

Moshi Moshi

**Moshi
Moshi**
もしもし

บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์
ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ไตรมาส 3 ปี 2566

สรุปสาระสำคัญ

สรุปผลการดำเนินงาน	Q3/65	Q2/66	Q3/66	เปลี่ยนแปลง		9M/65	9M/66	เปลี่ยนแปลง	
				+/-				+/-	
หน่วย : ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY	
รายได้จากการดำเนินงาน	458.34	592.17	585.09	27.7%	(1.2%)	1,249.38	1,740.06	39.3%	
กำไรขั้นต้น	233.84	306.32	310.87	32.9%	1.5%	639.07	921.42	44.2%	
EBITDA	143.41	192.13	198.61	38.5%	3.4%	406.47	580.38	42.8%	
กำไรสุทธิ	47.02	82.81	81.42	73.1%	(1.7%)	134.63	250.06	85.7%	
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	51.0%	51.7%	53.1%	2.1%	1.4%	51.2%	53.0%	1.8%	
อัตรากำไรสุทธิ (%)	10.2%	13.9%	13.8%	3.6%	(0.1%)	10.7%	14.3%	3.5%	

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญของรายได้และกำไรสุทธิจากกำลังซื้อที่กลับมาจากเศรษฐกิจที่ฟื้นตัว อีกทั้งการนำเงินจากการระดมเงินทุนในตลาดหลักทรัพย์มาต่อยอดและขยายธุรกิจ โดยนำไปลงทุนขยายสาขาเป็นหลัก โดยในงวด 9 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 490.68 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.3 และ กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 115.43 ล้านบาท หรือร้อยละ 85.7 เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือนแรกปี 2565 โดยมีปัจจัยขยายยอดขายที่เพิ่มขึ้นของร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งเป็นหลักจากการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ รวมถึงการออกสินค้าใหม่และแบรนด์ใหม่ รวมถึงการจัดกิจกรรมสนับสนุนการขายอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จะยังคงมุ่งเน้นการขยายสาขาโดยมองหาทำเลที่มีศักยภาพในการเติบโต การพัฒนาสินค้าใหม่โดยเน้นสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง รวมถึงจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มมูลค่าให้แก่บริษัทฯ และสร้างโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืน

YoY Q3/66 vs Q3/65

- ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 585.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 126.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 27.7 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ รวมถึงการเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมูปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง และการเปิดตัวแบรนด์ Garlic ในขณะที่รายได้จากร้านค้าส่งและรายได้จากช่องทางการจำหน่ายอื่นก็เติบโตขึ้นเช่นกัน
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 53.1 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.0 ในไตรมาส 3 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตจากการขายทุกช่องทางตามการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง อีกทั้งอัตรากำไรเปลี่ยนแปลงของเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวน (RMB)
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 81.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 34.40 ล้านบาท หรือร้อยละ 73.1 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากการขายทุกช่องทางโดยเฉพาะรายได้จากร้านค้าปลีก และความสามารถในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

QoQ Q3/66 vs Q2/66

- ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 585.09 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากไตรมาส 2 ปี 2566 จำนวน 7.08 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.2 โดยมีปัจจัยหลักจากปริมาณคำสั่งซื้อที่ลดลงจากปัจจัยตามฤดูกาล
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 53.1 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.7 ในไตรมาส 2 ปี 2566 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงและการเปิดตัวแบรนด์ Garlic
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 81.42 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากไตรมาส 2 ปี 2566 จำนวน 1.39 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.7 เนื่องจากปริมาณคำสั่งซื้อที่ลดลงจากปัจจัยตามฤดูกาล อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีแผนสำหรับเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยการเปิดตัวแบรนด์ Garlic ที่เน้นขายสินค้าตกแต่งบ้านและไลฟ์สไตล์ ตลอดจนการจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต

YoY 9M/66 vs 9M/65

- งวด 9 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 1,740.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 490.68 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.3 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ รวมถึงการเปิดตัวสินค้าใหม่และเปิดตัวแบรนด์ใหม่ 'Garlic' และการจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต ในขณะที่รายได้จากร้านค้าส่งก็เติบโตขึ้นเช่นกัน
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 53.0 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.2 จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตจากการขายของร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งตามการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง อีกทั้งอัตรากำไรเปลี่ยนแปลงของเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวน (RMB)
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 250.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 115.43 ล้านบาท หรือร้อยละ 85.7 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง รวมถึงความสามารถในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น



เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 3 ปี 2566



เปิดตัวแบรนด์ Garlic เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและวัยทำงาน

ในเดือนกรกฎาคม 2566 บริษัทได้เปิดตัวแบรนด์ใหม่ภายใต้ชื่อ Garlic เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์และตกแต่งบ้านราคาประหยัดที่สาขา Moshi Moshi Future Park รังสิต โดยจะใช้คอนเซ็ปต์ “ซิค แอนด์ คูล” เน้นสินค้าตกแต่งบ้านและไลฟ์สไตล์ มุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและวัยทำงานอายุ 18 - 30 ปี ในรูปแบบ “Shop in Shop” ซึ่งช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งที่น่าสนุกสนานและน่าตื่นตาตื่นใจให้กับลูกค้า อย่างไรก็ตาม จากผลตอบรับหลังเปิดตัวที่ค่อนข้างดีของ Garlic สาขาแรก บริษัทฯ จึงมีแผนขยายสาขาเพื่อให้ลูกค้าทุกคนสามารถเข้าถึงสินค้าของ Garlic ได้มากขึ้น ซึ่งการเปิดตัวแบรนด์ใหม่จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเติบโตในระยะยาวให้แก่บริษัทฯ



วางกลยุทธ์โปรโมตแบรนด์เพื่อสร้างการรับรู้ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยการสนับสนุนคอนเสิร์ต Billkin

Moshi Moshi จับมือ ลาซาด้า เปิดตัวแคมเปญการตลาดใหม่ แจกบัตรฟรีคอนเสิร์ต 'Billkin Tempo Concert Presented by Lazada' โดยการจับสลาก เพื่อส่งเสริมการขายทั้งหน้าร้านออนไลน์และออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม ลาซาด้า ซึ่ง Moshi Moshi วางกลยุทธ์ในการโปรโมตแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้นยิ่งกว่าเดิม ด้วยการทำกิจกรรมร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการเชื่อมต่อนระหว่างแบรนด์ไปยังผู้บริโภคและสร้างการรับรู้ให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของแบรนด์ โดยการจัดกิจกรรมครั้งนี้ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี จากกลุ่มลูกค้าร้าน Moshi Moshi และแฟนคลับ Billkin

ทิศทางในการดำเนินธุรกิจในปี 2566



มองหาโอกาสในการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยการขยายสาขาและพัฒนาช่องทางจำหน่ายสินค้า

บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสในการเติบโตผ่านการขยายสาขาใหม่ เนื่องจากปัจจุบันจำนวนสาขาของบริษัทฯ คิดเป็นสัดส่วน 16.1% ของจำนวนห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด ดังนั้นยังมีช่องว่างในการเติบโตผ่านการขยายสาขาเพื่อขยายกลุ่มลูกค้ารายใหม่ได้ โดยในปี 2566 บริษัทฯ มีเป้าหมายจะขยายสาขาใหม่จำนวน 20 สาขา ปัจจุบันดำเนินการเปิดร้านค้าปลีกไปแล้วทั้งสิ้น 12 สาขา และร้านค้าส่ง 1 สาขา ซึ่งมีแผนขยายสาขาในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง ทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด รวมถึงหัวเมืองใหญ่ที่ยังไม่มีสาขา โดยจะมีจำนวน 2 สาขา ที่จะเปิดในรูปแบบ Standalone มีทำเลใกล้แหล่งชุมชน โรงเรียน และแหล่งงานเพื่อเป็นต้นแบบในการศึกษาพัฒนาการขยายสาขาแบบแฟรนไชส์ในอนาคต



เสริมสร้างความสามารถในการทำกำไรจากการมองเห็นสินค้าใหม่และการตลาดรูปแบบใหม่

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

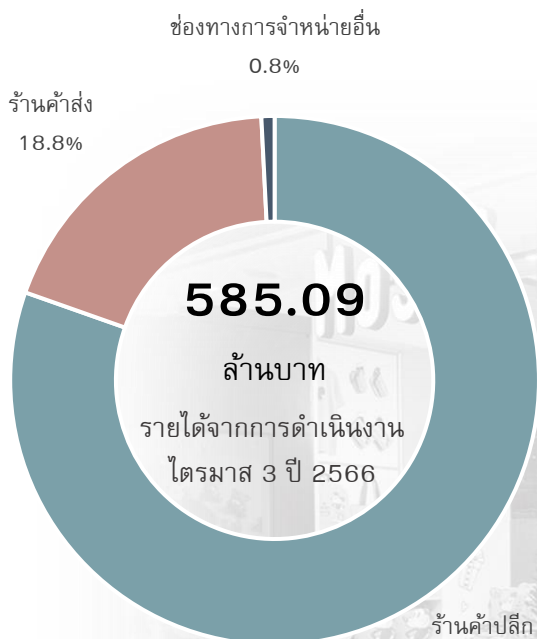


ผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2566

ภาพรวมผลการดำเนินงาน	Q3/65	Q2/66	Q3/66	เปลี่ยนแปลง +/-		9M/65	9M/66	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	458.34	592.17	585.09	27.7%	(1.2%)	1,249.38	1,740.06	39.3%
ต้นทุนขาย	(224.51)	(285.85)	(274.22)	22.1%	(4.1%)	(610.31)	(818.64)	34.1%
กำไรขั้นต้น	233.83	306.32	310.87	32.9%	1.5%	639.07	921.42	44.2%
รายได้อื่น	1.41	3.77	3.62	156.0%	(4.0%)	3.98	9.69	143.5%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(148.13)	(172.12)	(175.94)	18.8%	2.2%	(403.09)	(515.68)	27.9%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(20.18)	(23.61)	(22.94)	13.7%	(2.8%)	(54.33)	(69.31)	27.6%
กำไร(ขาดทุน)อื่น-สุทธิ	1.83	3.36	3.54	93.8%	5.4%	4.93	9.47	92.1%
ต้นทุนทางการเงิน	(6.80)	(12.32)	(14.60)	114.8%	18.5%	(18.26)	(36.94)	102.3%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	61.96	105.40	104.55	68.7%	(0.8%)	172.30	318.65	84.9%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(14.94)	(22.59)	(23.13)	54.8%	2.4%	(37.67)	(68.59)	82.1%
กำไรสุทธิ	47.02	82.81	81.42	73.1%	(1.7%)	134.63	250.06	85.7%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงานในไตรมาส 3 ปี 2566



80.4% ร้านค้าปลีก

ร้านค้าปลีกประกอบด้วยร้าน Moshi Moshi จำนวน 114 แห่ง และร้าน Garlic 1 แห่ง

18.8% ร้านค้าส่ง

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

0.8% ช่องทางการจำหน่ายอื่น

ช่องทางจำหน่ายอื่น ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์/แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำ เช่น Shopee Lazada และ Tiktok



