



ที่ FN 014/2566

**คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร
สำหรับผลประกอบการ ไตรมาส 1 ปี 2566**

บริษัท เอฟเอ็น แฟคตอรี เอ๊าท์เลท จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งในปี 2543 โดยดำเนินธุรกิจศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเอ๊าท์เลท สินค้าที่วางจำหน่ายภายในเอ๊าท์เลท เป็นสินค้าอุปโภคภายใต้ตราสินค้าของบริษัทแบ่งเป็นกลุ่มสินค้าเครื่องแต่งกาย Apparel ภายใต้แบรนด์ Inco, Cheval, Sleep Mate, ETC และกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่เครื่องแต่งกาย Non-Apparel ภายใต้แบรนด์ Cherish, Prim, Rollica, Cushy เป็นต้น และตราสินค้าอื่นๆ ปัจจุบันบริษัทมีสาขาทั้งสิ้น 12 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรบุรี สาขากาญจนบุรี สาขาพัทยา สาขาปากช่อง สาขาสิงห์บุรี สาขาหัวหิน สาขาศรีราชา สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขาฉะเชิงเทรา สาขาระยอง สาขาพระราม 9 และสาขา Singer x FN living space นอกจากนี้บริษัทยังมีช่องทางจำหน่ายทางออนไลน์และ Market place เช่น Facebook, Web commerce, FN Application, Line official และ Tiktok

สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ

โดยสรุปเศรษฐกิจไทยปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อน โดยจำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติที่เพิ่มขึ้นเป็นแรงส่งสำคัญ ทำให้ภาคบริการและเครื่องใช้การบริโภคภาคเอกชนปรับตัวดีขึ้น ด้านเสถียรภาพเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปและอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานลดลง จากผลของฐานสูงในปีก่อนเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้รับผลจากการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวไทยในช่วงวันหยุดเทศกาล ทำให้เริ่มมีลูกค้ากลับมาใช้บริการในสาขาเพิ่มขึ้น โดยตัวชี้วัดจากจำนวนรถที่เข้ามาใช้บริการที่สาขาเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 แต่อย่างไรก็ตามลูกค้ายังมีความระมัดระวังในเรื่องการจับจ่ายใช้สอย โดยซื้อเฉพาะสินค้าที่จำเป็น ทำให้จำนวนบิลลดลงร้อยละ 2 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

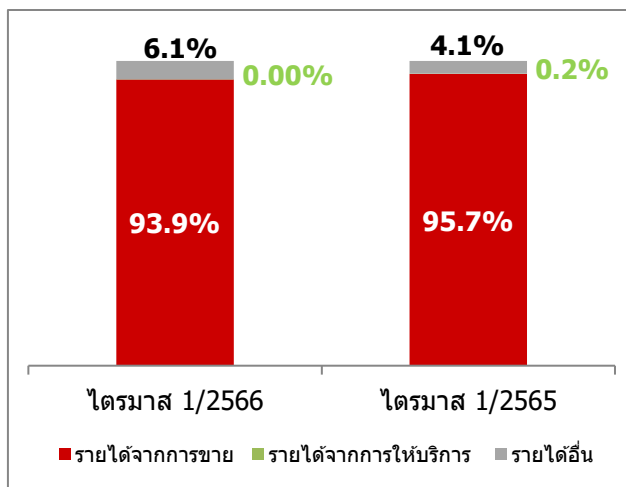
หน่วย: ล้านบาท	สำหรับสามเดือนสิ้นสุด วันที่ 31 มีนาคม		การเปลี่ยนแปลง	
	2566	2565	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	113.57	117.45	(3.87)	(3.30)
รายได้จากการให้บริการ	0.00	0.20	(0.19)	(97.98)
รายได้อื่น	7.36	5.06	2.30	45.50
รวมรายได้	120.94	122.70	(1.76)	(1.44)
ต้นทุนขาย	67.77	68.96	(1.19)	(1.72)
ต้นทุนการให้บริการ	0.00	0.02	(0.02)	(100.00)
ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร	77.92	70.75	7.17	10.13
- ค่าใช้จ่ายในการขาย	44.71	41.17	3.54	8.59
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	33.21	29.58	3.63	12.28
กำไร(ขาดทุน)ก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)	(24.74)	(17.02)	(7.73)	45.40
รายได้ทางการเงิน	0.04	0.20	(0.16)	(80.20)
ต้นทุนทางการเงิน	(0.12)	(0.37)	0.24	(66.34)
ต้นทุนทางการเงินตัดจำหน่าย TFRS16	(1.78)	(1.55)	(0.23)	14.82
รายได้ภาษีเงินได้	4.62	3.87	0.75	19.38
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(21.99)	(14.87)	(7.12)	47.88

หน่วย: ล้านบาท	สำหรับสามเดือนสิ้นสุด วันที่ 31 มีนาคม		การเปลี่ยนแปลง	
	2566	2565	ล้านบาท	ร้อยละ
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	(4.94)	2.99	(7.93)	(265.03)
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	14.43	14.73	(0.30)	(2.05)
ค่าเสื่อมราคาตัดจำหน่าย TFRS16	5.38	5.28	0.09	1.76

