

วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2567

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับผลการดำเนินงานสำหรับงบการเงินสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566 ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ฉบับละ 1 ชุด

บริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอส่งงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566 ซึ่งผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้วต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

โดยผลการดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566 มีกำไรสุทธิเท่ากับ 166.8 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ขออธิบายถึงสาเหตุของผลการดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566 ดังรายละเอียดตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

นางชิตชนก จังพล

รองประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชีและการเงิน

บริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)

TANACHIRA

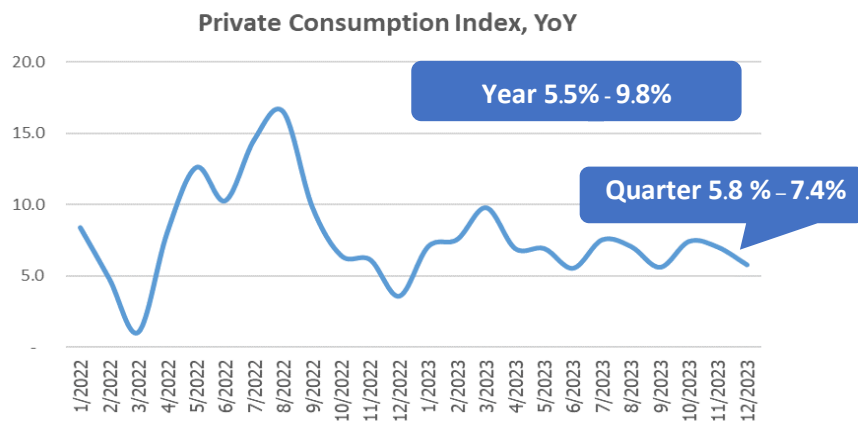
คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 4 ปี 2566 และ ปี 2566

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

สำหรับผลการดำเนินงานในไตรมาสที่ 4 ปี 2566 มีภาพรวมเป็นไปตามเป้าหมายที่กลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดไว้ ซึ่งโดยปกติแล้วไตรมาสที่ 4 กลุ่มบริษัทฯ จะมีผลการดำเนินงานที่สูงที่สุดในรอบปี โดยดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน (Private Consumption Index) แสดงถึงภาพรวมการบริโภคภาคเอกชนในไตรมาสที่ 4 ปี 2566 มีการเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนในระดับทรงตัว ที่อัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.8-7.4 ซึ่งผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 4 ปี 2566 สามารถทำได้ในระดับที่ใกล้เคียงกัน รายได้เติบโตที่อัตราร้อยละ 5.9 และกำไรเติบโตในอัตราร้อยละ 7.6 เมื่อเทียบกับไตรมาส 4 ปี 2565

สำหรับปี 2566 ผลการดำเนินงานอยู่ในระดับที่ดีกว่าค่าเฉลี่ยตามดัชนีอย่างมีนัยสำคัญ รายได้เติบโตที่อัตราร้อยละ 11.7 และกำไรเติบโตในอัตราร้อยละ 33.1 ซึ่งภาพรวมการบริโภคภาคเอกชนในปี 2566 มีการเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนในที่อัตราระหว่างร้อยละ 5.5-9.8



Source: Bank of Thailand Private Consumption Index (Seasonally Adjusted)

สรุปผลประกอบการ แบบย่อ

หน่วย : ล้านบาท	Q4/65	Q3/66	Q4/66	%YoY	%QoQ	2565	2566	%YoY
รายได้	403.3	324.3	427.1	5.9%	31.7%	1,266.0	1,414.6	11.7%
กำไรขั้นต้น	257.8	206.6	274.5	6.5%	32.9%	757.0	906.8	19.8%
กำไรสุทธิส่วนของกลุ่มบริษัทฯ	63.5	25.6	68.4	7.6%	166.8%	125.3	166.8	33.1%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	63.9%	63.7%	64.3%	0.4%	0.6%	59.8%	64.1%	4.3%
อัตรากำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ (%)	15.8%	7.9%	16.0%	0.3%	8.1%	9.9%	11.8%	1.9%

หมายเหตุ: กำไรสุทธิส่วนของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 3/66 ได้รวมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นครั้งเดียวที่ 3.9 ล้านบาท และในไตรมาสที่ 4/66 จำนวน 7.0 ล้านบาท รวมทั้งสิ้น 10.9 ล้านบาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการนำบริษัทฯ เข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หากไม่นับรวมค่าใช้จ่ายนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงานในปี 2566 อยู่ที่ 177.7 ล้านบาท มากกว่าปี 2565 ร้อยละ 41.8

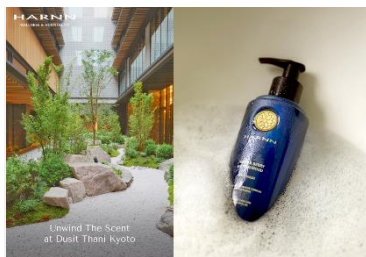
เหตุการณ์สำคัญ ในไตรมาสที่ 4 ปี 2566



ในเดือนตุลาคม ปี 2566 บริษัทฯได้เปิดตัว **Marimekko Lifestyle Store ณ ION Orchard ประเทศสิงคโปร์** ที่ประกอบไปด้วยสตรีและคาเฟ่เข้าด้วยกัน ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ด้วยผลิตภัณฑ์ ready to wear, accessories และ home collection พร้อมการบริการของหวาน และเครื่องดื่ม ในบรรยากาศสไตล์นอร์ดิกที่โดดเด่นด้วยลายพิมพ์เอกลักษณ์ของแบรนด์



