

บริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

TANACHIRA

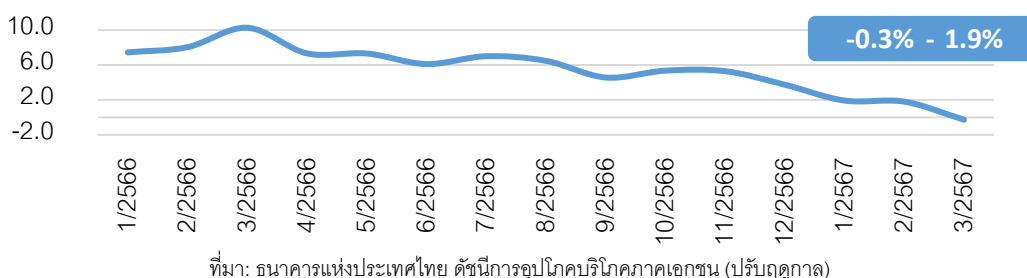
คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 1 ปี 2567

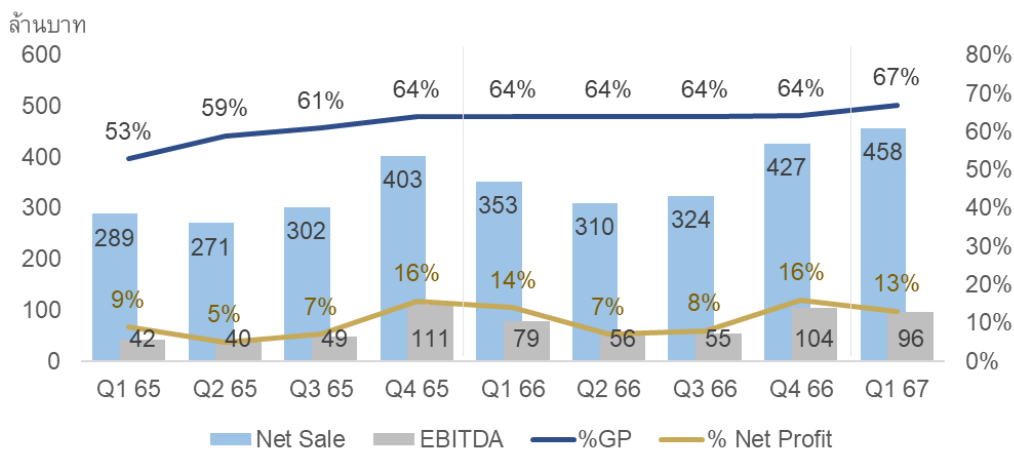
ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

สำหรับผลการดำเนินงานในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 มีภาพรวมเป็นไปตามเป้าหมายที่กลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดไว้ ซึ่งโดยปกติแล้วไตรมาสที่ 1 กลุ่มบริษัทฯ จะมีผลการดำเนินงานน้อยกว่าไตรมาสที่ 4 ของปีก่อนหน้า แต่ในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ สามารถทำรายได้ต่อไตรมาสสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ และเติบโตขึ้นกว่าไตรมาสที่ 4 ของปี 2566 โดยข้อมูลดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน (Private Consumption Index) แสดงถึงภาพรวมการบริโภคภาคเอกชนในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 ที่มีการเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนในระดับต่ำถึงติดลบ ที่อัตราเฉลี่ยร้อยละ -0.3 ถึง 1.9 ซึ่งผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 สามารถทำได้ในระดับที่ดีกว่าอย่างมีนัยสำคัญ รายได้เติบโตที่อัตราเฉลี่ย 29.6 และกำไรเติบโตในอัตราเฉลี่ย 20.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2566 ทั้งนี้ไตรมาสที่ 1 ปี 2567 ยังถือว่าเป็นไตรมาสที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์เช่นกัน โดยกลุ่มบริษัทฯ ยังมีการเติบโตของยอดขายของสาขาเดิมรวม (Blended SSSG) ร้อยละ 6 ซึ่งมากกว่า SSSG ของธุรกิจในกลุ่ม Commerce ในตลาด SET

รูปที่ 1 ดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน, เติบโตร้อยละ



รูปที่ 2 ผลการดำเนินงานรายไตรมาส



รูปที่ 3 สรุปผลประกอบการ แบบย่อ

หน่วย : ล้านบาท	Q1/66	Q4/66	Q1/67	%YoY	%QoQ
รายได้	353.2	427.1	457.7	29.6%	7.2%
กำไรขั้นต้น	225.9	274.5	306.8	35.8%	11.8%
กำไรสุทธิส่วนของกลุ่มบริษัทฯ	50.1	68.4	60.4	20.6%	-11.7%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	64.0%	64.3%	67.0%	3.1%	2.8%
อัตรากำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ (%)	14.2%	16.0%	13.2%	-1.0%	-2.8%

