

TANACHIRA

วันที่ 17 ตุลาคม 2566

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงบการเงินระหว่างกาลสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับผลการดำเนินงานสำหรับงบการเงินระหว่างกาล สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ฉบับละ 1 ชุด

บริษัท ทรนิจรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอนำส่งงบการเงินระหว่างกาลสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 ซึ่งผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้วต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

โดยผลการดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับงบการเงินระหว่างกาลสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 มีกำไรสุทธิเท่ากับ 71.06 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ขออธิบายถึงสาเหตุของผลการดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับงบการเงินระหว่างกาลสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 รายละเอียดตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ



นางชิตชนก จังพล

รองประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชีและการเงิน

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับผลประกอบการ
สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566
บริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

1. ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

บริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “TRC”) และบริษัทย่อย (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัทฯ”) ประกอบธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น โดยกลุ่มบริษัทฯ นำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นจากต่างประเทศที่มีชื่อเสียงระดับโลกเพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่ (1) แบรินด์แพนดอร่า (“Pandora”) : เครื่องประดับเงินชั้นนำจากประเทศเดนมาร์ก (2) แบรินด์มาริเมกโกะ (“Marimekko”) : สินค้าไลฟ์สไตล์ที่โดดเด่นด้านลายพิมพ์และสีสันทันจากประเทศฟินแลนด์ และ (3) แบรินด์แคท คิดสตัน (“Cath Kidston”) : สินค้าไลฟ์สไตล์กลิ่นอายโมเดิร์นวินเทจจากประเทศอังกฤษ รวมถึงการนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าแบรินด์ Cath Kidston ในประเทศเวียดนาม

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังเป็นเจ้าของแบรินด์ในกลุ่มหาญ (HARNN) ซึ่งประกอบด้วย (1) แบรินด์หาญ (“HARNN”) : สินค้าบอดี้แคร์ สกินแคร์ สปา และอโรมาเทอราพี และ (2) แบรินด์วู๊ด (“Vuudh”) : สินค้าเครื่องหอมสไตล์ไทยร่วมสมัย รวมทั้งได้ขยายไปยังธุรกิจสปาภายใต้ (3) หาญเวลเนส แอนด์ โฮสพิทาลิตี้ (“HARNN Wellness & Hospitality”) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มุ่งเน้นธุรกิจแฟรนไชส์สปาในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยปัจจุบันประกอบด้วย 4 แบรินด์ย่อย ได้แก่ (3.1) หาญ เฮอร์ริเทจ สปา (“HARNN Heritage Spa”) (3.2) บาย หาญ (“by HARNN”) (3.3) เดอะสปา บาย หาญ (“The Spa by HARNN”) และ (3.4) เอสเคป บาย หาญ (“SCape by HARNN”) ซึ่งแต่ละแบรินด์มีความแตกต่างกันตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีแบรินด์สินค้าภายใต้การดำเนินงาน รวมทั้งสิ้น 5 แบรินด์ และมีแบรินด์ธุรกิจสปาภายใต้ดำเนินงาน รวมทั้งสิ้น 4 แบรินด์ โดยมีสาขาตั้งอยู่ทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวนทั้งสิ้น 131 สาขา แบ่งออกเป็นสาขาที่กลุ่มบริษัทฯ เป็นเจ้าของจำนวน 122 สาขา และสาขารูปแบบแฟรนไชส์จำนวน 9 สาขา และการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น เช่น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อ Marimekko pop-up café และ Cath Kidston Tearoom

2. การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

(ก) รายได้จากการขาย

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย รายได้จากการขายผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ ช่องทางออฟไลน์ และช่องทางออนไลน์ ภายใต้ 4 แแบรนด์ ได้แก่ (1) Pandora (2) Marimekko (3) Cath Kidston และ (4) แแบรนด์กลุ่มหายู

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 555.71 ล้านบาท และ 655.80 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางต่อไปนี้จะแสดงโครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ แยกตามช่องทางการจำหน่ายสินค้า

รายได้จากการขายแยก ตามช่องทางการจำหน่ายสินค้า	สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน			
	2565		2566	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
ช่องทางออฟไลน์				
Concept Store	379.91	68.37	452.63	69.02
Shop-in-shop	86.27	15.52	105.54	16.09
ช่องทางออฟไลน์อื่นๆ	18.17	3.27	15.68	2.39
รวมรายได้ช่องทางออฟไลน์	484.36	87.16	573.85	87.50
รวมรายได้ช่องทางออนไลน์	71.35	12.84	81.95	12.50
รวมรายได้จากการขาย	555.71	100.00	655.80	100.00

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขาย

(2) การขายผ่านช่องทาง Concept Store ช่องทางออฟไลน์อื่นๆ และช่องทางออนไลน์ เป็นการขายขาด ส่วนการขายผ่านช่องทาง Shop-in-shop เป็นการขายฝาก

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทฯ ตามช่องทางการจำหน่ายสินค้าของแต่ละแบรนด์สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

รายได้จากการจำหน่ายสินค้า ของแต่ละแบรนด์ ⁽³⁾	สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน			
	2565		2566	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
ช่องทางออฟไลน์ ⁽²⁾	484.36	87.16	573.86	87.50
Pandora	275.53	49.58	304.53	46.44
Marimekko	75.82	13.64	103.10	15.72
Cath Kidston	82.60	14.86	71.72	10.94
แบรนด์กลุ่มหายู	50.41	9.07	94.50	14.41
ช่องทางออนไลน์	71.35	12.84	81.95	12.50
Pandora	22.16	3.99	31.24	4.76
Marimekko	16.55	2.98	20.31	3.10

รายได้จากการจำหน่ายสินค้า ของแต่ละแบรนด์ ⁽³⁾	สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน			
	2565		2566	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
Cath Kidston	12.07	2.17	10.98	1.67
แบรนด์กลุ่มหาญ	20.57	3.70	19.42	2.96
รวมรายได้จากการขาย	555.71	100.00	655.80	100.00

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขาย

(2) รวมรายได้จากการขายผ่านหน้าร้านสาขา การจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าองค์กร การส่งออก และช่องทางออกบูธ

(3) แบรนด์ Pandora ดำเนินการโดย TRC แบรนด์ Marimekko ดำเนินการโดย TRH แบรนด์ Cath Kidston ดำเนินการโดย TAT และ TRGV และแบรนด์ HARNN ดำเนินการโดย HG และ HJ

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัท ตามประเภทแบรนด์สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

รายได้จากการขาย ตามประเภทของผลิตภัณฑ์	สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน			
	2565		2566	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
Pandora	297.68	53.57	335.76	51.20
Marimekko	92.37	16.62	123.42	18.82
Cath Kidston	94.67	17.04	82.70	12.61
แบรนด์กลุ่มหาญ	70.98	12.77	113.92	17.37
รวมรายได้จากการขาย	555.71	100.00	655.80	100.00

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขาย

รายละเอียดจำนวนสาขาและอัตราการเติบโตของรายได้จากสาขาหน้าร้านของกลุ่มบริษัท สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

รายการ	ณ วันที่ 30 มิถุนายน หรือ สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน	
	2565	2566
จำนวนสาขา ณ ต้นงวด (สาขา)	117	120
จำนวนสาขาเปิดเพิ่มระหว่างงวด (สาขา)	3	7
จำนวนสาขาปิดระหว่างงวด (สาขา)	(6)	(5)
จำนวนสาขา ณ สิ้นงวด (สาขา)	114	122
อัตราการเติบโตของรายได้ – สาขาหน้าร้าน⁽¹⁾	93.03	15.08
(Total Store Sales Growth) (ร้อยละ)		
Pandora (ร้อยละ)	85.68	7.46
Marimekko (ร้อยละ)	61.12	27.17
Cath Kidston (ร้อยละ)	82.49	(14.32)
แบรนด์กลุ่มหาญ (ร้อยละ)	297.54	68.62
อัตราการเติบโตของรายได้ของสาขาเดิม – สาขาหน้าร้าน	142.30	27.56
(Same-Store Sales Growth : SSSG) (ร้อยละ)⁽²⁾		

รายการ	ณ วันที่ 30 มิถุนายน หรือ สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน	
	2565	2566
Pandora (ร้อยละ)	50.14	(1.96)
Marimekko (ร้อยละ)	45.13	13.37
Cath Kidston (ร้อยละ)	83.82	(13.79)
แบรนด์กลุ่มหาญ (ร้อยละ)	100.83	334.44

หมายเหตุ: (1) TSSG คัดจากจากอัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อสาขาของสาขาหน้าร้านทั้งหมด

(2) SSSG คัดจากอัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อสาขาของสาขาหน้าร้านที่เปิดเต็มงวด

(3) การคำนวณ SSSG จะคำนวณเฉพาะสาขาที่เปิดเต็มงวดทั้งสองงวดที่คำนวณอัตราการเจริญเติบโตเท่านั้น หากเป็นสาขาที่เปิดใหม่หรือสาขาที่ปิดระหว่างสองช่วงปีบัญชีจะไม่มีการนำมาคำนวณทำให้อาจมีความแตกต่างระหว่าง TSSG และ SSSG ทั้งนี้ ในงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 TSSG ของแบรนด์ Pandora และ Marimekko สูงกว่า SSSG เนื่องจากมีการขยายสาขาเพิ่มเติม สำหรับแบรนด์กลุ่มหาญ TSSG น้อยกว่า SSSG เนื่องจาก TSSG จะรวมยอดจากการขายให้กับลูกค้าธุรกิจ เช่น สปาเฟรนไชส์ด้วย ขณะที่ SSSG จะคำนวณจากยอดขายต่อหน้าสาขาซึ่งมีการฟื้นตัวจากการฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว ทำให้มีอัตราการเติบโตสูง อย่างไรก็ตาม สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 TSSG ของแบรนด์ Pandora และแบรนด์กลุ่ม HARNN สูงกว่า SSSG เนื่องจากแบรนด์ Pandora และแบรนด์กลุ่ม HARNN มีการขยายสาขาเพิ่มเติมประกอบกับการผ่อนปรนมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทำให้บริษัท มียอดขายมากขึ้น

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัท มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 100.10 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.01 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้านของแบรนด์ Pandora Marimekko และ HARNN จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการอุปโภคบริโภคในประเทศและการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว และ (2) รายได้จากการขายออนไลน์โดยรวมซึ่งเติบโตขึ้นร้อยละ 14.85 อย่างไรก็ดี รายได้จากการขายสำหรับแบรนด์ Cath Kidston ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ลดลงในงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 เทียบกับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เนื่องจากการผลิตสินค้าล่าช้าจากการที่บริษัทแม่ในต่างประเทศได้มีการเปลี่ยนแปลงเจ้าของซึ่งส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากการขายของแบรนด์ Cath Kidston น้อยกว่าแบรนด์สินค้าอื่น

อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน และอัตราการเติบโตของรายได้ของสาขาหน้าร้านเต็มในงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 น้อยกว่าในงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เนื่องจากรายได้จากการขายในช่วงครึ่งแรกของปี 2565 เทียบกับช่วงครึ่งแรกของปี 2564 มีการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ในประเทศไทยระลอกที่ 2 เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 ส่งผลให้จำนวนคนที่เดินทางไปจับจ่ายใช้สอยที่ห้างสรรพสินค้า (Traffic) ลดลงอย่างมากซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้จากการขายของกลุ่มบริษัท ทำให้อัตราการเติบโตของรายได้สาขาหน้าร้านในช่วงหกเดือนแรกของปี 2565 สูงกว่าปกติ

อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน และอัตราการเติบโตของรายได้ของสาขาหน้าร้านของแบรนด์ Cath Kidston ในช่วงครึ่งแรกของปี 2566 เทียบกับครึ่งแรกของปี 2565 ตีตกเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเจ้าของแบรนด์ในต่างประเทศทำให้การผลิตสินค้ามีความล่าช้าเป็นผลให้บริษัท ไม่สามารถจัดหาสินค้าสำหรับขายได้อย่างเพียงพอ

อัตราการเติบโตของรายได้ของสาขาหน้าร้านของแบรนด์ Pandora ในช่วงครึ่งแรกของปี 2566 เทียบกับครึ่งแรกของปี 2565 ตีตกเล็กน้อยเนื่องจากบริษัท มีสาขาแบรนด์ Pandora เพิ่มจาก 38 สาขา ในช่วงครึ่งปีแรกของปี

2565 เป็น 45 สาขาในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2566 ซึ่งทำให้ลูกค้าบางส่วนย้ายไปซื้อที่สาขาที่เปิดใหม่ ทำให้รายได้ของสาขาที่เปิดอยู่เดิมลดลงเล็กน้อย

(ข) กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัท มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 315.36 ล้านบาท และ 425.72 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 56.25 และร้อยละ 64.19 ตามลำดับ โดยกำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัท สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

กำไรขั้นต้นและ อัตรากำไรขั้นต้น	สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน			
	2565		2566	
	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)
กำไรขั้นต้นจากการขาย	310.49	55.87	418.68	63.84
Pandora	159.94	53.73	214.65	63.93
Marimekko	49.05	53.10	71.66	58.06
Cath Kidston	44.67	47.19	39.89	48.23
แบรนด์กลุ่มหาญ	56.83	80.06	92.48	81.18
กำไรขั้นต้นจากการให้บริการ	4.87	97.89	7.05	94.91
กำไรขั้นต้นรวม	315.36	56.25	425.72	64.19

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัท มีกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 110.36 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.00 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้านเนื่องจากในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 มีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 สายพันธุ์โอไมครอน (2) การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของแบรนด์ Pandora จากการปรับราคาโดยรวมของแบรนด์ Pandora ขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนผลิตภัณฑ์และอัตราแลกเปลี่ยน และ (3) การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของแบรนด์ Marimekko จากการปรับกลยุทธ์ในการทำการตลาดและส่งเสริมการขายของแบรนด์ โดยการลดความถี่ของการให้ส่วนลดให้เหลือเฉพาะช่วงเทศกาลเท่านั้น ซึ่งทำให้กลุ่มบริษัท สามารถอัตรากำไรขั้นต้นสินค้าที่ราคาเต็ม (Sell-Through Rate) เพิ่มสูงขึ้น

(ค) กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัท มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิเท่ากับ 37.77 ล้านบาท และ 71.06 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 6.55 และร้อยละ 10.59 ของรายได้รวม ตามลำดับ

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัท มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 33.29 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้านจากการขายตัวอย่างต่อเนื่องของการอุปโภคบริโภคในประเทศและการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว และ (2) การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นจากการขึ้นราคาและลดความถี่ของการให้ส่วนลด

3. การวิเคราะห์ฐานะการเงินของบริษัทฯ**(ก) สินทรัพย์รวม**

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 1,923.80 ล้านบาท โดยสินทรัพย์หลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) สินค้าคงเหลือ (2) สินทรัพย์สิทธิการใช้ และ (3) ค่าความนิยม ซึ่งรวมคิดเป็นร้อยละ 69.93 ของมูลค่าสินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้น 57.76 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.10 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือจากการเพิ่มปริมาณสำรองสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมขายสอดคล้องกับแนวโน้มรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น และ (2) การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนจากเงินที่จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในการประกอบธุรกิจกับบริษัทแห่งหนึ่ง

(ข) หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมเท่ากับ 1,565.64 ล้านบาท โดยหนี้สินหลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน (2) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น (3) เงินกู้ยืมระยะยาว และ (4) หนี้สินตามสัญญาเช่า ซึ่งรวมคิดเป็นร้อยละ 93.94 ของมูลค่าหนี้สินรวม

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมเพิ่มขึ้น 24.73 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.61 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อสินค้าคงเหลือเพื่อเตรียมขายสอดคล้องกับแนวโน้มรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นสุทธิกับ (2) การลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นและหนี้สินตามสัญญาเช่า

(ค) ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 358.16 ล้านบาท โดยส่วนของผู้ถือหุ้นประกอบไปด้วย (1) ทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้วเต็มมูลค่า (2) กำไรสะสม (3) องค์กรประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น และ (4) ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย