

AURORA 

ของขวัญแห่งความสุขที่มีคุณค่า

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์
ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำปี 2565

สรุปสาระสำคัญ

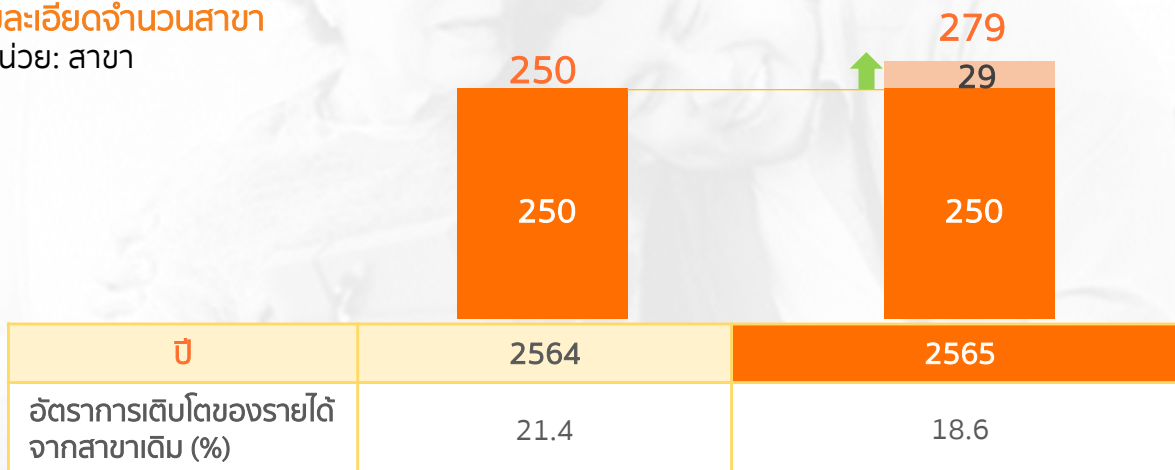
	2564	2565	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย : ล้านบาท			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	22,255.6	29,580.6	+32.9%
กำไรขั้นต้น	1,976.8	2,517.3	+27.3%
EBITDA	1,232.0	1,460.0	+18.5%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	591.0	707.9	+19.8%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	8.9%	8.5%	-0.4%
อัตรา EBITDA (%)	5.5%	4.9%	-0.6%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	2.7%	2.4%	-0.3%

YoY YE/65 vs YE/64

- ในปี 2565 บริษัทมีรายได้จากการดำเนินงานรวม 29,580.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 7,325.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 32.9 โดยมีปัจจัยหลักมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม การเปิดสาขาใหม่ และลูกค้าส่วนใหญ่กลับมาซื้อสินค้าที่หน้าร้านเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 รวมทั้งการเติบโตของรายได้ดอกเบี้ยรับจากธุรกิจขายฝาก นอกจากนี้บริษัทยังมีการออกบูธและทำการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์และกระตุ้นยอดขาย โดยในปี 2566 บริษัทยังคงมุ่งเน้นการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัท อยู่ที่ร้อยละ 8.5 ในปี 2565 เปลี่ยนแปลงอย่างไม่มีนัยสำคัญจากปี 2564 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรักษาระดับกำไรของบริษัท จากการเพิ่มสัดส่วนยอดขายสินค้า Design Gold และเครื่องประดับเพชร ที่มีอัตรากำไรสูง (High Margin Products) เป็นผลให้กำไรขั้นต้นปี 2565 จำนวน 2,517.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 540.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 27.3 เมื่อเทียบกับปีก่อน
- กำไรสุทธิของบริษัท มีมูลค่า 707.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 116.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.8 จากการเพิ่มขึ้นของรายได้ในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายโดยรวม จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม การเปิดสาขาใหม่และลูกค้าส่วนใหญ่กลับมาซื้อสินค้าที่หน้าร้านเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

รายละเอียดจำนวนสาขา

หน่วย: สาขา



เหตุการณ์สำคัญในปี 2565

ขายหุ้นสามัญต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก (IPO)



บมจ.ออโรรา ดีไซน์ (AURA) เสนอขายหุ้นสามัญให้กับประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) จำนวนไม่เกิน 334 ล้านหุ้น คิดเป็นไม่เกินร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดภายหลังจากเสนอขาย มูลค่าที่ตราไว้ (Par) หุ้นละ 1 บาท โดยบริษัทมีแผนที่จะนำเงินระดมทุนไปขยายธุรกิจ และเปิดสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่ยุทธศาสตร์ในจังหวัดสำคัญทั่วประเทศ

ร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อสร้างการเติบโตสำหรับธุรกิจขายฝาก “ทองมาเงินไป”



ในปี 2565 ต่อเนื่องไปถึงปี 2566 บริษัทได้ร่วมมือกับพันธมิตรมากมาย อาทิ บริษัท ซี.เจ.เอ็กซ์เพรส กรุ๊ป จำกัด (CJ MORE) พัฒนาโมเดลการขยายธุรกิจ, ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พัฒนาเทคโนโลยีการชำระเงิน และบริษัท กสิกร ไลน์ จำกัด (LINE BK) ออกโปรโมชันส่งมอบความพิเศษให้กับผู้ใช้งานผ่านทาง LINE Official Account ปัจจุบันได้รับผลตอบแทนที่ดีจากกลุ่มลูกค้าของ LINE BK นอกจากนี้ “ทองมาเงินไป” ยังอยู่ในช่วงการเจรจากับพันธมิตรอื่นๆ เพื่อหาแนวทางร่วมธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

ทิศทางการดำเนินงานของบริษัทในปี 2566-2567

มองหาโอกาสในการเติบโตอย่างต่อเนื่องผ่านการขยายสาขาและธุรกิจ

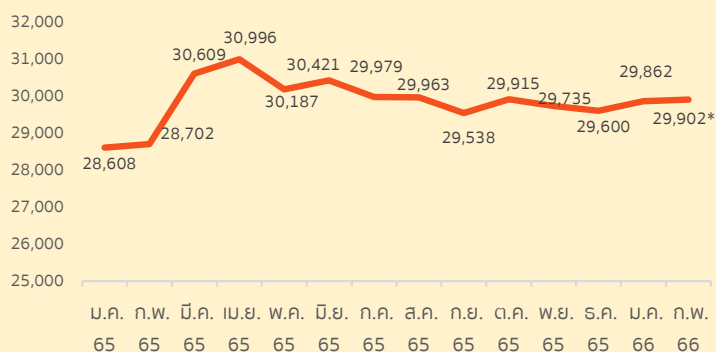


บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสในการเติบโตผ่านช่องทางการขายหน้าร้านในหลายพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเติบโต ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด และเพื่อขยายฐานลูกค้ามากขึ้น โดยในปี 2567 บริษัทฯ มีเป้าหมายจำนวนสาขามากกว่า 400 สาขา ซึ่งจะมีทั้งในห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต และสถานที่อื่นๆ นอกจากนี้ยังมีแผนในการเติบโตผ่านธุรกิจขายฝาก โดยมีแผนเพิ่มลูกหนี้ขายฝากมูลค่ากว่า 3,800 ล้านบาท

ข้อมูลอุตสาหกรรม

หน่วย: บาท

ราคาขายทองคำแท่ง



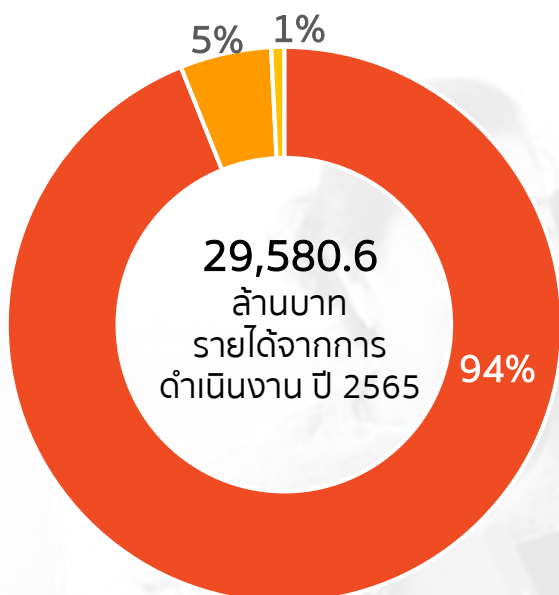
หมายเหตุ: *ราคาขายทองคำแท่งในเดือน ก.พ. 2566 เป็นราคาเฉลี่ยถึงวันที่ 24 ก.พ. 2566 ที่มา: สมาคมค้าทองคำ, ไทยรัฐ, workpointtoday

ราคาทองคำในช่วงต้นปี 2566 นี้ ยังปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องจากกำลังซื้อจากชาวจีนและสิงคโปร์ เพื่อมอบให้เป็นของขวัญในช่วงเทศกาลตรุษจีน และจากความขัดแย้งระหว่าง รัสเซีย-ยูเครน โดยแนวโน้มปี 2566 ราคาทองคำคาดว่าจะเคลื่อนไหวปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยต่างประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะภาวะเศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่มีโอกาสเข้าสู่ภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ จากผลกระทบการปรับดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) ที่ยังเดินทางอย่างต่อเนื่อง เพื่อกดเงินเพื่อให้ลงมาสู่ระดับเป้าหมาย ทั้งนี้คาดการณ์ว่าเฟดจะเริ่มชะลอขึ้นดอกเบี้ยในช่วงที่เหลือของปี

ผลการดำเนินงานในปี 2565

ภาพรวมผลการดำเนินงาน	2564	2565	เปลี่ยนแปลง +/-
(หน่วย: ล้านบาท)			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	22,255.6	29,580.6	+32.9%
ต้นทุนขาย	20,278.7	27,063.3	+33.5%
กำไรขั้นต้น	1,976.8	2,517.3	+27.3%
รายได้อื่น	10.2	23.1	+126.5%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	912.8	1,206.6	+32.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	203.3	253.7	+24.8%
ต้นทุนทางการเงิน	200.2	218.8	+9.3%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	732.7	896.8	+22.4%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	141.7	189.0	+33.4%
กำไรสุทธิ	591.0	707.9	+19.8%

โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงาน



94% รายได้จากการขายสินค้า Modern Gold

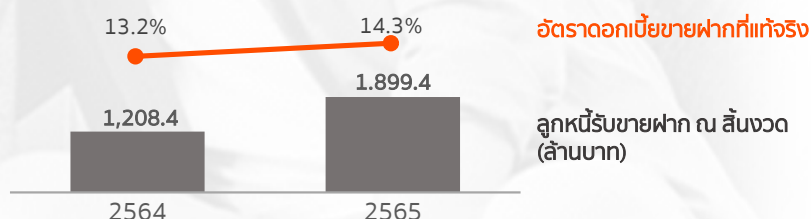
ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับทองรูปพรรณที่มีส่วนประกอบของทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 96.5 เช่น สร้อยคอ แหวน สร้อยข้อมือ ต่างหู เป็นต้น

5% รายได้จากการขายเครื่องประดับเพชรและ Design Gold

- ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเพชร ได้แก่ แหวน ต่างหู สร้อยข้อมือ จี้พร้อมสร้อยคอ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับทองรูปพรรณที่มีส่วนประกอบของทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 40.0 ถึงร้อยละ 99.99 (ไม่รวมทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 96.5) ในประเภท 1) พระเครื่องและเครื่องราง 2) สินค้าเสริมสิริมงคล 3) เครื่องประดับ และ 4) ของขวัญ

1% รายได้ดอกเบี้ยรับ

ดอกเบี้ยรับจากรุทกิจขายฝากทองและหรือเครื่องประดับเพชร



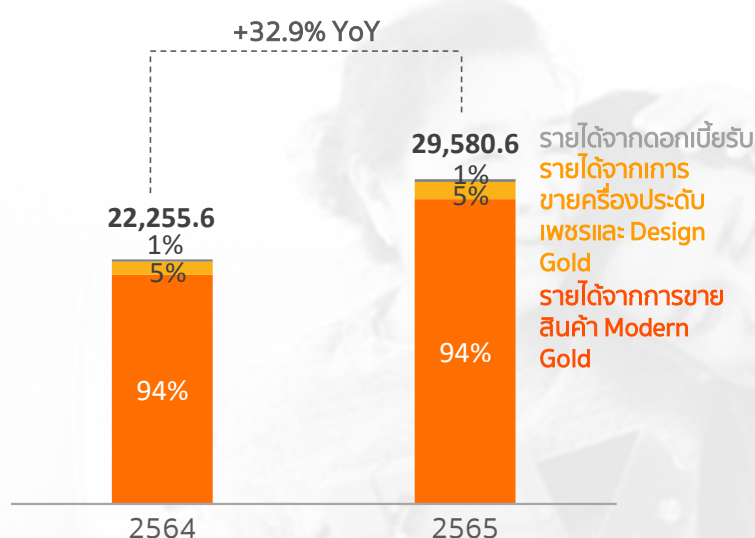
ภาพรวมธุรกิจรายประเภท

โครงสร้างรายได้	2564	2565	เปลี่ยนแปลง +/-
(หน่วย: ล้านบาท)			%YoY
รายได้จากสินค้า Modern Gold	20,894.7	27,781.6	+33.0%
รายได้จากการขายสินค้า Design Gold และเครื่องประดับเพชร	1,200.7	1,576.6	+31.3%
รวมรายได้จากการขาย	22,095.4	29,358.2	+32.9%
รายได้ดอกเบียรับ	160.2	222.4	+38.8%
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	22,255.6	29,580.6	+32.9%
รายได้อื่น	10.2	23.1	+126.5%
รวมรายได้	22,265.8	29,603.6	+33.0%

รายได้แบ่งตามช่องทางการขาย	2564	2565	%YoY
ช่องทางออนไลน์	2,475.1	2,395.8	-3.2%
ช่องทางออฟไลน์	19,620.3	26,962.4	+37.4%
รวม	22,095.4	29,358.2	+32.9%

1. รายได้จากการดำเนินงาน

หน่วย: ล้านบาท, %

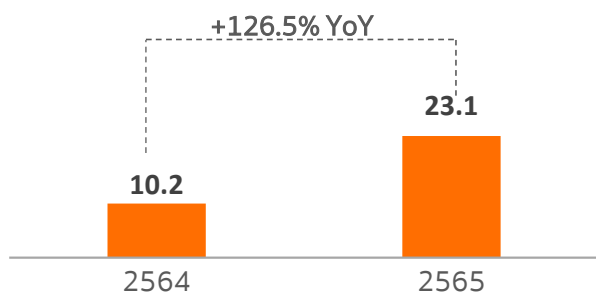


YoY YE/65 vs YE/64

ในปี 2565 บริษัทมีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 29,580.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 7,325.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 32.9 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้า Modern Gold เพิ่มขึ้น 6,886.9 ล้านบาทหรือร้อยละ 33.0 และรายได้จากการขายเครื่องประดับเพชรและ Design Gold เพิ่มขึ้น 375.9 ล้านบาทหรือร้อยละ 31.3 เนื่องจากการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม การเปิดสาขาใหม่ และลูกค้าส่วนใหญ่กลับมาซื้อสินค้าที่หน้าร้านเพิ่มขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 นอกจากนี้บริษัทมีการทำการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์และกระตุ้นยอดขาย รวมทั้งรายได้จากดอกเบียรับเพิ่มขึ้น 62.2 ล้านบาทหรือร้อยละ 38.8 จากการเติบโตของลูกค้าหนี้นายฝาก

2. รายได้อื่น

หน่วย: ล้านบาท, %



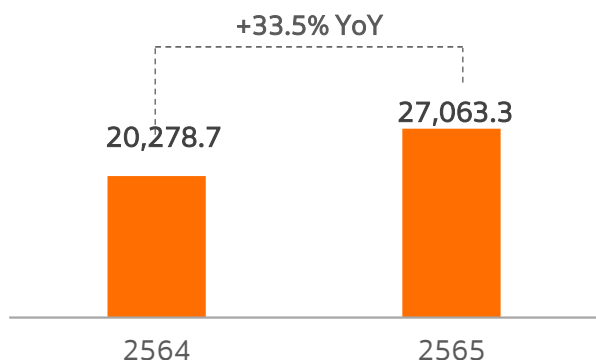
หมายเหตุ: รายได้อื่นๆ ประกอบด้วย รายได้ค่าบริการหน้าสาขาและลูกค้า B2B (เช่น ค่าอะไหล่ และค่าดำเนินการออกบัตรรับทอง) และรายได้ค่าบริการสมาชิกเป็นหลัก

YoY YE/65 vs YE/64

ในปี 2565 บริษัทมีรายได้อื่นจำนวน 23.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 12.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 126.5 เนื่องจากบริษัทได้รับเงินสนับสนุนจากลูกค้าทางธุรกิจเพื่อใช้ในการทำการตลาด และการเพิ่มขึ้นของรายได้ค่าบริการจากกลุ่มลูกค้าองค์กรที่มียอดการสั่งซื้อเข้ามาเพิ่มขึ้นจากปีก่อน

3. ต้นทุนขาย

หน่วย: ล้านบาท, %

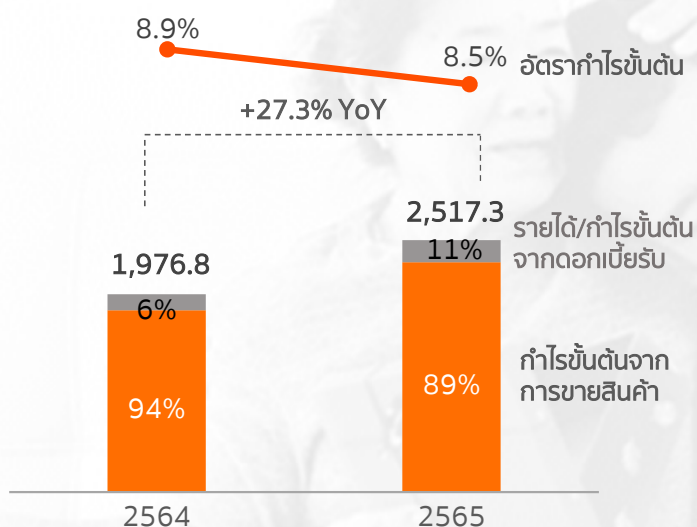


YoY YE/65 vs YE/64

ในปี 2565 บริษัทมีต้นทุนขายจำนวน 27,063.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 6,784.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.5 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น

4. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



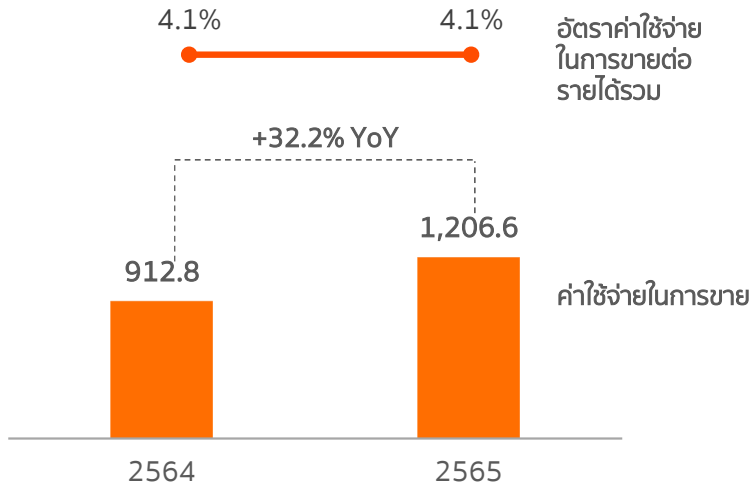
YoY YE/65 vs YE/64

กำไรขั้นต้น: ในปี 2565 บริษัทมีกำไรขั้นต้นจำนวน 2,517.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 540.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 27.3 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- กำไรขั้นต้นจากการขายสินค้า : เพิ่มขึ้น 478.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 26.3 ทั้งนี้ บริษัทยังคงมุ่งเน้นสินค้า Modern Gold เป็นหลัก ในขณะเดียวกัน บริษัทมีการเพิ่มสัดส่วนยอดขายจากสินค้า Design Gold และเครื่องประดับเพชรที่เป็น High Margin Products เพื่อให้กำไรขั้นต้นโดยรวมเติบโตขึ้น
- กำไรขั้นต้น/รายได้จากดอกเบียรับ: เพิ่มขึ้น 62.2 ล้านบาทหรือร้อยละ 38.8 จากการเติบโตของลูกค้าหน้าขายฝาก
- อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 8.5 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 8.9 ในปี 2564 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรักษาระดับอัตรากำไรของบริษัท

5. ค่าใช้จ่ายในการขาย

หน่วย: ล้านบาท, %



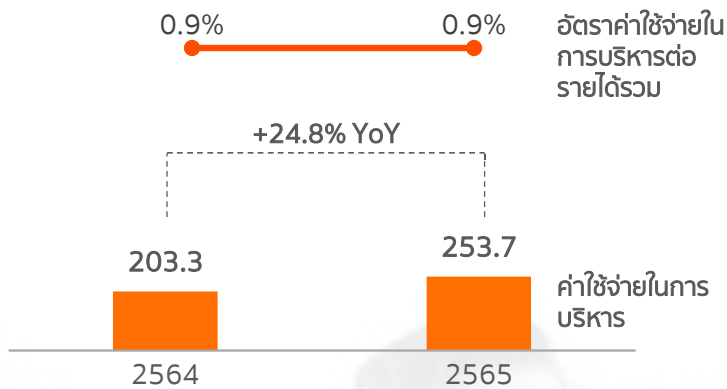
YoY YE/65 vs YE/64

ค่าใช้จ่ายในการขาย: ในปี 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 1,206.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 293.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 32.2 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าคอมมิชชั่นของพนักงานประจำสาขาที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น รวมถึงค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดสาขาใหม่ และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายการตลาดและส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างการรับรู้ในแบรนด์และองค์กร ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ที่เพิ่มขึ้นเพื่อสร้างรายได้จากการขายให้เพิ่มขึ้น และมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นบางส่วนเกิดขึ้นครั้งเดียวใช้สำหรับการทำการตลาดเพื่อจดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก (IPO)

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 4.1 ไม่เปลี่ยนแปลงจากปี 2564

6. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



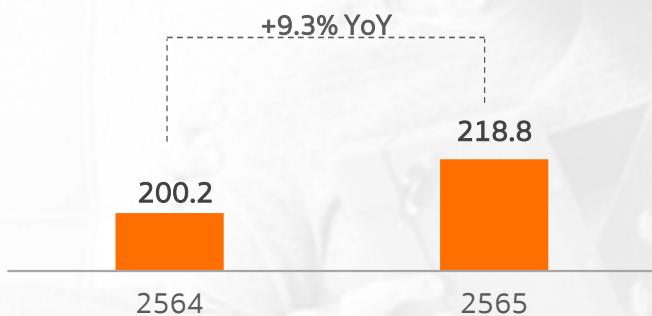
YoY YE/65 vs YE/64

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในปี 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 253.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 50.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 24.8 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานจากการเพิ่มจำนวนพนักงานของสำนักงานใหญ่เพื่อรองรับการขยายสาขา การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายด้านการเดินทาง ค่าวัสดุสิ้นเปลือง รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานจดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก (IPO)

อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 0.9 ไม่เปลี่ยนแปลงจากปี 2564

7. ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %

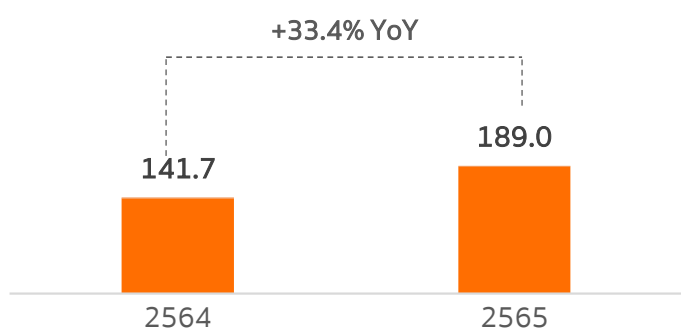


YoY YE/65 vs YE/64

ในปี 2565 บริษัทมีต้นทุนทางการเงินจำนวน 218.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 18.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.3 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าธรรมเนียมเงินกู้ยืมสำหรับการปรับโครงสร้างหนี้จากเงินกู้ยืมจากบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน เปลี่ยนเป็นเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ซึ่งเกิดขึ้นครั้งเดียว และดอกเบี้ยตามสัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสาขาที่เปิดใหม่ อย่างไรก็ตาม ดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินลดลงจากการบริหารจัดการหนี้ของบริษัท

8. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้

หน่วย: ล้านบาท, %

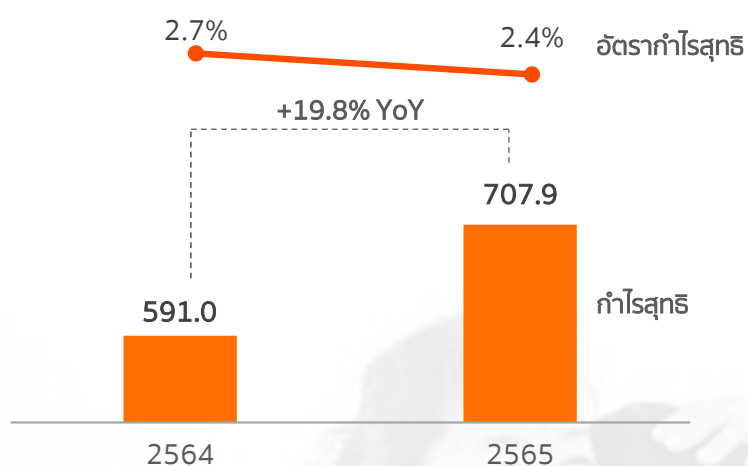


YoY YE/65 vs YE/64

ในปี 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้จำนวน 189.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 47.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.4 โดยมีปัจจัยหลักจากภาษีเงินได้นิติบุคคลที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องตามยอดขายและกำไรก่อนภาษีที่เพิ่มขึ้น

9. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



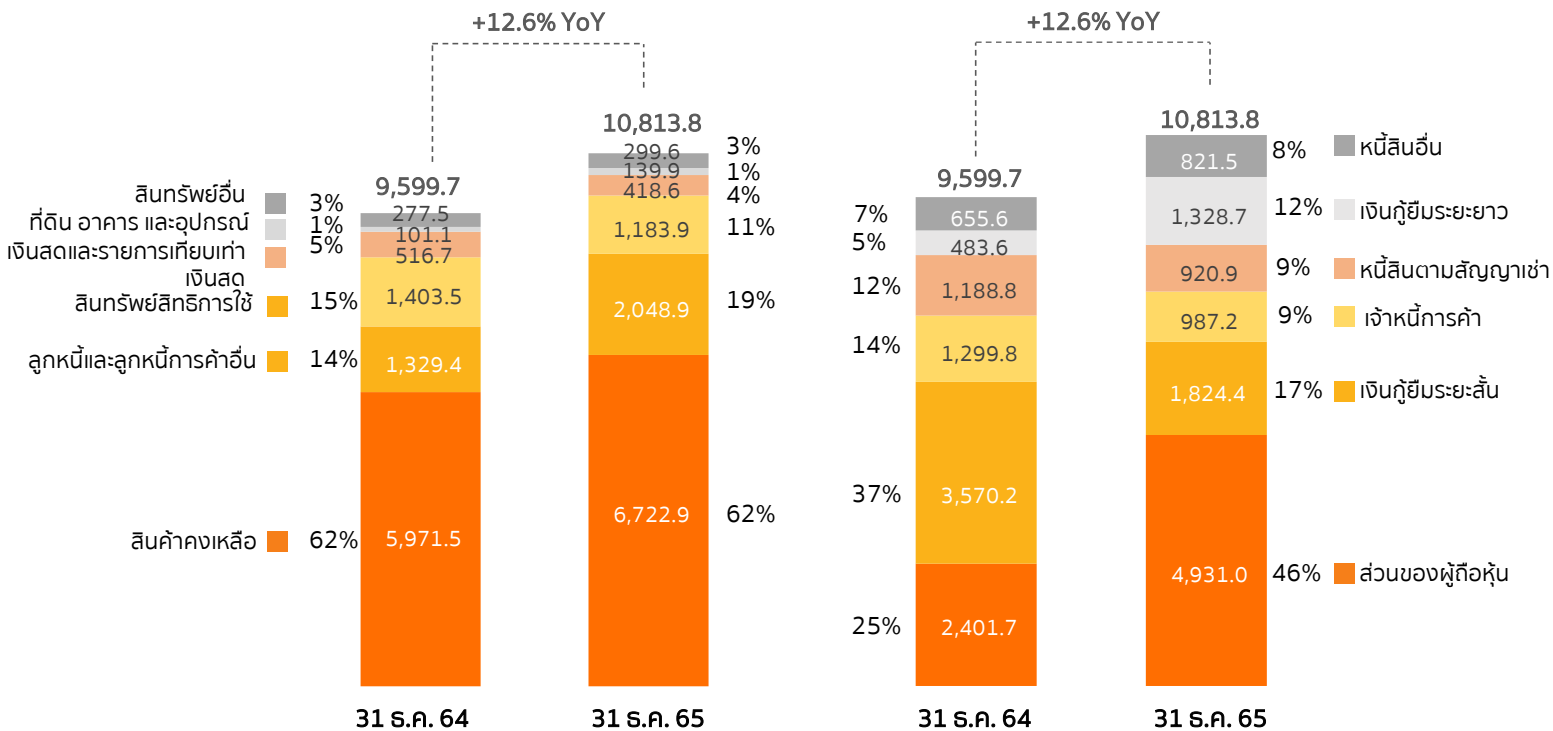
YoY YE/65 vs YE/64

กำไรสุทธิ: ในปี 2565 บริษัทมีกำไรสุทธิจำนวน 707.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 116.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.8 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายโดยรวม จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม การเปิดสาขาใหม่ และลูกค้าส่วนใหญ่กลับมาซื้อสินค้าที่หน้าร้านเพิ่มขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 2.4 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 2.7 ในปี 2564 ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นครั้งเดียวที่ใช้เพื่อจดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก (IPO) แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรักษาระดับกำไรของบริษัท

งบแสดงฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท



สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 10,813.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,214.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.6 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- **สินค่างานเหลือ:** เพิ่มขึ้น 751.4 ล้านบาท เนื่องจากสำรองทองคำเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตจากการขยายสาขา และราคาทองที่เพิ่มขึ้น
- **ลูกหนี้และลูกหนี้การค้าอื่น:** เพิ่มขึ้น 719.5 ล้านบาท จากการเติบโตของลูกหนี้ขายฝากเป็นหลัก และลูกหนี้จากกลุ่มลูกค้าองค์กร
- **สินทรัพย์สิทธิการใช้:** ลดลง 219.6 ล้านบาท เนื่องจากมีการปรับประมาณการระยะเวลาของสัญญาเช่าตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่อง สัญญาเช่า
- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** ลดลง 98.1 ล้านบาท จากการบริหารจัดการเงินสดในมือให้เพียงพอต่อการดำเนินงานในแต่ละวัน

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีหนี้สินรวม 5,882.8 ล้านบาท ลดลง 1,315.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.4 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- **เงินกู้ยืมระยะสั้น:** ลดลง 1,745.8 ล้านบาท เนื่องจากชำระคืนเงินกู้แก่สถาบันการเงิน โดยเงินกู้อุดหนุนสามารถเบิกใช้ได้ใหม่เพื่อลดต้นทุนทางการเงิน และปรับโครงสร้างหนี้จากเงินกู้ยืมบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน เปลี่ยนเป็นเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน
- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น:** ลดลง 312.6 ล้านบาท จากการจ่ายชำระค่าใช้จ่ายค้างจ่ายและเจ้าหนี้อื่น
- **หนี้สินตามสัญญาเช่า:** ลดลง 267.9 ล้านบาท เนื่องจากมีการปรับประมาณการระยะเวลาของสัญญาเช่าตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่อง สัญญาเช่า และมีการชำระหนี้แก่เจ้าหนี้สัญญาเช่าตามปกติจากการดำเนินงาน
- **เงินกู้ยืมระยะยาว:** เพิ่มขึ้น 845.1 ล้านบาท จากการปรับโครงสร้างหนี้จากเงินกู้ยืมจากบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน เปลี่ยนเป็นเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน

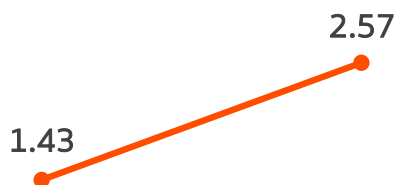
ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 4,931.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,529.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 105.3 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยมีปัจจัยจากการระดมทุน IPO ครั้งแรก การเพิ่มทุนจดทะเบียน อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจำนวนประมาณ 1,700 ล้านบาท และตั้งสำรองทางกฎหมายจำนวนประมาณ 35 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

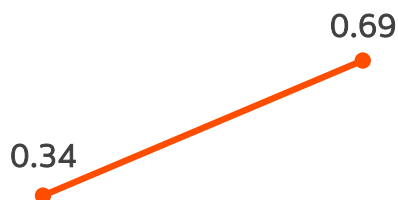
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน

หน่วย: เท่า



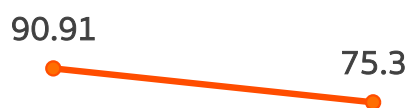
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว

หน่วย: เท่า



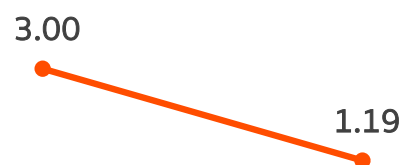
วงจรเงินสด

หน่วย: วัน



อัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

หน่วย: เท่า



อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %