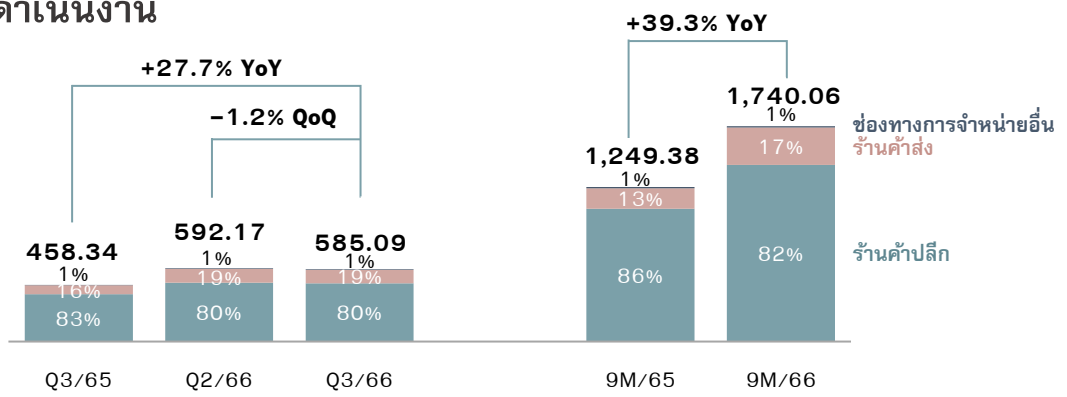
ภาพรวมธุรกิจรายประเภท

โครงสร้างรายได้	ไตรมาส			เปลี่ยนแปลง		9M		เปลี่ยนแปลง +/-
	Q3/65	Q2/66	Q3/66	+/-	%YoY	9M/65	9M/66	
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากร้านค้าปลีก	382.62	475.62	470.69	23.0%	(1.0%)	1,071.74	1,426.29	33.1%
รายได้จากร้านค้าส่ง	72.58	112.69	110.03	51.6%	(2.4%)	165.82	302.29	82.3%
รายได้จากช่องทางจำหน่ายอื่น	3.15	3.86	4.37	38.9%	13.2%	11.82	11.48	(2.9%)
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	458.34	592.17	585.09	27.7%	(1.2%)	1,249.38	1,740.06	39.3%
รายได้อื่น	1.41	3.77	3.62	156.0%	(4.00%)	3.98	9.69	143.5%
รวมรายได้	459.75	595.94	588.71	28.0%	(1.2%)	1,253.36	1,749.75	39.6%

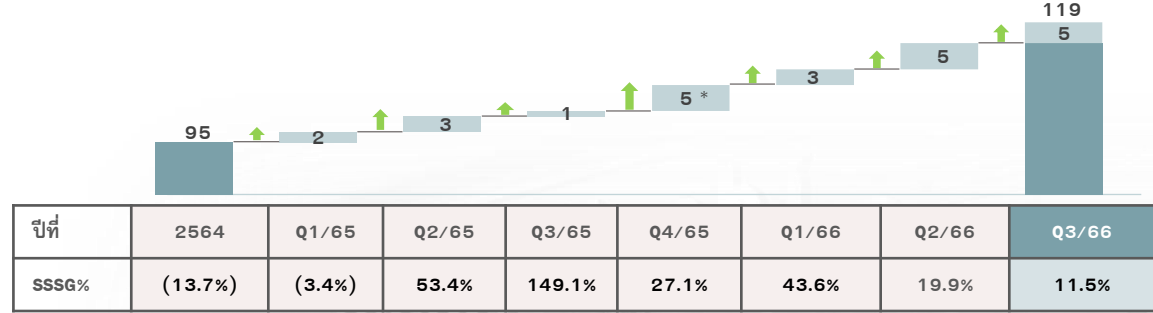
หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

1. รายได้จากการดำเนินงาน

หน่วย: ล้านบาท, %



ตารางแสดงจำนวนสาขาของบริษัทฯ



*สาขาซึ่งเลื่อนที่ถูกต้องกลับมาเปิดให้บริการในไตรมาส 4 ปี 2565 การเปิดสาขาใหม่ที่ดีโอเค สเตชั่น ในเดือนเมษายน ปี 2566 และการเปิดสาขา Garlic ที่ฟิวเจอร์พาร์ครังสิต

YoY Q3/66 vs Q3/65

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 585.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 3 ปี 2565 จำนวน 126.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 27.7 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- รายได้จากร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 88.07 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.0 เนื่องจาก 1) อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของลูกค้ายอดนิยมที่เกี่ยวกับการเปิดประเทศหลังสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ที่คลายตัว 2) การเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้น 17 สาขา โดยในไตรมาส 3 ปี 2565 มี 98 สาขา และไตรมาส 3 ปี 2566 มี 115 สาขา 3) ขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่องโดยการเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงเพื่อขยายฐานลูกค้าในตลาดสัตว์เลี้ยงตามแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเทรนด์การเลี้ยงสัตว์ และเปิดตัวแบรนด์ Garlic โดยเน้นสินค้าตกแต่งบ้านและไลฟ์สไตล์เพื่อจับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและวัยทำงาน 4) จัดกิจกรรมกระตุ้นยอดขายโดยสนับสนุนคอนเสิร์ต Billkin เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์มากขึ้น
- รายได้จากร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 37.45 ล้านบาท หรือร้อยละ 51.6 เนื่องจาก 1) การเพิ่มขึ้นของลูกค้ายอดนิยมที่เกี่ยวกับการเปิดประเทศหลังสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ที่คลายตัว และ 2) การเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น
- รายได้จากช่องทางจำหน่ายอื่น:** เพิ่มขึ้น 1.22 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.9 เนื่องจากยอดขายสินค้าทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น



สรุปสาระสำคัญ

เหตุการณ์สำคัญ



ผลการดำเนินงาน

QoQ Q3/66 vs Q2/66

ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัท มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 585.09 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากไตรมาส 2 ปี 2566 จำนวน 7.08 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.2 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้:

- **รายได้จากร้านค้าปลีก:** ลดลงเล็กน้อย 4.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.0 เนื่องจากปริมาณคำสั่งซื้อที่ลดลงจากปัจจัยตามฤดูกาล อย่างไรก็ตามบริษัท มีแผนสำหรับเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยการเปิดตัวแบรนด์ Garlic โดยเน้นสินค้าตกแต่งบ้านและไลฟ์สไตล์เพื่อจับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและวัยทำงาน ตลอดจนจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต Billkin เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์มากขึ้น
- **รายได้จากร้านค้าส่ง:** ลดลงเล็กน้อย 2.66 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.4 เนื่องจากปริมาณคำสั่งซื้อที่ลดลงจากปัจจัยตามฤดูกาลโดยเฉพาะอุปกรณ์การเรียนที่ลดลงจากการปิดภาคเรียน
- **รายได้จากช่องทางการจำหน่ายอื่น:** เพิ่มขึ้น 0.51 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.2 เนื่องจากยอดขายสินค้าทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น

