

Moshi Moshi

**Moshi
Moshi**
もしもし

บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น 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	428.02	562.80	592.17	38.4%	5.2%	791.04	1,154.97	46.0%
กำไรขั้นต้น	221.48	304.23	306.32	38.3%	0.7%	405.23	610.55	50.7%
EBITDA	149.62	189.62	263.06	75.8%	38.7%	406.88	524.90	29.0%
กำไรสุทธิ	58.71	85.81	82.81	41.0%	(3.5%)	87.61	168.62	92.5%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	51.7%	54.1%	51.7%	0%	(2.3%)	51.2%	52.9%	1.6%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	13.7%	15.2%	13.9%	0.2%	(1.3%)	11.0%	14.5%	3.5%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญของรายได้และกำไรสุทธิจากกำลังซื้อที่กลับมาจากเศรษฐกิจที่ฟื้นตัว อีกทั้งการนำเงินจากการระดมเงินทุนในตลาดหลักทรัพย์มาต่อยอดและขยายธุรกิจ โดยนำไปลงทุนขยายสาขาเป็นหลัก โดยในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 363.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 46.0 และ กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 81.01 ล้านบาท หรือร้อยละ 92.5 เมื่อเทียบกับงวด 6 เดือนแรกปี 2565 โดยมีปัจจัยขยายยอดขายที่เพิ่มขึ้นของร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งเป็นหลักจากการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ รวมถึงการออกสินค้าใหม่และการจัดกิจกรรมสนับสนุนการขายอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการบริหารจัดการต้นทุนให้สามารถสร้างกำไรให้ได้มากที่สุด ซึ่งผลประกอบการที่เติบโตขึ้นเป็นไปตามที่บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายไว้ โดยในปี 2566 บริษัทฯ จะยังคงมุ่งเน้นการขยายสาขาโดยมองหาทำเลที่มีศักยภาพในการเติบโต การพัฒนาสินค้าใหม่ รวมถึงจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้า

YoY Q2/66 vs Q2/65

- ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 592.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2565 164.15 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.4 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ และการออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ การเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ในขณะที่รายได้จากร้านค้าส่งก็เติบโตขึ้นเช่นกันจากการขยายพื้นที่ที่ร้านสาขาสำเพ็ง การฟื้นตัวของรายได้จากสาขาห้างแพลตตินั่มแฟชั่นมอลล์ และการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 51.7 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2565 โดยอัตรากำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีกปรับตัวดีขึ้นตามสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรที่ดีเพิ่มขึ้นแต่เนื่องจากในไตรมาส 2 ปี 2566 มีการรับรู้กำไรขั้นต้นของร้าน ดีโอเค สเตชั่น ซึ่งอัตรากำไรขั้นต้นของร้านค้าส่งน้อยกว่าร้านค้าปลีก เป็นผลให้อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2565
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 82.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 24.10 ล้านบาท หรือร้อยละ 41.0 โดยมีปัจจัยจากการเติบโตของรายได้ทุกธุรกิจที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นและความสามารถในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

QoQ Q2/66 vs Q1/66

- ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 592.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 29.37 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.2 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าส่งที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 51.7 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 54.1 ในไตรมาส 1 ปี 2566 โดยอัตรากำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีกปรับตัวลดลงเล็กน้อยเป็นไปตามปัจจัยตามฤดูกาลที่จะมีสัดส่วนยอดขายเครื่องเขียนเพิ่มขึ้นในไตรมาส 2 ตามการเปิดเทอมของโรงเรียน นอกจากนี้ยังมีการรับรู้กำไรขั้นต้นของร้าน ดีโอเค สเตชั่น ซึ่งอัตรากำไรขั้นต้นของร้านค้าส่งน้อยกว่าร้านค้าปลีก เป็นผลให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2565
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 82.81 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.5 เป็นผลมาจากอัตรากำไรที่ลดลงจากปัจจัยตามฤดูกาล อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีแผนสำหรับการเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง

YoY 1H/66 vs 1H/65

- งวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 1,154.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 363.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 46 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ และการออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ การเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง และการจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต NCT DREAM TOUR ในขณะที่รายได้จากร้านค้าส่งก็เติบโตขึ้นเช่นกันจากการขยายพื้นที่ที่ร้านสาขาสำเพ็ง การฟื้นตัวของรายได้จากสาขาห้างแพลตตินั่มแฟชั่นมอลล์ และการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 52.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 51.2 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรที่ดีเพิ่มขึ้น ประกอบกับอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวน (RMB)
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 168.62 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 81.01 ล้านบาท หรือร้อยละ 92.5 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นและความสามารถในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น



เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 2 ปี 2566



การเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่อุปกรณ์สัตว์เลี้ยงเพื่อเจาะตลาดสัตว์เลี้ยงในไทย

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2566 บริษัท ประสบความสำเร็จในการเปิดตัวสินค้าประเภทใหม่ ในหมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง โดยในวันที่ 30 พฤษภาคม 2566 นายสง่า บุญสงเคราะห์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) หรือ Moshi เปิดตัวภายหลังจากสถานการณ์โควิด เทรนด์การเลี้ยงสัตว์ที่เปลี่ยนแปลงมีสมาชิกคนหนึ่งของคนครัวเป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยมจนถึงปัจจุบันและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้ขยายพอร์ตสินค้าในร้านเพิ่มเติมโดยเป็นกลุ่มอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงเพื่อเจาะตลาดสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย โดยเริ่มจำหน่ายใน 45 สาขา อาทิ สาขาสำเพ็ง, แพลตตินัม, สยามสแควร์วัน, เมกา บางนา, พิวเจอร์ปาร์ค รังสิต และ เซนทรัล เชียงใหม่ เป็นต้น



การเปิดตัวคอลเลกชันใหม่ จากความร่วมมือของ 3 ดีไซน์เนอร์ดังชาวไทย

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2566 บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับดีไซเนอร์ไทย 3 แปรนด์ดัง STICKWITHME4ev, SSKTMEE และ Monsty Planet เปิดตัวคอลเลกชันพิเศษ โดย นายสง่า บุญสงเคราะห์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) หรือ Moshi เปิดตัวว่าในปัจจุบัน การทำความร่วมมือถือเป็นเทรนด์การตลาดที่เป็นที่นิยม และมีบทบาทสำคัญมากขึ้นเนื่องจากเป็นยุคสมัยที่ทุกสิ่งสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ การร่วมมือกันระหว่างแบรนด์จึงมีบทบาทสำคัญที่ช่วยขยายฐานลูกค้าของทั้งสองแบรนด์ บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสามารถของดีไซเนอร์ไทยผนวกกับความชำนาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพื่อผลักดันผลงานของคนไทยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าในวงกว้าง โดยเริ่มวางจำหน่ายแล้วทุกสาขาทั่วประเทศ



เจาะตลาดสำเพ็งแหล่งค้าปลีกใหญ่ หลังเข้าซื้อสินทรัพย์ ดีโอเค สเตชั่น

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2566 ที่ประชุมบอร์ดของ บมจ. โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น หรือ MOSHI อนุมัติให้เข้าซื้อสินทรัพย์ร้านค้าของ บจก. ดีโอเค สเตชั่น เพื่อเดินทางรุกเข้าสู่ตลาดสำเพ็ง โดย นายสง่า บุญสงเคราะห์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) หรือ Moshi ชื่อว่า บริษัท ดีโอเค สเตชั่น จำกัด จะถูกนำมาเป็นสาขาของ Moshi ในพื้นที่ตลาดสำเพ็ง โดยร้านดีโอเค สเตชั่น เปิดบริการมาแล้ว 20 ปี และมีลูกค้าที่เป็นสมาชิกกว่า 10,000 ราย มีลูกค้าในกรุงเทพและต่างจังหวัดซึ่งการได้สินทรัพย์เข้ามาจะขยายอาณาจักรค้าส่งในตลาดสำเพ็งให้กับ Moshi นับเป็นการต่อยอดผู้นำร้านค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์รายใหญ่ของประเทศไทย

ทิศทางในการดำเนินธุรกิจในปี 2566



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 มีทำเลใกล้แหล่งชุมชน โรงเรียน และแหล่งทำงานเพื่อเป็นต้นแบบในการศึกษาพัฒนาการขยายสาขาแบบแฟรนไชส์ในอนาคต



เสริมสร้างความสามารถในการทำกำไรจากการมองหาลินค้าใหม่และการตลาดรูปแบบใหม่

บริษัทฯ มีแผนในการพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการออกสินค้าในลักษณะ Collection, สินค้าตามฤดูกาล (Seasonal) และสินค้าลิขสิทธิ์การตูนที่เป็นที่นิยมเพื่อสร้างความน่าสนใจ รวมทั้งการสร้างแบรนด์ร่วมกัน (Co-Branding) กับคนที่เป็นที่รู้จักบนโลกออนไลน์ (Influencer) การจัดทำชุดเซทสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าการขาย การตกแต่งหน้าร้าน (Visual Merchandise) เพื่อดึงดูดความน่าสนใจของสินค้า การจัดกิจกรรมการตลาดและส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่ การออกแบบลวดลายสินค้าให้ทันสมัยและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า ตลอดจนการพยายามปรับสัดส่วนสินค้า (Product Mix) โดยมุ่งเน้นสินค้ากลุ่มที่มีกำไรสูงเพื่อลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัทฯ



สรุปสาระสำคัญ



เหตุการณ์สำคัญ

ผลการดำเนินงาน

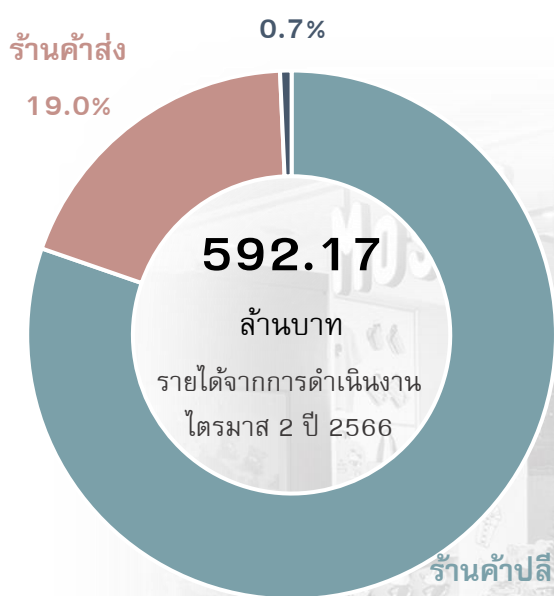
ผลการดำเนินงานไตรมาส 2 ปี 2566

ภาพรวมผลการดำเนินงาน	Q2/65	Q1/66	Q2/66	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/65	1H/66	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	428.02	562.80	592.17	38.4%	5.2%	791.04	1,154.97	46.0%
ต้นทุนขาย	(206.54)	(258.57)	(285.85)	38.4%	10.6%	(385.81)	(544.42)	41.1%
กำไรขั้นต้น	221.48	304.23	306.32	38.3%	0.7%	405.23	610.55	50.7%
รายได้อื่น	1.30	2.29	3.77	190%	64.6%	2.56	6.05	136.7%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(126.47)	(167.62)	(172.12)	36.1%	2.7%	(254.96)	(339.74)	33.3%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(19.07)	(22.77)	(23.61)	23.8%	3.7%	(34.14)	(46.38)	35.9%
กำไร(ขาดทุน)อื่น-สุทธิ	1.73	2.56	3.36	94.2%	31.3%	3.11	5.92	90.4%
ต้นทุนทางการเงิน	(5.49)	(10.03)	(12.32)	124.4%	22.8%	(11.46)	(22.34)	94.9%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	73.48	108.66	105.40	43.4%	(3.0%)	110.34	214.07	94.0%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(14.77)	(22.85)	(22.59)	52.9%	(1.1%)	(22.73)	(45.45)	100%
กำไรสุทธิ	58.71	85.81	82.81	41.0%	(3.5%)	87.61	168.62	92.5%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปรับจุดทศนิยม

โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงานในไตรมาส 2 ปี 2566

ช่องทางการจำหน่ายอื่น



80.3% ร้านค้าปลีก

ร้านค้าปลีกประกอบด้วยร้าน Moshi Moshi จำนวน 110 แห่ง

19.0% ร้านค้าส่ง

ร้านค้าปลีกแบบมีส่วนลดมีจำนวน 4 สาขา ประกอบด้วย (1) ร้าน Moshi Moshi สาขาสำเพ็ง (2) ร้าน Moshi Moshi สาขาห้างแพลตตินั่มแพชั่นมอลล์ และ (3) ร้าน GIANT สาขาห้างแพลตตินั่มแพชั่นมอลล์ (4) ร้าน The OK Station

0.7% ช่องทางการจำหน่ายอื่น

ช่องทางการจำหน่ายอื่น ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์/แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ชั้นนำ เช่น Shopee Lazada และ Tiktok รวมถึงป๊อปปูล่าร์



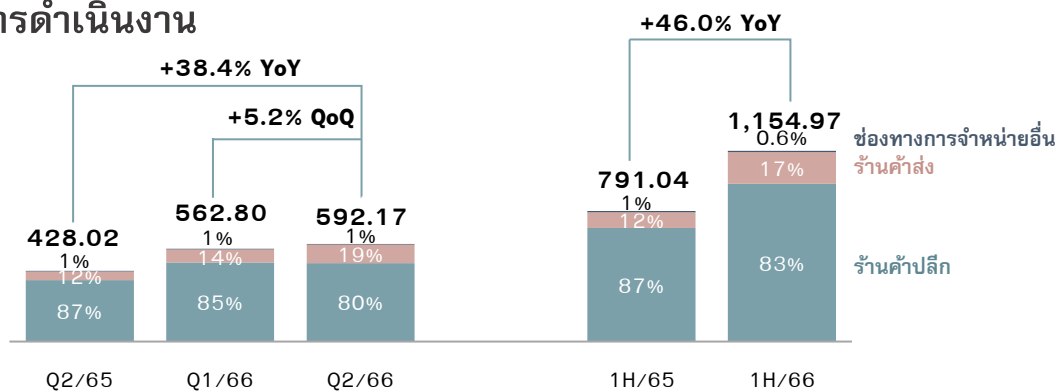
ภาพรวมธุรกิจรายประเภท

โครงสร้างรายได้	Q2/65	Q1/66	Q2/66	เปลี่ยนแปลง		1H/65	1H/66	เปลี่ยนแปลง
				+/-	+/-			
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากร้านค้าปลีก	372.35	479.99	475.62	27.7%	(0.9%)	689.12	955.60	38.7%
รายได้จากร้านค้าส่ง	51.86	79.56	112.69	117.3%	41.6%	93.24	191.26	106.2%
รายได้จากช่องทางจำหน่ายอื่น	3.81	3.25	3.86	1.3%	18.8%	8.68	7.11	(18.1%)
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	428.02	562.80	592.17	38.4%	5.2%	791.04	1,154.97	46.0%
รายได้อื่น	1.30	2.29	3.77	190.0%	64.6%	2.56	6.06	136.7%
รวมรายได้	429.32	565.09	595.94	38.8%	5.5%	793.60	1,161.03	46.3%

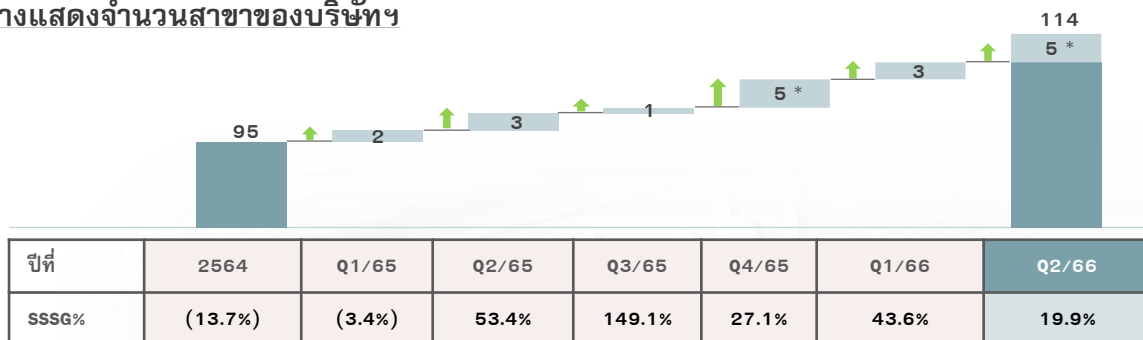
หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดทศนิยม

1. รายได้จากการดำเนินงาน

หน่วย: ล้านบาท, %



ตารางแสดงจำนวนสาขาของบริษัทฯ



*สาขาจังหวังที่ภูเก็ตกลับมาเปิดให้บริการในไตรมาส 4 ปี 2565 และการเปิดสาขาใหม่ที่ดิโอเค สเตชั่น ในเดือนเมษายน ปี 2566

