

บริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 1

ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

ส่วนที่ 1

ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

ข้อมูลสรุปนี้เป็นส่วนหนึ่งของแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์และหนังสือชี้ชวน ซึ่งเป็นเพียงข้อมูลสรุปเกี่ยวกับการเสนอขาย ลักษณะและความเสี่ยงของบริษัทที่ออกและเสนอขายหลักทรัพย์ ดังนั้น ผู้ลงทุนต้องศึกษาข้อมูลในรายละเอียดจากแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์และหนังสือชี้ชวนฉบับเต็ม ซึ่งสามารถขอได้จากผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์และบริษัทฯ หรืออาจศึกษาข้อมูลได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์และหนังสือชี้ชวนที่บริษัทฯ ยื่นต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“สำนักงาน ก.ล.ต.”) ได้ที่ website ของสำนักงาน ก.ล.ต. (www.sec.or.th)

ข้อมูลสรุปของการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชน

บริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

(ระยะเวลาการเสนอขาย : 9 – 11 ตุลาคม 2566)

ข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอขาย

ผู้เสนอขาย:

หุ้นสามัญเพิ่มทุน

บริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”)

ประเภทธุรกิจ:

ธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น

จำนวนหุ้นที่เสนอขาย:

หุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายโดยบริษัทฯ จำนวนรวมไม่เกิน 77,500,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละไม่เกิน 25.8 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและเรียกชำระทั้งหมดแล้วภายหลังการเสนอขายในครั้งนี้

สัดส่วนการเสนอขายหุ้น:

ประเภทผู้ลงทุน	จำนวนหุ้นที่เสนอขาย	สัดส่วนที่เสนอขาย (ร้อยละ)
1. เสนอขายต่อบุคคลตามดุลยพินิจของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์	ประมาณ 36.79 ล้านหุ้น	47.47
2. เสนอขายต่อนักลงทุนสถาบันและ/หรือนิติบุคคลที่สามารถเข้าร่วมการสำรวจความต้องการซื้อ (Book Building)	ประมาณ 40.31 ล้านหุ้น	52.01
3. เสนอขายต่อบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับบริษัทฯ	ไม่เกิน 0.31 ล้านหุ้น	0.40
4. เสนอขายต่อพนักงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย	ไม่เกิน 0.09 ล้านหุ้น	0.12

เงื่อนไขในการจัดจำหน่าย:

☒ รับประกันการจำหน่ายอย่างแน่นอนทั้งจำนวน (Firm Underwriting)

ราคาเสนอขายต่อประชาชน:

16.50 บาทต่อหุ้น

มูลค่าการเสนอขายรวม:	1,278.75 ล้านบาท
มูลค่าที่ตราไว้ (Par Value)	1.00 บาทต่อหุ้น
มูลค่าตามราคาบัญชี (Book Value):	1.65 บาทต่อหุ้น กรณีคำนวณจากส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ไม่รวมส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 ซึ่งเท่ากับ 366.58 ล้านบาท หากด้วยจำนวนหุ้นที่ชำระแล้วจำนวน 222,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท

การเสนอขายหุ้นหรือหลักทรัพย์แปลงสภาพในช่วง 6 เดือนก่อนหน้ายื่นคำขออนุญาตต่อสำนักงาน ก.ล.ต.

จนถึงวันเสนอขาย: ☒ ไม่มี ☐ มี

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ออกและเสนอขายหลักทรัพย์กับกลุ่มที่ปรึกษาทางการเงิน และ/หรือกลุ่มผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์: ☐ ไม่มี ☒ มี

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้ให้วงเงินสินเชื่อแก่กลุ่มบริษัทนั้น เป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.9 ของบริษัท หลักทรัพย์ กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาทางการเงินและผู้จัดการการจำหน่ายหลักทรัพย์สำหรับการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ ในครั้งนี้ โดยกลุ่มบริษัทฯ มีวงเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 1,332.95 ล้านบาท โดยมียอดคงค้างจำนวน 1,083.04 ล้านบาท

ที่มาของการกำหนดราคาเสนอขายและข้อมูลทางการเงินเพื่อประกอบการประเมินราคาหุ้นที่เสนอขาย:

การกำหนดราคาหุ้นสามัญที่จะเสนอขายในครั้งนี้ ได้มีการพิจารณาจากการสำรวจความต้องการซื้อหลักทรัพย์ (Book Building) ซึ่งเป็นวิธีการสอบถามปริมาณความต้องการซื้อหุ้นสามัญของนักลงทุนสถาบันและนิติบุคคลที่สามารถเข้าร่วมการสำรวจความต้องการซื้อ (Book Building) ในแต่ละระดับราคา โดยการตั้งช่วงราคา (Price Range) ในระดับต่างๆ กัน แล้วเปิดโอกาสให้นักลงทุนสถาบันและนิติบุคคลที่สามารถเข้าร่วมการสำรวจความต้องการซื้อ (Book Building) แจ้งราคาและจำนวนหุ้นที่ประสงค์จะจองซื้อมายังผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่าย ตามที่ระบุไว้ในข้อ 6.2.1

การเสนอขายหุ้นสามัญโดยบริษัทฯ ในครั้งนี้ได้มีการกำหนดราคาเสนอขายที่ 16.50 บาทต่อหุ้น หากพิจารณากำไรสุทธิตามงบการเงินรวมของบริษัทฯ ในช่วง 12 เดือน (ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2565 ถึงไตรมาสที่ 2 ปี 2566) ซึ่งเท่ากับ 158.87 ล้านบาท หากด้วยจำนวนหุ้นสามัญหลังการเสนอขายหลักทรัพย์ทั้งหมดจำนวน 300.00 ล้านหุ้น จะได้กำไรสุทธิต่อหุ้น (Earning per Share) เท่ากับ 0.53 บาทต่อหุ้น และอัตราส่วนราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (Price to Earnings Ratio : "P/E") ประมาณ 31.16 เท่า