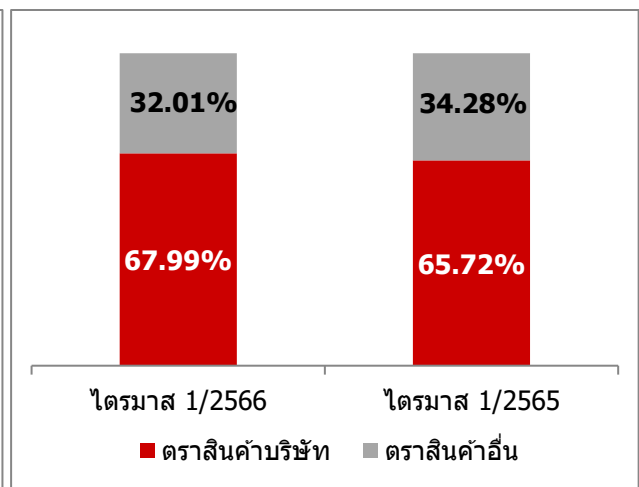
อัตราส่วนทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงาน (ร้อยละ)	สำหรับสามเดือนสิ้นสุด วันที่ 31 มีนาคม		การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	2566	2565	
อัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	40.33	41.29	(0.95)
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	64.42	57.66	6.77
อัตราส่วนกำไร(ขาดทุน)สุทธิ (ร้อยละ)	(18.18)	(12.12)	(6.06)

1. รายได้

สัดส่วนของรายได้



สัดส่วนยอดขายแยกตราสินค้า



บริษัทมีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 1/2566 เท่ากับ 113.57 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.30 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 สาเหตุหลักเกิดจากบริษัทให้ความสำคัญในช่องทางหลัก Offline, Online และ O2O โดยปิดช่องทางที่ไม่เกิดรายได้ เช่น ช่องทางการขายตรงโดยรถคันใจ และลดช่องทางการขายแบบค้าส่ง เพื่อลดต้นทุนและลดความเสี่ยงทางด้านลูกหนี้การค้า

บริษัทมีรายได้อื่นไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 7.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 45.50 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 เนื่องจากมีบริษัทผู้เช่ารายใหม่เข้ามาเช่าพื้นที่เพิ่มขึ้น

2. ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายของไตรมาสที่ 1/2566 เท่ากับร้อยละ 40.33 ลดลงร้อยละ 0.95 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 เนื่องจากมีการทำ Marketing campaign และหาพื้นที่ outside promotion เพื่อเร่งระบายสินค้าคงค้างสต็อก

อย่างไรก็ตามบริษัทเห็นความสำคัญในการรักษาอัตรากำไรขั้นต้น โดยมีแผนการ sourcing สินค้ากลุ่มใหม่ high margin เข้ามาจำหน่าย เพื่อรักษาระดับกำไรขั้นต้นให้เป็นไปตามเป้าหมาย นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งเน้นการเติบโตผ่านช่องทาง Online มากขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่ได้ Margin สูงกว่า Offline ร้อยละ 14

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 77.92 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.13 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 สาเหตุหลักเกิดจากสาขากลับมาเปิดให้บริการ 100% ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการได้แก่ ค่าขนส่งสินค้า ค่าป้ายโฆษณา (out of home media) ค่าธรรมเนียมธนาคาร และค่า commission ช่องทาง online เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เกิดจากค่า FT เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสาขาที่ยังไม่มีการติดตั้งแผงโซล่าเซลล์

สำหรับอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้รวมในไตรมาส 1/2566 เท่ากับร้อยละ 64.42 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.77 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565

4. ขาดทุนสุทธิและอัตราขาดทุนสุทธิ

บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิในไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 21.99 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 นั้น มีผลขาดทุนมากขึ้น 7.12 ล้านบาท ปัจจัยหลักเกิดจากรายได้รวมของบริษัทลดลงเนื่องจากสาเหตุที่ใดกล่าวไปด้านบน

บริษัทมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานก่อนตัดค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) สำหรับงวดสามเดือนเท่ากับ 4.94 ล้านบาท

ทั้งนี้บริษัทได้มีการตั้งเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงบริษัทไปสู่การเป็นบริษัทที่มีความเป็นเลิศและนวัตกรรมด้วยการดำเนินการหลัก 5 ประการดังนี้

1) New Brand Architecture การจัดระเบียบและโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ให้มีความชัดเจน และสอดคล้องกับทิศทางของบริษัทโดยเน้นจุดแข็งของสินค้า กลุ่ม House Brands และสินค้า Brand Name ที่คัดสรรมาเพื่อเพิ่มความหลากหลายและเพิ่มประสบการณ์ให้ลูกค้า เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับบริษัทในฐานะเป็นผู้ประกอบการที่เน้นเรื่องคุณภาพ ราคา และนวัตกรรม

สินค้าของบริษัท House Brands แบ่งเป็น สินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย (FN Apparel) เครื่องใช้ในบ้าน (FN Home) อาหาร (FN Eat) เครื่องนอน (FN Sleep) สินค้ากลุ่มสุขภาพ (FN Care) สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (FN Travel)

2) New Brand Identity การปรับโฉมตราสินค้า (Brand) FN ใหม่ให้มีความชัดเจนในความเป็นไลฟ์สไตล์ที่มุ่งเน้นให้เห็นตัวตนของบริษัทที่จะมีการปรับโฉมใหม่ให้มีความสดใส มีคุณภาพชีวิตที่ดี และสะท้อนถึงความมุ่งมั่นที่กล้าคิดและดำเนินการเชิงกลยุทธ์ให้แต่ละสาขาของบริษัทมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น Uniqueness

3) New Communication การสื่อสารผ่านช่องทาง Online และ Offline เพื่อให้มีความชัดเจนและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกช่องทาง โดยมีการปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์ของ FN ให้ลูกค้าสามารถซื้อขายได้บนเว็บไซต์ รวมถึงช่องทาง Online อื่น ๆ เช่น Line@, Facebook, Tik Tok เป็นต้น ส่วนช่องทาง Offline จะมีการสื่อสารผ่านสื่อประเภท Out of Home Media เป็นต้น

4) Space Utilization การนำพื้นที่ของสาขามาพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยจะลดพื้นที่ขายของแต่ละสาขาเพื่อไปเพิ่มการขายทาง Online และนำพื้นที่ที่เหลือมาเป็นพื้นที่เช่า โดยจะเริ่มดำเนินการโครงการปรับปรุงสาขาที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Destination) ใน 4 สาขาในปี 2566 ได้แก่ สาขาปากช่อง เป็นจุดแวะพัก

(Stopover) สาขาพืชยา เป็นสถานีศูนย์กลางสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า (EV Station) สาขาระยอง เป็นตลาดสด (Fresh Market) และสาขาหัวหิน เป็นพื้นที่สวนสำหรับการพักผ่อน (Garden)

5) Inventory Management การบริหารจัดการสินค้าโดยใช้ข้อมูล (Big Data) ในการจัดหาสินค้าใหม่ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และการจัดการสินค้าคงคลังให้เหลือน้อยที่สุด ผ่านช่องทางการจัดกิจกรรม (Event) รวมถึงช่องทางการขายใหม่ ๆ

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท	ณ วันที่		การเปลี่ยนแปลง	
	31 มีนาคม 2566	31 ธันวาคม 2565	ล้านบาท	ร้อยละ
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	104.69	123.36	(18.67)	(15.13)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	24.60	22.21	2.39	10.76
สินค้าคงเหลือ	357.52	374.66	(17.14)	(4.57)
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	30.23	30.17	0.06	0.20
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	754.82	766.51	(11.69)	(1.53)
สินทรัพย์สิทธิการใช้	142.39	146.64	(4.25)	(2.90)
สินทรัพย์อื่น	78.81	67.72	11.09	16.38
รวมสินทรัพย์	1,493.06	1,531.27	(38.21)	(2.50)
เจ้าหนี้การค้า	51.95	55.05	(3.10)	(5.63)
เงินกู้ยืมระยะยาว	6.61	15.63	(9.02)	(57.71)
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	156.41	161.86	(5.45)	(3.37)
หนี้สินอื่น	18.83	17.48	1.35	7.72
รวมหนี้สิน	233.80	250.02	(16.22)	(6.49)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,259.26	1,281.25	(21.99)	(1.72)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,493.06	1,531.27	(38.21)	(2.50)

1. สินทรัพย์

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 เท่ากับ 1,493.06 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2565 จำนวน 38.21 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เนื่องจากการจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้า เงินกู้ยืมระยะยาว และการปรับปรุงสาขา สินค้าคงเหลือลดลงเนื่องจากการขายสินค้าระหว่างงวดและการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ลดลงเนื่องจากการตัดค่าเสื่อมราคาในระหว่างงวด

2. หนี้สิน

หนี้สินรวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 เท่ากับ 233.80 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2565 จำนวน 16.22 ล้านบาท เนื่องจากการจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้าและการควบคุมการสั่งซื้อ การจ่ายชำระเงินกู้ยืมและหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงินในระหว่างงวด

3. ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 เท่ากับ 1,259.26 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2565 จำนวน 21.99 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากผลประกอบการขาดทุนสำหรับงวด

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565	การ เปลี่ยนแปลง	สาเหตุ
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	8.84	7.80	1.04	เพิ่มขึ้นจากการลดลงของหนี้สิน หมุนเวียน เนื่องจากการจ่ายชำระ ในระหว่างงวด
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	2.17	2.03	0.14	เพิ่มขึ้นจากการลดลงของหนี้สิน หมุนเวียน เนื่องจากการจ่ายชำระ ในระหว่างงวด
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	(7.40)	(6.72)	(0.68)	ลดลงเนื่องจากผลประกอบการ ลดลง
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.19	0.20	(0.01)	ลดลงเนื่องจากหนี้สินของกิจการ ลดลงเนื่องจากการจ่ายชำระใน ระหว่างงวดในอัตราที่มากกว่าการ ลดลงของส่วนของผู้ถือหุ้น

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

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