152.68	9.18	6.01
หนี้สินอื่น	17.48	21.35	(3.87)	(18.13)
รวมหนี้สิน	250.02	294.81	(44.79)	(15.19)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,281.25	1,371.00	(89.75)	(6.55)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,531.27	1,665.81	(134.54)	(8.08)

1. สินทรัพย์

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 1,531.27 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2564 จำนวน 134.54 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เนื่องจากการจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้า เงินกู้ยืมระยะยาว และการปรับปรุงสาขา ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ลดลงเนื่องจากการตัดค่าเสื่อมราคาในระหว่างงวด

2. หนี้สิน

หนี้สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 250.02 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2564 จำนวน 44.79 ล้านบาท เนื่องจากการจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้าและการควบคุมการสั่งซื้อ การจ่ายชำระเงินกู้ยืมและหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงินในระหว่างงวด รวมทั้งหนี้สินอื่นลดลงซึ่งเกิดจากเงินมัดจำค่าสินค้าลดลงจากการส่งมอบ

3. ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 1,281.25 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2564 จำนวน 89.75 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากผลประกอบการขาดทุนสำหรับงวดและการจ่ายเงินปันผล

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564	การเปลี่ยนแปลง	สาเหตุ
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	7.80	5.96	1.84	เพิ่มขึ้นจากการลดลงของหนี้สินหมุนเวียน เนื่องจากการจ่ายชำระ ในระหว่างงวด
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	2.03	2.38	(0.36)	ลดลงจากหนี้สินตามสัญญาที่ถึงกำหนดชำระภายในปีเพิ่มขึ้น
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	(6.72)	(4.58)	(2.14)	ลดลงเนื่องจากผลประกอบการลดลง
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.20	0.22	(0.02)	ลดลงเนื่องจากหนี้สินของกิจการลดลงเนื่องจากการจ่ายชำระในระหว่างงวดในอัตราที่มากกว่าการลดลงของส่วนของผู้ถือหุ้น

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

โทร. 02 300 4951 ต่อ 5109 Email: corporatesecretary@fnoutlet.com