

บริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

TANACHIRA

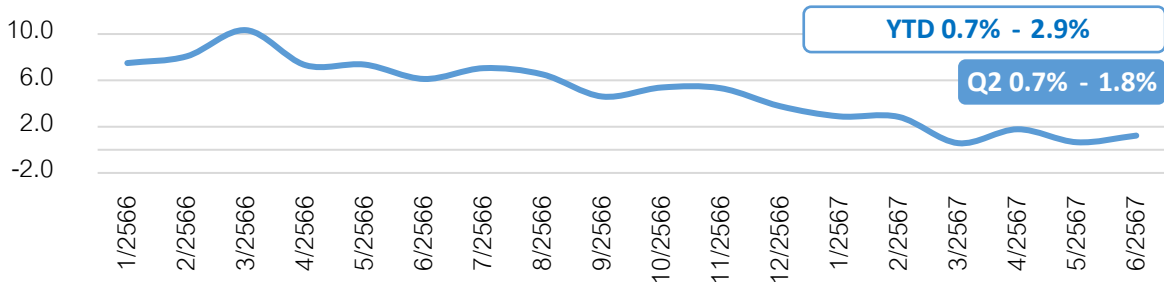
คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 2 ปี 2567

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

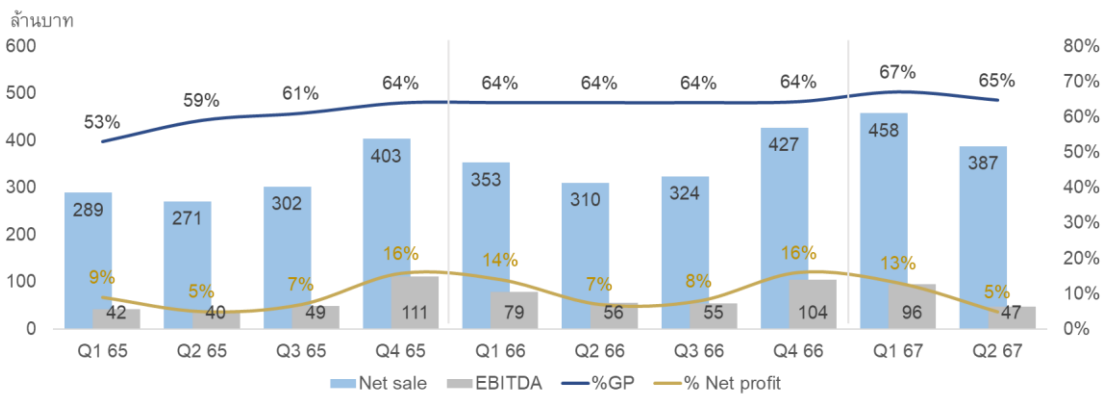
สำหรับผลการดำเนินงานในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 มีภาพรวมเป็นไปตามเป้าหมายที่กลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดไว้ ซึ่งโดยปกติแล้วไตรมาสที่ 2 กลุ่มบริษัทฯ จะมีผลการดำเนินงานน้อยกว่าไตรมาสที่ 1 ของปีเดียวกัน และเป็นไตรมาสที่มีผลการดำเนินงานต่ำที่สุดของปี โดยเมื่อเทียบข้อมูลดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน (Private Consumption Index) แสดงถึงภาพรวมการบริโภคภาคเอกชนในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 มีการเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนในระดับต่ำ ที่อัตราเฉลี่ยร้อยละ 0.7 ถึง 1.8 ซึ่งผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 สามารถทำได้ในระดับที่ดีกว่าอย่างมีนัยสำคัญในแง่ของรายได้ ซึ่งเติบโตที่อัตราร้อยละ 25.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2566 ในขณะที่กำไรหดตัวลงจากปีก่อนเล็กน้อย ทั้งนี้ไตรมาสที่ 2 ปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีการเติบโตของยอดขายของสาขาเดิมรวม (Blended SSSG) ร้อยละ 7 ซึ่งมากกว่า SSSG ของธุรกิจในกลุ่ม Commerce ในตลาด SET ภาพรวมครึ่งแรกปี 2567 ค่าเฉลี่ยดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชนเติบโตในระดับต่ำ ที่อัตราเฉลี่ยร้อยละ 0.7 ถึง 2.9 ซึ่งผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ สามารถทำได้ในระดับที่ดีกว่าอย่างมีนัยสำคัญ โดยยอดขายเติบโตร้อยละ 27.4 และกำไรเติบโตร้อยละ 9.2

รูปที่ 1 ดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน, เติบโตร้อยละ



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย ดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน (ปรับฤดูกาล)

รูปที่ 2 ผลการดำเนินงานรายไตรมาส



รูปที่ 3 สรุปผลประกอบการ แบบย่อ

| หน่วย : ล้านบาท | Q2/66 | Q1/67 | Q2/67 | %YoY | %QoQ | 6M/66 | 6M/67 | %YoY |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|
| รายได้ | 310.1 | 457.7 | 387.4 | 25.0% | -15.3% | 663.2 | 845.1 | 27.4% |
| กำไรขั้นต้น | 198.5 | 306.8 | 250.7 | 26.3% | -18.3% | 423.5 | 557.5 | 31.6% |
| กำไรสุทธิส่วนของกลุ่มบริษัทฯ | 22.7 | 60.4 | 19.1 | -16.0% | -68.4% | 72.8 | 79.5 | 9.2% |
| อัตรากำไรขั้นต้น (%) | 64.0% | 67.0% | 64.7% | 0.7% | -2.3% | 63.9% | 66.0% | 2.1% |
| อัตรากำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ (%) | 7.3% | 13.2% | 4.9% | -2.4% | -8.3% | 11.0% | 9.4% | -1.6% |

เหตุการณ์สำคัญ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2567



ในเดือนเมษายน ปี 2567 บริษัทฯ ได้ลงนามสัญญาจัดตั้งบริษัทย่อย HARNN Greater China Company Limited ร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจจีน เพื่อขยายธุรกิจและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ HARNN ในประเทศจีน ช่องกุง มาเก๊า และได้หันด้วยความต้องการของสินค้า ศักยภาพของตลาดขนาดใหญ่ และความเชี่ยวชาญของหุ้นส่วนทางธุรกิจจะทำให้ HARNN ประสบความสำเร็จในประเทศจีน และสร้างยอดขายเติบโตเพิ่มสัดส่วนรายได้ของกลุ่มต่างประเทศเป็น 25% ภายใน 3 ปี



ในเดือนเมษายน ปี 2567 บริษัทฯ ได้เปิดสาขา Cath Kidston ในรูปแบบ Concept Store ขนาดเล็ก ณ The Mall Lifestore บางแค ร้าน Cath Kidston ในรูปแบบ Concept Store ใหม่ล่าสุด นำเสนอคอลเลกชัน Miffy x Cath Kidston ที่เป็นการผสมผสานอย่างมีศิลปะของโลกภาพประกอบที่เป็นพันธมิตรเข้ากับลายดอกไม้ของ Cath Kidston ที่สื่อความหมายเสนอน่ารักสดใสกับความโดดเด่นของมิฟฟี เป็นความสุขในสไตล์กราฟฟิคอันเป็นเอกลักษณ์ของ Cath Kidston



ในเดือนเมษายน ปี 2567 บริษัทฯ ได้ร่วมกับ Central Department Store จัดกิจกรรม "Pandora Be Love Pearl Perfection Workshop" ให้กับกลุ่มลูกค้าคนพิเศษ ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ซิดลม และ ลาดพร้าว โดยได้นำเสนอเครื่องประดับในคอลเลกชันล่าสุด Pandora Me และ Pandora Timeless สร้างความประทับใจ และเสริมความ Classic & Elegant



ในเดือนเมษายน ปี 2567 บริษัทฯ ได้ให้การต้อนรับผู้บริหาร Cath Kidston จาก Next UK ในการเยี่ยมชมกิจการในไทย ทั้งร้าน Cath Kidston Concept Store และ Tea Room พร้อมร่วมระดมความคิด แลกเปลี่ยนความรู้ทางด้าน Product Design เพื่อนำไปพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ครองใจลูกค้าชาวไทยต่อไป



ในเดือนเมษายน ปี 2567 บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจสปาในประเทศญี่ปุ่น เพื่อส่งมอบประสบการณ์สุดผ่อนคลายในระดับเวิลด์คลาส ภายใต้แบรนด์ THE SPA by HARNN แห่งใหม่ล่าสุด ณ รีสอร์ทสุดหรู ANA InterContinental Appi Kogen Resort ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นสปาแห่งที่ 3 สำหรับความร่วมมือระหว่าง HARNN Wellness & Hospitality กับ IHG ในประเทศญี่ปุ่น



ในเดือนเมษายน ปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 ผ่านระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-AGM) เพื่อรายงานผลการดำเนินงานปี 2566 รวมถึงแผนการเติบโตของบริษัทฯ ปี 2567 โดยที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติจ่ายปันผลจากงวดผลการดำเนินงานปี 2566 ในอัตราหุ้นละ 0.20 บาท เพื่อตอบแทนผู้ถือหุ้น และสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุน



ในเดือนพฤษภาคม ปี 2567 Marimekko ได้จัด Exclusive Workshop 'Candle Craft Delight' เลือกกลิ่นความหอมในสไตล์ตัวเอง เพื่อมอบโมเมนต์พิเศษแด่แฟนมาร์เมกโกะ ได้เติมความรื่นรมย์ไปกับกิจกรรมเวิร์กช็อปงานคราฟต์ทำเทียนหอม เพลิดเพลินกับการได้เลือกกลิ่นสดชื่นในแบบฉบับตัวเองและตกแต่งสไตล์ที่ชอบในแก้วลายพิมพ์ดอก Unikko Cup ณ ร้านมาร์เมกโกะคอนเซ็ปต์สไตล์



ในเดือนพฤษภาคม ปี 2567 PANDORA เครื่องประดับและจิวเวลรี่แบรนด์ดังสัญชาติเดนมาร์ก ผู้สร้างสรรค์สร้อยข้อมือและชาร์มอันเปี่ยมด้วยเอกลักษณ์ระดับโลก ภายใต้การบริหารงานของธนจิรา กรุ๊ป ร่วมเฉลิมฉลอง "Pandora's Day" สำหรับปีนี้ได้จัดกิจกรรมสุดพิเศษกับเครื่องเล่นตู้คิดบ แทนคำขอบคุณแก่ลูกค้าคนสำคัญให้ได้ร่วมสนุกสร้างโมเมนต์ที่ดีและรอยยิ้มร่วมกัน



ในเดือนพฤษภาคม ปี 2567 HARNN แบรนด์ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์บิวตี้ เพื่อการดูแลสุขภาพความงามแบบองค์รวม (Luxury Lifestyle Beauty) ภายใต้การบริหารโดย ธนจิรา กรุ๊ป จัดงานเปิดตัวแนะนำคอลเลกชันใหม่ "HARNN Black Tea & Sage" กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อการดูแลผิวกาย พร้อมอินฟลูเอนเซอร์และสื่อมวลชน เข้าร่วมสัมผัสกับประสบการณ์กลิ่นใหม่ในครั้งนี้ ณ ร้าน BAR US



ในเดือนพฤษภาคม ปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดงานเปิดตัวคอลเลกชัน 'PANDORA ESSENCE' จากแนวคิดของความเรียบง่าย เน้นลวดลายธรรมชาติด้วยดีไซน์สุดเรียบหรู อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นความใส่ใจผ่านการรังสรรค์ชิ้นงานจากช่างฝีมือผู้เชี่ยวชาญของแพนดอรา เป็นคอลเลกชันที่สวมใส่ได้ทุกวัน สามารถถ่ายทอดบุคลิกภาพและทัศนคติของตนเองผ่านเครื่องประดับอย่างมีเอกลักษณ์



บริษัทฯ หรือ TAN ได้รับคัดเลือกเข้าคำนวณใน 3 ดัชนีอ้างอิงระดับสากล FTSE Global Equity Index Series (FTSE GEIS) กลุ่ม Micro Cap, ดัชนี FTSE SET Index Series ในกลุ่ม FTSE SET Shariah Index, และดัชนี sSET จากการคัดเลือกโดยองค์กรระดับโลก ตอกย้ำให้เห็นถึงปัจจัยพื้นฐานที่แข็งแกร่ง การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการสร้างคุณค่าในระยะยาว



ในเดือนมิถุนายน ปี 2567 HARNN Heritage Spa เปิดตัวอย่างเป็นทางการ ณ โรงแรม InterContinental Durrat Al Riyadh Resort & Spa กรุงริยาด ประเทศซาอุดีอาระเบีย ถือเป็นงานเปิดตัวครั้งแรกในภูมิภาคตะวันออกกลาง และยังเป็นงานสานต่อความร่วมมือกับโรงแรมในเครือ IHG ในการเปิดประสบการณ์ด้าน Wellness อย่างต่อเนื่อง ซึ่ง IHG ถือเป็นกลุ่ม Hospitality ชั้นนำระดับโลก



ในเดือนมิถุนายน ปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมพิเศษ "PANDORA BE LOVE, BE SUMMER - How to Define Your Style Perfectly with Personal Color" ในงานได้นำเสนอ PANDORA ESSENCE คอลเลกชัน ให้กับกลุ่มลูกค้าคนสำคัญ ได้เรียนรู้การ Styling กับการทำ Personal Color ศาสตร์แห่งสี เพื่อค้นหาเครื่องประดับที่แมทช์กับโทนสีผิวของตัวเอง เสริมความโดดเด่นในสไตล์ได้อย่างสมบูรณ์แบบ



กลุ่มธุรกิจ HARNN Wellness & Hospitality คว้ารางวัลอันทรงเกียรติ จาก Travel+Leisure Luxury Awards Asia Pacific 2024 โดย HARNN Heritage Spa ณ ANA InterContinental Beppu Resort & Spa บนเกาะคิวชู **ประเทศญี่ปุ่น ติดอันดับที่ 1 สปาที่ดีที่สุดญี่ปุ่น 'Best Hotel Spas in Japan'** รางวัลอันทรงเกียรตินี้สะท้อนถึงปรัชญาในการทำงานของทุกภาคส่วนที่มีความเชื่อมโยงทำให้เกิดความสำเร็จ ตอกย้ำความเป็นสปาชั้นนำที่ก้าวล้ำด้วยรางวัลระดับโลก



ในเดือนมิถุนายน ปี 2567 บริษัทฯ เปิดตัว UNITED ARROWS มัลติแบรนด์ สโตร์แห่งแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และในประเทศไทย อย่างเป็นทางการ ใจกลางกรุงเทพฯ ณ ชั้น M, EMPHIRE โดย UNITED ARROWS นำเสนอสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ภายใต้แนวคิด 'Affluent & Premium' กับแบรนด์ที่ได้รับความนิยม และมีสไตล์อันเป็นเอกลักษณ์ เรียบง่าย คลาสสิก และผสมผสานไปกับกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่น UNITED ARROWS มัลติแบรนด์ สโตร์แห่งแรกในประเทศไทย ครอบคลุมไอเทมไลฟ์สไตล์ตั้งแต่ Casual แนวสตรีทแวร์ ไปจนถึง Premium Elegant



ในเดือนมิถุนายน ปี 2567 คณะผู้บริหารของบริษัทฯ ได้ให้การต้อนรับคุณ Hannah Olala บิวตี้บล็อกเกอร์ชื่อดังอันดับต้น ๆ ของประเทศเวียดนาม ซึ่งมีผู้ติดตามมากกว่า 1 ล้านคน ในการมาเยือนประเทศไทยอย่างอบอุ่น ก่อนหน้านี้นี้ คุณ Hannah ได้ร่วมทำ Live Streaming ในเวียดนามกับบริษัทฯ มาแล้ว ช่วยให้ HARNN ได้รับการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าเวียดนามในช่วงเริ่มต้นได้เป็นอย่างดี



ในเดือนมิถุนายน ปี 2567 บริษัทฯ เตรียมพร้อมรับการเติบโตด้วยระบบบริหารจัดการธุรกิจ ด้วยการเริ่มโครงการ "GROW with SAP S/4HANA" มุ่งเน้นการส่งเสริมศักยภาพการทำงานขององค์กรให้เชื่อมโยงอย่างไร้รอยต่อ ด้วยการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีระบบ SAP S/4HANA ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อตอบโจทย์ธุรกิจค้าปลีก โดยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่สำคัญเพื่อให้กลุ่มบริษัทฯ เป็น Digital-Data Driven Organization มากยิ่งขึ้น

กลุ่มบริษัท ธนจิราฯ ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของงบการเงินรวมสำหรับไตรมาสที่ 2 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2566 โดยมีรายได้จากการขายและบริการ 387.4 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.0 และมีผลกำไรสุทธิในสัดส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 19.1 ล้านบาทลดลงร้อยละ 16.0 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้จากการขายและบริการ 310.1 ล้านบาท และผลกำไรสุทธิในสัดส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 22.7 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 ที่มีรายได้จากการขายและบริการ 457.7 ล้านบาท และผลกำไรสุทธิในสัดส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 60.4 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการลดลงของรายได้ร้อยละ 15.3 และอัตราการลดลงของกำไรร้อยละ 68.4 ซึ่งเป็นไปตามปกติของกลุ่มบริษัทฯ ที่รายได้และกำไรในไตรมาสที่ 2 จะต่ำกว่าในไตรมาสที่ 1 ของปี เนื่องจากเทศกาลจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการในไตรมาสที่ 2 ที่น้อยกว่าไตรมาสที่ 1 ของทุกปี

สำหรับผลการดำเนินงานครึ่งแรกปี 2567 เทียบกับครึ่งแรกปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการ 845.1 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.4 และมีผลกำไรสุทธิในสัดส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ 79.5 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.2 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้จากการขายและบริการ 663.2 ล้านบาท และผลกำไรสุทธิในสัดส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 72.8 ล้านบาท ดังรายละเอียดตามตารางด้านล่าง

รูปที่ 4 ผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ

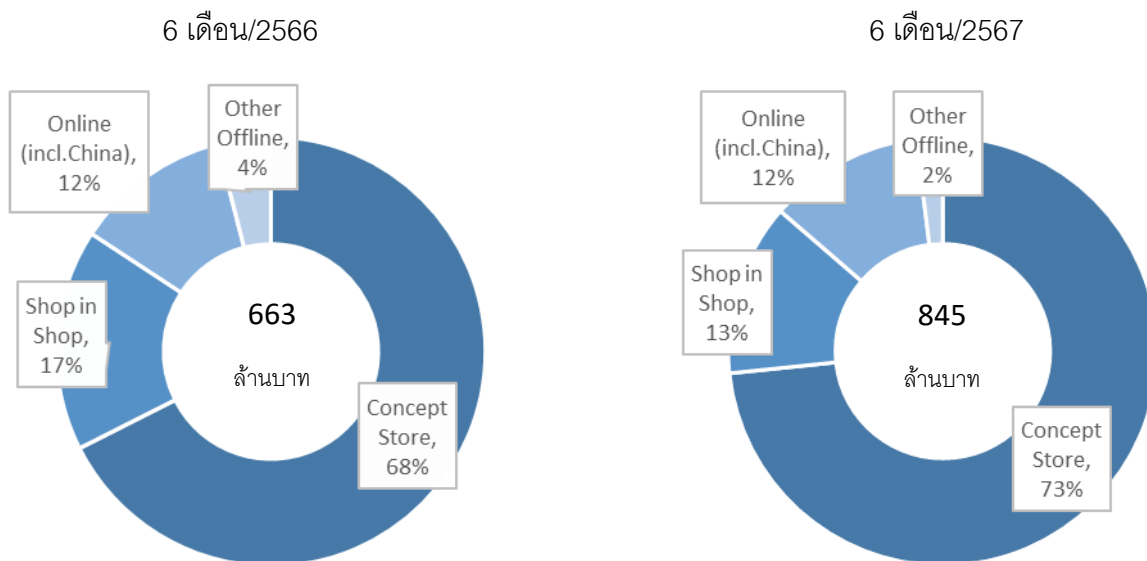
| หน่วย : ล้านบาท | Q2/66 | Q1/67 | Q2/67 | %YoY | %QoQ | 6M/66 | 6M/67 | %YoY |
|---------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| รายได้จากการขายและบริการ | 310.1 | 457.7 | 387.4 | 25.0% | -15.3% | 663.2 | 845.1 | 27.4% |
| ต้นทุนขายและบริการ | -111.5 | -150.9 | -136.7 | 22.6% | -9.4% | -239.8 | -287.6 | 20.0% |
| กำไรขั้นต้น | 198.5 | 306.8 | 250.7 | 26.3% | -18.3% | 423.5 | 557.5 | 31.6% |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย | -109.8 | -172.8 | -162.2 | 47.7% | -6.1% | -221.1 | -335.0 | 51.5% |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหารและจัดการ | -45.5 | -56.2 | -59.2 | 30.1% | 5.3% | -93.4 | -115.4 | 23.6% |
| รายได้อื่น | 0.3 | 4.5 | 2.4 | 777.6% | -47.1% | 7.8 | 6.9 | -11.3% |
| กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ | 43.5 | 82.3 | 31.7 | -27.1% | -61.5% | 116.8 | 114.0 | -2.4% |
| ดอกเบี้ยจ่าย | -13.4 | -5.2 | -5.2 | -60.8% | 0.9% | -26.0 | -10.4 | -59.9% |
| กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ | 30.1 | 77.1 | 26.5 | -12.1% | -65.7% | 90.7 | 103.6 | 14.1% |
| ภาษีเงินได้นิติบุคคล | -8.3 | -17.3 | -8.2 | -0.8% | -52.8% | -19.7 | -25.5 | 29.8% |
| กำไรสุทธิ | 21.8 | 59.8 | 18.3 | -16.4% | -69.4% | 71.1 | 78.0 | 9.8% |
| กำไรสุทธิส่วนของกลุ่มบริษัทฯ | 22.7 | 60.4 | 19.1 | -16.0% | -68.4% | 72.8 | 79.5 | 9.2% |

การวิเคราะห์หนึ่งบกำไรขาดทุนของกลุ่มบริษัทฯ

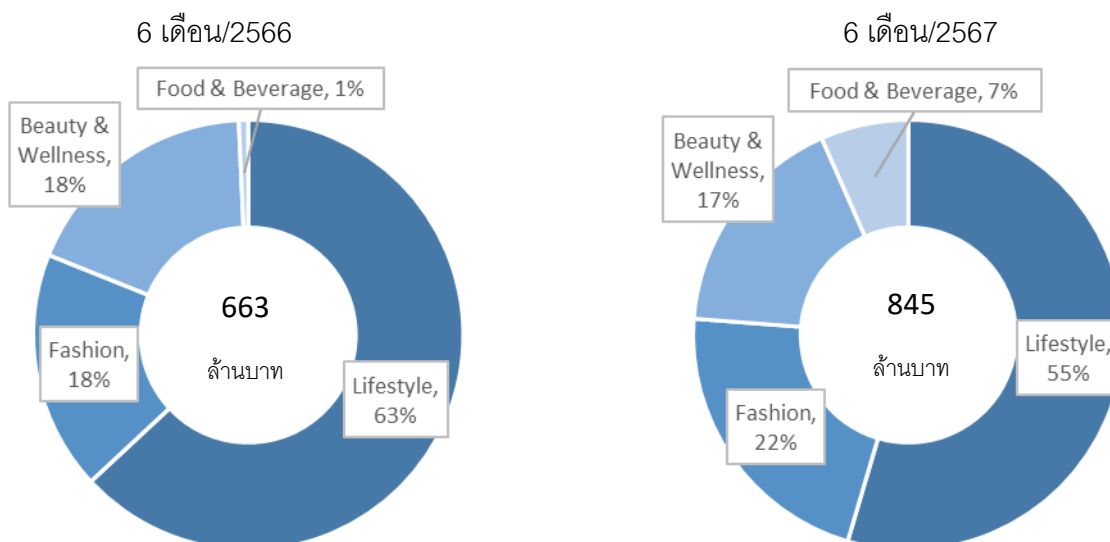
1. รายได้จากการขาย

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย รายได้จากการขายผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ ช่องทางออฟไลน์ และ ช่องทางออนไลน์ ภายใต้ช่องทางออฟไลน์จะประกอบด้วย (1) Concept Store (2) Shop in Shop และ (3) ช่องทางอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ B2B, งานอีเว้นท์ รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ สามารถแบ่งตามหมวดหมู่ ได้แก่ กลุ่ม (1) โลฟิสต์สไตล์ (2) แฟชั่น (3) ความงามและเวลเนส และ (4) อาหารและเครื่องดื่ม สำหรับครึ่งแรกปี 2566 และ 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 663.2 ล้านบาท และ 845.1 ล้านบาท ตามลำดับ

รูปที่ 5 โครงสร้างรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย



รูปที่ 6 โครงสร้างรายได้แยกตามหมวดหมู่ (Business Group)



สำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้ 387.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.0 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2566 การเพิ่มขึ้นโดยรวมมีสาเหตุหลักจาก การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านหน้าร้านสาขา สินค้าคอลเลกชันพิเศษ แแบรนด์ใหม่ (GANNI และ United Arrows) และการเพิ่มรายได้จากธุรกิจใหม่ (Food & Beverage) ซึ่งถือเป็นฐานสำคัญในการกระจายการพึ่งพิงรายได้ของแบรนด์หลักเดิมของบริษัทฯ ในไตรมาสต่อ ๆ ไป เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 รายได้จะลดลงเป็นปกติ เนื่องจากการเทศกาลจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการในไตรมาสที่ 2 ที่น้อยกว่าไตรมาสที่ 1 ของทุกปี

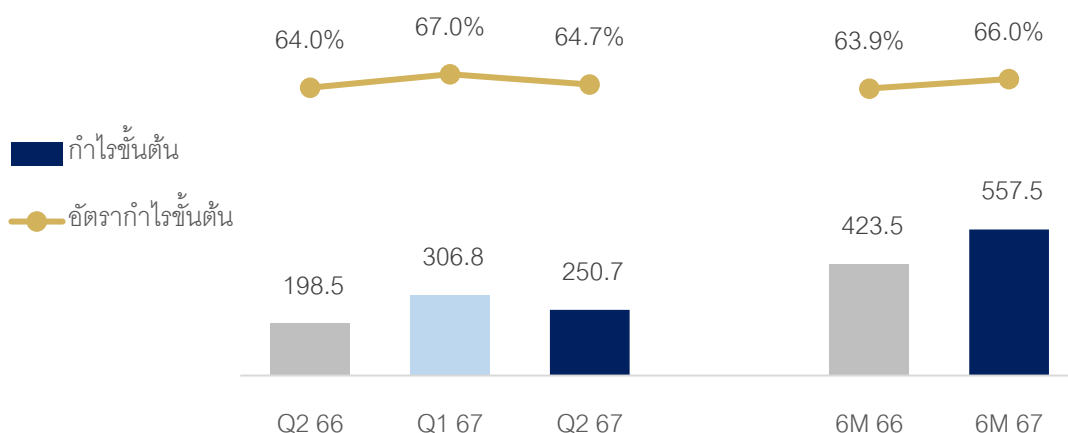
ในครั้งแรกปี 2567 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน รายได้จากการขายแยกตามช่องทางการจัดจำหน่ายแสดงถึงการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายผ่านสาขาหน้าร้าน (Concept Store) จากร้อยละ 68 เป็นร้อยละ 73 และการลดลงของสัดส่วนการขายผ่านช่องทาง Shop in Shop จากร้อยละ 17 เป็นร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งส่งผลดีกับกำไร

ขั้นต้นของกลุ่มบริษัท และการมีสัดส่วนรายได้ของสาขาหน้าร้านที่เพิ่มขึ้นเป็นไปตามการวางแผนกลยุทธ์ที่สะท้อนความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค โดยการเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิมรวม (SSSG) ของกลุ่มบริษัท อยู่ที่ร้อยละ 7 ซึ่งแบรนด์ Marimekko, HARNN และ Pandora มีการเติบโตอย่างโดดเด่น มีเพียงแบรนด์ Cath Kidston ที่ยังคงลดลง แต่มีพัฒนาการที่ชัดเจนขึ้นหลังได้รับสินค้าใหม่ในไตรมาสที่ 2

โครงสร้างรายได้แยกตามหมวดหมู่ (Business Group) สำหรับครึ่งแรกปี 2567 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แสดงถึงสัดส่วนรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม จากร้อยละ 1 เป็นร้อยละ 7 จากการดำเนินการร้านอาหารในกลุ่ม Gordon Ramsay สัดส่วนรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มแฟชั่น จากร้อยละ 18 เป็นร้อยละ 22 จากแบรนด์ Marimekko ที่เติบโตโดดเด่น รวมถึงการเพิ่มแบรนด์ GANNI และ United Arrows ในขณะที่กลุ่มไลฟ์สไตล์มีสัดส่วนลดลงจากร้อยละ 63 เป็นร้อยละ 55 แม้แบรนด์ Pandora เติบโตโดดเด่น สำหรับอัตราการเติบโตของรายได้ของแบรนด์ HARNN เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากปีก่อน ถือเป็นผลประกอบการตามแผนกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับในประเทศไทยมากขึ้นต่อไป และยังคงเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย : ล้านบาท



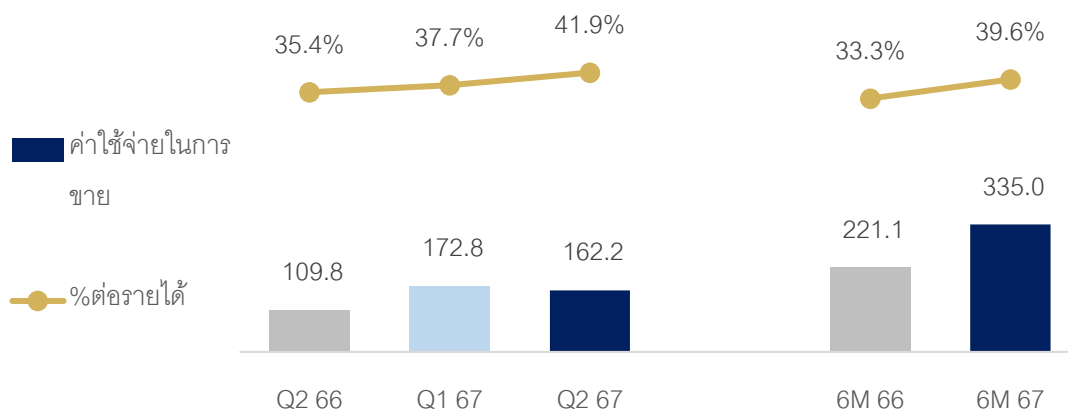
สำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2567 กลุ่มบริษัท มีกำไรขั้นต้น 250.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 52.2 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.3 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2566 โดยอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 และไตรมาสที่ 2 ปี 2566 คิดเป็นร้อยละ 64.7 และ 64.0 ตามลำดับ การเพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน Concept Store (2) การควบคุมส่วนลดเพื่อรักษาระดับการขายสินค้าในราคาเต็ม และ (3) การเพิ่มสัดส่วนของสินค้าและการบริการที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูง

เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 กำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 ลดลงตามยอดขาย และอัตรากำไรขั้นต้นลดลงส่วนหนึ่งมาจากส่วนลดช่วงท้ายฤดูกาล End of Season Sales

ครึ่งแรกปี 2567 กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นดีขึ้นกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน Concept Store (2) การควบคุมส่วนลดเพื่อรักษาระดับการขายสินค้าในราคาเต็ม และ (3) การเพิ่มสัดส่วนของสินค้าและการบริการที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูง ทั้งนี้กลุ่มบริษัท ให้ความสำคัญในการสร้างแบรนด์ซึ่งทำให้การรักษาระดับกำไรขั้นต้นในระดับที่สูงสามารถทำให้เกิดขึ้นต่อเนื่อง และคงความยั่งยืนในระยะยาว

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

หน่วย : ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ ค่าเสื่อมราคาและตัดจำหน่าย ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ค่าคอมมิชชั่น ค่าสาธารณูปโภคของสาขา ค่าลิขสิทธิ์

สำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย มูลค่า 162.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 52.4 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 47.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจาก การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มสาขาทั้งในและต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีพนักงานเข้ามารองรับกับการขยายงาน และการทำการตลาดในประเทศจีนล่วงหน้าเพื่อเตรียมขยายธุรกิจของหาญในครึ่งหลังของปี 2567 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายส่วนมากเกี่ยวข้องเนื่องกับการเริ่มต้นกิจการใหม่ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของรอบการลงทุนใหม่ของกลุ่มบริษัทฯ

แต่เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย มูลค่า 172.8 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 ลดลง 10.6 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 6.1 จากค่าใช้จ่ายที่ผันแปรกับยอดขาย

ครั้งแรกปี 2567 ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย และอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้สูงขึ้น โดยมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีพนักงานเข้ามารองรับกับการขยายงาน การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มสาขา และการทำการตลาดช่วงต้นปีสำหรับการเปิดตัวของแบรนด์ใหม่ รวมถึงการทำการตลาดในประเทศจีนล่วงหน้าเพื่อเตรียมขยายธุรกิจของหาญในครึ่งหลังของปี 2567

รูปที่ 7 จำนวนสาขา

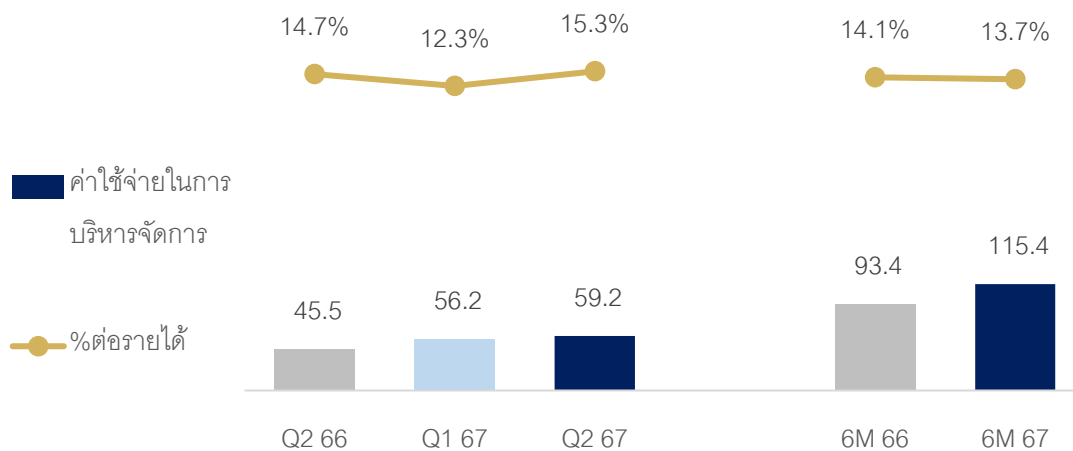
| ณ สิ้น | Q4 2566 | Q1 2567 | Q2 2567 |
|--|---------|---------|---------|
| จำนวนสาขา | 135 | 137 | 141 |
| จำนวนที่เปลี่ยนแปลง เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว | 15 | 15 | 19 |
| เปลี่ยนแปลงร้อยละ เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว | 13% | 12% | 16% |

รูปที่ 8 จำนวนพนักงานหน้าร้าน

| ณ สิ้น | Q4 2566 | Q1 2567 | Q2 2567 |
|--|---------|---------|---------|
| จำนวนพนักงานหน้าร้าน | 498 | 510 | 506 |
| จำนวนที่เปลี่ยนแปลง เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว | 152 | 153 | 92 |
| เปลี่ยนแปลงร้อยละ เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว | 44% | 43% | 22% |

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

หน่วย : ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ ประกอบด้วย เงินเดือนและสวัสดิการพนักงานฝ่ายออฟฟิศ ค่าที่ปรึกษาและค่าธรรมเนียมวิชาชีพ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายในส่วนของสำนักงานใหญ่ และค่าเช่าสำนักงาน

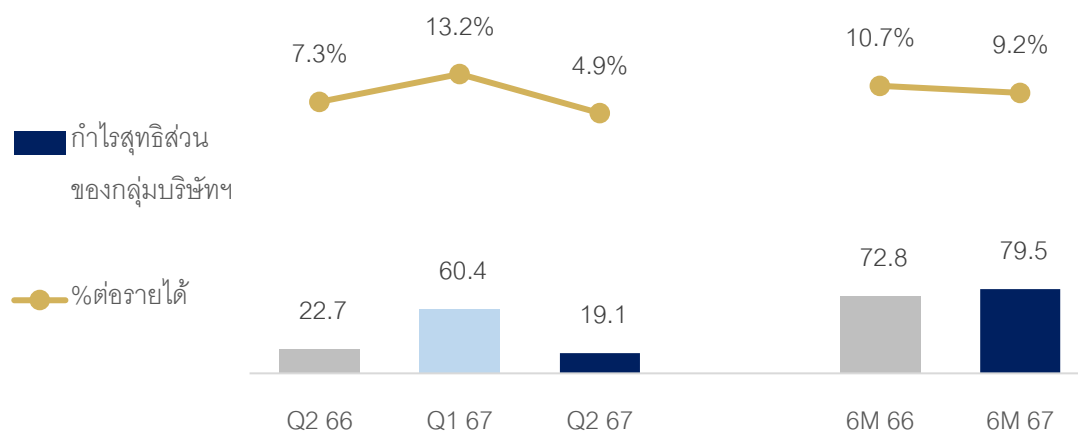
สำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ มูลค่า 59.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.7 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 30.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มจำนวนพนักงานในส่วนของฝ่ายสนับสนุนที่สำนักงานใหญ่ รวมถึงค่าเช่าพื้นที่สำนักงานที่ขยายเพิ่มเติม เพื่อรองรับการเติบโตขององค์กร อีกทั้งในไตรมาสที่ 2 มีการปิดสาขาของแบรนด์หาคูในเมืองโกเบ ประเทศญี่ปุ่น ทำให้มีการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ มูลค่า 2.4 ล้านบาท (ค่าใช้จ่ายครั้งเดียว)

เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ เพิ่มขึ้น 3.0 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 5.3 โดยมีสาเหตุหลักจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ของแบรนด์หาคูในประเทศญี่ปุ่น

ครั้งแรกปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ มูลค่า 115.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.1 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 23.6 เมื่อเทียบกับครั้งแรกปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มจำนวนพนักงานในส่วนของฝ่ายสนับสนุนที่สำนักงานใหญ่ รวมถึงค่าเช่าพื้นที่สำนักงานที่ขยายเพิ่มเติม เพื่อรองรับการเติบโตขององค์กร และการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ของแบรนด์หาคูในประเทศญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการต่อรายได้ของครั้งแรกปี 2567 มีอัตราส่วนลดลงเมื่อเทียบกับครั้งแรกปี 2566

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย : ล้านบาท



สำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2567 กลุ่มบริษัท มีกำไรสุทธิในส่วนของบริษัทฯ 19.1 ล้านบาท ลดลง 3.6 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2566 อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 เท่ากับร้อยละ 4.9 ลดลงจาก ร้อยละ 7.3 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจากยอดขายที่มากขึ้น และการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขาย การทำการตลาด และการบริหารจัดการเพิ่มขึ้นในอัตราที่มากกว่าเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคตของธุรกิจใหม่ทั้งในและต่างประเทศ

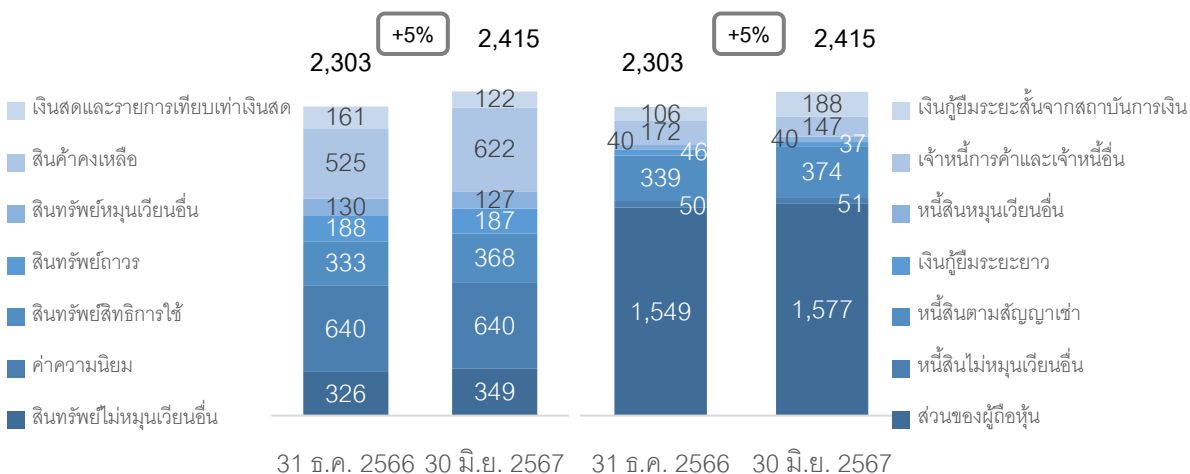
เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2567 กำไรสุทธิในส่วนของบริษัทฯ และอัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 ลดลง โดยมีสาเหตุหลักจากยอดขายที่ลดลง ซึ่งตามปกติกำไรสุทธิในไตรมาสที่ 2 ของปีจะน้อยกว่ากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 1 ของปี

ครั้งแรกปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิในส่วนของบริษัทฯ 79.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.7 ล้านบาท เมื่อเทียบกับครั้งแรกปี 2566 อัตรากำไรสุทธิในครั้งแรกปี 2567 เท่ากับร้อยละ 9.2 ลดลงจาก ร้อยละ 10.7 ในครั้งแรกปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจากยอดขายที่มากขึ้น และการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นซึ่งมาจากความสามารถของการขายที่สามารถควบคุมส่วนลดได้อย่างดี ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขาย การทำการตลาด และการบริหารจัดการเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคตของธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ

6. ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนทางการเงินประกอบด้วยดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นจากเงินกู้ยืม และการรับรู้ดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่าจากกรับที่กบฏซีตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 16 หนี้สินตามสัญญาเช่า ซึ่งรวมอยู่ในดอกเบี้ยจ่ายของไตรมาสที่ 2 ปี 2567 มูลค่า 4.0 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 76.9 ของต้นทุนทางการเงินทั้งหมด โดยหลังจากการเสนอขายหุ้นให้กับประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ในเดือนตุลาคม ปี 2566 ต้นทุนทางการเงินลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยดอกเบี้ยจ่ายในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 ลดลงจากไตรมาสที่ 2 ปี 2566 และ ไตรมาสที่ 4 ปี 2566 ร้อยละ 60.8 และ 22.4 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ



1. สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 2,414.8 ล้านบาท โดยสินทรัพย์หลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) ค่าความนิยม (2) สินค้าคงเหลือ และ (3) สินทรัพย์สิทธิการใช้ ซึ่งรวมกันคิดเป็นร้อยละ 67.5 ของมูลค่าสินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม เพิ่มขึ้น 112.3 ล้านบาทเทียบกับสิ้นปี 2566 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของ (1) สินค้าคงเหลือ ซึ่งเป็นการเพิ่มปริมาณสำรองสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรองรับการเติบโตของยอดขายและแบรนด์ใหม่ รวมถึงบรรจุภัณฑ์และสินค้าสำเร็จรูปของแบรนด์ HARNN เพื่อรองรับการส่งมอบให้กับบริษัทย่อยในประเทศจีน (2) สินทรัพย์สิทธิการใช้ จากการเพิ่มจำนวนของสาขา และ (3) สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นจากการเพิ่มขึ้นของเงินมัดจำสำหรับการขยายสาขา

2. หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมเท่ากับ 837.5 ล้านบาท โดยหนี้สินหลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) หนี้สินตามสัญญาเช่า (2) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน (3) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ซึ่งรวมกันคิดเป็นร้อยละ 84.7 ของมูลค่าหนี้สินรวม

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สิน เพิ่มขึ้น 84.3 ล้านบาทเทียบกับสิ้นปี 2566 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.2 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ในรูปแบบของสินเชื่อเพื่อการนำเข้า (Trust Receipt) และ หนี้สินตามสัญญาเช่าตามการเพิ่มของสาขา ในขณะที่เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นลดลง

3. ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 1,577.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27.9 ล้านบาท จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 จากกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์งบกระแสเงินสด

| หน่วย : ล้านบาท สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน | 2566 | 2567 |
|---|-------------|--------------|
| เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน | 95.2 | 83.5 |
| เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน | -85.5 | -41.9 |
| เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน | -17.5 | -83.5 |
| ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินเพิ่มขึ้น | 1.7 | 3.2 |
| เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ | -6.1 | -38.6 |
| เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด | 42.9 | 160.9 |
| เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด | 36.9 | 122.3 |

งบกระแสเงินสดสำหรับงวด 6 เดือนแรกปี 2567 แสดงถึงเงินสดสุทธิจากกิจกรรมการดำเนินงานที่เป็นบวก 83.5 ล้านบาท บ่งบอกถึงการทำธุรกิจที่สร้างกระแสเงินสดได้ดี เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินมาจากการจ่ายเงินปันผล 60 ล้านบาทเป็นหลัก เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ 30 มิถุนายน 2567 เท่ากับ 122.3 ล้านบาท

แนวโน้มผลการดำเนินงานในครึ่งหลังปี 2567

ด้วยเป้าหมายของการสร้างฐานรายได้ให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาวไปพร้อม ๆ กัน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการลงทุนเพื่อสร้างฐานสาขาของกิจการใหม่ในชัยภูมิสำคัญ ๆ ทั้งในและต่างประเทศ พร้อมทั้งสร้างบุคลากรเพื่อรองรับการขยายงานที่มีความหลากหลายมากขึ้นในระยะยาว ทำให้การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยากในระยะสั้น อย่างไรก็ตามเมื่อการสร้างฐานสาขาของกิจการใหม่ถึงจุดเหมาะสม สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จะมีความสมดุลมากขึ้นดังเช่นในอดีต ทั้งนี้ในช่วงที่บริษัทฯ กำลังเริ่มต้นรอบการลงทุนครั้งใหม่บริษัทฯ ยังคงเน้นการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างเคร่งครัดควบคู่ไปกับการสร้างรายได้ โดยในครึ่งหลังปี 2567 บริษัทฯ ยังมีแผนการขยายสาขาทั้งในและต่างประเทศอีก 10 สาขา และยังคงตั้งเป้าหมายเติบโตไม่น้อยกว่า 20%