

AURORA

ของขวัญแห่งความสุขที่มีคุณค่า

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)

**คำอธิบายและการวิเคราะห์
ของฝ่ายจัดการ (MD&A)**

ไตรมาส 2 ปี 2566

สรุปสาระสำคัญ

สรุปผลการดำเนินงาน	Q2/65	Q1/66	Q2/66	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/65	1H/66	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย : ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	6,511.0	7,474.9	7,616.3	+17.0%	+1.9%	14,401.3	15,091.2	+4.8%
กำไรขั้นต้น	578.9	719.4	709.1	+22.5%	-1.4%	1,234.3	1,428.4	+15.7%
EBITDA	342.2	482.1	403.8	+18.0%	-16.2%	780.7	885.9	+13.5%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	143.2	267.3	199.5	+39.3%	-25.4%	383.0	466.8	+21.9%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	8.9%	9.6%	9.3%	+0.4%	-0.3%	8.6%	9.5%	+0.9%
อัตรา EBITDA (%)	5.3%	6.4%	5.3%	+0.0%	-1.1%	5.4%	5.9%	+0.4%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	2.2%	3.6%	2.6%	+0.4%	-1.0%	2.7%	3.1%	+0.4%

งวด 6 เดือนแรก ปี 2566 กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีการเติบโตจำนวน 83.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.9 โดยมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้า Modern Gold และสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง (High Margin Products) จากการเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิมและการเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้น 54 สาขา จากงวด 6 เดือนแรกของปีก่อนหน้า รวมถึงการเติบโตของรายได้จากดอกเบี้ยขายฝาก โดยหลังจากการชำระค่างวดในไตรมาสก่อนหน้า นำเงินมาลงทุนตามแผนการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องครอบคลุมพื้นที่ที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานลูกค้า ตลอดจนการขยายฐานลูกค้าใหม่ขายฝากให้มากขึ้น

YoY Q2/66 vs Q2/65

- ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 7,616.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 1,105.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.0 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าในส่วนของ Modern Gold จากการเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิมและการเปิดสาขาใหม่ รวมถึงรายได้จากดอกเบี้ยรับเพิ่มขึ้นจากการเติบโตของลูกค้าขายฝาก
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 9.3 ในไตรมาส 2 ปี 2566 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.9 ในไตรมาส 2 ปี 2565 จากการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นจากการขายสินค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของรายได้ในส่วนของ Modern Gold และกำไรขั้นต้นจากดอกเบี้ยรับ
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 199.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 56.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.3 จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าในส่วนของ Modern Gold รวมถึงการเติบโตของรายได้จากดอกเบี้ยรับ

QoQ Q2/66 vs Q1/66

- ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 7,616.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 141.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.9 จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าในส่วนของ Modern Gold จากการเติบโตของยอดขายจากการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายกลางปี และรายได้จากดอกเบี้ยรับเพิ่มขึ้นจากการเติบโตของลูกค้าขายฝาก
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 9.3 ในไตรมาส 2 ปี 2566 ลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 9.6 ในไตรมาส 1 ปี 2566 จากความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรักษาระดับกำไรของบริษัทฯ
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 199.5 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 67.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 25.4 จากการลดลงของกำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าเนื่องจากในไตรมาส 1 บริษัทฯ ยังคงได้รับปัจจัยหนุนจากช่วงเทศกาลปีใหม่เป็นผลให้ยอดขายเติบโต รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายจากการจัดโปรโมชั่นกลางปีเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่องและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลของธุรกิจ (High season) ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการจัดสรรทรัพยากรส่วนของงานสนับสนุนการขยายธุรกิจให้ได้ตามเป้าหมายของบริษัทฯ

YoY 1H/66 vs 1H/65

- ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 15,091.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 689.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.8 จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าที่เพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มธุรกิจจากการเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิมและการเปิดสาขาใหม่ รวมถึงรายได้จากดอกเบี้ยรับเพิ่มขึ้นจากการเติบโตของลูกค้าขายฝาก
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 9.5 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 8.6 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จากการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าทั้งในส่วนของ Modern Gold และสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง (High Margin Products) ในกลุ่มสินค้าเครื่องประดับเพชร และ Design Gold และกำไรขั้นต้นจากดอกเบี้ยรับที่เพิ่มขึ้น
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 466.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 83.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.9 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าทั้งในส่วนของ Modern Gold และสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง (High Margin Products) ในกลุ่มสินค้าเครื่องประดับเพชร และ Design Gold รวมถึงการเติบโตของรายได้จากดอกเบี้ยรับ

เหตุการณ์สำคัญในปี 2566

ออโรรา รับรางวัล Best Brand Performance on Social Media



ออโรรา เข้ารับรางวัล Winner ของกลุ่มรางวัล Best Brand Performance on Social Media ประเภทกลุ่ม Gold & Jewelry เป็นปีที่ 4 ติดต่อกันในงานประกาศรางวัลโซเชียลที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ภายใต้งาน THAILAND SOCIAL AWARDS ครั้งที่ 11 ซึ่งเป็นงานประกาศรางวัลผู้ทรงอิทธิพลบนโซเชียลมากที่สุดในประเทศไทย โดยออโรราเป็นร้านทองแบรนด์แรกในประเทศไทย ที่มุ่งมั่นพัฒนา รวมทั้งยกระดับการขายทองออนไลน์ ผ่านช่องทาง E-commerce บนเว็บไซต์ของออโรราและในทุกแพลตฟอร์มออนไลน์

ทิศทางการดำเนินงานของบริษัทฯ

มุ่งเน้นขยายสาขาอย่างต่อเนื่องตามเป้าหมาย



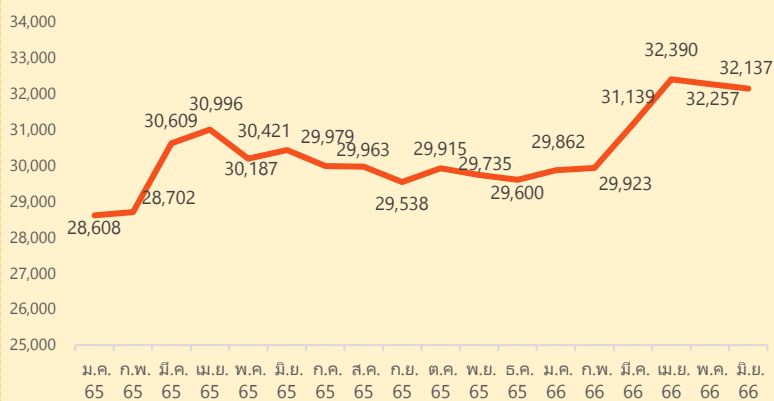
บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายในการขยายสาขาตามเป้าหมาย ปัจจุบันมีสาขาจำนวนทั้งสิ้น 319 สาขา สร้างยอดขายรวมประมาณปีละ 30,000 ล้านบาท และบริษัทฯ กำลังเดินหน้าขยายสาขาให้ครอบคลุมกว่า 400 สาขา ภายในปี 2567 โดยเน้นขยายสาขาให้เข้าถึงแหล่งชุมชนมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มและเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2566 ห้างทองออโรราฉลองเปิดสาขาใหม่ที่ไอคอน สยาม

ฉลองเปิดสาขาใหม่ 23 มิ.ย. 66

ข้อมูลอุตสาหกรรม

หน่วย: บาท

ราคาขายทองคำแท่ง



ที่มา: สมาคมค้าทองคำ

ราคาทองคำในช่วงเดือนมิถุนายนปี 2566 ปรับตัวลงเล็กน้อยจากการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยภายในปีนี้ของธนาคารกลางสหรัฐ(FED) ที่มีแนวโน้มใช้นโยบายการเงินที่เข้มงวดมากขึ้น ส่งผลให้ราคาทองคำถูกกดดันอย่างต่อเนื่อง รวมถึงค่าเงินบาทที่อ่อนค่า แต่ยังสามารถหนุนทองคำไทยอยู่เหนือราคา 32,000 บาทได้ โดยได้รับแรงหนุนในช่วงต้นเดือนจากความต้องการสินทรัพย์ปลอดภัยหลังธนาคารกลางสหรัฐ(FED) ส่งสัญญาณชะลอการขึ้นดอกเบี้ย

ผลการดำเนินงานในไตรมาส 2 ปี 2566

ภาพรวมผลการดำเนินงาน	Q2/65	Q1/66	Q2/66	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/65	1H/66	เปลี่ยนแปลง +/-
				%YoY	%QoQ			
(หน่วย: ล้านบาท)								
รายได้จากการดำเนินงาน	6,511.0	7,474.9	7,616.3	+17.0%	+1.9%	14,401.3	15,091.2	+4.8%
ต้นทุนขาย	5,932.0	6,755.5	6,907.2	+16.4%	+2.2%	13,167.0	13,662.8	+3.8%
กำไรขั้นต้น	578.9	719.4	709.1	+22.5%	-1.4%	1,234.3	1,428.4	+15.7%
รายได้อื่น	6.3	14.5	7.2	+14.0%	-50.3%	11.3	21.7	+92.5%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	280.4	301.8	343.0	+22.3%	+13.7%	564.6	644.8	+14.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	57.1	47.9	67.4	+18.1%	+40.7%	107.9	115.3	+6.8%
ต้นทุนทางการเงิน	51.4	53.3	61.2	+19.0%	+14.9%	98.0	114.4	+16.8%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	190.0	333.1	249.1	+31.1%	-25.2%	490.5	582.2	+18.7%
ค่าใช้จ่าย(รายได้)ภาษีเงินได้	46.8	65.8	49.6	+6.1%	-24.6%	107.5	115.4	+7.3%
กำไรสุทธิ	143.2	267.3	199.5	+39.3%	-25.4%	383.0	466.8	+21.9%

โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงาน

95% รายได้จากการขายสินค้า Modern Gold

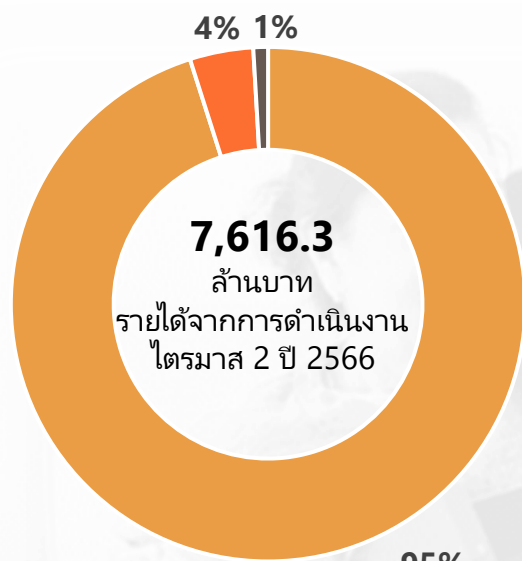
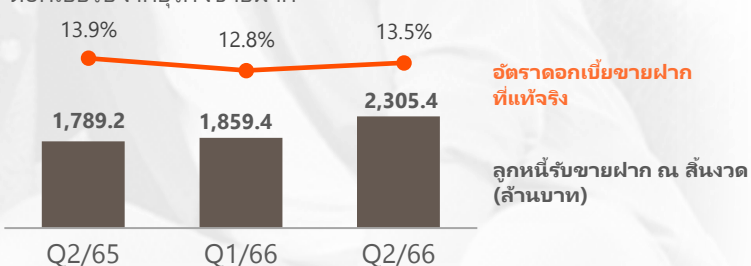
ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับทองรูปพรรณที่มีส่วนประกอบของทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 96.5 เช่น สร้อยคอ แหวน สร้อยข้อมือ ต่างหู เป็นต้น

4% รายได้จากการขายเครื่องประดับเพชร และ Design Gold

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

1% รายได้ดอกเบียร์

ดอกเบียร์จากรูถักขายฝาก



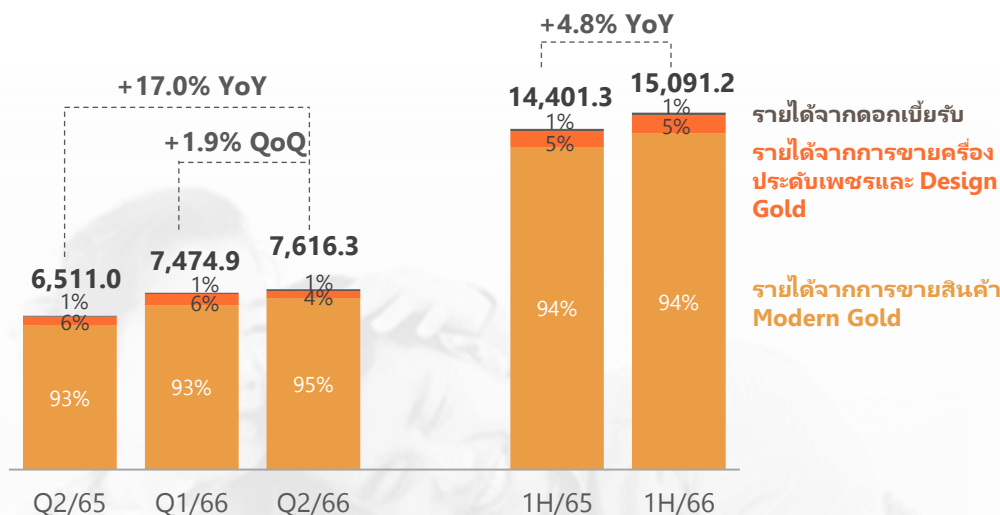
ภาพรวมธุรกิจรายประเภท

โครงสร้างรายได้	Q2/65	Q1/66	Q2/66	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/65	1H/66	เปลี่ยนแปลง +/-
				%YoY	%QoQ			
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากสินค้า Modern Gold	6,078.7	6,947.8	7,242.2	+19.1%	+4.2%	13,621.7	14,190.0	+4.2%
รายได้จากสินค้าเครื่องประดับเพชรและ Design Gold	376.9	466.8	303.8	-19.4%	-34.9%	678.3	770.6	+13.6%
รวมรายได้จากการขาย	6,455.7	7,414.5	7,546.0	+16.9%	+1.8%	14,300.0	14,960.6	+4.6%
รายได้ดอกเบียร์รับ	55.3	60.3	70.3	+27.0%	+16.4%	101.2	130.6	+29.0%
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	6,511.0	7,474.9	7,616.3	+17.0%	+1.9%	14,401.3	15,091.2	+4.8%
รายได้อื่น	6.3	14.5	7.2	+14.0%	-50.3%	11.3	21.7	+92.5%
รวมรายได้	6,517.3	7,489.4	7,623.5	+17.0%	+1.8%	14,412.5	15,112.9	+4.9%

รายละเอียดจำนวนสาขา ณ วันสิ้นสุด	Q2/65	Q1/66	Q2/66	%YoY	%QoQ
จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ	265	290	319	+20.4%	+10.0%

1. รายได้จากการดำเนินงาน

หน่วย: ล้านบาท, %



หมายเหตุ: *รายได้จากการขายสินค้า Modern Gold ประกอบด้วย 1. รายได้จากยอดขายของสาขา 2. รายได้จากการขายทองคำแท่งเพื่อปิดสถานะการรับซื้อสุทธิและการส่งมอบแล้ว

YoY Q2/66 vs Q2/65

ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 7,616.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 1,105.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.0 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าในส่วนของ Modern Gold จากการเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิมและการเปิดสาขาใหม่ โดยในไตรมาส 2 ปี 2566 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 319 สาขา เพิ่มขึ้น 54 สาขาจากไตรมาส 2 ปี 2565 รวมถึงรายได้จากดอกเบียร์รับเพิ่มขึ้นจากการเติบโตของลูกหนี้ขายฝาก

QoQ Q2/66 vs Q1/66

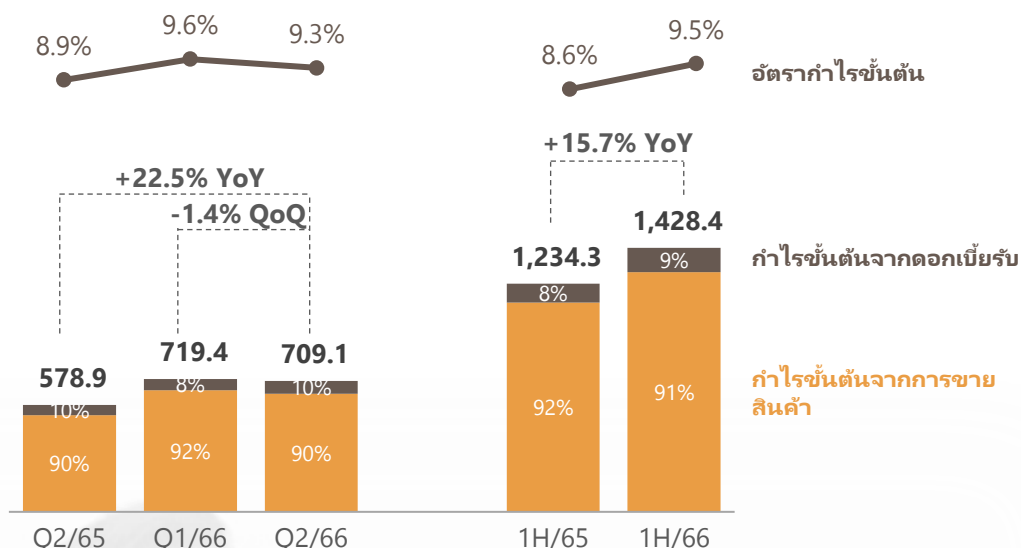
ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 7,616.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 141.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.9 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าในส่วนของ Modern Gold จากการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายกลางปี และรายได้จากดอกเบียร์เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของลูกหนี้ขายฝาก

YoY 1H/66 vs 1H/65

ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 15,091.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 689.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.8 จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าทั้งในส่วนของ Modern Gold และสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง (High Margin Products) ในกลุ่มสินค้าเครื่องประดับเพชร และ Design Gold จากการเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิมและการเปิดสาขาใหม่ โดยในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 319 สาขา เพิ่มขึ้น 54 สาขาจากงวด 6 เดือนแรกของปีก่อนหน้า รวมถึงรายได้จากดอกเบียร์เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของลูกหนี้ขายฝาก

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q2/66 vs Q2/65

ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 709.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 130.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.5 และ อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 9.3 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.9 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าจำนวน 115.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.0 ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของรายได้ในส่วนของ Modern Gold และกำไรขั้นต้นจากดอกเบียร์เพิ่มขึ้น 15.0 ล้านบาทหรือร้อยละ 27.0 จากการเติบโตของลูกหนี้ขายฝาก

QoQ Q2/66 vs Q1/66

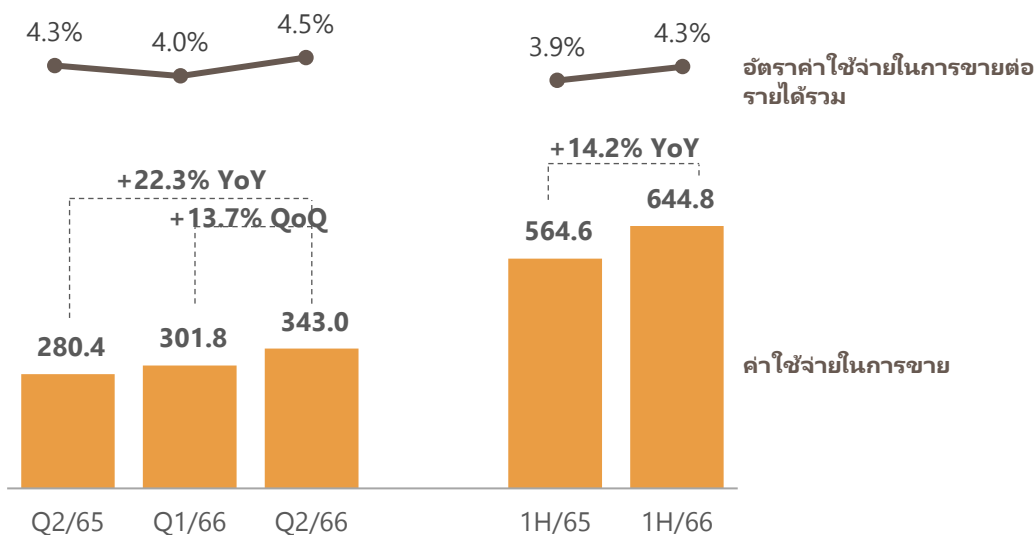
ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 709.1 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจำนวน 10.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.4 และ อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 9.3 ลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 9.6 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2566 เนื่องจากในไตรมาส 1 บริษัทฯ ยังคงได้รับปัจจัยหนุนจากช่วงเทศกาลปีใหม่เป็นผลให้ยอดขายเติบโต ในขณะที่กำไรขั้นต้นจากรายได้จากดอกเบียร์เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของลูกหนี้ขายฝาก แม้กำไรขั้นต้นจากการขายของบริษัทฯ จะลดลงแต่ด้วยความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรักษาระดับกำไรของบริษัทฯ

YoY 1H/66 vs 1H/65

ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,428.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 194.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 15.7 และ อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 9.5 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.6 เมื่อเทียบกับงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าทั้งในส่วนของ Modern Gold และสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง (High Margin Products) ในกลุ่มสินค้าเครื่องประดับเพชร และ Design Gold ซึ่งจะให้อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมเพิ่มขึ้น รวมถึงกำไรขั้นต้นจากรายได้จากดอกเบี้ยรับเพิ่มขึ้นจากการเติบโตของลูกหนี้ขายฝาก

3. ค่าใช้จ่ายในการขาย

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q2/66 vs Q2/65

ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 343.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 62.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.3 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมร้อยละ 4.5 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 4.3 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2565 เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นตามการขยายสาขาของบริษัทฯ เช่น ค่าใช้จ่ายจากการเปิดสาขา ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามยอดขาย อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการขายอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้อัตรากำไรในการขายต่อรายได้รวมอยู่ในระดับใกล้เคียงกับไตรมาส 2 ปี 2565

QoQ Q2/66 vs Q1/66

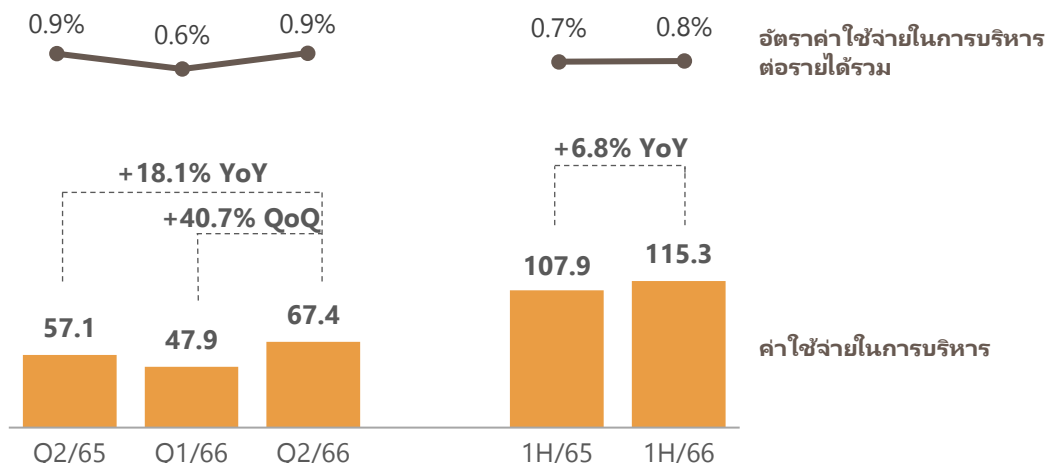
ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 343.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 41.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.7 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมร้อยละ 4.5 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.0 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2566 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายการตลาดจากการจัดโปรโมชั่นช่วงกลางปีเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่องและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลของธุรกิจ (High season) ซึ่งการจัดโปรโมชั่นต่างๆ จะช่วยเพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่และเป็นการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม

YoY 1H/66 vs 1H/65

ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 644.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 80.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.2 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมร้อยละ 4.3 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นตามการขยายสาขาของบริษัทฯ เช่น ค่าใช้จ่ายจากการเปิดสาขา ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามยอดขาย

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q2/66 vs Q2/65

ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 67.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 10.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.1 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมร้อยละ 0.9 ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการจัดสรรทรัพยากรในส่วนของงานสนับสนุนการขยายธุรกิจให้ได้ตามเป้าหมายของบริษัทฯ ทั้งในส่วนของบุคลากร เครื่องมือ ระบบปฏิบัติการ และการปรับปรุงอาคารสำนักงาน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการบริหารอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2565

QoQ Q2/66 vs Q1/66

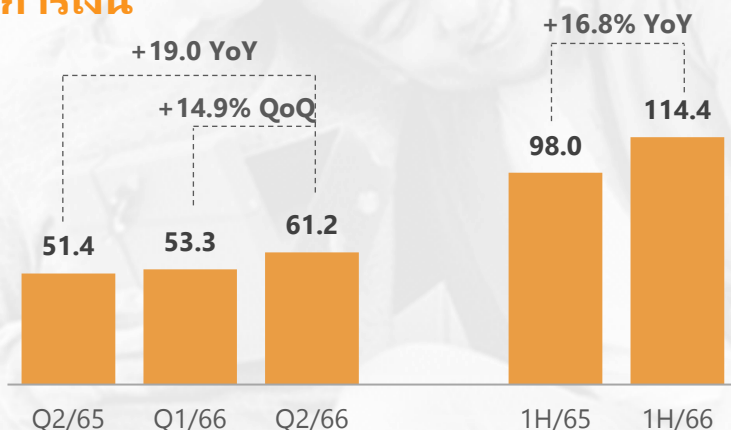
ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 67.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 19.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 40.7 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมร้อยละ 0.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 0.6 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2566 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการจัดสรรทรัพยากรในส่วนของงานสนับสนุนการขยายธุรกิจให้ได้ตามเป้าหมายของบริษัทฯ ทั้งในส่วนของบุคลากร เครื่องมือ ระบบปฏิบัติการ และการปรับปรุงอาคารสำนักงาน

YoY 1H/66 vs 1H/65

ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 115.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 7.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.8 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมร้อยละ 0.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการจัดสรรทรัพยากรในส่วนของงานสนับสนุนการขยายธุรกิจให้ได้ตามเป้าหมายของบริษัทฯ ทั้งในส่วนของบุคลากร เครื่องมือ ระบบปฏิบัติการ และการปรับปรุงอาคารสำนักงาน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการบริหารอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ในระดับใกล้เคียงกับ 6 เดือนแรก ปี 2565

5. ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



หมายเหตุ: *ต้นทุนทางการเงิน ประกอบด้วย ดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้สถาบันการเงิน, ดอกเบี้ยจ่ายสิทธิการใช้ทรัพย์สิน มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า (IFRS 16)

สรุปสาระสำคัญ

เหตุการณ์สำคัญ

ผลการดำเนินงาน

YoY Q2/66 vs Q2/65

ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 61.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 9.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.0 โดยมีปัจจัยหลักจากเงินกู้ยืมที่เพิ่มขึ้นเพื่อใช้สำหรับขยายสาขาและขยายฐานลูกค้าหนี้ขายฝาก และการรับรู้ดอกเบี้ยจากสิทธิการใช้ทรัพย์สินตามสัญญาเช่า

QoQ Q2/66 vs Q1/66

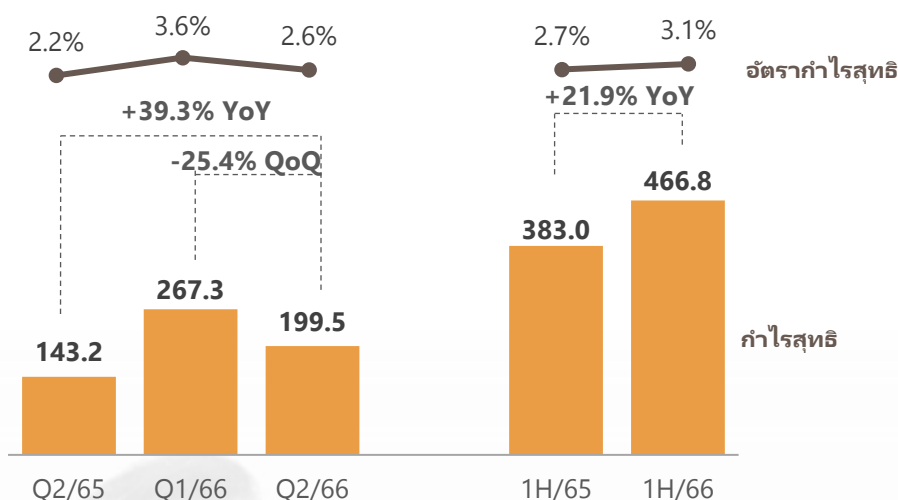
ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 61.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 7.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.9 โดยมีปัจจัยหลักจากเงินกู้ยืมที่เพิ่มขึ้นเพื่อใช้สำหรับขยายสาขาและขยายฐานลูกค้าหนี้ขายฝาก และการรับรู้ดอกเบี้ยจากสิทธิการใช้ทรัพย์สินตามสัญญาเช่า

YoY 1H/66 vs 1H/65

ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 114.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 16.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.8 โดยมีปัจจัยหลักจากเงินกู้ยืมที่เพิ่มขึ้นเพื่อใช้สำหรับขยายสาขาและขยายฐานลูกค้าหนี้ขายฝาก และการรับรู้ดอกเบี้ยจากสิทธิการใช้ทรัพย์สินตามสัญญาเช่า

6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q2/66 vs Q2/65

ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 199.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 56.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.3 และอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 2.6 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าในส่วนของ Modern Gold รวมถึงการเติบโตของรายได้จากดอกเบี้ยรับ

QoQ Q2/66 vs Q1/66

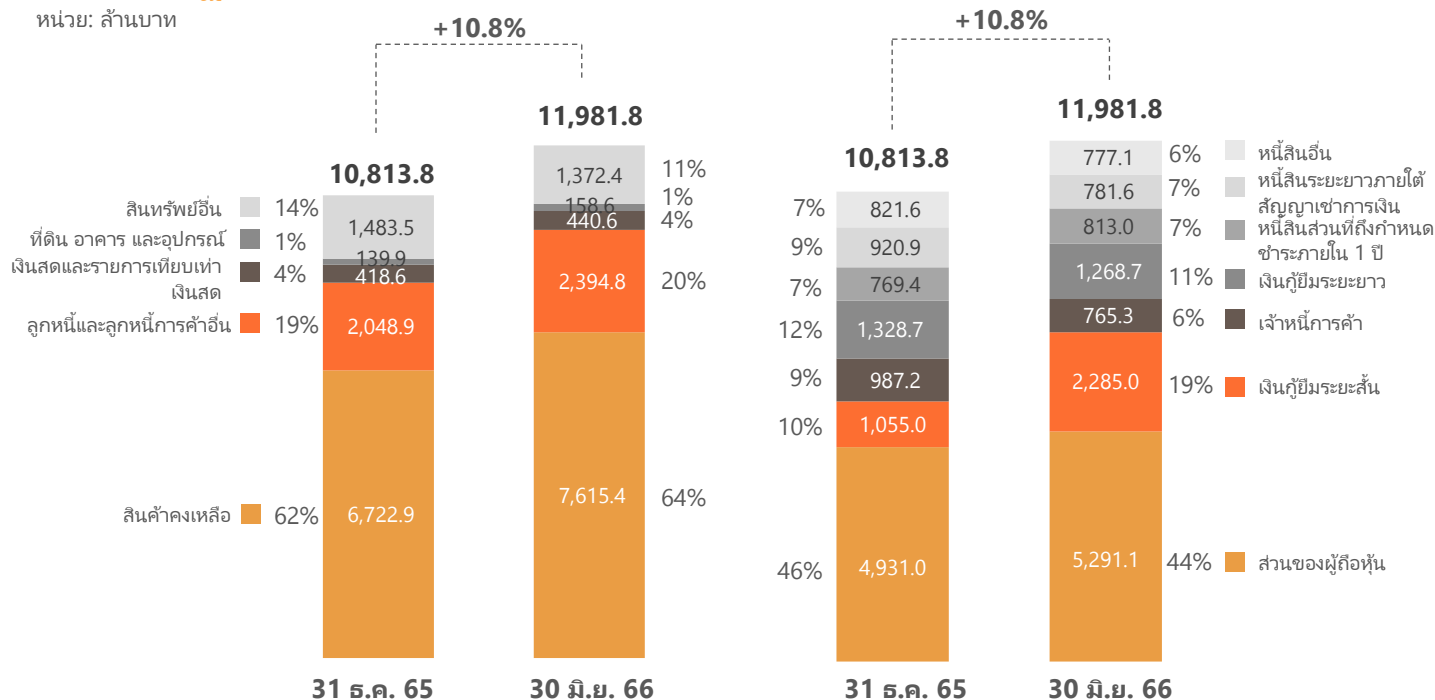
ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 199.5 ล้านบาท ลดลงจำนวน 67.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 25.4 และอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 2.6 ลดลงจากร้อยละ 3.6 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2566 โดยมีปัจจัยหลักจากการลดลงของกำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าเนื่องจากในไตรมาส 1 บริษัทฯ ยังคงได้รับปัจจัยหนุนจากช่วงเทศกาลปีใหม่เป็นผลให้ยอดขายเติบโต รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายจากการจัดโปรโมชั่นช่วงกลางปีเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่องและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลของธุรกิจ (High season) ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการจัดสรรทรัพย์สินบางส่วนของงานสนับสนุนการขายธุรกิจให้ได้ตามเป้าหมายของบริษัทฯ

YoY 1H/66 vs 1H/65

ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 466.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 83.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.9 และอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 3.1 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.7 เมื่อเทียบกับงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าในทุกกลุ่มธุรกิจ ทั้งในส่วนของ Modern Gold และสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง (High Margin Products) ในกลุ่มสินค้าเครื่องประดับเพชร และ Design Gold รวมถึงการเติบโตของรายได้จากดอกเบี้ยรับ

งบแสดงฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 11,981.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,168.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.8 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- **สินค้ำคงเหลือ:** เพิ่มขึ้น 892.5 ล้านบาท ตามจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นจากการขยายสาขาตามแผนธุรกิจ
- **ลูกหนี้และลูกหนี้การค้าอื่น:** เพิ่มขึ้น 345.9 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้ขายฝากจำนวน 406.0 ล้านบาท เป็นผลจากการเติบโตของการขยายธุรกิจทองคำเงินไป

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 6,690.7 เพิ่มขึ้น 807.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.7 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- **เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน:** เพิ่มขึ้น 1,230.0 ล้านบาท จากการกู้ยืมจากสถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้นเพื่อใช้ในการลงทุนสินค้ำตามการขยายสาขาและการขยายฐานลูกหนี้ขายฝาก
- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น:** ลดลง 221.9 ล้านบาท จากการจ่ายชำระค่าสินค้ำตามรอบระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้ (Credit Term)

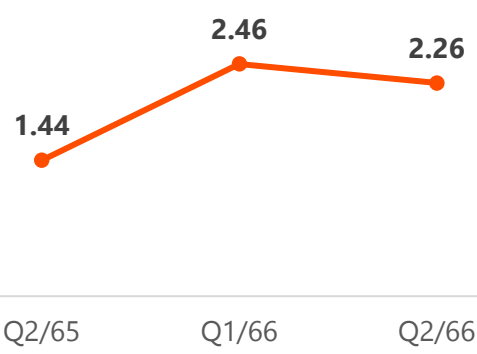
ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 5,291.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 360.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.3 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 จากการเพิ่มขึ้นของกำไรจากการดำเนินงานของบริษัทฯ จำนวน 466.8 ล้านบาท และมีการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2565 ในเดือน พฤษภาคม 2566

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

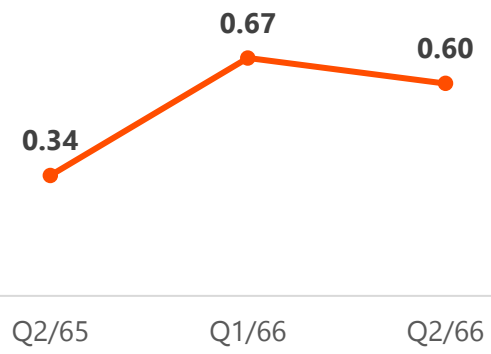
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน

หน่วย: เท่า



อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว

หน่วย: เท่า



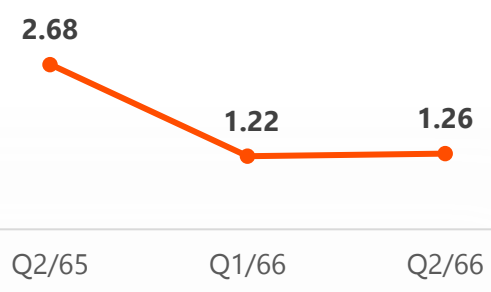
วงจรเงินสด

หน่วย: วัน



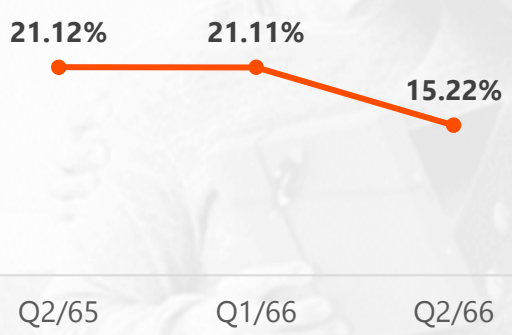
อัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

หน่วย: เท่า



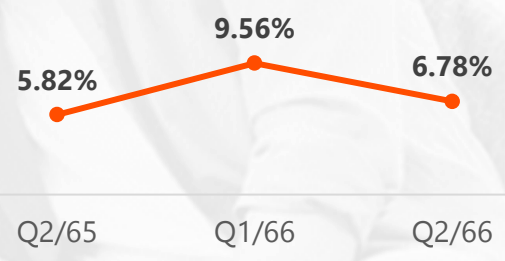
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



สรุปสาระสำคัญ

เหตุการณ์สำคัญ

ผลการดำเนินงาน