ในการพิจารณาข้อมูลทางการเงิน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการประเมินราคาหุ้นที่เสนอขาย เนื่องจากไม่มีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่มีการประกอบธุรกิจที่เหมือนกับธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งหมด หรือประกอบธุรกิจคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกับการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการประเมินราคาหุ้นที่เสนอขาย บริษัทฯ จึงใช้ข้อมูลอัตราส่วนราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (Price to Earnings Ratio: P/E) เฉลี่ยของบริษัทจดทะเบียนซึ่งที่ประกอบธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดธุรกิจพาณิชย์ (SET Index: Service – Commerce) และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่มีลักษณะการประกอบธุรกิจคล้ายคลึงและมีหน้าร้าน

เพื่อจำหน่ายสินค้า เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 4.4. ข้อมูลทางการเงินเพื่อประกอบการประเมินราคาหลักทรัพย์ที่เสนอขาย)

อย่างไรก็ดี อัตราส่วนราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้นดังกล่าวคำนวณจากข้อมูลทางการเงินในอดีต โดยที่ยังมิได้พิจารณาถึงผลการดำเนินงาน หรือความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ในปัจจุบันและในอนาคต และไม่ได้เป็นอัตราส่วนที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้โดยตรง เนื่องจากเป็นการคำนวณอัตราส่วนในช่วงเวลาที่ต่างกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่นักลงทุนควรพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

สัดส่วนหุ้นของ “ผู้มีส่วนร่วมในการบริหาร” ที่ไม่ติด Silent Period:

จำนวน 135,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของจำนวนหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ภายหลังการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนในครั้งนี้

ตลาดรอง: ☒ SET ☐ MAI

หมวดธุรกิจ (sector): พาณิชยกรรม

เกณฑ์เข้าจดทะเบียน : ☒ Profit test ☐ Market capitalization test

วัตถุประสงค์การใช้เงิน:

วัตถุประสงค์การใช้เงิน	จำนวนเงินที่ใช้โดยประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาที่ใช้เงินโดยประมาณ	รายละเอียด
1. ใช้เป็นส่วนหนึ่งของเงินลงทุนสำหรับการขยายธุรกิจ	1จ100.00 – 150.00	ภายในปี 2568	กลุ่มบริษัทฯ มีแผนในการขยายสาขาของแบรนด์ธุรกิจสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับสิทธิในปัจจุบัน (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการในอนาคตในส่วนที่ 2.2.1 โครงการสร้างการดำเนินงานของบริษัทฯ หัวข้อ 1.2.7 โครงการในอนาคต)
2. ใช้ชำระคืนเงินกู้ยืมให้กับสถาบันการเงิน	991.59	ภายในปี 2566	บริษัทฯ มีแผนที่จะนำเงินส่วนหนึ่งที่ได้รับจากการเสนอขายหลักทรัพย์ในครั้งนี้ (หลังหักค่าใช้จ่ายในการเสนอขายหลักทรัพย์) ไปใช้เพื่อชำระคืนเงินกู้ยืมให้กับธนาคารซึ่งรวมถึงธนาคารซึ่งมีความสัมพันธ์กับที่ปรึกษาทางการเงิน และ/หรือผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหลักทรัพย์ ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.9 ของบริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มบริษัทฯ มีแผนในการชำระเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีรายละเอียดดังนี้ <u>เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน:</u> - มูลหนี้รวม: 588.50 ล้านบาท

			- อัตราดอกเบี้ย: ร้อยละ 4.00 – 5.50 ต่อปี - วันครบกำหนดชำระ: ภายใน 1 ปี <u>เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน:</u> ● วงเงินที่ 1 - วงเงินกู้ยืม: 615.00 ล้านบาท - มูลหนี้รวม: 343.35 ล้านบาท - อัตราดอกเบี้ย: ร้อยละ 4.00 – 5.50 ต่อปี - วันครบกำหนดชำระ: เดือนตุลาคม ปี 2567 ● วงเงินที่ 2 - วงเงินกู้ยืม: 10.00 ล้านบาท - มูลหนี้รวม: 8.33 ล้านบาท - อัตราดอกเบี้ย: ร้อยละ 4.50 – 5.50 ต่อปี - วันครบกำหนดชำระ: เดือนพฤษภาคม ปี 2568 ● วงเงินที่ 3 - วงเงินกู้ยืม: 10.00 ล้านบาท - มูลหนี้รวม: 10.00 ล้านบาท - อัตราดอกเบี้ย: ร้อยละ 2.00 – 2.50 ต่อปี - วันครบกำหนดชำระ: เดือนสิงหาคม ปี 2570 ● วงเงินที่ 4 - วงเงินกู้ยืม: 20.00 ล้านบาท - มูลหนี้รวม: 16.67 ล้านบาท - อัตราดอกเบี้ย: ร้อยละ 4.50 – 5.50 ต่อปี - วันครบกำหนดชำระ: เดือนพฤษภาคม ปี 2568 ● วงเงินที่ 5 - วงเงินกู้ยืม: 17.00 ล้านบาท - มูลหนี้รวม: 17.00 ล้านบาท - อัตราดอกเบี้ย: ร้อยละ 2.00 – 2.50 ต่อปี - วันครบกำหนดชำระ: เดือนมีนาคม ปี 2570 นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีแผนในการชำระเงินกู้ยืมกับธนาคารซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กับที่ปรึกษาทางการเงินและ/หรือผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหลักทรัพย์ ดังนี้ ● วงเงินที่ 6 - วงเงินกู้ยืม: 10.00 ล้านบาท - มูลหนี้รวม: 7.74 ล้านบาท - อัตราดอกเบี้ย: ร้อยละ 6.00 – 7.00 ต่อปี - วันครบกำหนดชำระ: เดือนเมษายน ปี 2572
3. ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ	91.43 – 141.43	ภายในปี 2568	เงินทุนหมุนเวียนสำหรับการบริหารจัดการสาขาเดิม การขยายสาขาใหม่ รวมทั้งเป็นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
รวม	1,233.02		

การประมาณการข้างต้นของกลุ่มบริษัท เป็นประมาณการที่ดีที่สุดในการจัดสรรเงินสุทธิจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนในครั้งนี้อยู่กับแผนงานของกลุ่มบริษัท ในปัจจุบัน โดยแผนการใช้จ่ายเงินที่เกิดขึ้นจริงอาจแตกต่างไปจากประมาณการที่ระบุไว้ข้างต้น ทั้งนี้ กลุ่มบริษัท อาจมีความจำเป็นต้องจัดสรรเงินสุทธิจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนในครั้งนี้ออกไปจากประมาณการข้างต้น หรือใช้เงินสุทธิสำหรับวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากการประมาณการข้างต้น

นโยบายการจ่ายเงินปันผล:

นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัท

บริษัท มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิตามงบการเงินรวมหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและการจัดสรรทุนสำรองต่างๆ ทุกประเภทตามที่กฎหมายและบริษัท กำหนดไว้ในแต่ละปี โดยอัตราการจ่ายเงินปันผลดังกล่าวอาจเปลี่ยนแปลงไปจากที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน สภาพคล่อง ความจำเป็นในการลงทุน การลงทุนเพิ่มเติม การขยายธุรกิจ การสำรองเงินไว้เพื่อจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืม หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัท เงื่อนไขและข้อจำกัดตามที่กำหนดไว้ในสัญญากู้ยืมเงิน และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานตามที่คณะกรรมการบริษัทและ / หรือผู้ถือหุ้นของบริษัท เห็นสมควร

โดยการจ่ายเงินปันผลดังกล่าวจะไม่เกินกำไรสะสมที่ปรากฏอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท และเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยเมื่อคณะกรรมการบริษัทมีมติเห็นชอบให้จ่ายเงินปันผลประจำปีแล้ว จะต้องนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท เพื่อพิจารณาอนุมัติ เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลซึ่งคณะกรรมการบริษัทมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลได้เป็นครั้งคราว เมื่อเห็นว่าบริษัท มีกำไรสมควรพอที่จะทำเช่นนั้นได้ โดยจะต้องรายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท คราวต่อไป

นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย

บริษัทย่อยจะจ่ายเงินปันผลในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะกิจการหลังหักภาษีและการจัดสรรทุนสำรองต่างๆ ทุกประเภทตามที่กฎหมายและบริษัทย่อยกำหนดไว้ในแต่ละปี ทั้งนี้ อัตราการจ่ายเงินปันผลจะพิจารณาจากผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน สภาพคล่อง ความจำเป็นในการลงทุน การลงทุนเพิ่มเติม การขยายธุรกิจ การสำรองเงินไว้เพื่อจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืม หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัท เงื่อนไขและข้อจำกัดตามที่กำหนดไว้ในสัญญากู้ยืมเงิน และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงาน

คณะกรรมการบริษัทย่อยอาจพิจารณาจ่ายเงินปันผลประจำปีของบริษัทย่อย โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อย เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลซึ่งคณะกรรมการบริษัทย่อยมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลได้เป็นครั้งคราวเมื่อเห็นว่าบริษัทย่อยมีผลกำไรสมควรพอที่จะทำเช่นนั้นได้ แล้วให้คณะกรรมการรายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อยทราบในการประชุมคราวต่อไป

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้เสนอขายหลักทรัพย์:

บริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “TRC”) และบริษัทย่อย (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัท”) ประกอบธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น โดยกลุ่มบริษัท นำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นจากต่างประเทศที่มีชื่อเสียงระดับโลกเพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่ (1) แปรนด์แพนดอรา (“Pandora”) : เครื่องประดับเงินชั้นนำจากประเทศเดนมาร์ก (2) แปรนด์มาริเมกโกะ (“Marimekko”) : สินค้าไลฟ์สไตล์ที่โดดเด่นด้านลายพิมพ์และสีสันทันจากประเทศฟินแลนด์ และ (3) แปรนด์แคท คิดสตัน (“Cath Kidston”) : สินค้าไลฟ์สไตล์กลิ่นอายโมเดิร์นวินเทจจากประเทศอังกฤษ รวมถึงการนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ Cath Kidston ในประเทศเวียดนาม

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ยังเป็นเจ้าของแบรนด์ในกลุ่มหาญ (HARNN) ซึ่งประกอบด้วย (1) แปรนด์หาญ (“HARNN”) : สินค้าบอดีแคร์ สกินแคร์ สปา และอโรมาเทอราพี และ (2) แปรนด์วุฒิ (“Vuudh”) : สินค้าเครื่องหอม สไตล์ไทยร่วมสมัย รวมทั้งได้ขยายไปยังธุรกิจสปาภายใต้ (3) หาญเวลเนส แอนด์ ฮอสพิทาลิตี (“HARNN Wellness & Hospitality”) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มุ่งเน้นธุรกิจแฟรนไชส์สปาในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยปัจจุบันประกอบด้วย 4 แปรนด์ย่อย ได้แก่ (3.1) หาญ เฮริเทจ สปา (“HARNN Heritage Spa”) (3.2) บาย หาญ (“by HARNN”) (3.3) เดอะสปา บาย หาญ (“The Spa by HARNN”) และ (3.4) เอสเคป บาย หาญ (“SCape by HARNN”) ซึ่งแต่ละแบรนด์มีความแตกต่างกันตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีแบรนด์สินค้าภายใต้การดำเนินงาน รวมทั้งสิ้น 5 แปรนด์ และมีแบรนด์ธุรกิจสปาภายใต้ดำเนินงาน รวมทั้งสิ้น 4 แปรนด์ โดยมีสาขาตั้งอยู่ทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวนทั้งสิ้น 131 สาขา แบ่งออกเป็นสาขาที่กลุ่มบริษัท เป็นเจ้าของจำนวน 122 สาขา และสาขารูปแบบแฟรนไชส์จำนวน 9 สาขา และการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ยังมีการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น เช่น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อ Marimekko pop-up café และ Cath Kidston Tearoom

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่:

โครงสร้างผู้ถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 25 สิงหาคม 2566 และภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญครั้งนี้สรุปได้ดังนี้

	รายชื่อผู้ถือหุ้น	ก่อนการเสนอขายหุ้นสามัญ ให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก		หลังการเสนอขายหุ้นสามัญ ให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก	
		จำนวนหุ้น	ร้อยละ	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1.	นายธนพงษ์ จิราพาณิชย์กุล	222,460,000	99.98	222,460,000	74.15
2.	นางลักขณา เอี่ยมนำผล ⁽¹⁾	20,000	0.01	20,000	0.01
3.	นางสาวณัฐนีย์ ตันประเสริฐ ⁽²⁾	20,000	0.01	20,000	0.01
4.	ประชาชน	-	-	77,500,000	25.8
รวม		222,500,000	100.00	300,000,000	100.00

หมายเหตุ : (1) นางลักขณา เอี่ยมนำผล เป็นมารดาของนายธนพงษ์ จิราพาณิชย์กุล และไม่ได้มีความสัมพันธ์ในลักษณะของบุคคลที่กระทำการร่วมกัน (Acting in concert) กับนายธนพงษ์ จิราพาณิชย์กุล และนางสาวณัฐนีย์ ตันประเสริฐ ตามข้อ 2 ของประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ทจ. 7/2552 เรื่อง กำหนดลักษณะความสัมพันธ์ หรือพฤติกรรมที่เข้าลักษณะเป็นการกระทำความร่วมมือกับบุคคลอื่น และการปฏิบัติตามตรา 246 และ 247

(2) นางสาวณัฐนีย์ ตันประเสริฐ เป็นคู่สมรสของนายธนพงษ์ จิราพาณิชย์กุล

สัดส่วนรายได้:

โครงสร้างรายได้	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม						สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน			
	2563		2564		2565		2565		2566	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
รายได้จากการขายสินค้า ⁽²⁾⁽⁴⁾										
- แแบรนด์ Pandora	467.16	50.79	397.73	50.81	645.67	50.11	297.68	51.63	335.76	50.04
- แแบรนด์ Marimekko	150.19	16.33	146.63	18.73	216.07	16.77	92.37	16.02	123.42	18.39
- แแบรนด์ Cath Kidston	197.03	21.42	118.81	15.18	204.29	15.86	94.67	16.42	82.70	12.33
- แแบรนด์ HARNN	97.02	10.55	101.70	12.99	191.47	14.86	70.98	12.31	113.92	16.98
รวมรายได้จากการขายสินค้า	911.39	99.08	764.87	97.72	1,257.50	97.60	555.71	96.39	655.80	97.73
รายได้จากการให้บริการสปา	6.32	0.69	1.61	0.21	8.45	0.66	4.98	0.89	7.42	1.11
รายได้อื่น ⁽³⁾	2.10	0.23	16.28	2.08	22.46	1.74	15.85	2.75	7.78	1.16
รายได้รวม	919.81	100.00	782.75	100.00	1,288.41	100.00	576.53	100.00	671.00	100.00

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขาย

(2) ประกอบด้วย รายได้จากการขายผ่าน สาขาคอนเซ็ปต์ สโตร์ (Concept Store หรือ CS) สาขาช้อป อิน ช้อป (Shop in Shop หรือ SIS) สาขา รูปแบบแฟรนไชส์ (Franchise) การจัดจำหน่ายช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) และการขายสินค้าในงานอีเวนท์ (Event)

(3) รายได้อื่นที่สำคัญ ประกอบด้วย รายได้จากการเคลมประกันและรายได้ค่าชดเชยจากการย้ายออฟฟิศ และรายได้ค่าบริการซ่อมสินค้า

(4) แแบรนด์ Pandora ดำเนินการโดย TRC แแบรนด์ Marimekko ดำเนินการโดย TRH แแบรนด์ Cath Kidston ดำเนินการโดย TAT และ TRGV และ แแบรนด์ HARNN ดำเนินการโดย HG และ HJ

คณะกรรมการบริษัท:

ณ วันที่ 25 สิงหาคม 2566 คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 9 ท่าน โดยมีรายชื่อดังนี้

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1. นายกิตติพล ปราโมช ณ อยุธยา	กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการ / ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง
2. นางพีรमान วรณพັນธฤกษ์	กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการตรวจสอบ / กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
3. นางภัทรพร มลิณทิสุต	กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการกำกับดูแลกิจการ / กรรมการตรวจสอบ
4. นายอัครินทร์ ภูริสิทธิ์	กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน / กรรมการบริหารความเสี่ยง
5. นายธนพงษ์ จิราพาณิชกุล	กรรมการ / ประธานกรรมการบริหาร / กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
6. นายวุฒิ ศรีขำ	กรรมการ / กรรมการบริหารความเสี่ยง / กรรมการบริหาร
7. นายสุฤษดิ์ โชคชัยนรินทร์	กรรมการ / กรรมการกำกับดูแลกิจการ / กรรมการบริหาร
8. นายณัฐสร บุญถนอม	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ / กรรมการกำกับดูแลกิจการ

9. นางชัชยา สุพรรณพงศ์

กรรมการอิสระ

โดยมี นางสาวอริศรา สิทธิเกสร เป็นผู้ดำรงตำแหน่งเลขานุการคณะกรรมการบริษัท

ทั้งนี้ ข้อมูลและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการบริษัท ปรากฏในเอกสารแนบ 1 (รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี และเลขานุการบริษัท)

สรุปปัจจัยความเสี่ยง:**1. ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท****1.1. ความเสี่ยงจากการแข่งขัน**

ธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์แฟชั่นเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงทั้งจากคู่แข่งในประเทศและต่างประเทศที่มีอยู่ในปัจจุบันและรายใหม่ที่มีแนวโน้มในอนาคต ทั้งที่มีหน้าร้านและขายผ่านช่องทางออนไลน์

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัท ให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้แบรนด์โดยเน้นการสื่อสารแนวคิดและความเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละแบรนด์ การพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก การยอมรับในคุณค่าของแบรนด์ ความสามารถในการเชื่อมโยงแบรนด์สินค้าให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนไทยในชีวิตประจำวัน และการสร้างฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและภักดีต่อแบรนด์สินค้า (Brand Loyalty)

1.2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงการใช้สิทธิในการจำหน่ายสินค้าแบรนด์สินค้าจากต่างประเทศเพื่อจำหน่ายสินค้าในประเทศไทย

กลุ่มบริษัท เข้าทำสัญญาการจัดจำหน่ายสินค้า (Distribution Agreement) กับเจ้าของแบรนด์ Pandora, Marimekko และ Cath Kidston ในต่างประเทศ ซึ่งมีการกำหนดเงื่อนไขสำคัญบางประการ ได้แก่ จำนวนยอดสั่งซื้อสินค้าขั้นต่ำในแต่ละปี และจำนวนสาขาขั้นต่ำที่ต้องเปิดในแต่ละปี การห้ามเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการถือหุ้น (Change of Control) การเปิดช่องให้เจ้าของแบรนด์สามารถซื้อคืนผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงรับช่วงกิจการของกลุ่มบริษัท ในราคาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาได้ ซึ่งหากบริษัท ไม่สามารถทำตามเงื่อนไขสำคัญอาจเป็นเหตุให้เจ้าของแบรนด์ขอเลิกสัญญากับบริษัท ได้

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัท มีความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของแบรนด์ต่างๆ เหล่านี้ ที่เป็นผู้ให้สัญญา ทำให้กลุ่มบริษัท เชื่อว่ากลุ่มบริษัท จะยังคงได้รับความไว้วางใจจากเจ้าของแบรนด์ต่างๆ เหล่านี้ให้เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศไทยต่อไป นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ได้มีกลยุทธ์ในการที่จะทำสัญญาจัดจำหน่ายสินค้า (Distribution Agreement) สำหรับ แบรนด์สินค้าใหม่เพิ่มเติม รวมทั้งดำเนินการขยายกิจการของธุรกิจแบรนด์ HARNN ที่กลุ่มบริษัท เป็นเจ้าของเพื่อลดการพึ่งพิงสัญญาการจัดจำหน่ายสินค้ากับเจ้าของแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง

1.3. ความเสี่ยงจากการที่รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ กระจุกลงตัวในแบรนด์สินค้า Pandora

กลุ่มบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากแบรนด์ Pandora โดยกลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้าแบรนด์ Pandora ในสัดส่วนประมาณร้อยละ 50.04 - 51.63

กลุ่มบริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวเป็นอย่างดีจึงได้มีการจัดทำสัญญาจัดจำหน่ายสินค้า (Distribution Agreement) สำหรับแบรนด์สินค้าใหม่เพิ่มเติม รวมทั้งดำเนินการขยายกิจการของธุรกิจแบรนด์ HARNN ที่กลุ่มบริษัทฯ เป็นเจ้าของเพื่อลดการพึ่งพิงสัญญาการจัดจำหน่ายสินค้ากับเจ้าของแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง

1.4. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือแนวโน้มตลาด

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการคาดการณ์ ความเข้าใจในความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงแนวโน้มของตลาด

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ มีแนวทางในการติดตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีแผนในการต่อยอดธุรกิจใหม่ (New Business Line) และนำเสนอแบรนด์สินค้าใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อเติมเต็มแบรนด์พอร์ตโฟลิโอไลฟ์สไตล์ของกลุ่มบริษัทฯ ให้สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น

1.5. ความเสี่ยงจากการขยายเข้าสู่ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage)

กลุ่มบริษัทฯ มีแผนในการขยายธุรกิจใหม่โดยมีการขยายเข้าสู่ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage) โดยมีการเปิดร้าน Marimekko pop-up Café และ Cath Kidston Tearoom นอกจากนี้ ในปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับสิทธิในการบริหารจัดการร้านอาหารในเครือของ Gordon Ramsey เป็นระยะเวลา 10 ปี ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ คาดว่าในปี 2566 จะสามารถเปิดดำเนินการได้ 2 สาขา

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage) เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง มีความไม่แน่นอนเรื่อง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ความนิยมของอาหารแต่ละประเภท และมีความเสี่ยงอื่นๆ ที่สำคัญ เช่น ความผันผวนของระดับราคาวัตถุดิบที่อาจอยู่เหนือความควบคุมของบริษัทฯ อีกทั้งกลุ่มบริษัทฯ ยังมีประสบการณ์ในการบริหารร้านอาหารแบบเต็มรูปแบบไม่มากนัก ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเติบโตของกลุ่มบริษัทฯ ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage) โดยกลุ่มบริษัทฯ เลือกแบรนด์ที่มีชื่อเสียงและเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับโลก มาทำการตลาดในประเทศไทย อย่างไรก็ดี หากกลุ่มบริษัทฯ ไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจ กระแสเงินสด ฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

1.6. ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ อาจมีความผันผวนตามเทศกาลและฤดูกาล

รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ อาจมีความผันผวนตามเทศกาลและฤดูกาล เนื่องจากลูกค้าของบริษัทฯ ส่วนหนึ่งจะซื้อสินค้าตามเทศกาลและฤดูกาล ซึ่งโดยปกติความต้องการสินค้าของบริษัทฯ จะเพิ่มขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 4 ของทุกๆ ปี และไตรมาสที่ 1 ของทุกๆ ปี ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการซื้อสินค้าค่อนข้างมากรวมทั้งมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่สูง ลูกค้าบางส่วนอาจจะซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญสำหรับเทศกาลวันคริสต์มาสวันปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน วันวาเลนไทน์ และวันเด็ก เป็นต้น

ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงอาจมีรายได้ กำไร และกระแสเงินสดจากการประกอบกิจการในช่วงไตรมาสที่ 4 และไตรมาสที่ 1 มากกว่าในช่วงเวลาอื่นของปี ซึ่งเป็นไปตามความต้องการสินค้าตามฤดูกาลของลูกค้า อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ มีการบริหารจัดการโดยการออกกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาด รวมทั้งการออก Collection สินค้าใหม่เพื่อไม่ให้รายได้มีความผันผวนมากนักในแต่ละไตรมาส

1.7. ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง

สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นของกลุ่มบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสนิยม (Trend) และเป็นคอลเลคชัน (Collection) จึงทำให้กลุ่มบริษัทฯ ต้องมีการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือโดยลดปริมาณสินค้าล้าสมัย

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว และมีความพยายามในการลดระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยอย่างต่อเนื่อง ผ่านการติดตามยอดขายของแต่ละแบรนด์อย่างต่อเนื่องเพื่อวางแผนการส่งเสริมการขายและการทำการตลาดเพื่อผลักดันยอดขายสินค้าที่มีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยสูง หรืออยู่ในช่วงท้ายของฤดูกาล เทศกาล หรือ Collection นั้นๆ รวมทั้ง กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยแยกตาม SKU

1.8. ความเสี่ยงจากการสูญหายของสินค้า

สินค้าบางรายการของกลุ่มบริษัทฯ มีลักษณะเป็นชิ้นเล็กและมูลค่าสูงจึงมีความเสี่ยงที่จะเกิดการสูญหายของสินค้าได้ง่าย

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ มีการกำหนดเกณฑ์มูลค่าสินค้าสูญหายที่ยอมรับได้ในแต่ละแบรนด์สินค้า ในกรณีพบว่ามูลค่าสินค้าสูญหายเกินหลักเกณฑ์ที่กำหนด กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินพิจารณาโทษทางวินัยหรือปรับค่าสินค้าสูญหายจากพนักงาน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้วางแผนและจัดให้มีมาตรการป้องกันการสูญหายของสินค้าภายในสาขาและคลังสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ

1.9. ความเสี่ยงจากการที่กลุ่มบริษัทฯ พึ่งพิงในการเช่าพื้นที่เชิงพาณิชย์ เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

หากมีการยกเลิกสัญญาเช่า หรือกลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถต่ออายุสัญญาเช่าตามเงื่อนไขและข้อกำหนดที่คล้ายคลึงหรือเป็นประโยชน์มากกว่าสัญญาเดิม หรือไม่สามารถต่อสัญญาได้ในตำแหน่งพื้นที่เดิม หรือพื้นที่ที่บริษัทฯ ประสงค์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ รวมไปถึงอาจส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพิ่มเติม

อย่างไรก็ดี ตลอดเวลาที่ผ่านมากลุ่มบริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีกับฝ่ายบริหารของพื้นที่สำนักงาน และพื้นที่เชิงพาณิชย์ที่กลุ่มบริษัทฯ มีสัญญาเช่าอยู่ และไม่เคยมีปัญหาการต่อสัญญากับเจ้าของพื้นที่เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ มี แรนด์กายใต้กลุ่มที่สามารถสร้างคุณค่าต่อศูนย์การค้าต่างๆ

1.10. ความเสี่ยงจากความสามารถในการจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้อย่างเพียงพอ

กลุ่มบริษัทฯ พึ่งพิงการจัดหาสินค้าจากเจ้าของแบรนด์หรือผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าแบรนด์ Harnn หากมีปัญห ในกระบวนการผลิตหรือกระบวนการขนส่งสินค้าล่าช้ากว่ากำหนด กลุ่มบริษัทฯ อาจไม่สามารถจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพในราคาและปริมาณที่เหมาะสมตามสถานการณ์และช่วงเวลาที่กลุ่มบริษัทฯ ต้องการ

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ มีการวางแผนการซื้อสินค้าและจัดส่งสินค้าจากผู้ผลิต และ/หรือผู้จัดจำหน่ายสินค้าตามแผนการดำเนินงานประจำปี รวมทั้งมีการหารือร่วมกับเจ้าของแบรนด์สินค้าในต่างประเทศเป็นประจำเกี่ยวกับสินค้าที่ขายดีสำหรับตลาดในประเทศไทย หรือในประเทศที่กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินกิจการอยู่

1.11. ความเสี่ยงจากการปรับเปลี่ยนของต้นทุนสินค้า

ต้นทุนสินค้าอาจมีความผันผวนและขึ้นอยู่กับปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งในบางครั้งกลุ่มบริษัทฯ อาจไม่สามารถปรับราคาขายสินค้าได้ตามต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นได้ทั้งจำนวน หรือปรับราคาขายสินค้าได้ทันที นอกจากนี้ เจ้าของแบรนด์อาจมีการปรับราคาสินค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจกระทบต่อยอดขายของสินค้านั้นๆ

