



Moshi Moshi

**Moshi
Moshi**
もしもし

บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์
ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำปี 2565

สรุปสาระสำคัญ

สรุปผลการดำเนินงาน	Q4/64	Q3/65	Q4/65	เปลี่ยนแปลง +/-		2564	2565	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย : ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	472.64	458.34	640.98	35.6%	39.8%	1,255.75	1,890.37	50.5%
กำไรขั้นต้น	254.61	233.83	351.88	38.2%	50.5%	677.35	990.95	46.3%
EBITDA	185.78	143.41	230.57	24.1%	60.8%	477.20	637.04	33.5%
กำไรสุทธิ	85.19	47.02	118.54	39.1%	152.1%	131.27	253.17	92.9%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	53.9%	51.0%	54.9%	1.0%	3.9%	53.9%	52.4%	(1.5%)
อัตรากำไรสุทธิ (%)	17.9%	10.2%	18.4%	0.5%	8.2%	10.4%	13.4%	2.9%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

ในปี 2565 บริษัทฯ มีการเติบโตของรายได้ที่แข็งแกร่งจากกำลังซื้อที่กลับมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวและการคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ทั้งการเปิดประเทศ ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน การกลับมาทำงานที่ออฟฟิศ และการกลับมาจัดกิจกรรมรื่นเริงได้หลังจากปิดประเทศมา 2 ปี อีกทั้งจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การขยายสาขาและขยายพื้นที่ร้านสาขาสาขาเพิ่ม ตลอดจนการออกสินค้าใหม่ๆ เป็นผลให้ในปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวมเพิ่มขึ้น 634.62 ล้านบาท หรือร้อยละ 50.5 โดยในปี 2566 บริษัทฯ จะยังคงมุ่งเน้นการขายสาขาโดยมองหาทำเลที่มีศักยภาพในการเติบโต การพัฒนาสินค้าใหม่ รวมถึงจัดกิจกรรมการตลาดและส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่เพื่อขยายฐานลูกค้า

YoY Q4/65 vs Q4/64

- ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 640.98 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2564 168.34 ล้านบาท หรือร้อยละ 35.6 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้ร้านค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ อีกทั้งการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาขาเพิ่ม และปริมาณยอดซื้อที่เพิ่มขึ้นจากเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 54.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 53.9 ในไตรมาส 4 ปี 2564 เนื่องจากสัดส่วนรายได้จากร้านค้าปลีกที่เพิ่มขึ้น
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 118.54 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2564 จำนวน 33.35 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.1 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่และความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

QoQ Q4/65 vs Q3/65

- ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 640.98 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 182.64 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.8 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากการขายทุกช่องทาง โดยเฉพาะร้านค้าปลีกจากการเติบโตของสาขาเดิม การขยายสาขา และปริมาณยอดซื้อที่เพิ่มขึ้นจากเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 54.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.0 ในไตรมาส 3 ปี 2565 เนื่องจากสัดส่วนรายได้จากร้านค้าปลีกที่เพิ่มขึ้น
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 118.54 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 71.52 ล้านบาท หรือร้อยละ 152.1 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายทุกช่องทางตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่

YoY 2565 vs 2564

- ในปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 1,890.37 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 634.62 ล้านบาท หรือร้อยละ 50.5 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้ร้านค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ อีกทั้งการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาขาเพิ่ม และปริมาณยอดซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการเปิดประเทศ ซึ่งส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ เพิ่มขึ้น รวมถึงการเพิ่มสินค้าใหม่ๆ มาจำหน่ายในปี 2565
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 52.4 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 53.9 จากปี 2564 เนื่องจากต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทที่อ่อนค่าเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวน (RMB)
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 253.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 121.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 92.9 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจและเทศกาลต่างๆ และความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น



เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 4 ปี 2565



ขยายสาขาเพิ่มเติมในไตรมาส 4

บริษัท ตั้งเป้าหมายในการขยายร้านสาขาของบริษัทฯ เพิ่มเป็น 165 สาขา ภายในปี 2568 โดยในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีการเปิดสาขาเพิ่มทั้งสิ้น 4 สาขา ได้แก่ Terminal พระราม 3, Robinson ราชพฤกษ์, Big C บางพลี และ Lotus หาดใหญ่ โดยบริษัทฯ อยู่ระหว่างการศึกษารูปแบบการขยายสาขาในรูปแบบนอกห้างสรรพสินค้า (Stand Alone) ในพื้นที่ใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น บริเวณแหล่งชุมชนและโรงเรียน รวมถึงมีแผนในการเปิดสาขารูปแบบแฟรนไชส์ (Franchise)



การฟื้นตัวของรายได้จากสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 คลี่คลาย

ในปี 2565 บริษัทฯ มีการเติบโตของรายได้จากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 634.62 ล้านบาท หรือร้อยละ 50.5 เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยจากสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ที่เกิดขึ้นเป็นผลให้มีมาตรการล็อกดาวน์ และหยุดกิจกรรมรื่นเริง โดยในปี 2565 สถานการณ์แพร่ระบาดเริ่มคลี่คลายทำให้บริษัทฯ ได้รับอานิสงค์จากการคลายมาตรการล็อกดาวน์และการเปิดประเทศ ทำให้ร้านค้าปลีกสาขาจึงชิลอนกลับมาเปิดใหม่อีกครั้งซึ่งสาขานี้มีกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นต่างชาติถึงร้อยละ 80 รวมถึงการกลับมาจัดงานรื่นเริงตามเทศกาลต่างๆ ทั้งงานฮัลโลวีนและงานปีใหม่ หลังจากที่ต้องปิดไปรอบ 2 ปีที่ผ่านมา เป็นปัจจัยให้รายได้ของบริษัทฯ มีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

ทิศทางในการดำเนินธุรกิจในปี 2566



1 มองหาโอกาสในการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยการขยายสาขาและพัฒนาช่องทางจำหน่ายสินค้า

บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสในการเติบโตผ่านการขยายสาขาใหม่ เนื่องจากปัจจุบันจำนวนสาขาของบริษัทฯ คิดเป็นสัดส่วน 16.1% ของจำนวนห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด ดังนั้นยังมีช่องว่างในการเติบโตผ่านการขยายสาขาเพื่อขยายกลุ่มลูกค้ารายได้ใหม่ได้ โดยในปี 2566 บริษัทฯ มีเป้าหมายจะขยายสาขาใหม่จำนวน 20 สาขา ในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง ทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด รวมถึงหัวเมืองใหญ่ที่ยังไม่มีสาขา โดย 20 สาขาที่จะเปิดในปี 2566 นี้ จะมีจำนวน 2 สาขา ที่จะเปิดในรูปแบบ Standalone โดยมีทำเลใกล้แหล่งชุมชน โรงเรียน และแหล่งทำงานเพื่อเป็นต้นแบบในการศึกษาพัฒนาการขยายสาขาแบบ Franchise ในอนาคต



2 เสริมสร้างความสามารถในการทำกำไรจากการมองหาลินค้าใหม่และการตลาดรูปแบบใหม่

บริษัทฯ มีแผนในการพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการออกสินค้าในลักษณะ Collection, สินค้าตามฤดูกาล (Seasonal) และสินค้าลิขสิทธิ์การ์ตูนที่เป็นที่นิยมเพื่อสร้างความน่าสนใจ รวมทั้ง การสร้างแบรนด์ร่วมกัน (Co-Branding) กับคนที่เป็นที่รู้จักบนโลกออนไลน์ (Influencer) การจัดทำชุดเซทสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าการซื้อขาย การตกแต่งหน้าร้าน (Visual Merchandise) เพื่อดึงดูดความน่าสนใจของสินค้า การจัดกิจกรรมการตลาดและส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่ การออกแบบลวดลายสินค้าให้ทันสมัยและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า ตลอดจนการพยายามปรับสัดส่วนสินค้า (Product Mix) โดยมุ่งเน้นสินค้ากลุ่มที่มีกำไรสูง เพื่อลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัทฯ



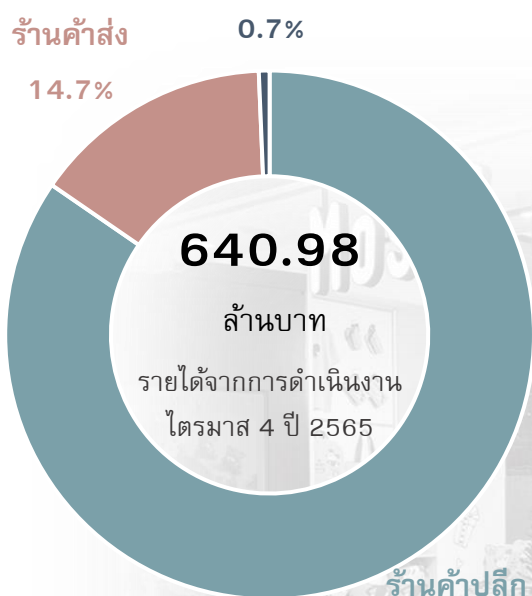
ผลการดำเนินงานประจำปี 2565

ภาพรวมผลการดำเนินงาน	Q4/64	Q3/65	Q4/65	เปลี่ยนแปลง +/-		2564	2565	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	472.64	458.34	640.98	35.6%	39.8%	1,255.75	1,890.37	50.5%
ต้นทุนขาย	(218.03)	(224.51)	(289.10)	32.6%	28.8%	(578.40)	(899.42)	55.5%
กำไรขั้นต้น	254.61	233.83	351.88	38.2%	50.5%	677.35	990.95	46.3%
รายได้อื่น	2.80	1.41	1.55	(44.6%)	9.9%	8.09	5.52	(31.8%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(129.00)	(148.13)	(165.94)	28.6%	12.0%	(432.28)	(569.03)	31.6%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(16.14)	(20.18)	(30.86)	91.2%	52.9%	(62.22)	(85.19)	36.9%
กำไร(ขาดทุน)อื่น-สุทธิ	1.00	1.83	1.36	36.0%	(25.7%)	1.18	6.30	433.9%
ต้นทุนทางการเงิน	(6.16)	(6.80)	(8.39)	36.2%	23.4%	(25.44)	(26.65)	4.8%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	107.11	61.96	149.60	39.7%	141.4%	166.68	321.90	93.1%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(21.92)	(14.94)	(31.06)	41.7%	108.0%	(35.41)	(68.73)	94.1%
กำไรสุทธิ	85.19	47.02	118.54	39.1%	152.1%	131.27	253.17	92.9%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงานในไตรมาส 4 ปี 2565

ช่องทางการจำหน่ายอื่น



84.6% ร้านค้าปลีก

ร้านค้าปลีกประกอบด้วยร้าน Moshi Moshi จำนวน 103 แห่ง

14.7% ร้านค้าส่ง

ร้านค้าปลีกแบบมีส่วนลดมีจำนวน 3 สาขา ประกอบด้วย (1) ร้าน Moshi Moshi สาขาสำเพ็ง (2) ร้าน Moshi Moshi สาขาห้างแพลตตินั่มแฟชั่นมอลล์ และ (3) ร้าน GIANT สาขาห้างแพลตตินั่มแฟชั่นมอลล์

0.7% ช่องทางการจำหน่ายอื่น

ช่องทางการจำหน่ายอื่น ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์/แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ชั้นนำ เช่น Shopee และ Lazada รวมถึงป๊อปปัสโตร์