ในเดือนตุลาคม ปี 2566 บริษัทฯได้เปิดตัว **3 ผลิตภัณฑ์ใหม่** ของ HARNN ในกลุ่มสินค้า Personal Care ได้แก่ **HARNN Toothpaste, HARNN Hair Care Collection และน้ำหอม HARNN EDT** ที่รังสรรค์คุณค่าจากธรรมชาติ ผสานเทคโนโลยีล่าสุด เพื่อยกระดับไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวัน ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ให้คุณค่ากับการดูแลสุขภาพและสิ่งแวดล้อม



ในเดือนตุลาคม ปี 2566 **HARNN Juniper Berry & Cedarwood ได้รับเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ amenities ในห้องพัก**ของโรงแรม Dusit Thani Kyoto โรงแรมไทยแห่งแรกในเกียวโต กับเสน่ห์ความงามแบบไทย ที่ถ่ายทอดเข้ากับความสง่างามของธรรมเนียมญี่ปุ่น นับเป็นการสร้างประสบการณ์ความผ่อนคลายและเติมเต็มความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในระดับสากลของแบรนด์ HARNN



วันที่ 18 ตุลาคม 2566 บมจ.ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น หรือ **TAN** ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์แฟชั่นระดับโลก **เข้าเทรดวันแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย** ชูจุดเด่นผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ที่มีศักยภาพเติบโตสูง คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารขอขอบคุณนักลงทุนทุกท่าน ที่เชื่อมั่นในศักยภาพและร่วมเป็นส่วนหนึ่งไปกับเรา



ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2566 บริษัทฯได้**เปิดคอนเซ็ปต์สโตร์สาขาใหม่**ของ Pandora ณ **ห้างเซ็นทรัล เวสต์วิลล์** ชั้น G เป็นการขยายสาขาสู่โซนราชพฤกษ์ทางทิศตะวันตกของกรุงเทพฯ เอาใจผู้รักการช้อปปิ้งระดับด้วยหลากหลายคอลเลกชัน โดยสาขานี้ นับเป็นสาขาลำดับที่ 49 ในประเทศไทย



ในไตรมาสที่ 4 ปี 2566 บริษัทฯได้**เปิดสาขาใหม่**ของ HARNN ที่ **The Mall บางกะปิ** ในรูปแบบ คอนเซ็ปต์สโตร์ เพื่อเข้าถึงฐานลูกค้าคนไทยกลุ่มใหม่ อาทิ คนรุ่นใหม่และวัยทำงาน เพิ่มมากขึ้น รวมถึงชาวต่างชาติที่อาศัยในเมืองไทยและนักท่องเที่ยว ที่ให้คุณค่ากับการดูแลตัวเองและสิ่งแวดล้อม



ในเดือนธันวาคม ปี 2566 บริษัทฯได้เปิดสาขาใหม่แห่งที่ 2 ของ Cath Kidston Tea Room ณ เซ็นทรัล เวสต์วิลล์ ชั้น G พร้อมเสริมเพื่อความอร่อยกับเมนูของหวาน และเครื่องดื่มต่างๆ กับ Afternoon Tea Set เมนูซิกเนเจอร์ และเฟลิดเฟลิดไปกับผลิตภัณฑ์ Homeware ลายพิมพ์ที่ผสมผสานกลิ่นอายวินเทจอังกฤษอย่างลงตัว



ในเดือนธันวาคม ปี 2566 บริษัทฯได้เปิดร้านอาหาร Gordon Ramsay Bread Street Kitchen & Bar ครั้งแรกในประเทศไทย! ที่ The Emsphere (ดิ เอ็มสเฟียร์) ถือเป็นกาขยายธุรกิจกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มอย่างเต็มตัว และจะช่วยเหลือให้แบรนด์ภายใต้การบริหารของบริษัทฯ แข็งแกร่งขึ้น พร้อมเดินทางสู่การเป็นผู้นำด้านไลฟ์สไตล์ชั้นนำในภูมิภาค ครอบคลุมหลายหลายสินค้าและบริการ



ในเดือนธันวาคม ปี 2566 บริษัทฯได้เปิดตัว GANNI สโตร์แรกอย่างเป็นทางการในไทย ณ เซ็นทรัล เอ็มบาสซี GANNI คือแบรนด์แฟชั่นที่มีดีไซน์และเอกลักษณ์อันโดดเด่นจากสแกนดิเนเวีย และยังให้ความสำคัญกับแนวคิดการเป็นแบรนด์แฟชั่นรักษ์โลกโดยคำนึงถึงเรื่อง Sustainable Fashion ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลุ่มบริษัท ธนจิราฯ ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของงบการเงินรวมสำหรับไตรมาสที่ 4 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2565 โดยมีรายได้จากการขายและบริการ 427.1 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.9 และมีผลกำไรสุทธิในส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 68.4 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้จากการขายและบริการ 403.3 ล้านบาท และผลกำไรสุทธิในส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 63.5 ล้านบาท และเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 2566 ที่มีรายได้จากการขายและบริการ 324.3 ล้านบาท และผลกำไรสุทธิในส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 25.6 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.7 และ 166.8 ตามลำดับ โดยในไตรมาสที่ 4 มีการบันทึกค่าใช้จ่าย (one-time expense) มูลค่า 7 ล้านบาท