เหตุการณ์สำคัญ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2567



ในเดือนมกราคม ปี 2567 บริษัทฯ ได้**ปรับโฉม HARNN Shop In Shop ณ ชั้น 4 ดิ เอ็มโพเรียม** เทียบเท่ากับมาตรฐานการดีไซน์เดียวกับ Concept Store ภายใต้คอนเซ็ปต์ Luxury Lifestyle Beauty ด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย มี Soap Wall ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงตัวตนของแบรนด์ซึ่งผสานกลิ่นอายของความเป็นไทยร่วมสมัยได้อย่างลงตัวและชัดเจน



ในเดือนมกราคม ปี 2567 บริษัทฯ ได้**จัดงานเลี้ยงอาหารค่ำต้อนรับผู้บริหารระดับสูงของแบรนด์ Marimekko** อาทิ CEO of Marimekko, Creative Director of Marimekko, SVP Asia Pacific Marimekko และ Head of Global Brand Concepts of Marimekko ในโอกาสมาเยือนประเทศไทย เพื่อประชุมและต่อยอดทางด้านความคิดสร้างสรรค์ของแบรนด์ Marimekko ในประเทศไทยและภูมิภาค



ในเดือนมกราคม ปี 2567 บริษัทฯ ได้**เปิด Concept Store สาขาใหม่ของ Pandora ณ เดอะมอลล์ ไลฟ์สโตร์ บางกะปิ** โดยสาขาใหม่นี้ ออกแบบในดีไซน์เรียบหรู โดดเด่นด้วยโทนสี ชมพู ขาว อันเป็นเอกลักษณ์ พร้อมเครื่องประดับหลากหลายคอลเลกชั่น พร้อมให้ลูกค้าได้สไตล์ลิ่งในแบบฉบับของตัวเอง โดยสาขานี้ นับเป็นสาขาที่ 47 ในประเทศไทย



ในเดือนมกราคม ปี 2567 บริษัทฯ ได้**จัดอบรม ศึกษาดูงานด้าน Operation Standard Management** ให้กับระดับกลุ่ม Store Manager และ Group Store Manager ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมองค์ความรู้ พร้อมทั้งยกระดับการบริการของทีมงานให้มีมาตรฐานในระดับสากล พร้อมแบ่งปันมุมมองประสบการณ์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงานต่อไป



ในเดือนมกราคม ปี 2567 บริษัทฯ ได้**จัดกิจกรรมพิเศษ "PANDORA EXCLUSIVE STYLING MOMENT WITH NANON"** กับลูกค้าที่รัก Pandora 20 ท่าน ภายในงานได้เชิญแขกรับเชิญพิเศษมาสร้างช่วงเวลาที่น่าจดจำ และสไตล์ลิ่งเครื่องประดับคอลเลกชั่นใหม่ร่วมกับนักแสดงชาวไทย นนน กรวัถร์ ที่ Pandora Flagship Store เซ็นทรัลเวิลด์



ในเดือนมกราคม ปี 2567 บริษัทฯ ได้**เปิดตัว THE SPA by HARNN ณ โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ สุขุมวิท** อย่างเป็นทางการ พร้อมส่งมอบบริการสปาระดับเวิร์ลด์คลาส พร้อมให้สัมผัสกับความผ่อนคลายรูปแบบใหม่อย่างนุ่มนวล ด้วยผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณของ HARNN นำเสนอผ่านสปาที่รีตเมนต์อันเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งรังสรรค์ขึ้นเฉพาะที่นี่เพียงแห่งเดียวเท่านั้น



ในเดือนมกราคม ปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดงานเปิดตัว **ร้าน GANNI แห่งแรกในประเทศไทย** **อย่างเป็นทางการ** เพื่อสร้างปรากฏการณ์แฟชั่นเหนือระดับผ่านแฟชั่นไอเท็มที่มีความหลากหลาย และสะท้อนความเป็นตัวตน GANNI มีการผสมผสานดีไซน์และกลิ่นอายของความเท่สไตล์สแกนดิเนเวีย ภายใต้คอนเซ็ปต์ Smart Luxury ที่คงความเรียบง่ายแต่ซ่อนความหรูหราและมีดีเทลไม่เหมือนใคร ทั้งยังยึดมั่นกับแนวคิดแฟชั่นเพื่อสไตล์ที่ยั่งยืนและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม



ในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2567 บริษัทฯ ได้**จัดกิจกรรมจับจ่ายแพยามเช้า และให้การต้อนรับคณะทำงานจากกลุ่มสมาคมชาวฟินนิชในสิงคโปร์** พร้อมทั้งมอบของขวัญและร่วมสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปรัชญาการใช้ชีวิตของชาวฟินนิช หรือ (Sisu) ณ Marimekko Lifestyle Store, ION Orchard Singapore ถือเป็น**เป็นการนำเสนอไลฟ์สไตล์ที่มีเสน่ห์และเป็นเอกลักษณ์ของชาว Marimekko!**



ในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2567 บริษัทฯ ได้**เปิด Cath Kidston Tearoom สาขาใหม่** **แห่งที่ 3 ณ เดอะมอลล์ ไลฟ์สไตล์ บางกะปิ** พร้อมเสิร์ฟความอร่อยกับเมนูของหวานและเครื่องดื่มต่างๆ รวมถึง Afternoon Tea Set เมนูชิคเนเจอร์ ให้ลูกค้า**ได้รับความประทับใจกับบรรยากาศสีส้มของดอกไม้ และเปล็ดเพลินไปกับผลิตภัณฑ์ Homeware ลายพริ้นท์ที่ผสมผสานวัฒนธรรมอังกฤษจาก Cath Kidston**



บริษัทฯ **ได้รับรางวัล FINALIST ในกลุ่มรางวัล BEST BRAND PERFORMANCE ON SOCIAL MEDIA สาขา GOLD & JEWELRY** จากงาน Thailand Social Awards ครั้งที่ 12 รางวัลนี้ถือเป็นบทพิสูจน์ความสำเร็จของบริษัทฯ ในการบริหารแบรนด์ Pandora บนโซเชียลมีเดีย สะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และความเข้าใจความต้องการผู้บริโภคในยุคดิจิทัล



ในเดือนมีนาคม 2567 บริษัทฯ ได้จัดงานแถลงข่าว **ประกาศแผนยุทธศาสตร์ปี 2567 มุ่งสู่การเป็น 'Truly Integrated Lifestyle Company'** ระดับภูมิภาค จัดโครงสร้าง 4 กลุ่มธุรกิจ Lifestyle, Fashion, Beauty & Wellness และ Food & Beverage พร้อมวางกลยุทธ์สร้างการเติบโต แผนการขยายสาขา และเปิดตัวทีมบริหารใหม่เพื่อเสริมทัพความแข็งแกร่ง และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน



ในเดือนมีนาคม บริษัทฯ ได้**จัดงานเปิดร้าน Gordon Ramsay Street Pizza สาขาแรกในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ! ณ ดิ เอ็มสเฟียร์** ภายใต้แนวคิด "พิซซ่าไร้กฎเกณฑ์" สร้างปรากฏการณ์การรับประทานพิซซ่าที่ไม่เหมือนใคร กับแป้งพิซซ่าชาวดอร์อันเป็นเอกลักษณ์พร้อมด้วยหน้าต่างๆ ในสไตล์ของเชฟรามซี่ และเครื่องดื่มที่เข้ากัน พร้อมเป็นหมุดหมายใหม่แห่งการนัดพบของคอนครูนใหม่



ในเดือนมีนาคม ปี 2567 HARNN เปิดตัวผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย **คอลเลกชันล่าสุด "Black Tea & Sage Collection"** ที่อุดมด้วยคุณค่าการบำรุงเพื่อสุขภาพผิวแข็งแรงในระยะยาว พร้อมรับมือกับมลภาวะและปัจจัยภายนอกทั้งแสงแดด มลภาวะต่างๆ ให้กลับมาแข็งแรง และให้ความหอมลุ่มลึก มอบความรื่นรมย์ในทุกช่วงเวลาการปรนนิบัติผิว



ในเดือนมีนาคม ปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดงานฉลองครบรอบ 60 ปี ลายพิมพ์ Unikko อันเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ Marimekko มาตั้งแต่ ค.ศ. 1964 พร้อมเปิดตัว **ลายพิมพ์ดอกไม้ 5 ลายใหม่ ผ่านแพลตฟอร์มเปิดตัวคอลเลกชันฤดูใบไม้ผลิ/ฤดูร้อน 2024 ณ ATT19** โดยคอลเลกชันนี้ได้ผสมผสานทั้งเรื่องราวและการใช้งานได้อย่างลงตัว มีความเรียบง่ายทันสมัย ด้วยลายพิมพ์อันโดดเด่น โดยใช้วัสดุที่มีความยั่งยืน เช่น ผ้าฝ้ายออร์แกนิก และโพลีเอสเตอร์รีไซเคิล โดยมี เกเรช กาญจนเกล้า, กระทิง ชุนธนรงค์ และคารีสา สปริงเก็ตต์ ร่วมเดินแบบในครั้งนี้ด้วย



ในเดือนมีนาคม ปี 2567 บริษัทฯ **ร่วมจัดกิจกรรม Workshop ดูแลสุขภาพองค์รวมผ่านศาสตร์แห่งธรรมชาติ ณ InterContinental Phu Quoc Long Beach Resort ประเทศเวียดนาม** เพื่อคืนความสมดุลให้ร่างกายและจิตใจอย่างสมบูรณ์แบบ ด้วยสุนทรีย์แห่งการปรนนิบัติสัมผัสทั้ง 5 ภายใต้คอนเซ็ปต์ "HARNN Five Elements" พร้อมผู้เชี่ยวชาญด้านดูแลสุขภาพจาก HARNN Heritage Spa



ในเดือนมีนาคม ปี 2567 บริษัทฯ ได้**ทำสัญญาเป็นผู้แทนจำหน่ายแบรนด์ UNITED ARROWS** อย่างเป็นทางการในประเทศไทย ผ่านบริษัท แท็ทเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ UNITED ARROWS เป็นแบรนด์แฟชั่นชั้นนำจากญี่ปุ่นที่เน้นดีไซน์เรียบง่าย คลาสสิก ผสมผสานเทรนด์แฟชั่น ภายใต้คอนเซ็ปต์ 'หรูหราอย่างมีระดับ' โดยสาขาแรกของไทยจะเปิดภายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2567

กลุ่มบริษัท ธนจิราฯ ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของงบการเงินรวมสำหรับไตรมาสที่ 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2566 โดยมีรายได้จากการขายและบริการ 457.7 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.6 และมีผลกำไรสุทธิในส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 60.4 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.6 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้จากการขายและบริการ 353.2 ล้านบาท และผลกำไรสุทธิในส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 50.1 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 ที่มีรายได้จากการขายและบริการ 427.1 ล้านบาท และผลกำไรสุทธิในส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 68.4 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ร้อยละ 7.2 และอัตราการลดลงของกำไรร้อยละ 11.7 ซึ่งเป็นไปตามปกติของกลุ่มบริษัทฯ ที่กำไรในไตรมาสที่ 1 ปีปัจจุบันจะต่ำกว่าในไตรมาสที่ 4 ของปีก่อนหน้า เนื่องจากโดยปกติค่าใช้จ่ายในช่วงต้นปีจะมีรายการที่มากกว่าช่วงปลายปี ดังรายละเอียดตามตารางด้านล่าง

รูปที่ 4 ผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ

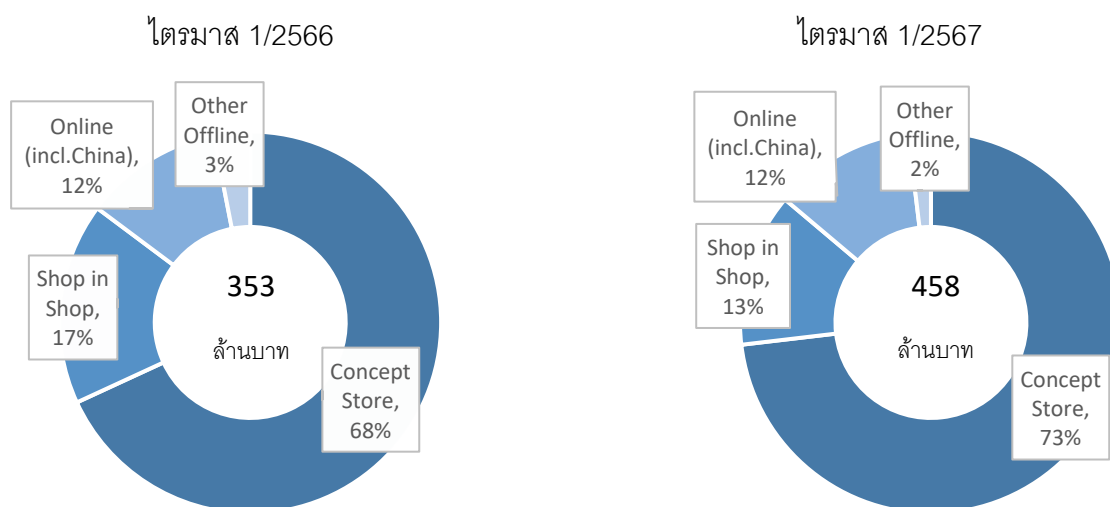
หน่วย : ล้านบาท	Q1/66	Q4/66	Q1/67	%YoY	%QoQ
รายได้จากการขายและการบริการ	353.2	427.1	457.7	29.6%	7.2%
ต้นทุนขายและการบริการ	-128.2	-152.6	-150.9	17.7%	-1.1%
กำไรขั้นต้น	224.9	274.5	306.8	36.4%	11.8%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	-111.3	-142.7	-172.8	55.2%	21.0%
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและจัดการ	-47.8	-42.2	-56.2	17.5%	33.2%
รายได้อื่น	7.5	3.6	4.5	-39.9%	24.9%
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	73.3	93.2	82.3	12.3%	-11.7%
ดอกเบี้ยจ่าย	-12.7	-6.8	-5.2	-59.0%	-23.1%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	60.6	86.4	77.1	27.2%	-10.8%
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	-11.4	-18.6	-17.3	52.0%	-7.0%
กำไรสุทธิ	49.2	67.8	59.8	21.4%	-11.8%
กำไรสุทธิส่วนของกลุ่มบริษัทฯ	50.1	68.4	60.4	20.6%	-11.7%

การวิเคราะห์หนึ่งบกำไรขาดทุนของกลุ่มบริษัทฯ

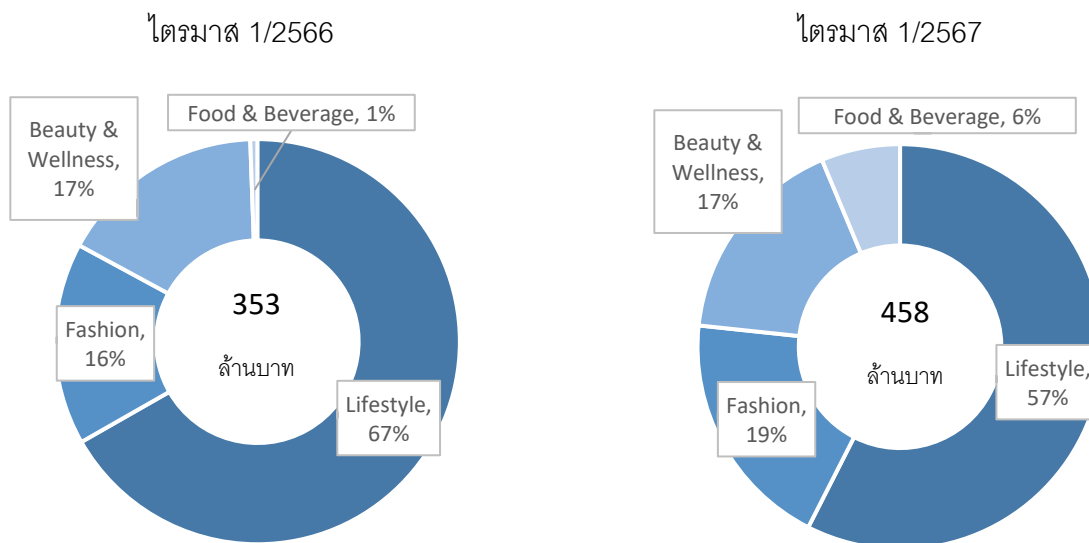
1. รายได้จากการขาย

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย รายได้จากการขายผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ ช่องทางออฟไลน์และช่องทางออนไลน์ ภายใต้ช่องทางออฟไลน์จะประกอบด้วย (1) Concept Store (2) Shop in Shop และ (3) ช่องทางอื่นๆ ซึ่งได้แก่ B2B, งานอีเวนต์ รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ สามารถแบ่งตามหมวดหมู่ ได้แก่ กลุ่ม (1) โลฟิสต์สไตล์ (2) แฟชั่น (3) ความงามและเวลเนส และ (4) อาหารและเครื่องดื่ม สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2566 และ 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 353.2 ล้านบาท และ 457.7 ล้านบาท ตามลำดับ

รูปที่ 5 โครงสร้างของรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย



รูปที่ 6 โครงสร้างรายได้แยกตามหมวดหมู่ (Business Group)



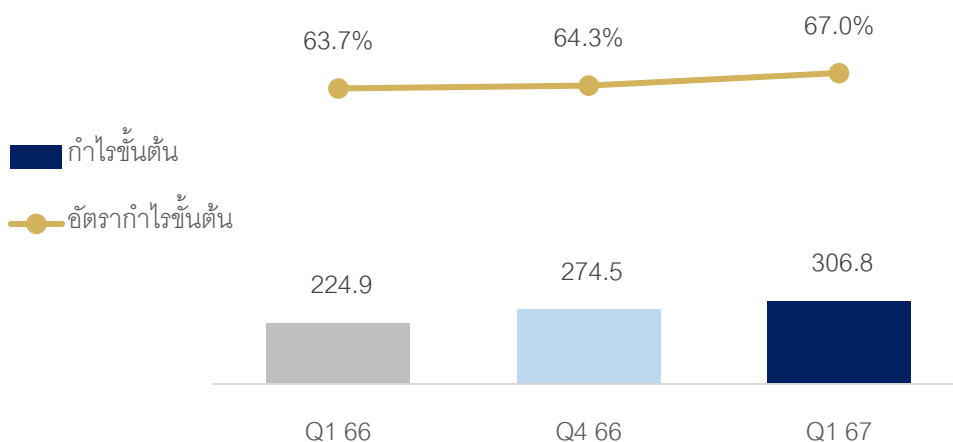
สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 กลุ่มบริษัท มีรายได้ 457.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.6 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 การเพิ่มขึ้นโดยรวมมีสาเหตุหลักจาก การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านหน้าร้านสาขา และช่องทางออนไลน์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน วันแห่งความรัก รวมถึง สินค้าคอลเลกชันพิเศษ โครงการ Easy E-Receipt และจำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวมที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลทางตรงให้มีการใช้จ่ายในศูนย์การค้าที่เป็นเป้าหมายการท่องเที่ยวมากขึ้นตามไปด้วย โดยการเพิ่มรายได้จากธุรกิจใหม่ถือเป็นฐานสำคัญในการกระจายการพึ่งพิงรายได้ของแบรนด์หลักของบริษัทฯ ในไตรมาสต่อไป

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน รายได้จากการขายแยกตามช่องทางการจัดจำหน่ายแสดงถึงการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายผ่านสาขาหน้าร้าน (Concept Store) จากร้อยละ 68 เป็นร้อยละ 73 และการลดลงของสัดส่วนการขายผ่านช่องทาง Shop in Shop จากร้อยละ 17 เป็นร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งส่งผลดีกับกำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัท โดยการเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิมรวม (SSSG) ของกลุ่มบริษัท อยู่ที่ร้อยละ 6 ซึ่งแบรนด์ HARNN, Marimekko และ Pandora มีการเติบโตอย่างโดดเด่น มีเพียงแบรนด์ Cath Kidston ที่ลดลง

โครงสร้างรายได้แยกตามหมวดหมู่ (Business Group) สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แสดงถึงสัดส่วนรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม จากร้อยละ 1 เป็นร้อยละ 6 จากการดำเนินการร้านอาหารในกลุ่ม Gordon Ramsay สัดส่วนรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มแฟชั่น จากร้อยละ 16 เป็นร้อยละ 19 จากแบรนด์ Marimekko ที่เติบโตร้อยละ 42 และการเพิ่มแบรนด์ GANNI ในขณะที่กลุ่มไลฟ์สไตล์มีสัดส่วนลดลงจากร้อยละ 67 เป็นร้อยละ 57 แม้แบรนด์ Pandora เติบโตร้อยละ 21 เนื่องจากแบรนด์ Cath Kidston ที่บริษัทแม่หยุดการผลิตและส่งสินค้าใหม่จากสถานการณ์โควิด 19 และหลังจากมีการขายกิจการให้กับเจ้าของแบรนด์รายใหม่ จึงมีการเริ่มกลับมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และสินค้าใหม่ ซึ่งสินค้าใหม่จากบริษัทแม่บางส่วนเริ่มเข้ามาปลายเดือนมีนาคม 2567 และมีผลตอบรับที่ดีจากลูกค้าทั้งในกลุ่มบริษัท มีความมั่นใจว่าผลการดำเนินงานรวมจะดีขึ้นอีกอย่างมีนัย ทั้งนี้เป็นเพราะในช่วงที่ผ่านมากลุ่มบริษัทได้พยายามรักษารฐานลูกค้า Cath Kidston ไว้ได้ตัวอย่างต่อเนื่องด้วยกิจกรรมทางการตลาดถึงแม้ไม่มีสินค้าใหม่เข้าก็ตาม สำหรับอัตราการเติบโตของรายได้ของแบรนด์ HARNN เพิ่มขึ้นร้อยละ 33 จากปีก่อน ถือเป็นผลประกอบการตามแผนกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่นิยมในประเทศไทยมากขึ้นต่อไป

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

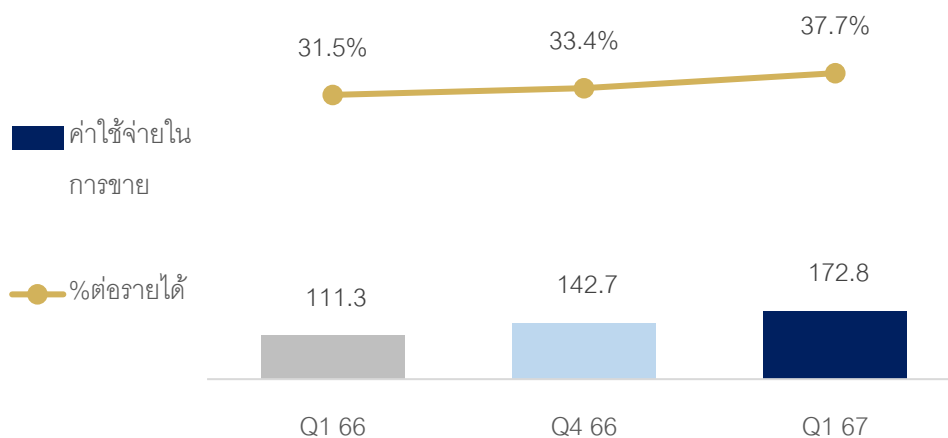
หน่วย : ล้านบาท



สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 306.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 81.8 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้น 32.3 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 โดยอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 และไตรมาสที่ 4 ปี 2566 คิดเป็นร้อยละ 67.0 และ 64.3 ตามลำดับ โดยอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 ถือเป็นออลไทม์ไฮของกลุ่มบริษัทฯ การเพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน Concept Store (2) การควบคุมส่วนลดเพื่อรักษาระดับการขายสินค้าในราคาเต็ม และ (3) การเพิ่มสัดส่วนของสินค้าและบริการที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูง ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างแบรนด์ซึ่งทำให้การรักษาระดับกำไรขั้นต้นในระดับที่สูงสามารถทำให้เกิดขึ้นต่อเนื่อง และคงความยั่งยืนในระยะยาว

