ที่ FN 020/2566

คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร

สำหรับผลประกอบการ ไตรมาส 2 ปี 2566

บริษัท เอฟเอ็น แฟคตอรี่ เอ้าท์เลท จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งในปี 2543 โดยดำเนินธุรกิจศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเอ้าท์เลท สินค้าที่วางจำหน่ายภายในเอ้าท์เลท เป็นสินค้าอุปโภคภายใต้ตราสินค้าของบริษัทแบ่งเป็นกลุ่มสินค้า เครื่องแต่งกาย 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

<u>สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ</u>

เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ชะลอตัวช้าลงกว่าไตรมาสที่ 1 ของปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ โดยเฉพาะจากจีน มาเลเซียและยุโรปเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การบริโภคภาคเอกชนมีการปรับดีขึ้นและกระจายตัวมากขึ้น ทั้งนี้จากบทวิเคราะห์ พบว่าระดับการฟื้นตัวของรายได้ยังต่ำกว่าระดับนักท่องเที่ยว โดยรายได้ฟื้นตัวเพียง 65% ของระดับก่อนโควิด นอกจากนี้โครงสร้างนักท่องเที่ยวต่างชาติ รายสัญชาติเปลี่ยนแปลงไป โดยสัดส่วนนักท่องเที่ยวเอเชียมีมากขึ้น และพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวประหยัดมากขึ้น

ในส่วนอัตราเงินเฟ้อทั่วไปมีแนวโน้มทยอยปรับลดลงกลับเข้าสู่กรอบเป้าหมาย จากแรงกดดันด้านอุปทานที่มีแนวโน้มลดลง ตามค่าไฟฟ้า ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศ และมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐ อย่างไรก็ดีอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานยังทรงตัวในระดับสูง สอดคล้องกับเครื่องชี้แนวโน้มเงินเฟ้อที่แม้จะเริ่มปรับ ลดลงแต่ยังอยู่ในระดับสูง

รายได้รวมของบริษัท ในไตรมาส 2 เติบโต 0.8% จากไตรมาสที่ 1 ปี 2566 ซึ่งจำนวนรถที่เข้ามาใช้บริการในสาขาเพิ่มขึ้นจากไตรมาสแรก 64.6% แต่ยอดซื้อต่อบิลลดลง 2% เนื่องจากลูกค้ายังมีความระมัดระวังในเรื่องการจับจ่ายใช้สอย

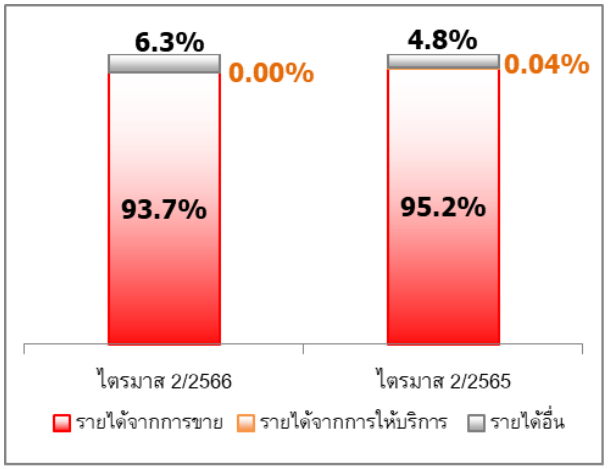
การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

หน่วย:ล้านบาท	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 มิถุนายน		การเปลี่ยนแปลง		สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 มิถุนายน		การเปลี่ยนแปลง	
	2566	2565	ล้านบาท	ร้อยละ	2566	2565	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	114.25	116.89	(2.64)	(2.26)	227.83	234.33	(6.51)	(2.78)
รายได้จากการให้บริการ	0.00	0.05	(0.05)	(96.00)	0.01	0.25	(0.24)	(97.58)
รายได้อื่น	7.69	5.87	1.82	30.96	15.05	10.93	4.12	37.70
รวมรายได้	**121.94**	**122.81**	**(0.87)**	**(0.71)**	**242.88**	**245.51**	**(2.63)**	**(1.07)**
ต้นทุนขาย	67.46	65.90	1.56	2.37	135.23	134.86	0.37	0.28
ต้นทุนการให้บริการ	0.00	0.01	(0.01)	(90.91)	0.00	0.03	(0.03)	(96.30)
ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร	82.28	73.76	8.52	11.55	160.19	144.51	15.68	10.85
- ค่าใช้จ่ายในการขาย	48.72	41.23	7.49	18.17	93.43	82.40	11.03	13.38
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	33.56	32.53	1.03	3.15	66.77	62.11	4.66	7.50
กำไร(ขาดทุน)ก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)	**(27.80)**	**(16.87)**	**(10.93)**	**64.82**	**(52.55)**	**(33.89)**	**(18.66)**	**55.07**
รายได้ทางการเงิน	0.16	0.23	(0.07)	(30.74)	0.20	0.43	(0.23)	(53.50)
ต้นทุนทางการเงิน	(0.05)	(0.34)	0.29	(86.54)	(0.22)	(0.74)	0.53	(70.96)
ต้นทุนทางการเงินตัดจำหน่าย TFRS16	(1.05)	(1.49)	0.44	(29.53)	(2.79)	(3.01)	0.22	(7.35)
รายได้ภาษีเงินได้	5.65	3.18	2.47	77.74	10.27	7.05	3.22	45.71
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	**(23.09)**	**(15.29)**	**(7.80)**	**51.01**	**(45.08)**	**(30.16)**	**(14.92)**	**49.47**
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	**(12.24)**	**2.05**	**(14.29)**	**(698.44)**	**(17.19)**	**5.04**	**(22.23)**	**(440.97)**
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	*13.69*	*13.60*	*0.09*	*0.69*	*28.12*	*28.33*	*(0.21)*	*(0.73)*
ค่าเสื่อมราคาตัดจำหน่าย TFRS16	*1.87*	*5.32*	*(3.45)*	*(64.89)*	*7.24*	*10.60*	*(3.36)*	*(31.67)*

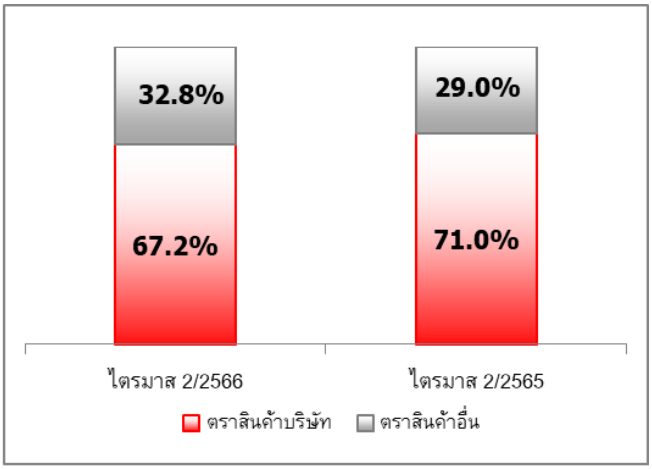
อัตราส่วนทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงาน (ร้อยละ)	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 มิถุนายน		การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 มิถุนายน		การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	2566	2565		2566	2565	
อัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	40.95	43.62	(2.67)	40.64	42.45	(1.81)
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	67.47	60.06	7.41	65.96	58.86	7.09
อัตราส่วนกำไร(ขาดทุน) สุทธิ (ร้อยละ)	(18.93)	(12.45)	(6.48)	(18.56)	(12.28)	(6.28)