สำหรับผลการดำเนินงานปี 2566 เทียบกับปี 2565 กลุ่มบริษัทฯมีรายได้จากการขายและบริการ 1,414.6 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.7 และมีผลกำไรสุทธิในส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ 166.8 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.1 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้จากการขายและบริการ 1,266.0 ล้านบาท และผลกำไรสุทธิในส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 125.3 ล้านบาท ดังรายละเอียดตามตารางด้านล่าง

ผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ

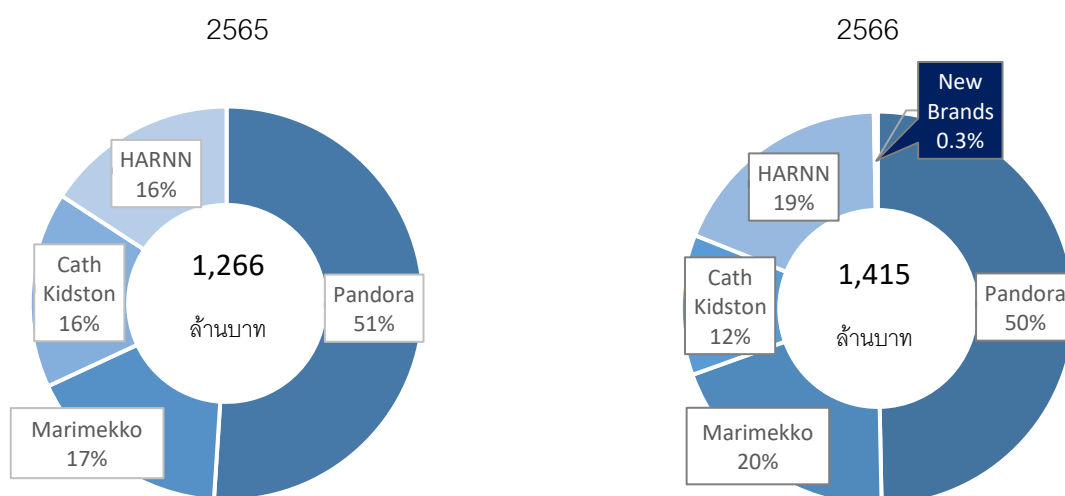
หน่วย : ล้านบาท	Q4/65	Q3/66	Q4/66	%YoY	%QoQ	2565	2566	%YoY
รายได้จากการขายและการบริการ	403.3	324.3	427.1	5.9%	31.7%	1,266.0	1,414.6	11.7%
ต้นทุนขายและบริการ	-145.5	-117.7	-152.6	4.8%	29.6%	-508.9	-507.8	-0.2%
กำไรขั้นต้น	257.8	206.6	274.5	6.5%	32.9%	757.0	906.8	19.8%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	-120.3	-119.5	-142.7	18.6%	19.4%	-414.6	-485.5	17.1%
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและจัดการ	-53.1	-45.4	-42.2	-20.5%	-7.1%	-162.9	-181.1	11.2%
รายได้อื่น	4.6	4.0	3.6	-22.2%	-10.2%	23.2	15.4	-33.5%
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	89.0	45.6	93.2	4.7%	104.2%	202.7	255.6	26.1%
ดอกเบี้ยจ่าย	-10.6	-13.9	-6.8	-36.3%	-51.2%	-43.7	-46.7	6.8%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	78.4	31.8	86.4	10.3%	171.9%	159.0	208.9	31.4%
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	-14.7	-7.6	-18.6	26.5%	145.4%	-36.2	-45.9	26.7%
กำไรสุทธิ	63.6	24.2	67.8	6.5%	180.3%	122.8	163.0	32.7%
กำไรสุทธิส่วนของกลุ่มบริษัทฯ	63.5	25.6	68.4	7.6%	166.8%	125.3	166.8	33.1%

การวิเคราะห์หนึ่งบกำไรขาดทุนของกลุ่มบริษัทฯ

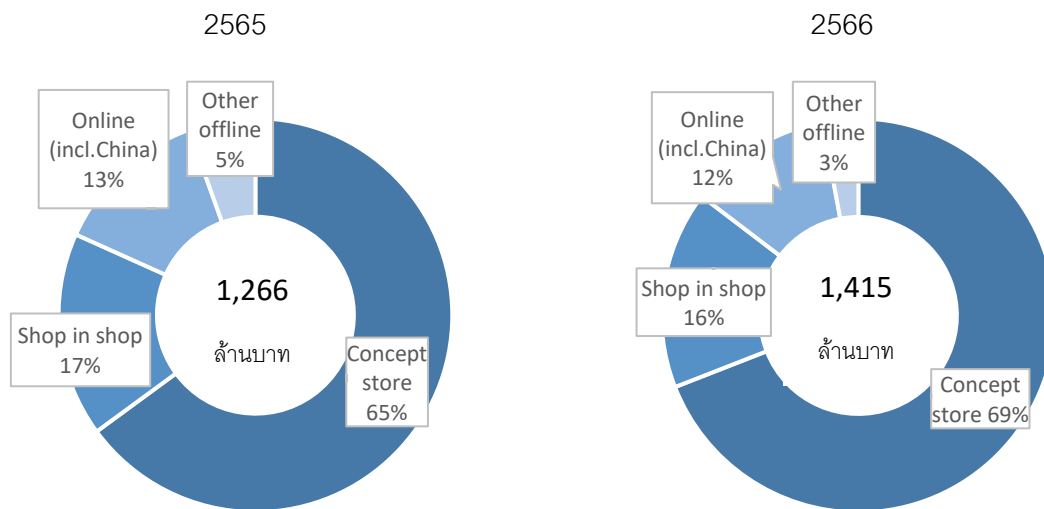
1. รายได้จากการขาย

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย รายได้จากการขายผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ ช่องทางออฟไลน์ และ ช่องทางออนไลน์ ภายใต้ 4 แแบรนด์หลัก ได้แก่ (1) Pandora (2) Marimekko (3) Cath Kidston และ (4) แแบรนด์กลุ่มหาญ (โดย 2 แแบรนด์ใหม่ Gordon Ramsay และ GANNI ได้เปิดดำเนินการในช่วงปลายเดือนธันวาคม ปี 2566) และภายใต้ ช่องทางออฟไลน์จะประกอบด้วย (1) Concept Store (2) Shop in Shop และ (3) ช่องทางอื่นๆ ซึ่งได้แก่ B2B, งานอีเว้นท์ สำหรับปี 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 1,266.0 ล้านบาท และ 1,414.6 ล้านบาท ตามลำดับ

โครงสร้างรายได้แยกตามแบรนด์



โครงสร้างของรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย



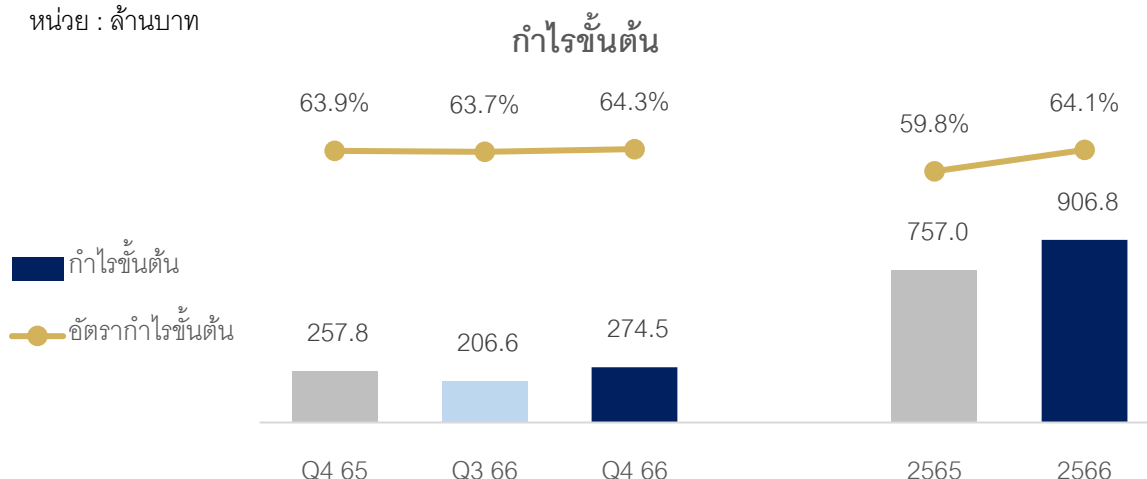
สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้ 427.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.9 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 2566 การเพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักจาก การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านหน้าร้านสาขาและช่องทางออนไลน์ในช่วงเทศกาลการจับจ่ายซื้อของปลายปี โดยการเพิ่มรายได้จากธุรกิจใหม่เป็นฐานสำคัญในการกระจายการพึ่งพิงรายได้ของแบรนด์หลักของบริษัทฯ ในไตรมาสต่อไป

สำหรับปี 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการเพิ่มขึ้น 148.6 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.7 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านหน้าร้าน (Concept store) ของแบรนด์ Pandora, Marimekko และ HARNN (2) รายได้จากการขายออนไลน์ในประเทศซึ่งเติบโตขึ้นดีขึ้นมากถึงร้อยละ 19.7 อย่างไรก็ตามรายได้จากการขายสำหรับแบรนด์ Cath Kidston ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ลดลงในปี 2566 เทียบกับปี 2565 และสัดส่วนรายได้จากการขายของแบรนด์ Cath Kidston น้อยกว่าแบรนด์อื่น สืบเนื่องจากปัญหาที่บริษัทแม่ประสบภาวะขาดทุนจากสถานการณ์โควิด 19 และอยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ ซึ่งภายหลังจากมีการขายกิจการให้กับผู้ถือหุ้นรายใหม่ซึ่งเข้ามาเป็นเจ้าของแบรนด์ จึงมีการเริ่มกลับมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และสินค้าใหม่ อย่างไรก็ตามการผลิตรองรับสินค้าใหม่และการจัดส่งสินค้าจากบริษัทแม่ จะเริ่มเห็นความต่อเนื่องในปลายไตรมาสที่ 1 ปี 2567 และหากการแก้ไขเรื่องนี้แล้วเสร็จกลุ่มบริษัทฯ มีความมั่นใจว่าผลการดำเนินงานรวมจะดีขึ้นอีกอย่างมีนัย ทั้งนี้เป็นเพราะในช่วงที่ผ่านมากลุ่มบริษัทฯ ได้พยายามรักษารฐานลูกค้า Cath Kidston ไว้ได้ดีอย่างต่อเนื่องด้วยกิจกรรมทางการตลาดถึงแม้ไม่มีสินค้าใหม่เข้าก็ตาม

สำหรับอัตราการเติบโตของรายได้ของแบรนด์ Marimekko และ HARNN ทั้งในช่องทางออนไลน์และสาขาหน้าร้านรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.9 และ 31.7 ตามลำดับ จากปีก่อน ถือว่าเป็นการเติบโตที่โดดเด่นมาก ถือเป็นผลประกอบการตามแผนกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับในประเทศไทยมากขึ้น โดยเฉพาะ HARNN ที่เป็นการวางเป้าหมายให้มีการเติบโตในอัตราเร่ง เนื่องด้วยเป็นแบรนด์ที่มีนักท่องเที่ยวนำเข้าเป็นฐานลูกค้าสำคัญ จึงส่งผลให้มีรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัย ทำให้สัดส่วนรายได้ของ HARNN เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 19 จากร้อยละ 16 ในปีที่ผ่านมา

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย : ล้านบาท

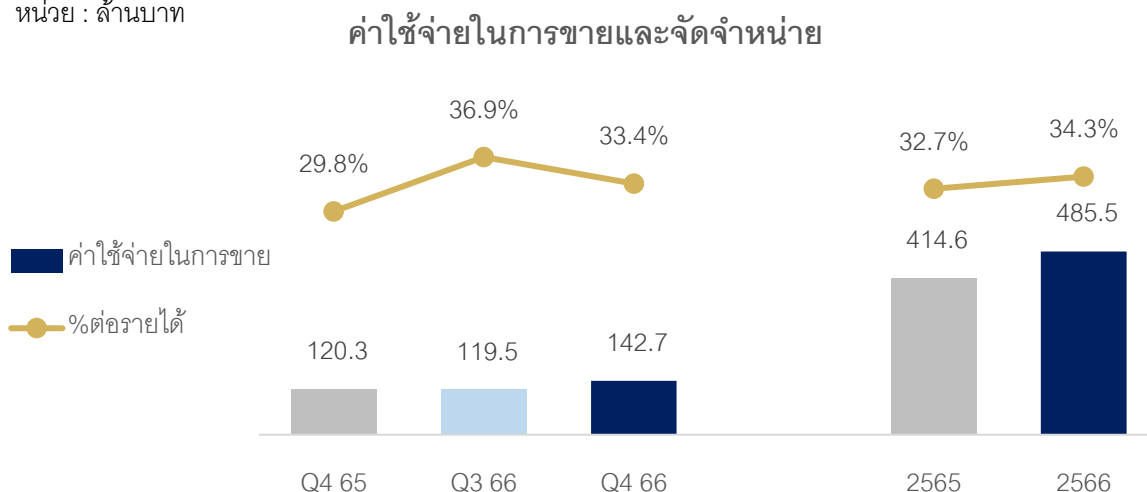


สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 274.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16.7 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 และเพิ่มขึ้น 67.9 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 2566 โดยอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายในไตรมาส 4 ปี 2565, ไตรมาส 3 ปี 2566 และไตรมาส 4 ปี 2566 คิดเป็นร้อยละ 63.9, 63.7 และ 64.3 ตามลำดับ การเพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน Concept Store (2) การควบคุมส่วนลดเพื่อรักษาระดับการขายสินค้าในราคาเต็มถึงแม้จะเป็นช่วงเทศกาลในการลดราคาสินค้าประจำปีที่ก็ตาม ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างแบรนด์ซึ่งทำให้การรักษาระดับกำไรขั้นต้นในระดับที่สูงสามารถทำให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

สำหรับปี 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 757.0 ล้านบาท และ 906.8 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 149.8 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.8 หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 59.8 และร้อยละ 64.1 ตามลำดับ

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

หน่วย : ล้านบาท



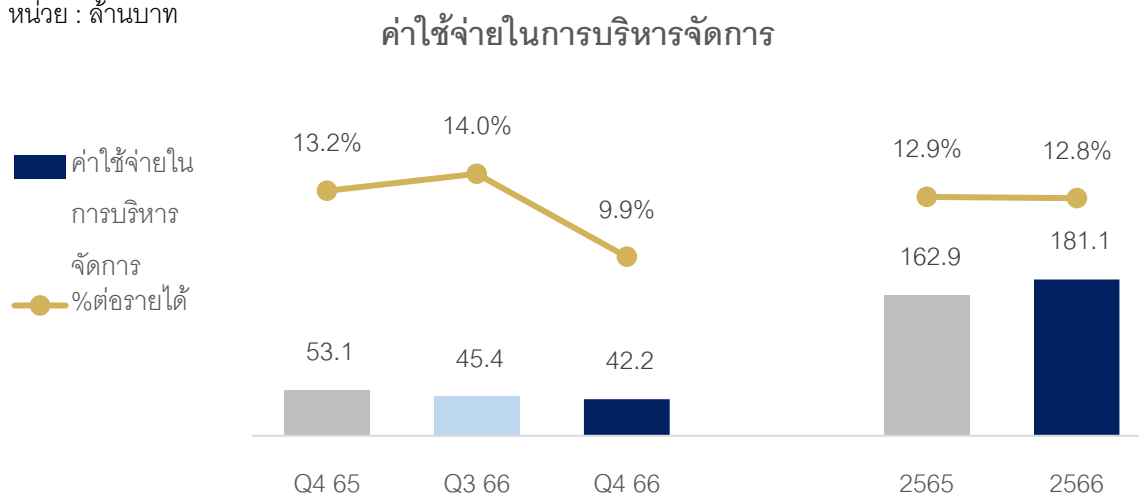
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ ค่าเสื่อมราคาและตัดจำหน่าย ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ค่าคอมมิชชั่น ค่าสาธารณูปโภคของสาขา

สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย มูลค่า 142.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.4 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 18.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2565 โดยมีสาเหตุหลักจาก การเพิ่มจำนวนพนักงานในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในช่วงก่อนร้านเปิดดำเนินการ ซึ่งทยอยเพิ่มขึ้นตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2566

สำหรับปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย มูลค่า 485.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 71.0 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 17.1 เมื่อเทียบกับปี 2565 โดยมีสาเหตุหลักจาก ค่าเช่าสาขาที่ไม่ได้ส่วนลดหลังจากสถานการณ์โควิด 19 คลี่คลายในทิศทางที่ดีขึ้นและการเพิ่มขึ้นของจำนวนสาขา จำนวนพนักงานขายหน้าร้าน รวมถึงพนักงานในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในช่วงก่อนร้านเปิดดำเนินการ และค่าการตลาดที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

หน่วย : ล้านบาท



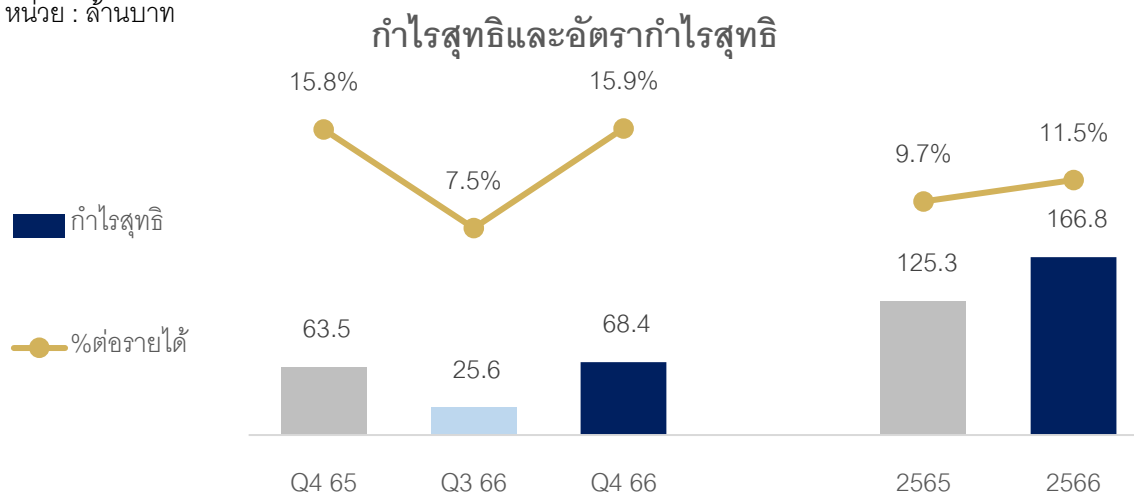
ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ ประกอบด้วย เงินเดือนและสวัสดิการพนักงานฝ่ายออฟฟิศ ค่าที่ปรึกษาและค่าธรรมเนียมวิชาชีพ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายในส่วนของสำนักงานใหญ่ ค่าเช่าสำนักงาน

สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ มูลค่า 42.2 ล้านบาท ลดลง 10.9 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 20.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2565 โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของการตั้งโบนัสสะสมทั้งหมดของประธานเจ้าหน้าที่บริหารซึ่งสืบเนื่องจากการประเมินผลการดำเนินงานที่ไม่ผ่านการเกณฑ์ประเมิน และค่าที่ปรึกษาและค่าธรรมเนียมวิชาชีพที่ลดลง ซึ่งทำให้อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการต่อรายได้ลดลง เหลือเพียงร้อยละ 9.9 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2566

สำหรับปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ มูลค่า 181.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.2 ล้านบาท หรืออัตราร้อยละ 11.2 จากปี 2565 โดยมีสาเหตุหลักจาก การเพิ่มจำนวนพนักงานในส่วนของฝ่ายสนับสนุนที่สำนักงานใหญ่ เพื่อรองรับการเติบโตขององค์กร และการเพิ่มของค่าที่ปรึกษาด้านกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายหุ้นให้กับประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ซึ่งมีมูลค่า 3.9 ล้านบาท (one-time expense)