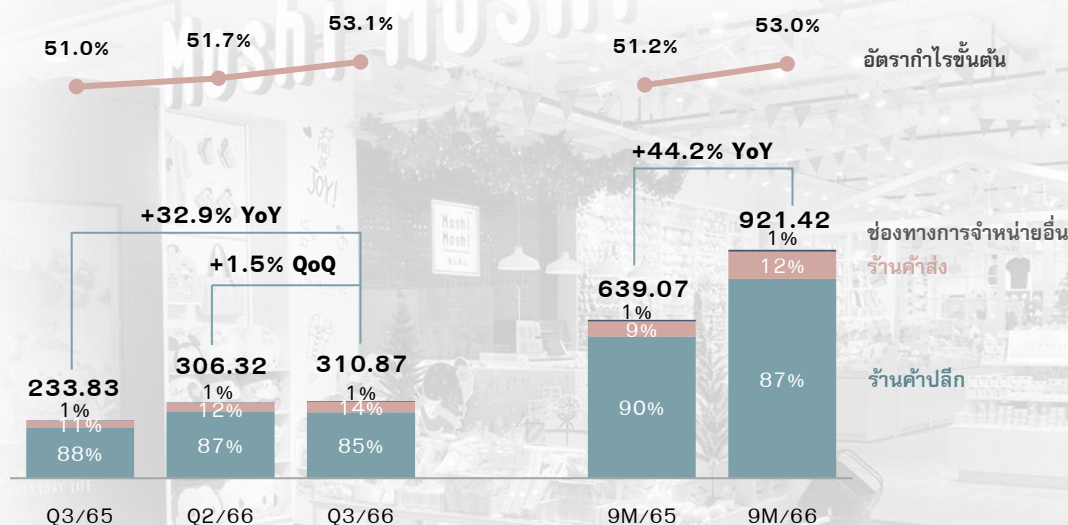
YoY 9M/66 vs 9M/65

ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2566 บริษัท มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 1,740.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 490.68 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.3 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- **รายได้จากร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 354.55 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.1 เนื่องจาก 1) อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) ซึ่งเป็นผลมาจากการผ่อนปรนมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ส่งผลให้เกิดการเปิดประเทศ การกลับมาเปิดห้างสรรพสินค้า โรงเรียน และออฟฟิศ 2) การเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้น 17 สาขา โดยในงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 มี 98 สาขา และงวด 9 เดือนแรก ปี 2566 มี 115 สาขา 3) ขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่องโดยการออกสินค้าคอลเลกชันพิเศษ โดยร่วมมือกับดีไซน์เนอร์ไทย 3 แบรินด์ดัง การเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงเพื่อขยายฐานลูกค้าในตลาดสัตว์เลี้ยงตามแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเทรนด์การเลี้ยงสัตว์ และเปิดตัวแบรนด์ Garlic โดยเน้นสินค้าตกแต่งบ้านและไลฟ์สไตล์เพื่อจับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและวัยทำงาน 4) การจัดกิจกรรมกระตุ้นยอดขายโดยสนับสนุนคอนเสิร์ต NCT DREAM TOUR ในไตรมาส 1 และสนับสนุนคอนเสิร์ต Billkin เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์มากขึ้น
- **รายได้จากร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 136.47 ล้านบาท หรือร้อยละ 82.3 เนื่องจาก 1) การผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด-19 และการกลับมาของนักท่องเที่ยวจากการเปิดประเทศ ตลอดจนการกลับมาเปิดห้างสรรพสินค้า โรงเรียน และออฟฟิศ 2) บริษัท มีการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาขาเพิ่งในเดือนกรกฎาคมปี 2565 จาก 1 ชั้น เป็น 4 ชั้น ทำให้สามารถรองรับลูกค้าได้มากขึ้น 3) การฟื้นตัวของรายได้จากสาขาห้างแฟลตดินันท์มอลล์ 4) การเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สดชื่น
- **รายได้จากช่องทางการจำหน่ายอื่น:** ลดลงเล็กน้อย 0.34 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.9 เนื่องจากปัจจุบันบริษัทฯ มุ่งเน้นการขายสาขาหน้าร้านเป็นหลัก ส่งผลให้ในปี 2566 ไม่มีการขายผ่านช่องทางป๊อปปัสโตร์

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q3/66 vs Q3/65

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัท มีกำไรขั้นต้นจำนวน 310.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 77.04 ล้านบาท หรือร้อยละ 32.9 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 60.29 ล้านบาท หรือร้อยละ 29.3 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) และการเปิดสาขาใหม่ รวมถึงความต้องการซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงและการเปิดตัวแบรนด์ Garlic ที่เน้นขายสินค้าตกแต่งบ้านและไลฟ์สไตล์ ตลอดจนจากการจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต Billkin
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 15.76 ล้านบาท หรือร้อยละ 60.0 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากปริมาณยอดซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด-19 อีกทั้งการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น
- **กำไรขั้นต้นของช่องทางจำหน่ายอื่น:** เพิ่มขึ้น 0.98 ล้านบาท หรือร้อยละ 57.8 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากช่องทางออนไลน์

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 53.1 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 51.0 ในไตรมาส 3 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตจากการขายทุกช่องทางตามการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง อีกทั้งอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวน (RMB)

QoQ Q3/66 vs Q2/66

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัท มีกำไรขั้นต้นจำนวน 310.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาส 2 ปี 2566 จำนวน 4.55 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.5 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้:

- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีก:** ลดลงเล็กน้อย 0.95 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.4 เนื่องจากปริมาณคำสั่งซื้อที่ลดลงจากปัจจัยตามฤดูกาล อย่างไรก็ตามบริษัทมีแผนสำหรับเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยการเปิดตัวแบรนด์ Garlic โดยเน้นสินค้าตกแต่งบ้านและไลฟ์สไตล์เพื่อจับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและวัยทำงาน ตลอดจนจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต Billkin เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์มากขึ้น
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 5.00 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.5 เนื่องจากร้าน ดีโอเค สเตชั่น มีความสามารถในการจัดหาสินค้าที่ดีขึ้นตามแผนการบริหารจัดการสินค้า อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว
- **กำไรขั้นต้นของช่องทางจำหน่ายอื่น:** เพิ่มขึ้น 0.50 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.0 สอดคล้องกับยอดขายสินค้าทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 53.1 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 51.7 ในไตรมาส 2 ปี 2566 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงและการเปิดตัวแบรนด์ Garlic

YoY 9M/66 vs 9M/65

กำไรขั้นต้น: ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2566 บริษัท มีกำไรขั้นต้นจำนวน 921.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรกปี 2565 จำนวน 282.35 ล้านบาท หรือร้อยละ 44.2 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้ :

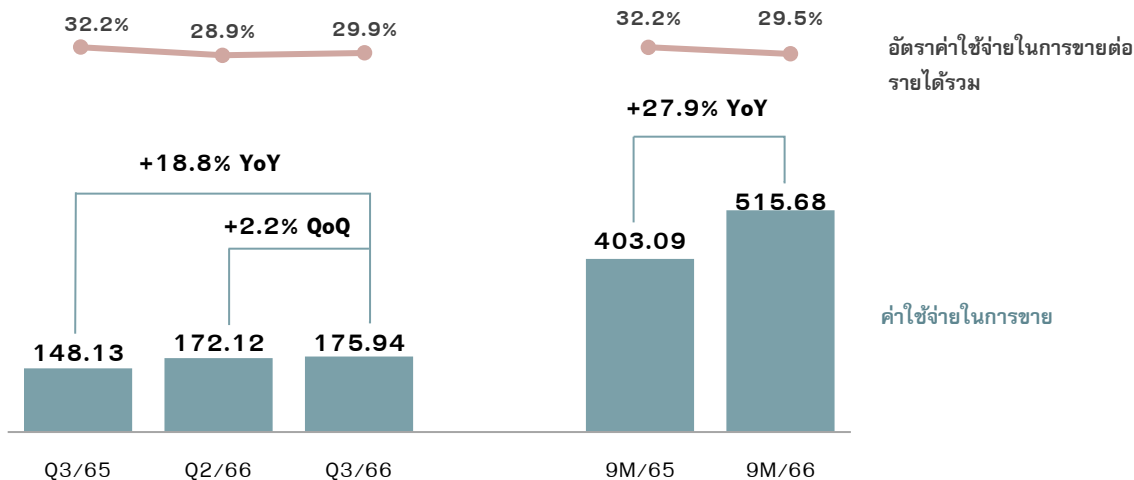
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าปลีก:** เพิ่มขึ้น 232.31 ล้านบาท หรือร้อยละ 40.6 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) และการเปิดสาขาใหม่ รวมถึงความต้องการซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหมู่อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงและเปิดตัวแบรนด์ Garlic ที่เน้นขายสินค้าตกแต่งบ้านและไลฟ์สไตล์ ตลอดจนจากการจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต NCT DREAM TOUR และ Billkin
- **กำไรขั้นต้นของร้านค้าส่ง:** เพิ่มขึ้น 49.66 ล้านบาท หรือร้อยละ 82.3 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นตามปริมาณยอดซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด-19 และการกลับมาของนักท่องเที่ยวจากการเปิดประเทศ อีกทั้งบริษัท มีการขยายพื้นที่ร้านสาขาสาข่าเพิ่งในเดือนกรกฎาคมปี 2565 รวมถึงการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น
- **กำไรขั้นต้นของช่องทางจำหน่ายอื่น:** เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.37 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.9

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 53.0 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 51.2 ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตจากการขายของร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งตามการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง อีกทั้งอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวน (RMB)



3. ค่าใช้จ่ายในการขาย

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q3/66 vs Q3/65

ค่าใช้จ่ายในการขาย: ไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 175.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 27.81 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.8 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าตอบแทนพนักงานที่เพิ่มขึ้นทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวตามยอดขายที่เพิ่มขึ้นและการขยายสาขาใหม่ รวมถึงค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสัญญาเช่าของบริษัทฯ บางส่วนเป็นสัญญาเช่าที่คิดตามสัดส่วนของยอดขาย อีกทั้งค่าใช้จ่ายด้านการตลาดในการจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต Billkin

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 29.9 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 32.2 ในไตรมาส 3 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย อันเป็นผลมาจากค่าใช้จ่ายในการขายบางส่วนเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) และความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

QoQ Q3/66 vs Q2/66

ค่าใช้จ่ายในการขาย: ไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 175.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาส 2 ปี 2566 จำนวน 3.82 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.2 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าตอบแทนพนักงานที่เพิ่มขึ้นทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวตามยอดขายที่เพิ่มขึ้นและการขยายสาขาใหม่ รวมถึงค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสัญญาเช่าของบริษัทฯ บางส่วนเป็นสัญญาเช่าที่คิดตามสัดส่วนของยอดขาย อีกทั้งค่าใช้จ่ายด้านการตลาดในการจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต Billkin รวมถึงการรับรู้ค่าใช้จ่ายของร้าน ดีไอเค สเตชั่น เดิมไตรมาส

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 29.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 28.9 ในไตรมาส 2 ปี 2566 โดยมีปัจจัยจากรายได้รวมที่ลดลงจนปัจจัยตามฤดูกาล ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายด้านการตลาดในการจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต Billkin

YoY 9M/66 vs 9M/65

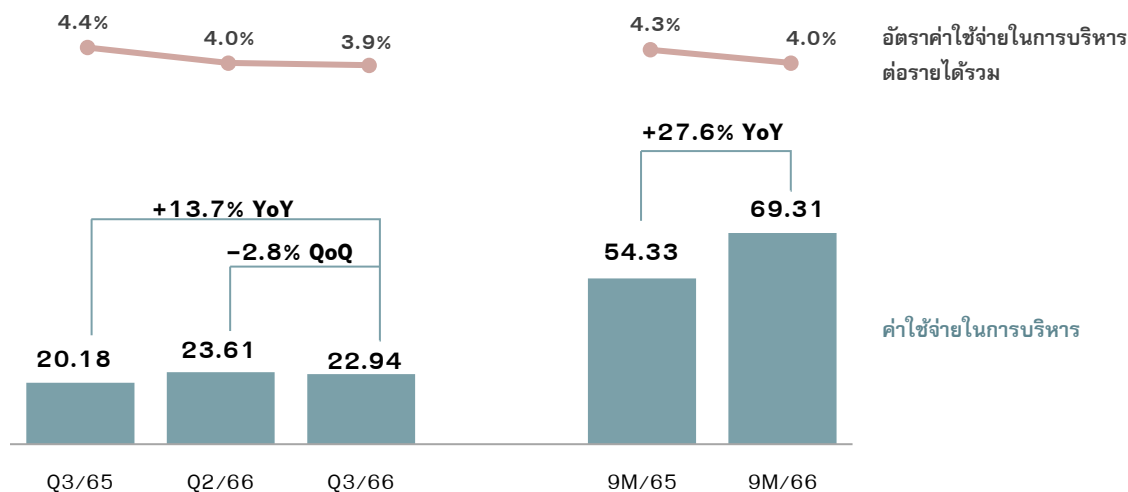
ค่าใช้จ่ายในการขาย: ไตรมาส 9 เดือนแรก ปี 2566 บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 515.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 112.59 ล้านบาท หรือร้อยละ 27.9 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าตอบแทนพนักงานที่เพิ่มขึ้นทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวตามยอดขายที่เพิ่มขึ้นและการขยายสาขา รวมถึงการค่าเช่าที่เพิ่มขึ้นตามการขยายสาขาและสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสัญญาเช่าของบริษัทฯ บางส่วนเป็นสัญญาเช่าที่คิดตามสัดส่วนของยอดขาย อีกทั้งค่าใช้จ่ายด้านการตลาดในการจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต NCT DREAM TOUR และ Billkin

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 29.5 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 32.2 ไตรมาส 9 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย อันเป็นผลมาจากค่าใช้จ่ายในการขายบางส่วนเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) และความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ



4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q3/66 vs Q3/65

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 22.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 2.76 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.7 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าใช้จ่ายพนักงานตามจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามแผนการขยายตัวของธุรกิจ

อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 3.9 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 4.4 ในไตรมาส 3 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหาร อันเป็นผลมาจากความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

QoQ Q3/66 vs Q2/66

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 22.94 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากไตรมาส 2 ปี 2566 จำนวน 0.67 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.8 เนื่องจากในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าธรรมเนียมวิชาชีพกฎหมายสำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2566

อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 3.9 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 4.0 ในไตรมาส 2 ปี 2566 เนื่องจากการลดลงของค่าธรรมเนียมวิชาชีพกฎหมายสำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2566 อีกทั้งความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

YoY 9M/66 vs 9M/65

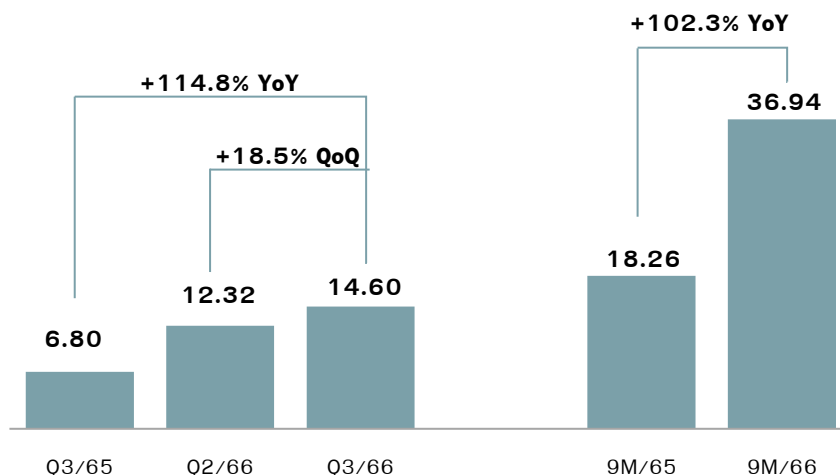
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 69.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 14.98 ล้านบาท หรือร้อยละ 27.6 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าใช้จ่ายพนักงานตามจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามแผนการขยายตัวของธุรกิจ รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานหลังจดทะเบียน

อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 4.0 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 4.3 ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหาร อันเป็นผลมาจากความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ



5. ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q3/66 vs Q3/65

ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 14.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 7.80 ล้านบาท หรือร้อยละ 114.8 โดยมีปัจจัยหลักจากการรับรู้ดอกเบี้ยจ่ายตามหนี้สินสัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ซึ่งเป็นผลมาจากจำนวนสาขาใหม่ที่เพิ่มขึ้น และการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารพาณิชย์ (Minimum Loan Rate: MLR) ของสัญญาเช่า

QoQ Q3/66 vs Q2/66

ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 14.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2566 จำนวน 2.28 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.5 โดยมีปัจจัยหลักจากการรับรู้ดอกเบี้ยจ่ายตามหนี้สินสัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน เนื่องจากมีสัญญาเช่าใหม่ตามจำนวนสาขาที่เปิดใหม่ในระหว่างงวดและการเปลี่ยนแปลงของสัญญาเช่าจากกลุ่มสาขาเดิม