YoY Q2/66 vs Q2/65

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 592.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2565 จำนวน 164.15 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.4 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- รายได้จากร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 103.27 ล้านบาท หรือร้อยละ 27.7 เนื่องจาก 1) อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) ซึ่งเป็นผลมาจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ส่งผลให้เกิดการเปิดประเทศ การกลับมาเปิดห้างสรรพสินค้า โรงเรียน ออฟฟิศ 2) การเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้น 13 สาขา โดยในไตรมาส 2 ปี 2565 มี 97 สาขา และไตรมาส 2 ปี 2566 มี 110 สาขา 3) การออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ โดยความร่วมมือกับดีไซน์เนอร์ไทย 3 แบรินด์ดั้ง และการเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงเพื่อขยายฐานลูกค้าในตลาดสัตว์เลี้ยง ตลอดจนเพิ่มโอกาสในการเติบโตของยอดขายตามแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเทรนด์การเลี้ยงสัตว์
- รายได้จากร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 60.83 ล้านบาท หรือร้อยละ 117.3 เนื่องจาก 1) การผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด-19 และการกลับมาของนักท่องเที่ยวจากการเปิดประเทศ ตลอดจนการกลับมาเปิดห้างสรรพสินค้า โรงเรียน และออฟฟิศ และ 2) บริษัทฯ มีการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาฟิ่งในเดือนกรกฎาคมปี 2565 จาก 1 ชั้น เป็น 4 ชั้น ทำให้สามารถรองรับลูกค้าได้มากขึ้น 3) การเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดิโอเค สเตชั่น
- รายได้จากช่องทางจำหน่ายอื่น:** เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.05 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.3 เนื่องจากยอดขายสินค้าทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น



QoQ

Q2/66 vs Q1/66

ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 592.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 29.37 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.2 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้:

- **รายได้จากร้านค้าปลีก:** ลดลงเล็กน้อย 4.37 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.9 เนื่องจากปริมาณคำสั่งซื้อที่ลดลงจากปัจจัยตามฤดูกาล อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีแผนสำหรับเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยการออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ ซึ่งเป็นการร่วมมือกับดีไซน์เนอร์ไทย 3 แบรินด์ดัง และการเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงเพื่อขยายฐานลูกค้าในตลาดสัตว์เลี้ยง ตลอดจนเพิ่มโอกาสในการเติบโตของยอดขายตามแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเทรนด์การเลี้ยงสัตว์
- **รายได้จากร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 33.13 ล้านบาท หรือร้อยละ 41.6 เนื่องจากการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชัน
- **รายได้จากช่องทางจำหน่ายอื่น:** เพิ่มขึ้น 0.61 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.8 เนื่องจากยอดขายสินค้าทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น

YoY

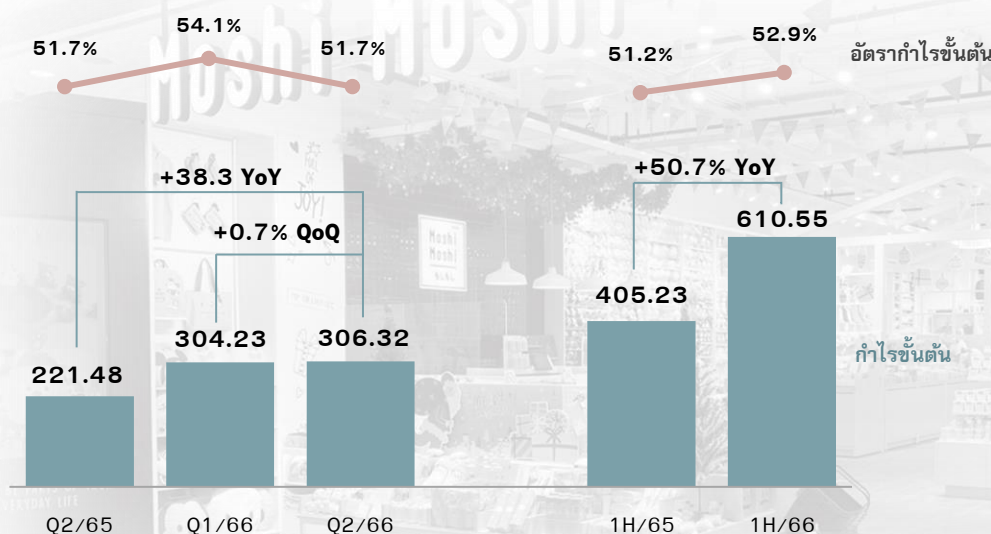
1H/66 vs 1H/65

ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 1,154.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 360.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 46.0 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- **รายได้จากร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 266.48 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.7 เนื่องจาก 1) อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) ซึ่งเป็นผลมาจากการผ่อนปรนมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ส่งผลให้เกิดการเปิดประเทศ การกลับมาเปิดห้างสรรพสินค้า โรงเรียน และออฟฟิศ 2) การเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้น 13 สาขา โดยในงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 มี 97 สาขา และงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 มี 110 สาขา 3) การออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ โดยร่วมมือกับดีไซน์เนอร์ไทย 3 แบรินด์ดัง และการเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงเพื่อขยายฐานลูกค้าในตลาดสัตว์เลี้ยง ตลอดจนเพิ่มโอกาสในการเติบโตของยอดขายตามแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเทรนด์การเลี้ยงสัตว์ 4) การจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต NCT DREAM TOUR ในไตรมาส 1 ที่ผ่านมา
- **รายได้จากร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 98.02 ล้านบาท หรือร้อยละ 106.2 เนื่องจาก 1) การผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด-19 และการกลับมาของนักท่องเที่ยวจากการเปิดประเทศ ตลอดจนการกลับมาเปิดห้างสรรพสินค้า โรงเรียน และออฟฟิศ 2) บริษัทฯ มีการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาข่าเพิ่งในเดือนกรกฎาคมปี 2565 จาก 1 ชั้น เป็น 4 ชั้น ทำให้สามารถรองรับลูกค้าได้มากขึ้น 3) การเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชัน
- **รายได้จากช่องทางจำหน่ายอื่น:** ลดลง 1.57 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.1 เนื่องจากปัจจุบันบริษัทฯ มุ่งเน้นการขายสาขาหน้าร้านเป็นหลัก