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย : ล้านบาท



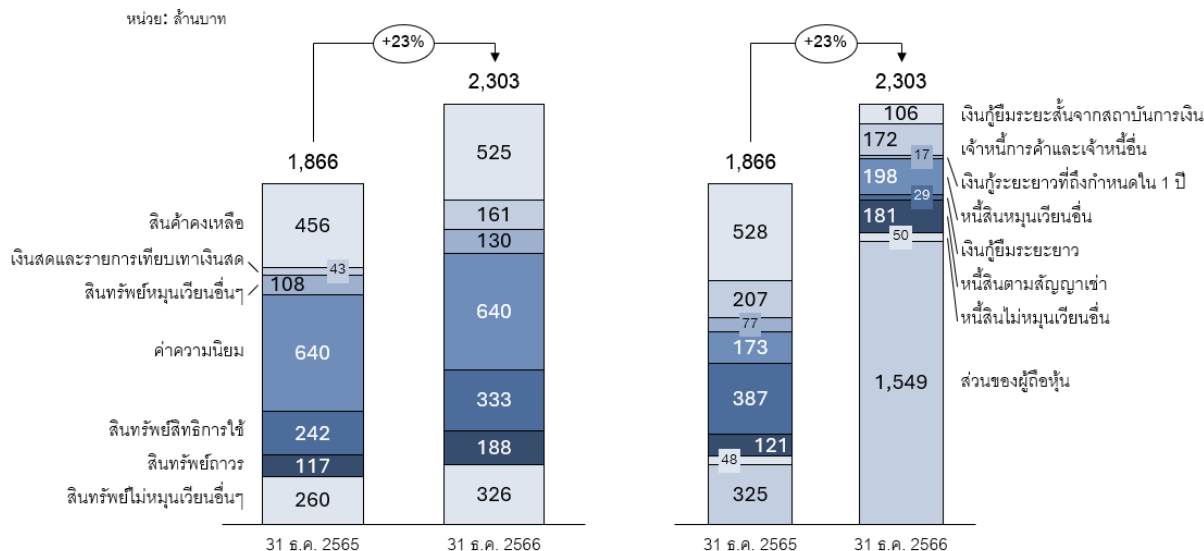
สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 กลุ่มบริษัท มีกำไรสุทธิในส่วนของบริษัท 68.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.8 ล้านบาทเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2565 และเพิ่มขึ้น 42.7 ล้านบาทเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 2566 สอดคล้องกับยอดขายที่มากขึ้น อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 4 ปี 2566 เท่ากับร้อยละ 15.9 เพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 7.5 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 สอดคล้องกับยอดขายที่มากขึ้นโดยเฉพาะในเดือนธันวาคมปี 2566 และการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้น

สำหรับปี 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัท มีกำไรสุทธิในส่วนของบริษัท เท่ากับ 125.3 ล้านบาท และ 166.8 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 9.7 และร้อยละ 11.5 ของรายได้ตามลำดับ โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิเท่ากับ 41.5 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.1 โดยสาเหตุหลักเกิดจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้านที่มีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องส่งผลให้รายได้ที่เพิ่มขึ้นมากกว่าค่าใช้จ่าย ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทที่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ (2) การเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าช่องทางออฟไลน์ (3) การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวซึ่งมีผลโดยตรงต่อแบรนด์ HARNN ซึ่งเป็นแบรนด์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง และ (4) การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นซึ่งมาจากความสามารถของการขายที่สามารถควบคุมส่วนลดได้อย่างดี

6. ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนทางการเงินประกอบด้วยดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นจากเงินกู้ยืม และการรับรู้ดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่าจากสถาบันที่บัญชีตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 16 หนี้สินตามสัญญาเช่า ซึ่งรวมอยู่ในดอกเบี้ยจ่ายของปี 2566 มูลค่า 11.6 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 24.8 ของต้นทุนทางการเงินทั้งหมด โดยหลังจากการเสนอขายหุ้นให้กับประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ต้นทุนทางการเงินลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยดอกเบี้ยจ่ายในไตรมาสที่ 4 ปี 2566 ลดลงจากไตรมาสที่ 4 ปี 2565 และ ไตรมาสที่ 3 ปี 2566 ร้อยละ 36.3 และ 51.2 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ



1. สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 2,302.5 ล้านบาท โดยสินทรัพย์หลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) ค่าความนิยม (2) สินค้ำคงเหลือ และ (3) สินทรัพย์สิทธิการใช้ ซึ่งรวมกันคิดเป็นร้อยละ 65.0 ของมูลค่าสินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม เพิ่มขึ้น 436.5 ล้านบาทเทียบกับสิ้นปี 2565 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.4 โดยมีสาเหตุหลักจาก การเพิ่มขึ้นของ (1) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (2) สินทรัพย์สิทธิการใช้ และสินทรัพย์ถาวรจากการเพิ่มจำนวนของสาขา (3) สินค้ำคงเหลือ ซึ่งเป็นการเพิ่มปริมาณสำรองสินค้ำสำเร็จรูปเพื่อรองรับการขายในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2567 รวมถึงบรรจุภัณฑ์และสินค้ำสำเร็จรูปของแบรนด์ HARNN และวัตุดิบและสินค้ำสำเร็จรูปของแบรนด์ใหม่ที่เปิดช่วงปลายปี (Initial Stocks) มูลค่า 57.0 ล้านบาท และ (4) สินทรัพย์ไม่มีหมุนเวียนอื่น ๆ จากการขยายธุรกิจ รวมถึงเงินที่จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในการประกอบธุรกิจกับบริษัทแห่งหนึ่ง

2. หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมเท่ากับ 753.2 ล้านบาท โดยหนี้สินหลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) หนี้สินตามสัญญาเช่า (2) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น (3) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ซึ่งรวมกันคิดเป็นร้อยละ 82.0 ของมูลค่าหนี้สินรวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สิน ลดลง 787.7 ล้านบาทเทียบกับสิ้นปี 2565 หรือลดลงร้อยละ 51.1 โดยมีสาเหตุหลักจาก การนำเงินจากการเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) มาชำระเงินกู้ยืม ทำให้เงินกู้ยืมทั้งระยะสั้นและระยะยาวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ คงเหลือไว้เพียงทริสตีซีทีซึ่งเป็นเครื่องมือทางการเงินในการชำระค่าสินค้ำที่ซื้อจากต่างประเทศ และหนี้สินตามสัญญาเช่า

3. ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 1,549.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,224.2 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เป็นผลจากการเพิ่มทุนจากผู้ถือหุ้นเดิมจาก 60.0 ล้านบาทเป็น 222.5 ล้านบาท และการระดมทุนโดยการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการจ่ายเงินปันผลรวม 352.8 ล้านบาทในปี 2566

ทิศทางในการดำเนินธุรกิจในปี 2567

นอกเหนือจากการเปิดตัวคอลเลกชันใหม่ การใช้แนวปฏิบัติทางการตลาดที่ดีที่สุดสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และความเป็นเลิศในการดำเนินงาน กลุ่มบริษัทฯ กำลังก้าวไปสู่การเป็นบริษัทไลฟ์สไตล์ครบวงจรอย่างแท้จริง โดยกลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการเพิ่มการเติบโตของยอดขายสาขาเดิมเป็นลำดับแรก ผ่านการแบ่งกลุ่มธุรกิจใหม่เป็น (1) กลุ่มแฟชั่น (2) ไลฟ์สไตล์ (3) ความงามและสุขภาพที่ดี และ (4) อาหารและเครื่องดื่ม โดยมีแผนงานขยายการเติบโตดังนี้

การขยายสาขา ณ สิ้นปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีสาขา รวม 135 สาขา (ไม่รวมสาขารูปแบบแฟรนไชส์ 9 สาขาและร้านค้าออนไลน์) เพิ่มขึ้นรวม 15 สาขาจาก ณ สิ้นปี 2565 ในปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีแผนจะเปิดสาขาเพิ่มเติมประมาณ 6-8 สาขาภายในครึ่งปีแรก เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น ทั้งในและต่างประเทศ

แบรนด์สินค้าใหม่ ต่อเนื่องจากแบรนด์ GANNI ที่เปิดตัวในปลายปี 2566 ในปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีแผนที่จะนำสินค้าแบรนด์ใหม่จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ อีก 1 แบรนด์ เพื่อต่อยอดจากความสำเร็จในการบริหารจัดการแบรนด์สินค้าไลฟ์สไตล์ต่อไป พร้อมทั้งขยายสาขาของแบรนด์ใหม่อย่างต่อเนื่องด้วย

ธุรกิจกลุ่มแบรนด์ HARNN ในปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีแผนต่อเนื่องในการเร่งการเติบโตของยอดขายของกลุ่มแบรนด์ HARNN ผ่านการดำเนินงานทั้งในและต่างประเทศ โดยประเทศจีนถือเป็นเป้าหมายสำคัญในการผลักดันยอดขายผ่านการขยายงานในรูปแบบ Multi-Tier Franchising System

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ จะเริ่มดำเนินการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มอย่างเต็มตัว กับแบรนด์ Gordon Ramsay Bread Street Kitchen & Bar และ Street Pizza ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ตั้งแต่วางแผนเริ่มกิจการ กลุ่มบริษัทฯ มีการวางแผนงานในการขยายสาขาของทั้ง Bread Street Kitchen & Bar และ Street Pizza และเปิดร้านในเครือเพิ่มเติมคือ Street Burger และเตรียมขยายสาขาเพื่อรองรับลูกค้าต่อไป

ธุรกิจต่างประเทศ ในปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการไปสู่จุดคืนทุน (Breakeven Point) สำหรับการสร้างกิจการในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเวียดนาม ญี่ปุ่น และ สิงคโปร์ ถึงแม้ว่าสัดส่วนรายได้จากต่างประเทศยังคงน้อยกว่า 10% และอยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญการแผนงานระยะยาวที่ต้องเติบโตในภูมิภาค และสร้างสัดส่วนรายได้ที่มีนัยสำคัญ ลดการพึ่งพาโดยรวมของความไม่เสถียรจากสภาวะเศรษฐกิจไทย

การควบคุมค่าใช้จ่าย กลุ่มบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการสร้างผลประกอบการที่ดีเยี่ยมผ่านการควบคุมค่าใช้จ่ายคงที่ ในขณะที่กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ดีและดอกเบี้ยจ่ายที่ลดลงมาก การสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานให้โดดเด่นจากยอดขายที่เติบโตขึ้นจำเป็นต้องมีการควบคุมค่าใช้จ่ายคงที่ให้มีประสิทธิภาพด้วย ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมีแผนขยายกิจการซึ่งมีความจำเป็นในการเพิ่มจำนวนพนักงาน การลงทุนเพิ่มเติมในระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศ และการเพิ่มพื้นที่เช่าสำหรับการขยายสาขา โดยทั้งหมดนี้กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในขั้นตอนการพิจารณาการเพิ่มค่าใช้จ่ายอย่างรอบคอบและเป็นระบบ เพื่อให้แต่ละโครงการเกิดประโยชน์สูงสุดและสร้างผลตอบแทนที่ดีตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่ตั้งไว้แต่ต้น

การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน นอกเหนือจากการสร้างผลกำไร และผลตอบแทนที่ดีให้ผู้ถือหุ้น กลุ่มบริษัทฯ มีความใส่ใจที่จะริเริ่มโครงการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental Social and Governance) อย่างเป็นรูปธรรมนอกเหนือจากเรื่องการลดการใช้พลาสติกในการผลิตบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแบรนด์ HARNN ให้ได้อย่างน้อย 1 โครงการในปี 2567