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

หน่วย : ล้านบาท



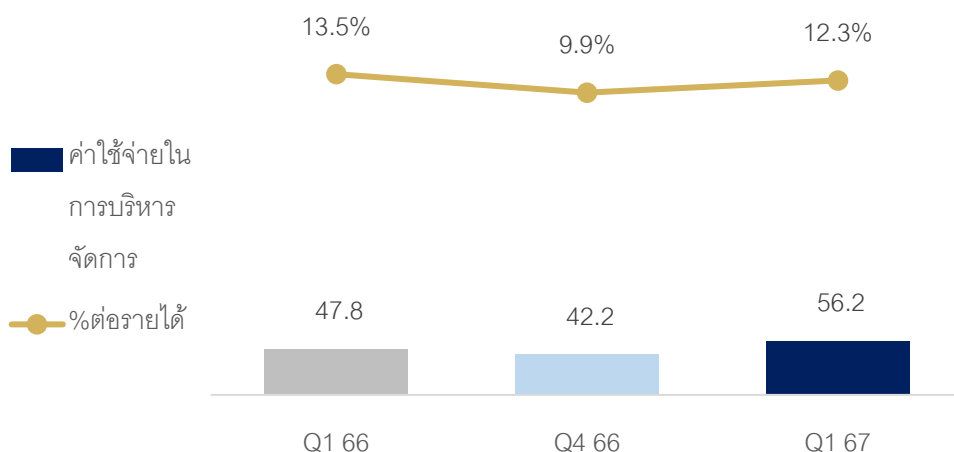
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ ค่าเสื่อมราคาและตัดจำหน่าย ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ค่าคอมมิชชั่น ค่าสาธารณูปโภคของสาขา ค่าลิขสิทธิ์

สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย มูลค่า 172.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 61.4 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 55.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจาก การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มสาขาทั้งในและต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีพนักงานเข้ามารองรับกับการขยายงาน และการทำการตลาดช่วงต้นปีที่สูงขึ้นกว่าปีก่อนเพื่อรองรับการเปิดตัวของแบรนด์ใหม่ รวมถึงการทำการตลาดในประเทศจีนล่วงหน้าเพื่อเตรียมขยายธุรกิจของหาญในปี

เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย มูลค่า 142.7 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 30.1 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 21.0 โดยมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีพนักงานเข้ามารองรับกับการขยายงาน การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มสาขา และการทำการตลาดช่วงต้นปีสำหรับการเปิดตัวของแบรนด์ใหม่ รวมถึงการทำการตลาดในประเทศจีนล่วงหน้าเพื่อเตรียมขยายธุรกิจของหาญในครึ่งหลังของปี 2567

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

หน่วย : ล้านบาท



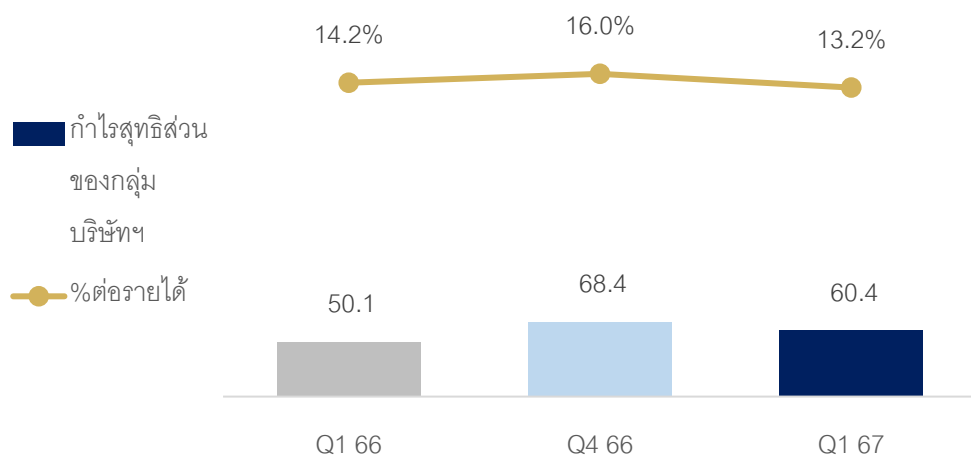
ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ ประกอบด้วย เงินเดือนและสวัสดิการพนักงานฝ่ายออฟฟิศ ค่าที่ปรึกษาและค่าธรรมเนียมวิชาชีพ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายในส่วนของสำนักงานใหญ่ และค่าเช่าสำนักงาน

สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ มูลค่า 56.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.4 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 17.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มจำนวนพนักงานในส่วนของฝ่ายสนับสนุนที่สำนักงานใหญ่ รวมถึงค่าเช่าพื้นที่สำนักงานที่ขยายเพิ่มเติม เพื่อรองรับการเติบโตขององค์กร

เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ เพิ่มขึ้น 14.0 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 33.2 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มจำนวนพนักงานในส่วนของฝ่ายสนับสนุนที่สำนักงานใหญ่ และการที่ไตรมาสที่ 4 ปี 2566 มีการลดการตั้งโบนัสสะสมทั้งหมดของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย : ล้านบาท



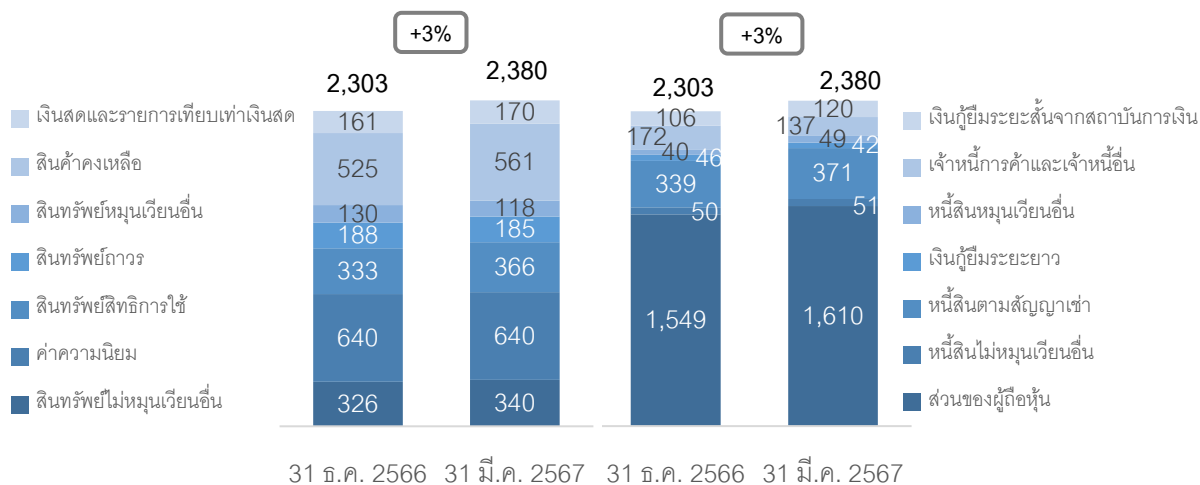
สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิในส่วนของบริษัทฯ 60.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.3 ล้านบาทเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2566 อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 เท่ากับร้อยละ 13.2 ลดลงจากร้อยละ 14.2 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจากยอดขายที่มากขึ้นโดยเฉพาะในเดือนกุมภาพันธ์ปี 2567 และการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นซึ่งมาจากความสามารถของการขายที่สามารถควบคุมส่วนลดได้อย่างดี ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขาย การทำการตลาด และการบริหารจัดการเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตในขนาดของธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ

เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 กำไรสุทธิในส่วนของบริษัทฯ ลดลง 8.0 ล้านบาท คิดเป็นอัตราลดลงร้อยละ 11.7 อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 เท่ากับร้อยละ 13.2 ลดลงจากร้อยละ 16.0 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายในการขาย การทำการตลาด และการบริหารจัดการที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งตามปกติกำไรสุทธิในไตรมาสที่ 4 ของปีก่อนหน้าจะมากกว่ากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 1 ของปีปัจจุบัน

6. ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนทางการเงินประกอบด้วยดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นจากเงินกู้ยืม และการรับรู้ดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่าจากการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 16 หนี้สินตามสัญญาเช่า ซึ่งรวมอยู่ในดอกเบี้ยจ่ายของไตรมาสที่ 1 ปี 2567 มูลค่า 3.7 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 72.2 ของต้นทุนทางการเงินทั้งหมด โดยหลังจากการเสนอขายหุ้นให้กับประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ในเดือนตุลาคม ปี 2566 ต้นทุนทางการเงินลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยดอกเบี้ยจ่ายในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 ลดลงจากไตรมาสที่ 1 ปี 2566 และ ไตรมาสที่ 4 ปี 2566 ร้อยละ 59.0 และ 23.1 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ



1. สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 2,379.6 ล้านบาท โดยสินทรัพย์หลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) ค่าความนิยม (2) สินค้ำคงเหลือ และ (3) สินทรัพย์สิทธิการใ้ ซึ่งรวมกันคิดเป็นร้อยละ 65.8 ของมูลค่าสินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม เพิ่มขึ้น 77.0 ล้านบาทเทียบกับสิ้นปี 2566 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 โดยมีสาเหตุหลักจาก การเพิ่มขึ้นของ (1) สินค้ำคงเหลือ ซึ่งเป็นการเพิ่มปริมาณสำรองสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรองรับการเติบโตของยอดขาย (2) สินทรัพย์สิทธิการใ้ จากการเพิ่มจำนวนของสาขา และ (3) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

2. หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมเท่ากับ 769.3 ล้านบาท โดยหนี้สินหลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) หนี้สินตามสัญญาเช่า (2) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น (3) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ซึ่งรวมกันคิดเป็นร้อยละ 81.6 ของมูลค่าหนี้สินรวม

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สิน เพิ่มขึ้น 16.1 ล้านบาทเทียบกับสิ้นปี 2566 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินตามสัญญาเช่าตามการเพิ่มของสาขา และภาษีเงินได้ค้างจ่าย ในขณะที่เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นลดลง

3. ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 1,610.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 60.9 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 จากกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้น