



ที่ FN 003/2567

คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลประกอบการ ปี 2566

บริษัท เอฟเอ็น แฟคตอรี เอ๊าท์เลท จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งในปี 2543 โดยดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคภายใต้ตราสินค้าของบริษัทแบ่งเป็นกลุ่มสินค้า เครื่องแต่งกาย Apparel ภายใต้แบรนด์ Inco, Cheval, Sleep Mate, ETC และกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่เครื่องแต่งกาย Non-Apparel ภายใต้แบรนด์ Cherish, Prim, Rollica, Cushy เป็นต้น และตราสินค้าอื่นๆ ปัจจุบันบริษัทมีสาขาทั้งสิ้น 12 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรบุรี สาขากาญจนบุรี สาขาพัทธยา สาขาปากช่อง สาขาสิงห์บุรี สาขาหัวหิน สาขาศรีราชา สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขาฉะเชิงเทรา สาขาระยอง สาขาพระราม 9 และสาขา Singer x FN living space นอกจากนี้บริษัทยังมีช่องทางจำหน่ายทางออนไลน์และ Market place เช่น Facebook, Web commerce, FN Application, Line official และ TikTok

สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ

ในปี 2566 เศรษฐกิจไทยยังอยู่ในทิศทางฟื้นตัวต่อเนื่อง โดยได้รับแรงส่งจากการ บริโภคภาคเอกชนที่ขยายตัวดีตามการใช้จ่ายในหมวดบริการ รวมทั้งแรงสนับสนุนจากการจ้างงานและ รายได้แรงงานที่ปรับดีขึ้น ขณะที่ภาคการท่องเที่ยวฟื้นตัวช้ากว่าที่คาดจากนักท่องเที่ยวจีนที่ฟื้นตัวช้า ด้านการส่งออกสินค้า ในปี 2566 ฟื้นตัวช้าจากเศรษฐกิจจีนและวัฏจักรอิเล็กทรอนิกส์โลกที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่

สำหรับปี 2566 FN มีการปรับปรุงสาขาให้ดูทันสมัย เพื่อให้การบริการที่ดียิ่งขึ้น ได้แก่ สาขาปากช่อง สาขาพัทธยา และสาขาหัวหิน และยังคงมุ่งเน้นให้มีการขายผ่านช่องทาง Online มากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนา Web-Commerce เพื่ออำนวยความสะดวก และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องการสั่งซื้อสินค้า และสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก

FN มีผลประกอบการสูงสุดที่เดือนธันวาคม ซึ่งมีรายได้รวม 61 ล้านบาท และผลประกอบการดังกล่าวยังคงส่งผลดีขึ้นต่อเนื่องในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 จากนโยบายการระบายสินค้าคงคลังอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งในปี 2567 ทางบริษัทจะมีการเปลี่ยน Business Model และปรับปรุงสาขาต่างๆ โดยเน้นให้แต่ละสาขาตอบโจทย์ลูกค้ามากที่สุด ในแต่ละพื้นที่ ทั้งในเรื่องของสินค้าและการบริการ

ในส่วนของโครงการ EV Charger ทางบริษัทได้เพิ่มจุดให้บริการที่ชาร์จแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้า ที่สาขาพัทธยา เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้ากลุ่มที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีบริการหัวชาร์จ DC รวมทั้งหมด 12 จุด ถือเป็น Hub หรือจุดบริการที่ใหญ่ที่สุดในพัทธยา

ในปี พ.ศ. 2566 นี้ การดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจนั้น บริษัทดำเนินกิจการด้วยการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส ให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การงดรับของขวัญ บริษัทได้มีการจัดตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง และคณะทำงานด้านต่าง ๆ เพื่อกำกับดูแลกิจการของบริษัท ตามวาระที่แตกต่างกัน บนบทบาทหน้าที่ของแต่ละคณะ นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อเป็นการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รักษาสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วน



เสีย เช่นเดียวกันกับการดำเนินงานเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่าย เพื่อรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค รวมถึงมีนโยบายเน้นการใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้งจากแนวทางการออกแบบสินค้าของบริษัทและการดำเนินงานร่วมกันกับลูกค้า

ในด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทมุ่งมั่นการบริหารจัดการทรัพยากรและการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ และให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการใช้พลังงานไฟฟ้า และพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายของบริษัท ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และยังลดการเกิดก๊าซเรือนกระจก นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และลดผลกระทบที่อาจเกิดกับสิ่งแวดล้อม

สำหรับด้านสังคมนั้น บริษัทดำเนินการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงาน การปฏิบัติต่อพนักงาน และแรงงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรม เพิ่มการพัฒนาศักยภาพการทำงานของพนักงาน เคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนโดยรอบ โดยการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ สนับสนุนผลิตภัณฑ์จากชุมชน พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อคนในชุมชนเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

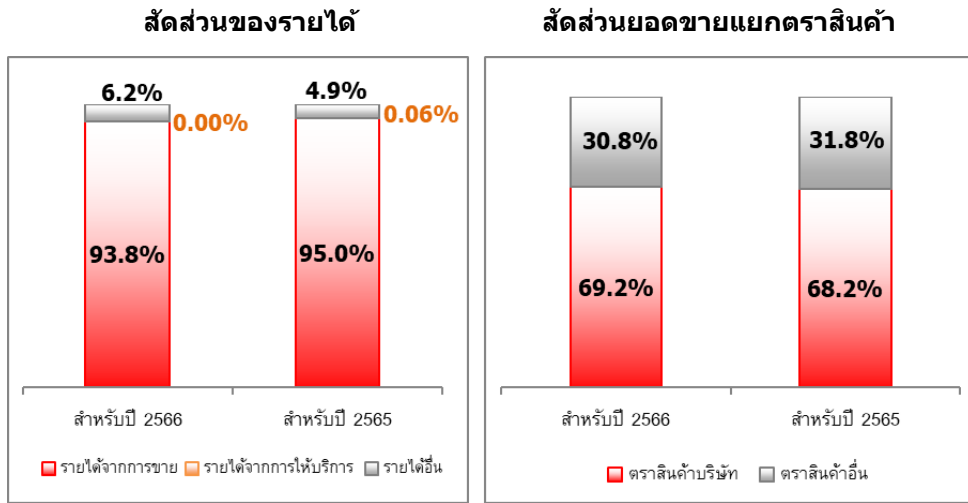


การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

หน่วย: ล้านบาท	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม		การเปลี่ยนแปลง	
	2566	2565	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	453.09	477.42	(24.33)	(5.10)
รายได้จากการให้บริการ	0.01	0.30	(0.29)	(96.33)
รายได้อื่น	29.90	24.66	5.24	21.26
รวมรายได้	483.00	502.38	(19.37)	(3.86)
ต้นทุนขาย	278.27	276.71	1.57	0.57
ต้นทุนการให้บริการ	0.00	0.03	(0.03)	(96.94)
ค่าเผื่อการปรับลดมูลค่าสินค้าคงเหลือ	159.49	1.36	158.14	11,652.60
ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร	337.96	305.05	32.91	10.79
- ค่าใช้จ่ายในการขาย	171.59	172.26	(0.67)	(0.39)
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	143.61	132.79	10.82	8.14
- ค่าเผื่อการต่อค่างของสินทรัพย์	22.76	-	22.76	N/A
กำไร(ขาดทุน)ก่อนต้นทุนทางการเงินและ ภาษีเงินได้ (EBIT)	(292.72)	(80.77)	(211.95)	262.40
รายได้ทางการเงิน	0.54	0.63	(0.09)	(14.73)
ต้นทุนทางการเงิน	(0.28)	(1.27)	0.99	(77.68)
ต้นทุนทางการเงินตัดจำหน่าย TFRS16	(5.85)	(5.92)	0.07	(1.14)
รายได้ภาษีเงินได้	57.44	1.28	56.16	4,391.36
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(240.88)	(86.05)	(154.83)	179.92
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	(61.85)	1.53	(63.38)	(4,130.33)