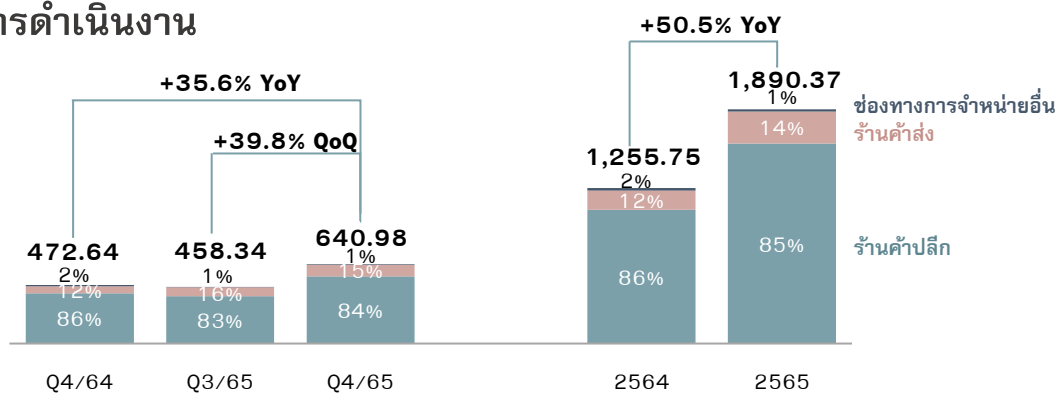
ภาพรวมธุรกิจรายประเภท

โครงสร้างรายได้	Q4/64	Q3/65	Q4/65	เปลี่ยนแปลง		2564	2565	เปลี่ยนแปลง
				+/-	+/-			
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากร้านค้าปลีก	405.35	382.62	542.24	33.8%	41.7%	1,080.17	1,613.98	49.4%
รายได้จากร้านค้าส่ง	58.79	72.58	94.56	60.8%	30.3%	156.43	260.39	66.4%
รายได้จากช่องทางจำหน่ายอื่น	8.50	3.14	4.18	(50.8%)	33.1%	19.15	16.00	(16.4%)
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	472.64	458.34	640.98	35.6%	39.8%	1,255.75	1,890.37	50.5%
รายได้อื่น	2.80	1.41	1.55	(44.6%)	9.9%	8.09	5.52	(31.8%)
รวมรายได้	475.44	459.75	642.53	35.1%	39.8%	1,263.84	1,895.89	50.0%

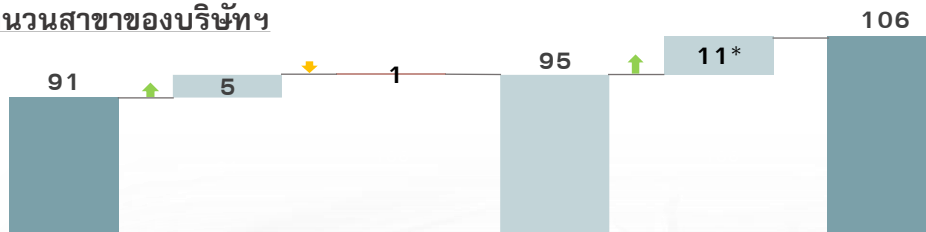
หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดทดสอบ

1. รายได้จากการดำเนินงาน

หน่วย: ล้านบาท, %



ตารางแสดงจำนวนสาขาของบริษัทฯ



ปี	2564	2565
SSSG%	(13.7%)	40.5%

* สาขาซึ่งซื้อใหม่ที่ถูกต้องกลับมาเปิดให้บริการในไตรมาส 4 ปี 2565

YoY Q4/65 vs Q4/64

ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 640.98 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 จำนวน 168.34 ล้านบาท หรือร้อยละ 35.6 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- รายได้จากร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 136.89 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.8 เนื่องจากการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้น 10 สาขา และการกลับมาเปิดสาขาซึ่งซื้อใหม่อีกครั้ง โดยในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 มี 95 สาขา และในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มี 106 สาขา นอกจากนี้ ยังได้รับปัจจัยหนุนจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ส่งผลให้เกิดการเปิดประเทศ การกลับมาเปิดห้างสรรพสินค้า โรงเรียน ออฟฟิศ และการกลับมาจัดกิจกรรมรื่นเริงต่างๆ เช่น งานฮัลโลวีน และงานปีใหม่ที่กลับมาจัดกิจกรรมหลังจากที่งดไปในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา
- รายได้จากร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 35.77 ล้านบาท หรือร้อยละ 60.8 เนื่องจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด-19 ตลอดจนการกลับมาเปิดห้างสรรพสินค้า โรงเรียน และการจัดกิจกรรมรื่นเริงต่างๆ ทั้งงานฮัลโลวีน งานปีใหม่ที่กลับมาจัดกิจกรรมหลังจากที่งดไปในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะช่วงปีใหม่ที่มีปริมาณยอดซื้อของกลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้าส่งและกลุ่มลูกค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อไปขายต่อหรือซื้อเพื่อเป็นของฝากในช่วงเทศกาล นอกจากนี้ในปี 2565 บริษัทฯ มีการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาเหิงจาก 2 ชั้น เป็น 4 ชั้น ทำให้สามารถรองรับลูกค้าได้มากขึ้น

รายได้จากช่องทางจำหน่ายอื่น: ลดลง 4.32 ล้านบาท หรือร้อยละ 50.8 เนื่องจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่กลับมาเลือกซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านมากขึ้น



QoQ Q4/65 vs Q3/65

ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 640.98 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 182.64 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.8 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้:

- **รายได้จากร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 159.62 ล้านบาท หรือร้อยละ 41.7 เนื่องจากปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากเทศกาลฮัลโลวีน และปีใหม่ที่กลับมาจัดกิจกรรมในหลังจากที่งดไปในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา อีกทั้งจำนวนสาขาใหม่ที่เพิ่มขึ้นจำนวน 5 สาขา โดยในไตรมาส 3 ปี 2564 มี 101 สาขา และในไตรมาส 4 ปี 2565 มี 106 สาขา
- **รายได้จากร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 21.98 ล้านบาท หรือร้อยละ 30.3 เนื่องจากปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่ และปีใหม่ที่กลับมาจัดกิจกรรมหลังจากที่งดไปในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะช่วงปีใหม่ที่มีปริมาณยอดขายของกลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้าส่งและกลุ่มลูกค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อไปขายต่อหรือซื้อเพื่อเป็นของฝากในช่วงเทศกาล
- **รายได้จากช่องทางจำหน่ายอื่น:** เพิ่มขึ้น 1.04 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.1 เนื่องจากปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากในไตรมาส 4 ปี 2565 มีการจัดเทศกาลทั้งฮัลโลวีนและปีใหม่

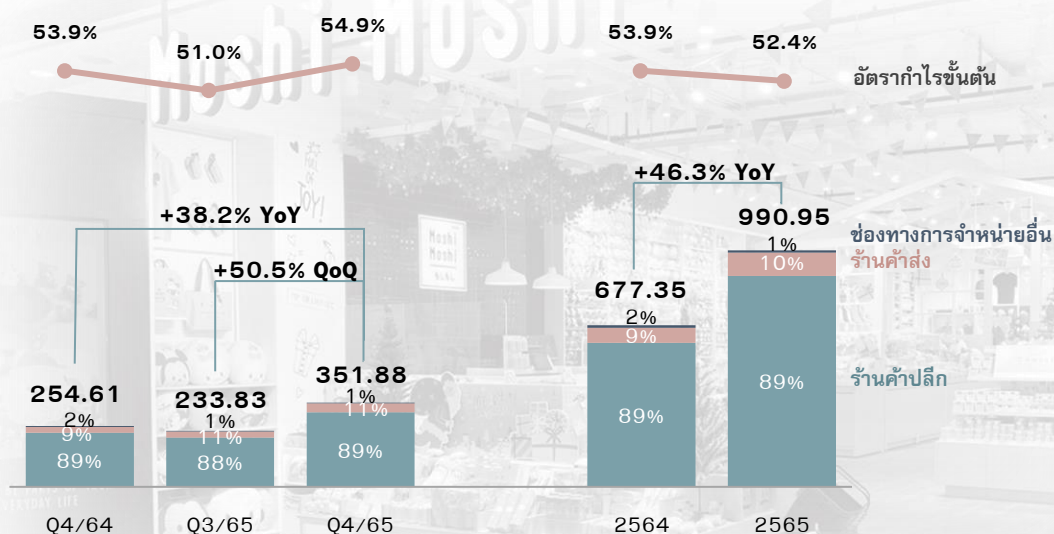
YoY YE/65 vs YE/64

ในปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 1,890.37 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 634.62 ล้านบาท หรือร้อยละ 50.5 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- **รายได้จากร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 533.81 ล้านบาท หรือร้อยละ 49.4 เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้น 10 สาขา และการกลับมาเปิดสาขาจิ้งชิลอนใหม่อีกครั้ง โดยในปี 2564 มี 95 สาขา และในปี 2565 มี 106 สาขา นอกจากนี้ยังได้รับปัจจัยหนุนจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจภายหลังการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ส่งผลต่อการเปิดประเทศ การกลับมาเปิดห้างสรรพสินค้า โรงเรียน ออฟฟิศ และการกลับมาจัดกิจกรรมรื่นเริงต่างๆ เช่น งานฮัลโลวีน งานปีใหม่ที่กลับมาจัดกิจกรรมหลังจากที่งดไปในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการเพิ่มสินค้าใหม่ๆ มาจำหน่าย ทั้งแบรนด์ Snoopy และ Sanrio เป็นต้น
- **รายได้จากร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 103.96 ล้านบาท หรือร้อยละ 66.4 เนื่องจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด-19 การกลับมาเปิดห้างสรรพสินค้า โรงเรียน และการจัดกิจกรรมรื่นเริง ทั้งงานฮัลโลวีน งานปีใหม่ที่กลับมาจัดกิจกรรมหลังจากที่งดไปในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะช่วงปีใหม่ที่มีปริมาณยอดขายของกลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้าส่งและกลุ่มลูกค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อไปขายต่อหรือซื้อเพื่อเป็นของฝากในช่วงเทศกาล นอกจากนี้ในปี 2565 บริษัทฯ มีการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาขาส่งจาก 2 ชั้น เป็น 4 ชั้น เพื่อรองรับลูกค้าได้มากขึ้น
- **รายได้จากช่องทางจำหน่ายอื่น:** ลดลง 3.15 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.4 เนื่องจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่กลับมาเลือกซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านมากขึ้น

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q4/65 vs Q4/64

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 351.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2564 จำนวน 97.27 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.2 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 85.82 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.0 เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ รวมถึงความความต้องการซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรมรีเนิร์จทั้งเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่ที่เพิ่งเริ่มจัดในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 13.78 ล้านบาท หรือร้อยละ 57.0 เนื่องจากปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรมรีเนิร์จทั้งเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่ที่เพิ่งเริ่มจัดในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะช่วงปีใหม่ที่มีปริมาณยอดขายของกลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้าส่งและกลุ่มลูกค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อไปขายต่อหรือซื้อเพื่อเป็นของฝากในช่วงเทศกาล รวมถึงการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาเหิงทำให้รองรับลูกค้าได้มากขึ้น
- **กำไรขั้นต้นของช่องทางจำหน่ายอื่น:** ลดลง 2.33 ล้านบาท หรือร้อยละ 49.3 เนื่องจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่กลับมาเลือกซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านมากขึ้น

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 54.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 53.9 ในไตรมาส 4 ปี 2564 เนื่องจากการเติบโตที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายรวมที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะร้านค้าปลีก ซึ่งได้รับปัจจัยหนุนมาจากการเติบโตของอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาร้านค้าปลีกเพิ่มขึ้น ซึ่งร้านค้าปลีกมีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่าร้านค้าส่ง ประกอบกับความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่

QoQ Q4/65 vs Q3/65

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 351.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 118.05 ล้านบาท หรือร้อยละ 50.5 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 105.70 ล้านบาท หรือร้อยละ 51.3 เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ รวมถึงความความต้องการซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรมรีเนิร์จทั้งเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่ที่กลับมาจัดหลังจากที่งดไปในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 11.64 ล้านบาท หรือร้อยละ 44.3 เนื่องจากปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรมรีเนิร์จทั้งเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่ที่กลับมาจัดหลังจากที่งดไปในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะช่วงปีใหม่ที่มีปริมาณยอดขายของกลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้าส่งและกลุ่มลูกค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อไปขายต่อหรือซื้อเพื่อเป็นของฝากในช่วงเทศกาล
- **กำไรขั้นต้นของช่องทางจำหน่ายอื่น:** เพิ่มขึ้น 0.71 ล้านบาท หรือร้อยละ 41.8 เนื่องจากปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากในไตรมาส 4 ปี 2565 มีการจัดเทศกาลทั้งฮัลโลวีนและปีใหม่

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 54.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.0 ในไตรมาส 3 ปี 2565 เนื่องจากการเติบโตที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายทุกช่องทาง โดยเฉพาะร้านค้าปลีกทั้งจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ ตลอดจนความความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่

YoY YE/65 vs YE/64

กำไรขั้นต้น: ในปี 2565 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 990.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 313.60 ล้านบาท หรือร้อยละ 46.3 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

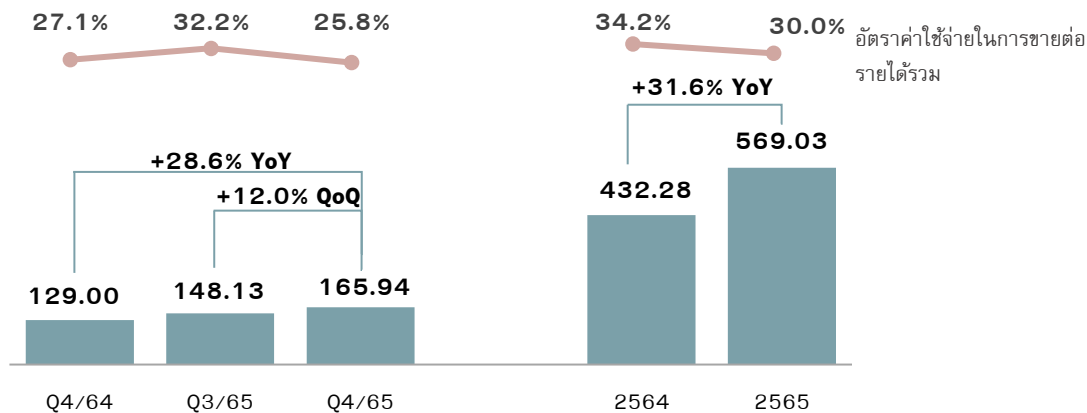
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 280.22 ล้านบาท หรือร้อยละ 46.4 เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ รวมถึงความความต้องการซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรมรีเนิร์จทั้งเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่ที่กลับมาจัดในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา ตลอดจนการเปิดโรงเรียนและกลับมาทำงานที่ออฟฟิศ ตลอดจนการเพิ่มสินค้าใหม่ๆ มาจำหน่าย ทั้งแบรนด์ Snoopy และ Sanrio เป็นต้น
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 35.31 ล้านบาท หรือร้อยละ 56.1 เนื่องจากปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรมรีเนิร์จทั้งเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่ที่กลับมาจัดในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะช่วงปีใหม่ที่มีปริมาณยอดขายของกลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้าส่งและกลุ่มลูกค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อไปขายต่อหรือซื้อเพื่อเป็นของฝากในช่วงเทศกาล รวมถึงการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาเหิงทำให้รองรับลูกค้าได้มากขึ้น
- **กำไรขั้นต้นของช่องทางจำหน่ายอื่น:** ลดลง 1.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.0 เนื่องจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่กลับมาเลือกซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านมากขึ้น

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 52.4 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 53.9 ในปี 2564 โดยมีปัจจัยหลักจากต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสัดส่วนการซื้อสินค้าจากต่างประเทศลดลง ประกอบกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทที่อ่อนค่าเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวน (RMB)



3. ค่าใช้จ่ายในการขาย

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY

Q4/65 vs Q4/64

ค่าใช้จ่ายในการขาย: ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 165.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2564 จำนวน 36.94 ล้านบาท หรือร้อยละ 28.6 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าตอบแทนพนักงานที่เพิ่มขึ้นทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวตามยอดขายที่เพิ่มขึ้นและจากการขยายสาขาใหม่ รวมถึงการค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสัญญาเช่าของบริษัทฯ บางส่วนเป็นสัญญาเช่าที่คิดตามสัดส่วนของยอดขาย นอกจากนี้ในปี 2565 บริษัทฯ ได้รับส่วนลดค่าเช่าลดลงจากสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลาย

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 25.8 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 27.1 ในไตรมาส 4 ปี 2564 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย อันเป็นผลมาจากความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

QoQ

Q4/65 vs Q3/65

ค่าใช้จ่ายในการขาย: ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 165.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 17.81 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.0 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าตอบแทนพนักงานที่เพิ่มขึ้นทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวตามยอดขายที่เพิ่มขึ้นและจากการขยายสาขาใหม่ รวมถึงการค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสัญญาเช่าของบริษัทฯ บางส่วนเป็นสัญญาเช่าที่คิดตามสัดส่วนของยอดขาย

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 25.8 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 32.2 ในไตรมาส 3 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย อันเป็นผลมาจากการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) และความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

YoY

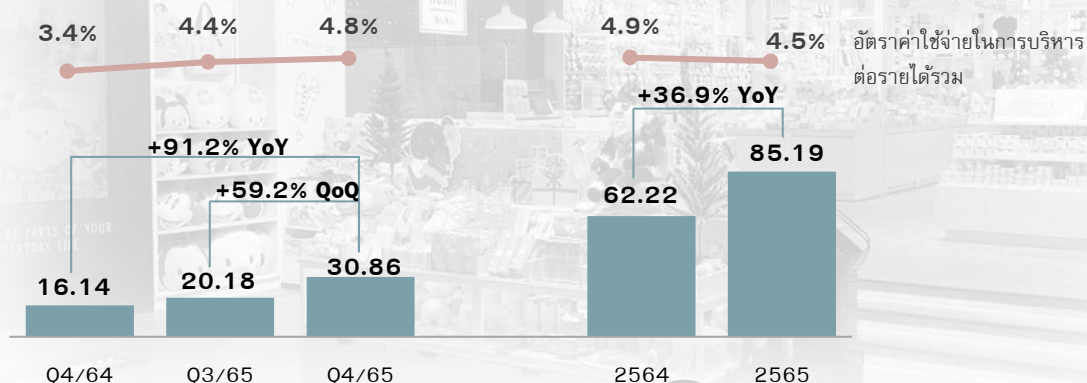
YE/65 vs YE/64

ค่าใช้จ่ายในการขาย: ในปี 2565 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 569.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 136.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 31.6 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าตอบแทนพนักงานที่เพิ่มขึ้นทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวตามยอดขายที่เพิ่มขึ้นและจากการขยายสาขา รวมถึงการค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสัญญาเช่าของบริษัทฯ บางส่วนเป็นสัญญาเช่าที่คิดตามสัดส่วนของยอดขาย นอกจากนี้ในปี 2565 บริษัทฯ ได้รับส่วนลดค่าเช่าลดลงและค่าภาษีโรงเรือนที่กลับมาคิดอัตราปกติหลังสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลาย

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 30.0 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 34.2 ในปี 2564 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย อันเป็นผลมาจากการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) และความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



สรุปสาระสำคัญ

เหตุการณ์สำคัญ

ผลการดำเนินงาน

YoY Q4/65 vs Q4/64

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 30.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2564 จำนวน 14.72 ล้านบาท หรือร้อยละ 91.2 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าบริการที่ปรึกษาทางการเงิน ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก (IPO)

อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 4.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.4 ในไตรมาส 4 ปี 2564 เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นจากค่าบริการที่ปรึกษาทางการเงิน ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก (IPO)

QoQ Q4/65 vs Q3/65

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 30.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 10.68 ล้านบาท หรือร้อยละ 52.9 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าบริการที่ปรึกษาทางการเงิน ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก (IPO) ค่าทำลายสินค้าที่เสียหาย ซึ่งบริษัท มีนโยบายในการทำลายสินค้าที่เสียหายปีละ 1 ครั้ง ในไตรมาส 4 ของทุกปี

อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 4.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 4.4 ในไตรมาส 3 ปี 2565 เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นจากค่าบริการที่ปรึกษาทางการเงิน ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก (IPO) และค่าทำลายสินค้าที่เสียหาย

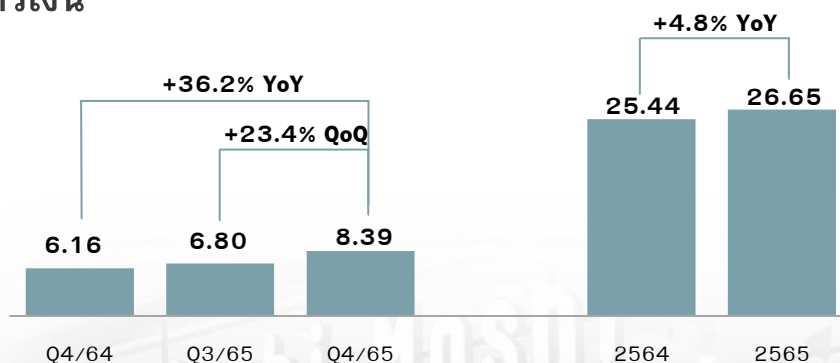
YoY YE/65 vs YE/64

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในปี 2565 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 85.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 22.97 ล้านบาท หรือร้อยละ 36.9 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าบริการในการจัดทำรายงานการวิจัยทางการตลาด ค่าบริการที่ปรึกษาทางการเงิน ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก (IPO)

อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 4.5 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 4.9 ในปี 2564 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหาร อันเป็นผลมาจากความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

5. ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q4/65 vs Q4/64

ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัท มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 8.39 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2564 จำนวน 2.23 ล้านบาท หรือร้อยละ 36.2 โดยมีปัจจัยหลักจากการปรับดอกเบี้ยจ่ายตามหนี้สินสัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีสัญญาเช่าใหม่ตามจำนวนสาขาที่เปิดใหม่ในระหว่างงวด และการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาเหิง ในเดือนกรกฎาคม ปี 2565 และการชำระดอกเบี้ยเงินกู้ยืมให้แก่สถาบันการเงิน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมที่มีภาระ

QoQ Q4/65 vs Q3/65

ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัท มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 8.39 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 1.59 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.4 โดยมีปัจจัยหลักจากการปรับดอกเบี้ยจ่ายตามหนี้สินสัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีสัญญาเช่าใหม่ตามจำนวนสาขาที่เปิดใหม่ในระหว่างงวด และการชำระดอกเบี้ยเงินกู้ยืมให้แก่สถาบันการเงิน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมที่มีภาระดอกเบี้ย

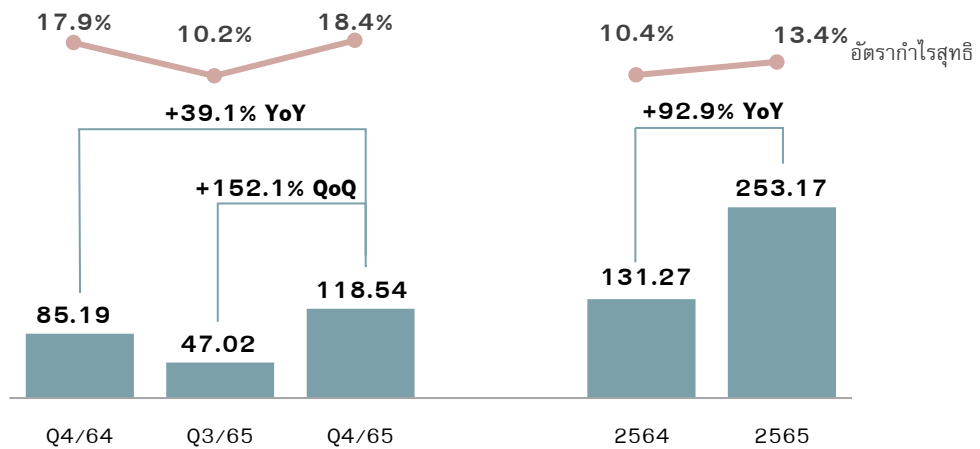
YoY YE/65 vs YE/64

ในปี 2565 บริษัท มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 26.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 1.21 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.8 โดยมีปัจจัยหลักจากการปรับดอกเบี้ยจ่ายตามหนี้สินดอกเบี้ยสัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีสัญญาเช่าใหม่ตามจำนวนสาขาที่เปิดใหม่ในระหว่างงวด และการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาเหิง ในเดือนกรกฎาคม ปี 2565 และการชำระดอกเบี้ยเงินกู้ยืมให้แก่สถาบันการเงิน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมที่มีภาระดอกเบี้ย



6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY

Q4/65 vs Q4/64

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัท มีกำไรสุทธิจำนวน 118.54 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2564 จำนวน 33.35 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.1 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ และการขยายพื้นที่ร้านสาขาสำเพ็งทำให้รองรับลูกค้าได้มากขึ้น ตลอดจนความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่ รวมถึงลูกค้ากลุ่มนักเรียนและพนักงานออฟฟิศที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 18.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 17.9 ในไตรมาส 4 ปี 2564 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่และความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

QoQ

Q4/65 vs Q3/65

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัท มีกำไรสุทธิจำนวน 118.54 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 71.52 ล้านบาท หรือร้อยละ 152.1 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายทุกช่องทาง โดยเฉพาะร้านค้าปลีกทั้งจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ ตลอดจนความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 18.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10.2 ในไตรมาส 3 ปี 2565 เนื่องจากการเติบโตที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายทุกช่องทางตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากเทศกาลฮัลโลวีนและปีใหม่ และความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

YoY

YE/65 vs YE/64

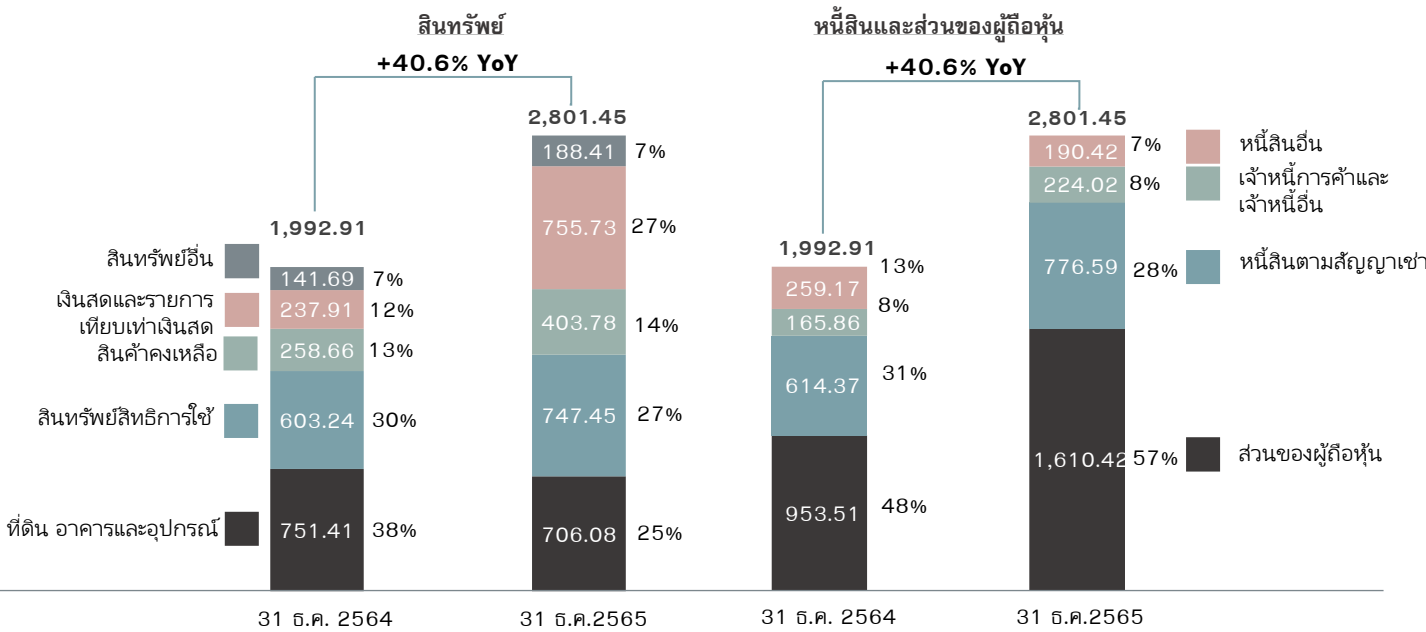
กำไรสุทธิ: ในปี 2565 บริษัท มีกำไรสุทธิจำนวน 253.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 121.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 92.9 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ และการขยายพื้นที่ร้านสาขาสำเพ็งทำให้รองรับลูกค้าได้มากขึ้น ตลอดจนการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการเปิดประเทศทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศมากขึ้น รวมถึงลูกค้ากลุ่มนักเรียนและพนักงานออฟฟิศที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้กำลังซื้อและกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆเพิ่มขึ้นตามลำดับ

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 13.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10.4 ในปี 2564 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการเปิดประเทศซึ่งส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆเพิ่มขึ้น และความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น



งบแสดงฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 2,801.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 808.54 ล้านบาท หรือร้อยละ 40.6 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้ :

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** เพิ่มขึ้น 517.82 ล้านบาท เนื่องจากได้รับเงินจากการระดมทุนโดยเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO)
- **สินค้ำคงเหลือ:** เพิ่มขึ้น 145.12 ล้านบาท เนื่องจากการสำรองสินค้ำสำหรับการขายในอนาคตตามการเติบโตของยอดขาย
- **สินทรัพย์สิทธิการใช้:** เพิ่มขึ้น 144.21 ล้านบาท เนื่องจากการขยายพื้นที่ร้านค้าสาขาสำเพ็งและการเพิ่มขึ้นของสาขาใหม่

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 1,191.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 151.64 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.6 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้ :

- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น:** เพิ่มขึ้น 58.16 ล้านบาท เนื่องจากการสำรองสินค้ำคงคลังสำหรับรองรับการขายที่จะเพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลปีใหม่
- **หนี้สินตามสัญญาเช่า:** เพิ่มขึ้น 162.22 ล้านบาท เนื่องจากการขยายพื้นที่ร้านค้าสาขาสำเพ็งและการเพิ่มขึ้นของสาขาใหม่

ส่วนของผู้ถือหุ้น

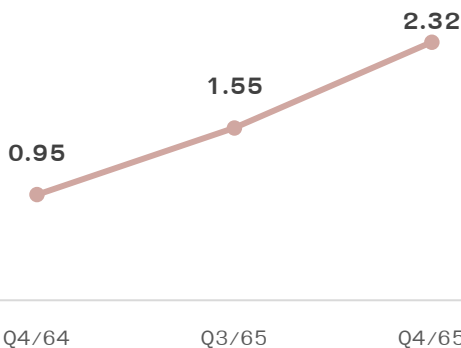
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 1,610.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 656.91 ล้านบาท หรือร้อยละ 68.9 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยมีปัจจัยจากการระดมทุนโดยเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) ประกอบกับการดำเนินงานที่ดีขึ้นของบริษัทฯ



อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

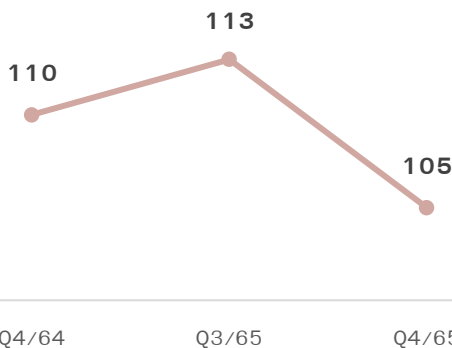
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน

หน่วย: เท่า



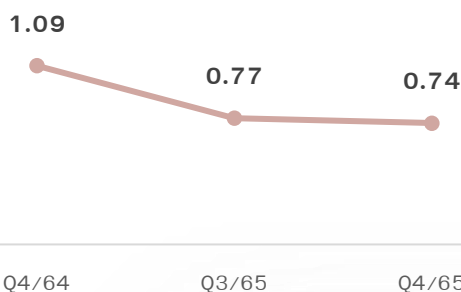
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย

หน่วย: วัน



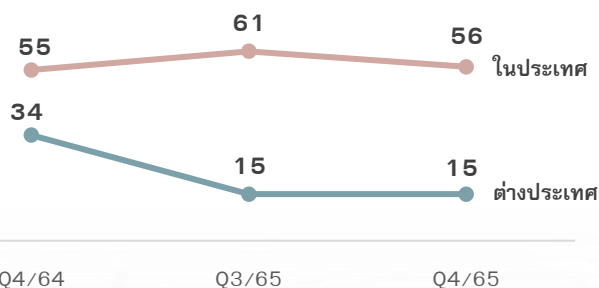
อัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น

หน่วย: เท่า



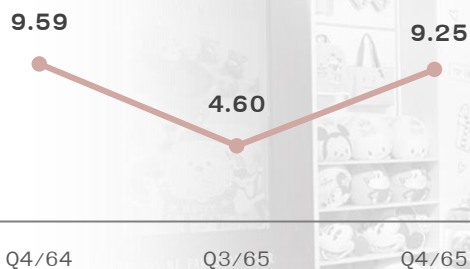
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า

หน่วย: วัน



อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %