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q2/66 vs Q2/65

กำไรขั้นต้น: ไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัท มีกำไรขั้นต้นจำนวน 306.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 84.84 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.3 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 66.81 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.4 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) และการเปิดสาขาใหม่ รวมถึงความต้องการซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ ซึ่งเป็นการร่วมมือกับ ดีไซน์เนอร์ไทย 3 แบรินด์ดัง และเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 17.92 ล้านบาท หรือร้อยละ 93.6 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากปริมาณยอดซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด-19 นอกจากนี้ในเดือนกรกฎาคม ปี 2565 บริษัท มีการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาฟิงเป็น 4 ชั้น ทำให้สามารถรองรับลูกค้าได้มากขึ้นและสาขาห้างพลาตตินั่มแพชั่นมอลล์ที่ได้รับอานิสงค์จากการเปิดประเทศจากกลุ่มนักท่องเที่ยว อีกทั้งการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น
- **กำไรขั้นต้นของช่องทางจำหน่ายอื่น:** เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.09 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.4 เนื่องจากปัจจุบันบริษัท มุ่งเน้นการขายสาขาหน้าร้านเป็นหลัก

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 51.7 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2565 โดยอัตรากำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีกปรับตัวดีขึ้นตามสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรที่ดีเพิ่มขึ้น เช่น Plush Toy อย่างไรก็ตามเนื่องจากในไตรมาส 2 ปี 2566 มีการรับรู้กำไรขั้นต้นของร้าน ดีโอเค สเตชั่น ซึ่งอัตรากำไรขั้นต้นของร้านค้าส่งน้อยกว่าร้านค้าปลีก เป็นผลให้อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2565

QoQ Q2/66 vs Q1/66

กำไรขั้นต้น: ไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัท มีกำไรขั้นต้นจำนวน 306.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 2.09 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.7 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีก:** ลดลงเล็กน้อย 4.39 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.6 เนื่องจากปริมาณคำสั่งซื้อที่ลดลงจากปัจจัยตามฤดูกาล อย่างไรก็ตามบริษัท มีแผนสำหรับเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยการออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ ซึ่งเป็นการร่วมมือกับ ดีไซน์เนอร์ไทย 3 แบรินด์ดัง และการเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 6.15 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.9 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นตามปริมาณยอดซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น
- **กำไรขั้นต้นของช่องทางจำหน่ายอื่น:** เพิ่มขึ้น 0.33 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.9 สอดคล้องกับยอดขายสินค้าทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 51.7 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 54.1 ในไตรมาส 1 ปี 2566 เนื่องจากมีการรับรู้กำไรขั้นต้นของร้าน ดีโอเค สเตชั่น ซึ่งอัตรากำไรขั้นต้นของร้านค้าส่งน้อยกว่าร้านค้าปลีก นอกจากนี้ยังเป็นไปตามปัจจัยตามฤดูกาลที่มีสัดส่วนยอดขายเครื่องเขียนเพิ่มขึ้นในไตรมาส 2 ตามการเปิดเทอมของโรงเรียน เป็นผลให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2566

YoY 1H/66 vs 1H/65

กำไรขั้นต้น: ไตรมาส 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัท มีกำไรขั้นต้นจำนวน 610.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรกปี 2565 จำนวน 205.32 ล้านบาท หรือร้อยละ 50.7 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

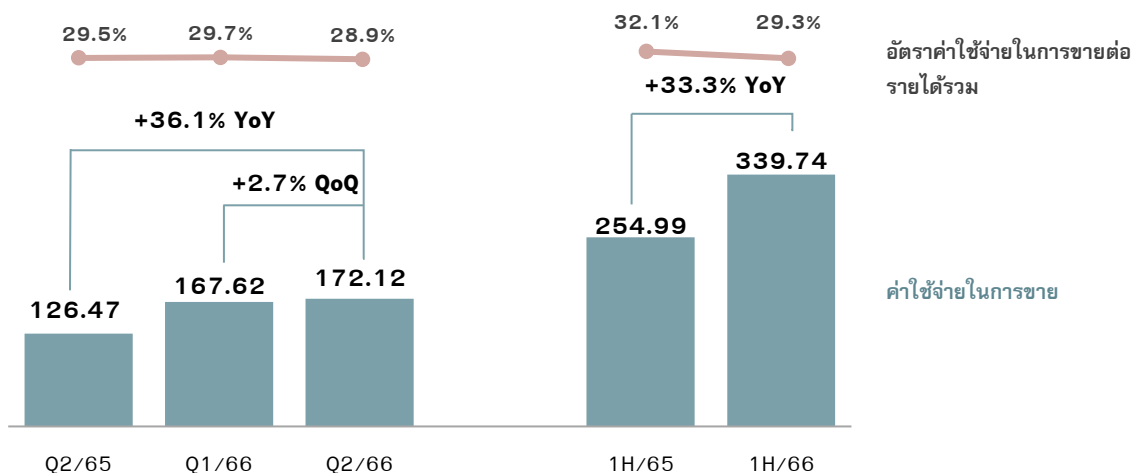
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 172.02 ล้านบาท หรือร้อยละ 46.9 เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากอัตราการเติบโตของการขายของสาขาเดิม (SSSG) และการเปิดสาขาใหม่ รวมถึงความต้องการซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ ซึ่งเป็นการร่วมมือกับ ดีไซน์เนอร์ไทย 3 แบรินด์ดัง และเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง รวมถึงการจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต NCT DREAM TOUR ในไตรมาส 1 ปี 2566
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 33.89 ล้านบาท หรือร้อยละ 99.5 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นตามปริมาณยอดซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด-19 และการกลับมาของนักท่องเที่ยวจากการเปิดประเทศ อีกทั้งบริษัท มีการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาฟิงในเดือนกรกฎาคมปี 2565 รวมถึงการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น
- **กำไรขั้นต้นของช่องทางจำหน่ายอื่น:** ลดลง 0.60 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.0 เนื่องจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่กลับมาเลือกซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านมากขึ้น

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 52.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.2 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรที่ดีเพิ่มขึ้น ประกอบกับอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวน (RMB)



3. ค่าใช้จ่ายในการขาย

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q2/66 vs Q2/65

ค่าใช้จ่ายในการขาย: ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 172.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 45.65 ล้านบาท หรือร้อยละ 36.1 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าตอบแทนพนักงานที่เพิ่มขึ้นทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวตามยอดขายที่เพิ่มขึ้นและการขยายสาขาใหม่ รวมถึงค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสัญญาเช่าของบริษัท บางส่วนเป็นสัญญาเช่าที่คิดตามสัดส่วนของยอดขาย

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 28.9 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 29.5 ในไตรมาส 2 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย อันเป็นผลมาจากค่าใช้จ่ายในการขายบางส่วนเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale)

QoQ Q2/66 vs Q1/66

ค่าใช้จ่ายในการขาย: ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 172.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 4.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.7 โดยมีปัจจัยหลักจากการรับรู้ค่าเช่าในการขายของร้าน ดีโอเค สเตชั่น

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 28.9 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 29.7 ในไตรมาส 1 ปี 2566 เนื่องจากในไตรมาส 2 ปี 2566 มีการรับรู้รายได้และค่าใช้จ่ายในการขายของร้าน ดีโอเค สเตชั่น ซึ่งสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้ของร้านดีโอเค สเตชั่น น้อยกว่าร้านค้าอื่นของบริษัท เป็นผลให้อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมปรับตัวดีขึ้น

YoY 1H/66 vs 1H/65

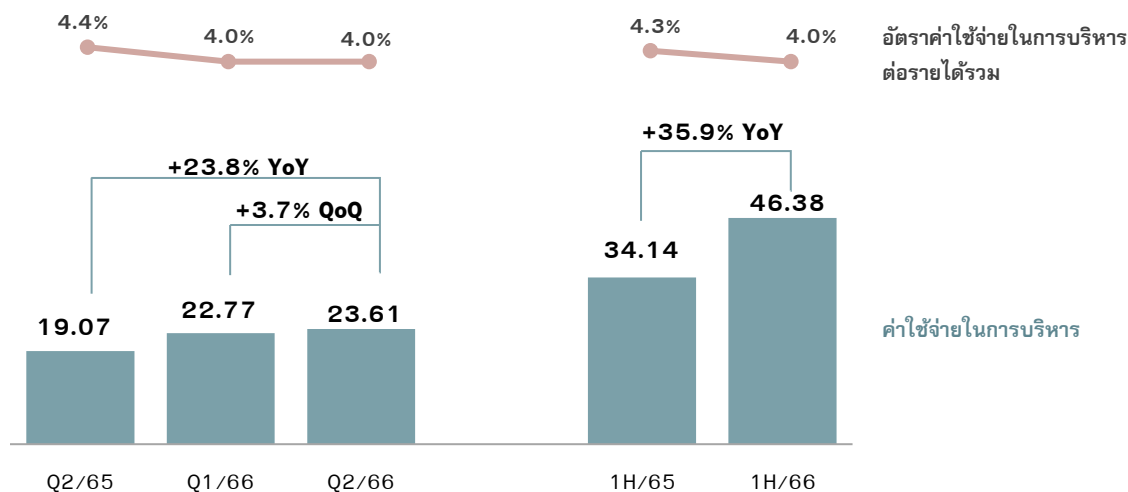
ค่าใช้จ่ายในการขาย: ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 339.74 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 84.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.3 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าตอบแทนพนักงานที่เพิ่มขึ้นทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวตามยอดขายที่เพิ่มขึ้นและการขยายสาขา รวมถึงค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นตามการขยายสาขาและสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสัญญาเช่าของบริษัท บางส่วนเป็นสัญญาเช่าที่คิดตามสัดส่วนของยอดขาย

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 29.3 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 32.1 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย อันเป็นผลมาจากการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) และความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัท



4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q2/66 vs Q2/65

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 23.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 4.54 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.8 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าใช้จ่ายพนักงานตามจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามแผนการขยายตัวของธุรกิจ และจากการปรับอัตราค่าจ้างเงินเดือนพนักงานตามนโยบายประจำปีของบริษัทฯ ในไตรมาส 1 ปี 2566

อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 4.0 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 4.4 ในไตรมาส 2 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

QoQ Q2/66 vs Q1/66

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 23.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 0.84 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.7 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าใช้จ่ายพนักงานตามจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามแผนการขยายตัวของธุรกิจและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานหลังจดทะเบียน

อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 4.0 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2566 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

YoY 1H/66 vs 1H/65

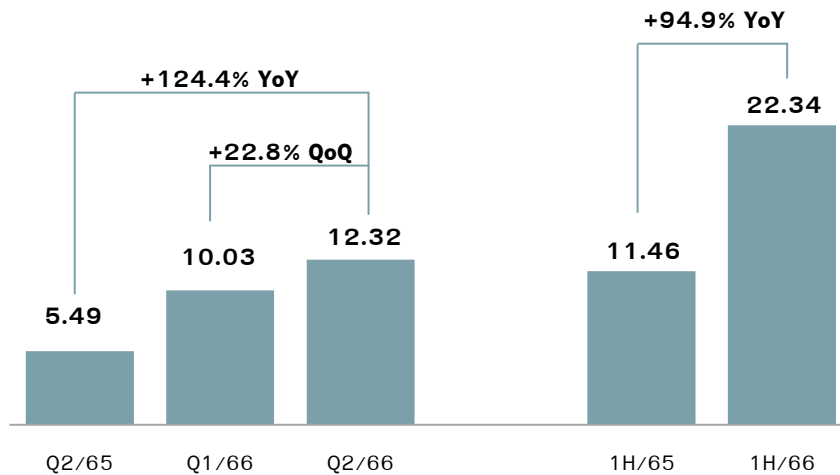
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 46.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 12.24 ล้านบาท หรือร้อยละ 35.9 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าใช้จ่ายพนักงานตามจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามแผนการขยายตัวของธุรกิจ และจากการปรับอัตราค่าจ้างเงินเดือนพนักงานตามนโยบายประจำปีของบริษัทฯ ในไตรมาส 1 ปี 2566

อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 4.0 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 4.3 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหาร อันเป็นผลมาจากความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ



5. ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q2/66 vs Q2/65

ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 12.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 6.83 ล้านบาท หรือร้อยละ 124.4 โดยมีปัจจัยหลักจากการรับรู้ดอกเบี้ยจ่ายตามหนี้สัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากจำนวนสาขาใหม่ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายพื้นที่ร้านสาขาสำเพ็ง ในเดือนกรกฎาคม ปี 2565 และการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารพาณิชย์ (Minimum Loan Rate: MLR) ของสัญญาเช่า

QoQ Q2/66 vs Q1/66

ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 12.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2566 จำนวน 2.29 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.8 โดยมีปัจจัยหลักจากการรับรู้ดอกเบี้ยจ่ายตามหนี้สัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีสัญญาเช่าใหม่ตามจำนวนสาขาที่เปิดใหม่ในระหว่างงวด และการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารพาณิชย์ (Minimum Loan Rate: MLR) ของสัญญาเช่า

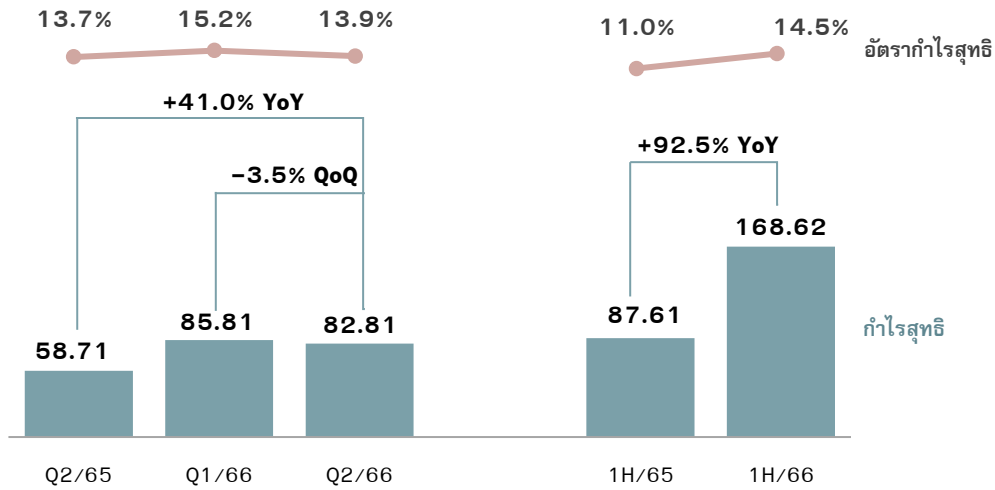
YoY 1H/66 vs 1H/65

ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 22.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 10.88 ล้านบาท หรือร้อยละ 94.9 โดยมีปัจจัยหลักจากการรับรู้ดอกเบี้ยจ่ายตามหนี้สัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีสัญญาเช่าใหม่ตามจำนวนสาขาที่เปิดใหม่ในระหว่างงวด และการขยายพื้นที่ร้านสาขาสำเพ็ง ในเดือนกรกฎาคม ปี 2565 และการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารพาณิชย์ (Minimum Loan Rate: MLR) ของสัญญาเช่า



6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q2/66 vs Q2/65

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัท มีกำไรสุทธิจำนวน 82.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 24.10 ล้านบาท หรือร้อยละ 41.0 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้ทุกธุรกิจ เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ การออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ การเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง การขยายพื้นที่ร้านสาขาสาขาส่าเพ็ง การฟื้นตัวของรายได้จากสาขาห้างแพลตตินั่มแฟชั่นมอลล์ และการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น ตลอดจนความสามารถในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 13.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.7 ในไตรมาส 2 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้ทุกธุรกิจที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการเปิดประเทศ สัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรที่ดีเพิ่มขึ้น และความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพ

QoQ Q2/66 vs Q1/66

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัท มีกำไรสุทธิจำนวน 82.81 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 3.00 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.5 เนื่องจากปริมาณคำสั่งซื้อที่ลดลงจากปัจจัยตามฤดูกาล อย่างไรก็ตามบริษัท มีแผนสำหรับเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยการออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ ซึ่งเป็นการร่วมมือกับดีไซน์เนอร์ไทย 3 แบรินด์ และการเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ในส่วนของร้านค้าส่งบริษัท มีการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 13.9 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 15.2 เนื่องจากมีการรับรู้ผลประกอบการของร้าน ดีโอเค สเตชั่น ซึ่งอัตรากำไรน้อยกว่าร้านค้าปลีก นอกจากนี้ยังเป็นไปตามปัจจัยตามฤดูกาลที่จะมีสัดส่วนยอดขายเครื่องเขียนเพิ่มขึ้นในไตรมาส 2 ตามการเปิดเทอมของโรงเรียน

YoY 1H/66 vs 1H/65

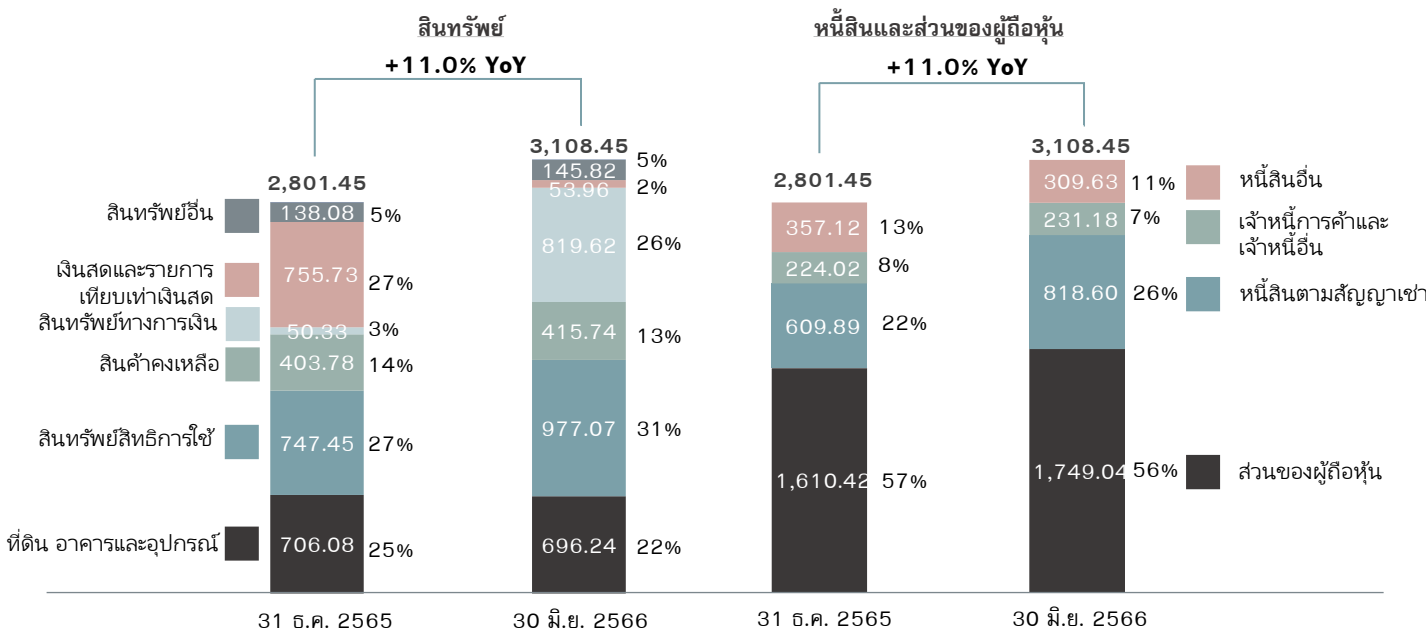
กำไรสุทธิ: ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัท มีกำไรสุทธิจำนวน 168.62 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 81.01 ล้านบาท หรือร้อยละ 92.5 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ การออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ การเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่ของใช้และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง การจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต NCT DREAM TOUR การขยายพื้นที่ร้านสาขาส่าเพ็ง การฟื้นตัวของรายได้จากสาขาห้างแพลตตินั่มแฟชั่นมอลล์ และการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น ตลอดจนความสามารถในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 14.5 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 11.0 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการเปิดประเทศซึ่งส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ เพิ่มขึ้น และความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น



งบแสดงฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 3,108.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 307.00 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.0 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้ :

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** ลดลง 701.77 ล้านบาท จากการนำไปลงทุนในกองทุนตราสารหนี้ระยะสั้น หุ้นกู้ และตัวแลกเงิน
- **สินค้าคงเหลือ:** เพิ่มขึ้น 11.96 ล้านบาท เนื่องจากการสำรองสินค้าสำหรับขายเพิ่มขึ้นตามการขยายสาขา
- **สินทรัพย์สิทธิการใช้:** เพิ่มขึ้น 229.62 ล้านบาท เนื่องจากการต่อสัญญาเช่าพื้นที่สาขาเดิมและการเปิดสาขาใหม่
- **สินทรัพย์ทางการเงิน:** เพิ่มขึ้น 769.29 ล้านบาท เป็นผลจากการบริหารจัดการเงินสดโดยการนำไปลงทุนในกองทุนตราสารหนี้ระยะสั้น หุ้นกู้ และตัวแลกเงิน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- **สินทรัพย์อื่น:** เพิ่มขึ้น 7.74 ล้านบาท จากเงินค้ำประกันสาขาที่ขยายสาขาเพิ่มขึ้น

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 1,359.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 168.38 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.1 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้ :

- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น:** เพิ่มขึ้น 7.16 ล้านบาท เนื่องจากการสำรองสินค้าสำหรับขายเพิ่มขึ้นตามการขยายสาขา
- **หนี้สินตามสัญญาเช่า:** เพิ่มขึ้น 238.36 ล้านบาท เนื่องจากการต่อสัญญาเช่าพื้นที่สาขาเดิม และการเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้น
- **หนี้สินหมุนเวียนอื่น:** ลดลง 88.80 ล้านบาท จากการชำระค่าภาษีหัก ณ ที่จ่าย ของการจ่ายเงินปันผลในเดือน ธันวาคม 2565

ส่วนของผู้ถือหุ้น

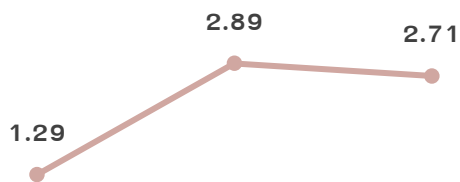
ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 1,749.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 138.62 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.6 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 เป็นไปตามผลการดำเนินงานของบริษัทฯ



อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน

หน่วย: เท่า



Q2/65 Q1/66 Q2/66

ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย

หน่วย: วัน



Q2/65 Q1/66 Q2/66

อัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น

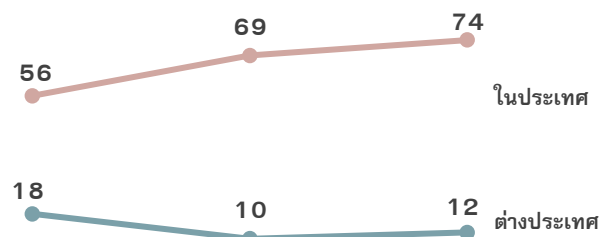
หน่วย: เท่า



Q2/65 Q1/66 Q2/66

อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า

หน่วย: วัน



Q2/65 Q1/66 Q2/66

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

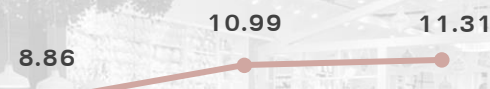
หน่วย: %



Q2/65 Q1/66 Q2/66

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



Q2/65 Q1/66 Q2/66