อัตราส่วนทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงาน (ร้อยละ)	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม		การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	2566	2565	
อัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	38.58	42.04	(3.46)
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	69.97	60.72	9.25
อัตราส่วนกำไร(ขาดทุน) สุทธิ (ร้อยละ)	(49.87)	(17.13)	(32.74)

1. รายได้



บริษัทมีรายได้จากการขายสำหรับปี 2566 เท่ากับ 453.09 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.10 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 สาเหตุหลักเกิดจากบริษัทให้ความสำคัญในช่องทางหลัก Offline, Online และ O2O โดยยกเลิกช่องทางที่ไม่เกิดรายได้ เช่น ช่องทางการขายตรงโดยรถทันใจ และลดช่องทางการขายแบบคำสั่ง เพื่อลดต้นทุนและลดความเสี่ยงทางด้านลูกหนี้การค้า

บริษัทมีรายได้อื่น สำหรับปี 2566 เท่ากับ 29.90 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.26 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 จากการมีบริษัทผู้เช่ารายใหม่เข้ามาเช่าพื้นที่ Retail เพิ่มขึ้น

2. ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายสำหรับปี 2566 เท่ากับร้อยละ 38.58 ลดลงร้อยละ 3.46 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 เนื่องจากบริษัทมีนโยบายการทำ Inventory Management เพื่อเร่งระบายสินค้าคงค้างสต็อกเพื่อนำเงินสดเข้ามาใช้ในกิจการ

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

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสำหรับปี 2566 เท่ากับ 337.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.79 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 สาเหตุหลักเกิดจากสาขากลับมาเปิดให้บริการ 100% ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการได้แก่ ค่าขนส่งสินค้า ค่าป้ายโฆษณา (out of home media) เพิ่มขึ้น และค่าไฟฟ้าเพิ่มขึ้นเกิดจากค่า FT เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสาขาที่ยังไม่มีการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ อีกทั้งยังมีการตั้งค่าเพื่อการด้อยค่าสินทรัพย์ของสาขาศรีราชาที่มีการปิดสาขาอีกด้วย

สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นในการขายและการบริหารต่อรายได้รวมสำหรับปี 2566 เท่ากับร้อยละ 69.97 เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.25



4. ขาดทุนสุทธิและอัตราขาดทุนสุทธิ

บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิ สำหรับปี 2566 เท่ากับ 240.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 179.92 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 นั้น ปัจจัยหลักเกิดจาก ทางบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการตั้งสำรองสินค้า ล้าสมัย เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์การทำธุรกิจในปัจจุบัน โดยคำนึงถึงอายุสินค้า ความนิยมสินค้า และสอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าในปัจจุบัน และต้องการปรับปริมาณของสินค้าใน Stock ให้เหมาะสม ทางบริษัทฯ จึงพิจารณานโยบายใหม่ ส่งผลให้กระทบต่องบการเงิน 158 ล้านบาท และยังมี การตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าสินทรัพย์จากการปิดสาขา อีก 22 ล้านบาท

บริษัทมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานก่อนตัดค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) สำหรับปี เท่ากับ 61.85 ล้านบาท

ทั้งนี้บริษัทได้มีการตั้งเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงบริษัทไปสู่การเป็นบริษัทที่มีความเป็นเลิศและนวัตกรรม ด้วยการดำเนินการหลัก 5 ประการดังนี้

1) New Brand Architecture การจัดระเบียบและโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ให้มีความชัดเจน และสอดคล้องกับทิศทางของบริษัทโดยเน้นจุดแข็งของสินค้า กลุ่ม House Brands และสินค้า Brand Name ที่คัดสรรมาเพื่อเพิ่มความหลากหลายและเพิ่มประสบการณ์ให้ลูกค้า เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับบริษัทในฐานะเป็นผู้ประกอบการที่เน้นเรื่องคุณภาพ ราคา และนวัตกรรม

สินค้าของบริษัท House Brands แบ่งเป็น สินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย (FN Apparel) เครื่องใช้ในบ้าน (FN Home) อาหาร (FN Eat) เครื่องนอน (FN Sleep) สินค้ากลุ่มสุขภาพ (FN Care) สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (FN Travel)

2) New Brand Identity การปรับโฉมตราสินค้า (Brand) FN ใหม่ให้มีความชัดเจนในความเป็นไลฟ์สไตล์ที่มุ่งเน้นให้เห็นตัวตนของบริษัทที่จะมีการปรับโฉมใหม่ให้มีความสดใส มีคุณภาพชีวิตที่ดี และสะท้อนถึงความมุ่งมั่นที่กล้าคิดและดำเนินการเชิงกลยุทธ์ให้แต่ละสาขาของบริษัทมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น Uniqueness

3) New Communication การสื่อสารผ่านช่องทาง Online และ Offline เพื่อให้มีความชัดเจนและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกช่องทาง โดยมีการปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์ของ FN ให้ลูกค้าสามารถซื้อขายได้บนเว็บไซต์/Web-Commerce รวมถึงช่องทาง Online อื่น ๆ เช่น Line@, IG, Facebook, Tik Tok เป็นต้น ส่วนช่องทาง Offline จะมีการสื่อสารผ่านสื่อประเภท Out of Home Media เป็นต้น

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

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



การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน (หน่วย: ล้านบาท)	ณ วันที่ 31 ธันวาคม		การเปลี่ยนแปลง	
	2566	2565	ล้านบาท	ร้อยละ
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	110.29	123.36	(13.07)	(10.60)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	18.23	22.21	(3.98)	(17.92)
สินค้าคงเหลือ	116.80	374.66	(257.86)	(68.83)
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	30.57	30.17	0.40	1.33
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	710.83	766.51	(55.68)	(7.26)
สินทรัพย์สิทธิการใช้	131.18	146.64	(15.46)	(10.54)
สินทรัพย์อื่น	123.02	67.72	55.30	81.66
รวมสินทรัพย์	1,240.92	1,531.27	(290.35)	(18.96)
เจ้าหนี้การค้า	30.92	55.05	(24.13)	(43.83)
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	15.63	(15.63)	(100.00)
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	149.04	161.86	(12.82)	(7.92)
หนี้สินอื่น	20.31	17.48	2.83	16.19
รวมหนี้สิน	200.27	250.02	(49.75)	(19.90)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,040.65	1,281.25	(240.60)	(18.78)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,240.92	1,531.27	(290.35)	(18.96)

1. สินทรัพย์

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 เท่ากับ 1,240.92 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2565 จำนวน 290.35 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของสินค้าคงเหลือ จากการตั้งค่าเผื่อการปรับลดมูลค่าสินค้าคงเหลือ และที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ลดลงเนื่องจากการตัดค่าเสื่อมราคาในระหว่างงวด และการตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าสินทรัพย์

2. หนี้สิน

หนี้สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 เท่ากับ 200.27 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2565 จำนวน 49.75 ล้านบาท เนื่องจากการจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้าและการควบคุมการสั่งซื้อ การจ่ายชำระเงินกู้ยืมและหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงินในระหว่างงวด

3. ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 เท่ากับ 1,040.65 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2565 จำนวน 240.60 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากผลประกอบการขาดทุนสำหรับงวด



การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565	การ เปลี่ยนแปลง	สาเหตุ
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	8.44	7.80	0.64	เพิ่มขึ้นจากการลดลงของหนี้สิน หมุนเวียน เนื่องจากการจ่ายชำระใน ระหว่างงวด
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	3.42	2.03	1.39	เพิ่มขึ้นจากการลดลงของหนี้สิน หมุนเวียน เนื่องจากการจ่ายชำระใน ระหว่างงวด
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	(23.15)	(6.72)	(16.43)	ลดลงเนื่องจากผลประกอบการลดลง
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.192	0.195	(0.003)	ลดลงเนื่องจากหนี้สินของกิจการ ลดลงจากการจ่ายชำระในระหว่าง งวดในอัตราที่มากกว่าการลดลงของ ส่วนของผู้ถือหุ้น

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

โทร. 02 300 4951 Email: corporatesecretary@fnoutlet.com