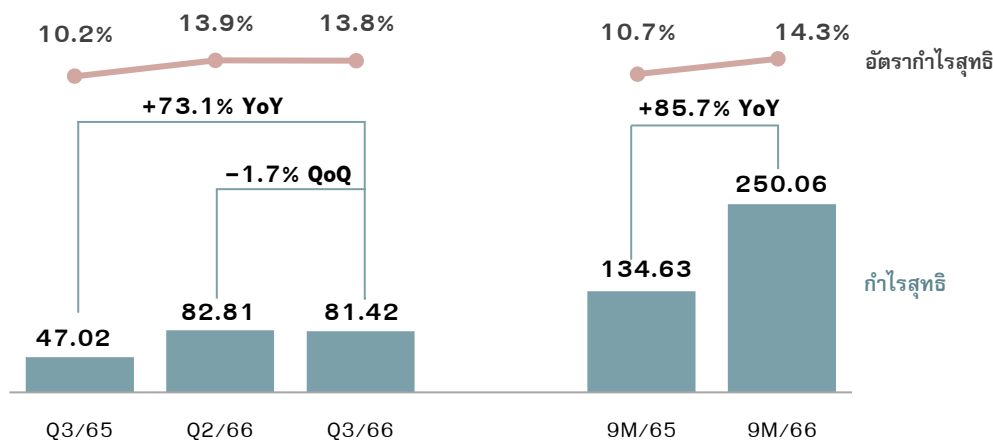
YoY 9M/66 vs 9M/65

ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 36.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 18.68 ล้านบาท หรือร้อยละ 102.3 โดยมีปัจจัยหลักจากการรับรู้ดอกเบี้ยจ่ายตามหนี้สินดอกเบี้ยสัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน เนื่องจากมีสัญญาเช่าใหม่ตามจำนวนสาขาที่เปิดใหม่ในระหว่างงวดและการเปลี่ยนแปลงของสัญญาเช่าจากกลุ่มสาขาเดิม และการขยายพื้นที่ร้านสาขาสำเพ็ง ในเดือนกรกฎาคม ปี 2565 และการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารพาณิชย์ (Minimum Loan Rate: MLR) ของสัญญาเช่า



6. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY

Q3/66 vs Q3/65

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัท มีกำไรสุทธิจำนวน 81.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2565 จำนวน 34.40 ล้านบาท หรือร้อยละ 73.1 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากการขายทุกช่องทางโดยเฉพาะรายได้จากร้านค้าปลีก เนื่องจากการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ การเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหม้ออุปโภคบริโภคสำหรับสัตว์เลี้ยงและเปิดตัวแบรนด์ Garlic ที่เน้นขายสินค้าตกแต่งบ้านและไลฟ์สไตล์ การจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต และการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น ตลอดจนความสามารถในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 13.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10.2 ในไตรมาส 3 ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากการขายทุกช่องทางที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการเปิดประเทศซึ่งส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ เพิ่มขึ้น การเปิดตัวสินค้าและแบรนด์ใหม่ การเปิดสาขาใหม่ทั้งร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง รวมถึงการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง และอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวน (RMB) ตลอดจนความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพ

QoQ

Q3/66 vs Q2/66

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัท มีกำไรสุทธิจำนวน 81.42 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากไตรมาส 2 ปี 2566 จำนวน 1.39 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.7 เนื่องจากปริมาณคำสั่งซื้อที่ลดลงจากปัจจัยตามฤดูกาล อย่างไรก็ตามบริษัท มีแผนสำหรับเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยการเปิดตัวแบรนด์ Garlic ที่เน้นขายสินค้าตกแต่งบ้านและไลฟ์สไตล์ ตลอดจนการจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 13.8 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 13.9 ในไตรมาส 2 ปี 2566 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรักษาระดับกำไรของบริษัท

YoY

9M/66 vs 9M/65

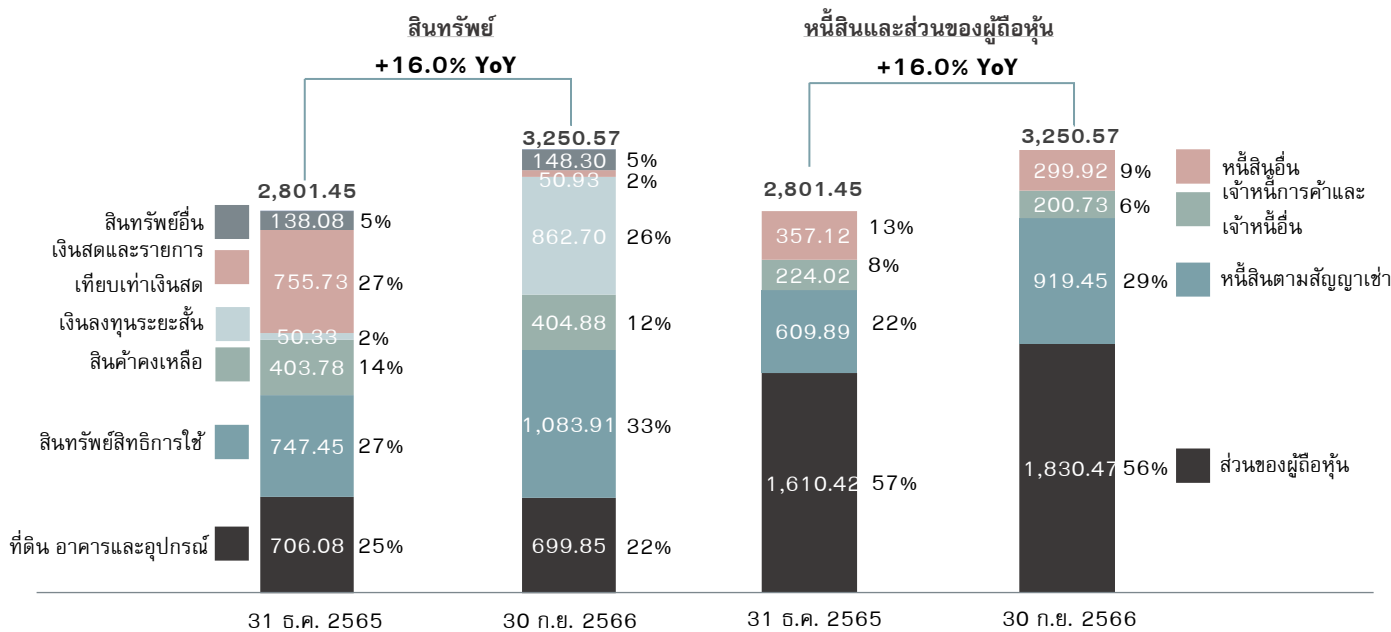
กำไรสุทธิ: ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2566 บริษัท มีกำไรสุทธิจำนวน 250.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 จำนวน 115.43 ล้านบาท หรือร้อยละ 85.7 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง เนื่องจากการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) การเปิดสาขาใหม่ การเปิดตัวสินค้าใหม่หมวดหม้ออุปโภคบริโภคสำหรับสัตว์เลี้ยงและเปิดตัวแบรนด์ Garlic ที่เน้นขายสินค้าตกแต่งบ้านและไลฟ์สไตล์ การจัดกิจกรรมสนับสนุนคอนเสิร์ต การขยายพื้นที่ร้านสาขาสาขาสีฟ้า การฟื้นตัวของรายได้จากสาขาห้างแพลดดี นัมพ์ซันมอลล์ และการเปิดสาขาใหม่ของร้าน ดีโอเค สเตชั่น ตลอดจนความสามารถในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 14.3 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10.7 ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 โดยมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของรายได้จากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการเปิดประเทศซึ่งส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ เพิ่มขึ้น การเปิดตัวสินค้าและแบรนด์ใหม่ การเปิดสาขาใหม่ทั้งร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง รวมถึงสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรที่เพิ่มขึ้นและอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวน (RMB) ตลอดจนความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัท ที่มีประสิทธิภาพ



งบแสดงฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 3,250.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 449.12 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.0 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้ :

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** ลดลง 704.80 ล้านบาท จากการนำไปลงทุนในกองทุนตราสารหนี้ระยะสั้น หุ้นกู้ และตัวแลกเปลี่ยน
- **สินทรัพย์สิทธิการใช้:** เพิ่มขึ้น 336.46 ล้านบาท เนื่องจากการต่อสัญญาเช่าพื้นที่สาขาเดิมและการเปิดสาขาใหม่
- **เงินลงทุนระยะสั้น:** เพิ่มขึ้น 812.37 ล้านบาท เป็นผลจากการบริหารจัดการเงินสดโดยการนำไปลงทุนในกองทุนตราสารหนี้ระยะสั้น หุ้นกู้ และตัวแลกเปลี่ยน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- **สินทรัพย์อื่น:** เพิ่มขึ้น 10.22 ล้านบาท จากเงินค้ำประกันสาขาที่ขยายสาขาเพิ่มขึ้น

หนี้สิน*

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 1,420.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 229.07 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.2 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้ :

- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น:** ลดลง 23.29 ล้านบาท เนื่องจากการสำรองสินค้าสำหรับขายลดลงตามฤดูกาลของธุรกิจ
- **หนี้สินตามสัญญาเช่า:** เพิ่มขึ้น 309.56 ล้านบาท เนื่องจากการต่อสัญญาเช่าพื้นที่สาขาเดิม และการเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้น
- **หนี้สินอื่น:** ลดลง 57.20 ล้านบาท จากการชำระค่าภาษีหัก ณ ที่จ่าย ของการจ่ายเงินปันผลในเดือน ธันวาคม 2565

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 1,830.47 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 220.05 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.7 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 เป็นไปตามผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

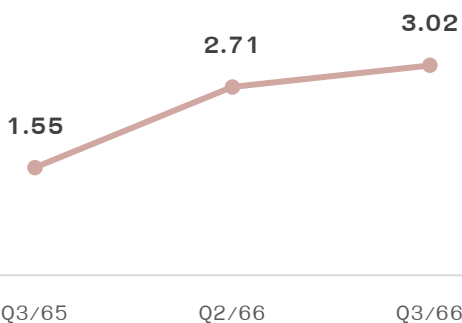
*หมายเหตุ: ณ สิ้นงวด 30 กันยายน 2566 บริษัทฯ ไม่มีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน



อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

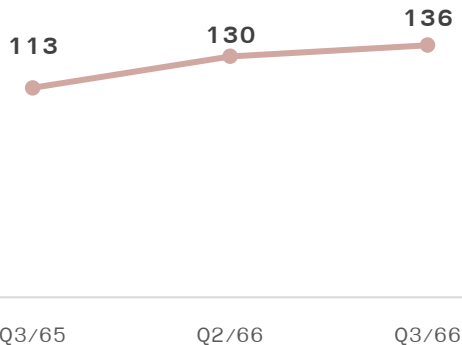
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน

หน่วย: เท่า



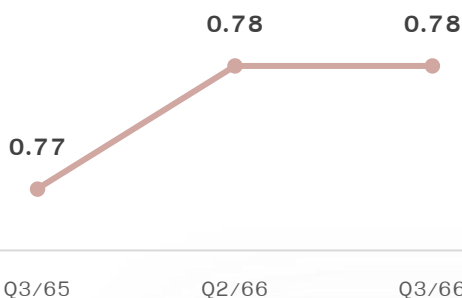
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย

หน่วย: วัน



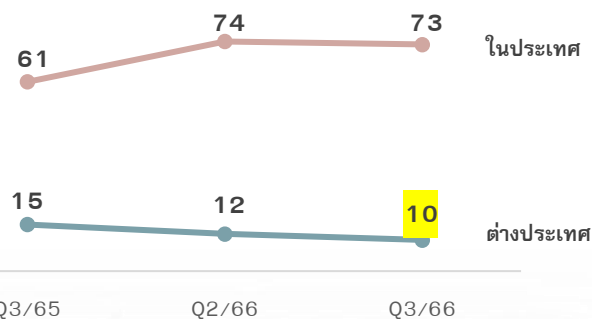
อัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น

หน่วย: เท่า



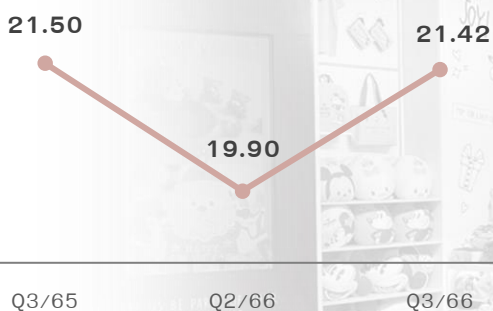
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า

หน่วย: วัน



อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %