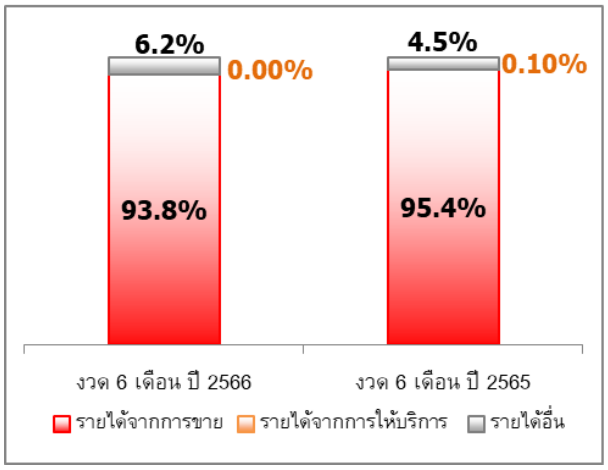
1. รายได้

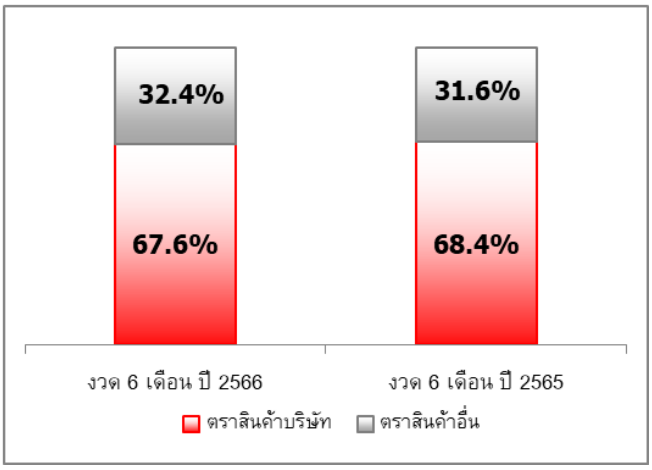
สัดส่วนของรายได้



สัดส่วนยอดขายแยกตราสินค้า







บริษัทมีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 2/2566 เท่ากับ 114.25 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.26 และสำหรับงวดหก เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 เท่ากับ 227.83 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.78 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 สาเหตุหลักเกิดจากบริษัทให้ความสำคัญในช่องทางหลัก Offline, Online และ O2O โดยยกเลิกช่องทางที่ไม่เกิดรายได้ เช่น ช่องทางการขายตรงโดยรถทันใจ และลดช่องทางการขายแบบค้าส่ง เพื่อลดต้นทุนและลดความเสี่ยงทางด้านลูกหนี้การค้า โดยสินค้าที่ทำรายได้มาจากสินค้าในสต๊อคเดิม ทั้งนี้สินค้าที่ผลิตใหม่จะทยอยเข้ามาเติมสต๊อคในช่วงไตรมาสถัดไป

บริษัทมีรายได้อื่นไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 7.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.96 และสำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 เท่ากับ 15.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.70 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 จากการมีบริษัทผู้เช่ารายใหม่เข้ามาเช่าพื้นที่ Retail เพิ่มขึ้น

2. ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายของไตรมาสที่ 2/2566 เท่ากับร้อยละ 40.95 ลดลงร้อยละ 2.67 และอัตรากำไรขั้นต้นจากการขายของงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 เท่ากับร้อยละ 40.64 ลดลงร้อยละ 1.81 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 เนื่องจากบริษัทมีนโยบายการทำ Inventory Management เพื่อเร่งระบายสินค้าคงค้างสต๊อค เพื่อนำเงินสดเข้ามาใช้ในกิจการ

ในขณะเดียวกันบริษัทให้ความสำคัญในการรักษาอัตรากำไรขั้นต้น โดยมีการ sourcing สินค้ากลุ่มใหม่ๆ high margin เข้ามาจำหน่าย ทั้งช่องทาง Offline และ Online โดยมีเป้าหมายเน้นการเพิ่มรายได้ในช่องทาง Digital Commerce ให้เติบโตขึ้น เนื่องจากช่องทางดังกล่าวมีต้นทุนที่ต่ำกว่า

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 82.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.55 และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 เท่ากับ 160.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.85 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 สาเหตุหลักเกิดจากสาขากลับมาเปิดให้บริการ 100% ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการ ได้แก่ ค่าขนส่งสินค้า ค่าป้ายโฆษณา (out of home media) ค่าธรรมเนียมธนาคาร และค่า commission ช่องทาง online เพิ่มขึ้นตามยอดขายที่เติบโตขึ้น นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เกิดจากค่า FT เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสาขาที่ยังไม่มีการติดตั้งแผงโซล่าเซลล์

สำหรับอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้รวมในไตรมาส 2/2566 เท่ากับร้อยละ 67.47 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.41 และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 เท่ากับร้อยละ 65.96 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.09 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 จากกิจกรรมส่งเสริมการขายและปรับปรุงสาขาเพิ่มขึ้น

4. ขาดทุนสุทธิและอัตราขาดทุนสุทธิ

บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิในไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 23.09 ล้านบาท มีผลขาดทุนมากขึ้น 7.80 ล้านบาท และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 ขาดทุนเท่ากับ 45.08 ล้านบาท มีผลขาดทุนมากขึ้น 14.92 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 นั้น ปัจจัยหลักเกิดจากรายได้รวมของบริษัทลดลงเนื่องมาจากสาเหตุที่ได้กล่าวไปข้างต้น

บริษัทมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานก่อนตัดค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) สำหรับงวดหกเดือนเท่ากับ 17.19 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/Web-Commerce รวมถึงช่องทาง Online อื่น ๆ เช่น Line@, IG, Facebook, Tik Tok เป็นต้น ส่วนช่องทาง Offline จะมีการสื่อสารผ่านสื่อประเภท Out of Home Media เป็นต้น

4) Space Utilization การนำพื้นที่ของสาขามาพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยจะลดพื้นที่ขายของแต่ละสาขาเพื่อไปเพิ่มการขายทาง Online และนำพื้นที่ที่เหลือมาเป็นพื้นที่เช่า โดยจะเริ่มดำเนินการโครงการปรับปรุงสาขาที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Destination) ใน 3 สาขาในปี 2566 ได้แก่ สาขาปากช่อง เป็นจุดแวะพัก (Stopover), สาขาพัทยา เป็นสถานีศูนย์กลางสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า (EV Station) และสาขาหัวหิน เป็นพื้นที่สวนสำหรับการพักผ่อน (Green Garden)

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

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน (หน่วย: ล้านบาท)	ณ วันที่		การเปลี่ยนแปลง	
	30 มิถุนายน 2566	31 ธันวาคม 2565	ล้านบาท	ร้อยละ
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	92.92	123.36	(30.44)	(24.68)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	23.77	22.21	1.56	7.02
สินค้าคงเหลือ	340.29	374.66	(34.37)	(9.17)
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	30.32	30.17	0.15	0.50
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	747.32	766.51	(19.19)	(2.50)
สินทรัพย์สิทธิการใช้	139.85	146.64	(6.79)	(4.63)
สินทรัพย์อื่น	79.65	67.72	11.93	17.62
รวมสินทรัพย์	**1,454.12**	**1,531.27**	**(77.15)**	**(5.04)**
เจ้าหนี้การค้า	43.40	55.05	(11.65)	(21.16)
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	15.63	(15.63)	(100.00)
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	154.94	161.86	(6.92)	(4.28)
หนี้สินอื่น	19.61	17.48	2.13	12.19
รวมหนี้สิน	**217.95**	**250.02**	**(32.07)**	**(12.83)**
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	**1,236.17**	**1,281.25**	**(45.08)**	**(3.52)**
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	**1,454.12**	**1,531.27**	**(77.15)**	**(5.04)**

1. สินทรัพย์

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 เท่ากับ 1,454.12 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2565 จำนวน 77.15 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เนื่องจากการจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้า เงินกู้ยืมระยะยาว และการปรับปรุงสาขา สินค้าคงเหลือลดลงเนื่องจากการขายสินค้าระหว่างงวดและการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ลดลงเนื่องจากการตัดค่าเสื่อมราคาในระหว่างงวด

2. หนี้สิน

หนี้สินรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 เท่ากับ 217.95 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2565 จำนวน 32.07 ล้านบาท เนื่องจากการจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้าและการควบคุมการสั่งซื้อ การจ่ายชำระเงินกู้ยืมและหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงินในระหว่างงวด

3. ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 เท่ากับ 1,236.17 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2565 จำนวน 45.08 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากผลประกอบการขาดทุนสำหรับงวด

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565	การเปลี่ยนแปลง	สาเหตุ
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	10.96	7.80	3.17	เพิ่มขึ้นจากการลดลงของหนี้สินหมุนเวียน เนื่องจากการจ่ายชำระในระหว่างงวด
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	2.52	2.03	0.49	เพิ่มขึ้นจากการลดลงของหนี้สินหมุนเวียน เนื่องจากการจ่ายชำระในระหว่างงวด
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	(8.17)	(6.72)	(1.45)	ลดลงเนื่องจากผลประกอบการลดลง
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.18	0.20	(0.02)	ลดลงเนื่องจากหนี้สินของกิจการลดลงเนื่องจากการจ่ายชำระในระหว่างงวดในอัตราที่มากกว่าการลดลงของส่วนของผู้ถือหุ้น

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ
ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์
โทร. 02 300 4951 Email: corporatesecretary@fnoutlet.com