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ มีการติดตามอัตราแลกเปลี่ยนทุกเดือน และจัดให้มีการทบทวนการคำนวณต้นทุนสินค้าที่อาจจะได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนทุกไตรมาส คงที่ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการวางแผนการซื้อสินค้าจากผู้ผลิต และ/หรือผู้จัดจำหน่ายสินค้าตามแผนการดำเนินงานประจำปี จึงทำให้สามารถซื้อสินค้าในปริมาณที่เหมาะสมโดยได้รับเงื่อนไขการค้าที่ดี

1.12. ความเสี่ยงจากการที่กรรมธรรม์ประกันภัยของกลุ่มบริษัทฯ อาจมีความคุ้มครองไม่เพียงพอ

การประกอบกิจการของกลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากกระบวนการดำเนินงาน ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงภัยที่เกิดจากความประมาทเลินเล่อที่อาจก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือเสียชีวิต หรือก่อให้เกิดความเสียหายหรือทำลายทรัพย์สินของกลุ่มบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการทำประกันภัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดความสูญเสียและเสียหายต่อทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ทั้งนี้ แม้ว่าการทำประกันภัยดังกล่าว กลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่ามีความเหมาะสมและเพียงพอครอบคลุมทรัพย์สินที่สำคัญของกลุ่มบริษัทฯ อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ อาจยังคงมีความเสี่ยงจากความเสียหายที่กรรมธรรม์อาจไม่สามารถคุ้มครองได้ทั้งหมดหรือครบถ้วน

1.13. ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

กลุ่มบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ในปี 2563 – 2564 การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจหยุดชะงักและชะลอตัวทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ แม้ว่าสถานการณ์ในปัจจุบันได้คลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้นแล้ว และกลุ่มบริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้าใน

การเลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์แพลตฟอร์ม (Online Platform) แต่กลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะไม่มีการแพร่ระบาดของโรคอีกหรือไม่

1.14. ความเสี่ยงจากการที่สินทรัพย์รวมของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วยค่าความนิยมจำนวนมาก ดังนั้นการด้อยค่าของสินทรัพย์เหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ

ค่าความนิยมของกลุ่มบริษัทฯ โดยหลักเกิดขึ้นจากการเข้าซื้อกิจการแบรนด์ HARNN ในปี 2562 โดยมีมูลค่าเท่ากับ 639.55 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 33.24 ของสินทรัพย์รวมของกลุ่มบริษัทฯ

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ จะมีการปรับปรุงประมาณการ (Projection) เป็นประจำทุกปี และนำเข้าสู่ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่ออนุมัติ รวมทั้ง คณะกรรมการตรวจสอบก็ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวโดยมีการสอบถามจากฝ่ายบริหารและผู้สอบบัญชีทุกไตรมาส

2. ความเสี่ยงด้านการเงิน

2.1. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับข้อปฏิบัติและข้อกำหนดในสัญญาเงินกู้

กลุ่มบริษัทฯ มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินทั้งเงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาว ทั้งนี้ สัญญาเงินกู้ยืมระยะยาวบางฉบับมีการกำหนดข้อตกลงดำเนินการทางการเงิน (Financial Covenants) ที่สำคัญ ที่เกี่ยวกับการดำรงอัตราส่วนทางการเงินซึ่งได้แก่ อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) และอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR)

ทั้งนี้ ในกรณีที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยคาดว่าจะไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขอัตราส่วนทางการเงิน (Financial Covenant) ในงวดบัญชีนั้นได้ บริษัทฯ จะดำเนินการหารือกับธนาคารเพื่อขอหนังสือผ่อนผัน (Waiver) ก่อนวันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชีนั้นๆ

2.2. ความเสี่ยงจากความสามารถในการจ่ายเงินปันผล

ความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ ในอนาคต ขึ้นอยู่กับกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ข้อจำกัดภายใต้สัญญาเงินกู้ซึ่งรวมถึงข้อกำหนดในการดำรงอัตราส่วนทางการเงิน

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมาสาขาที่เปิดดำเนินการแล้วของกลุ่มบริษัทฯ สามารถสร้างกระแสเงินสดจากการดำเนินงานได้อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ภายหลังจากที่บริษัทฯ ออกและเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) กลุ่มบริษัทฯ คาดว่ากลุ่มบริษัทฯ จะมีความยืดหยุ่นและคล่องตัวในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อใช้สนับสนุนการขยายธุรกิจมากขึ้น

2.3. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

กลุ่มบริษัทฯ มีการชำระเงินค่าสินค้าส่วนใหญ่เป็นเงินตราต่างประเทศ ดังนั้น ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อทำหน้าที่กลั่นกรองนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงในด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังติดตามข่าวสารและทิศทางการเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด มีการใช้นโยบายจับคู่อัตราแลกเปลี่ยน (exchange rate matching) ต้นทุนสินค้านำเข้าให้เป็นสกุลไทยบาททันทีที่

กลุ่มบริษัท ต้องชำระค่าสินค้าทั้งนี้เพื่อให้ต้นทุนสินค้าคงที่ รวมทั้งมีการวางแผนการซื้อสินค้าล่วงหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงในกรณีที่ราคาสินค้าผันผวนตามอัตราแลกเปลี่ยน

2.4. ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงิน

อัตราส่วนสภาพคล่องของกลุ่มบริษัท น้อยกว่า 1.0 เท่าเนื่องจากกลุ่มบริษัท รับเงินค่าสินค้าเป็นเงินสด และบัตรเครดิต ลูกหนี้การค้าของกลุ่มบริษัท ส่วนใหญ่จะมาจากการขายฝากผ่านห้างสรรพสินค้าเท่านั้น และหนี้สินหมุนเวียนของกลุ่มบริษัท ส่วนใหญ่เป็นเงินกู้ยืมระยะสั้นรูปแบบทรัสต์รีซีพ (Trust Receipt) สำหรับจ่ายค่าสินค้า ทั้งนี้ กลุ่มบริษัท มีการติดตามสภาพคล่องเป็นประจำเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัท สามารถชำระหนี้ระยะสั้นได้ตามที่กำหนด

กลุ่มบริษัท มีอัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่สูงเนื่องจากที่ผ่านมากลุ่มบริษัท มีการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการขยายธุรกิจประกอบกับในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัท อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัท คาดว่าจะนำเงินที่ได้จากการระดมทุนครั้งนี้มาชำระคืนเงินกู้บางส่วน เพื่อปรับปรุงโครงสร้างเงินทุนให้มีความเหมาะสมและคล่องตัวมากขึ้น นอกจากนี้ ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) จะทำให้บริษัท มีเงินสดและสภาพคล่องสูงขึ้น

3. ความเสี่ยงจากการขยายการลงทุน

3.1. ความเสี่ยงจากการจัดหาเงินลงทุนสำหรับใช้ในการขยายสาขา

ในการลงทุนเปิดสาขาใหม่ หากกลุ่มบริษัท ไม่สามารถจัดหาเงินทุนเพื่อมาใช้ในการขยายธุรกิจได้อย่างเพียงพอ มีต้นทุนทางการเงิน และเงื่อนไขทางการเงินไม่เหมาะสม ย่อมส่งผลให้การลงทุนขยายสาขาในอนาคตไม่เป็นไปตามแผนธุรกิจที่วางไว้

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัท มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันการเงินหลายแห่ง และภายหลังจากที่บริษัท ออกและเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) บริษัท จะมีความคล่องตัวทางการเงินและความสามารถในการกู้ยืมเงินมากขึ้น รวมทั้งสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนทั้งตลาดตราสารทุนและตลาดตราสารหนี้ได้มากขึ้น

3.2. ความเสี่ยงจากการจัดหาพื้นที่เชิงพาณิชย์สำหรับใช้เป็นที่ตั้งสาขา

กลุ่มบริษัท มุ่งเน้นการขยายเครือข่ายสาขาของกลุ่มบริษัท ดังนั้น กลุ่มบริษัท จึงมีความเสี่ยงจากการจัดหาพื้นที่เชิงพาณิชย์ที่มีทำเลที่เหมาะสมในการเข้าถึงฐานลูกค้า และ/หรือความเสี่ยงจากต้นทุนการได้มาหรือค่าเช่าพื้นที่เชิงพาณิชย์ที่สูงกว่าที่คาดการณ์ไว้

อย่างไรก็ดี ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ของบริษัท จะดำเนินการจัดหาพื้นที่เชิงพาณิชย์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกลยุทธ์ประจำปีของกลุ่มบริษัท โดยกลุ่มบริษัท รักษาความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของพื้นที่เชิงพาณิชย์หลายราย ซึ่งรวมถึงกลุ่มศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าชั้นนำ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์ (E-Commerce) เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้าให้แก่กลุ่มลูกค้า

3.3. ความเสี่ยงจากการที่ผลตอบแทนจากการลงทุนอาจไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ และ/หรือ กลุ่มบริษัท อาจสูญเสียโอกาสในการลงทุน

กลุ่มบริษัทฯ ตั้งเป้าหมายในการขยายกิจการและการเปิดสาขาใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจมีความเสี่ยงหลายประการ กลุ่มบริษัทฯ จึงไม่สามารถรับประกันได้ว่า กลุ่มบริษัทฯ จะสามารถดำเนินการได้ตามแผนการขยายธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น และมีประสบการณ์ในการเปิดสาขาใหม่หลายสาขาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการลงทุน อีกทั้งมีการติดตามการดำเนินงานตามแผนการขยายธุรกิจอย่างใกล้ชิดเพื่อให้มั่นใจว่าการขยายสาขาใหม่เป็นไปตามงบประมาณและกรอบระยะเวลาที่วางไว้ และสามารถปรับแผนการดำเนินการตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ อย่างเหมาะสม

4. ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

4.1. ความเสี่ยงจากการถูกผู้ถือหุ้นรายใหญ่ควบคุมเสียงของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

ภายหลังจากที่บริษัทฯ ออกและเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) คุณธนพงษ์ จิราพาณิชย์ กุลจะถือหุ้นทางตรงและทางอ้อมรวมกันประมาณร้อยละ 74.2 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด (“ผู้ถือหุ้นรายใหญ่”) ซึ่งบุคคลดังกล่าวอาจพิจารณาใช้สิทธิของตนเองในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ ได้ โดยผู้ถือหุ้นรายใหญ่อาจใช้สิทธิออกเสียงและกระทำการใดที่อาจขัดแย้งและไม่สอดคล้องกับผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นรายอื่น

อย่างไรก็ดี จากโครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ มีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน และมีคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของคณะกรรมการ และมีคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน นโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้การตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

4.2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้บริหารหลักและพนักงานที่มีความสามารถ

ความสำเร็จของกลุ่มบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ในอุตสาหกรรมและการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ และความต่อเนื่องในการทำงานกับกลุ่มบริษัทฯ ของผู้บริหารระดับสูงและบุคลากร

กลุ่มบริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการจ้างและรักษาทรัพยากรบุคคลของกลุ่มบริษัทฯ และได้จัดทำนโยบายการพัฒนาบุคลากร เพื่อส่งเสริมการพัฒนาความสามารถและทักษะการปฏิบัติงาน รวมทั้งจัดสรรผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคล และเทียบเคียงกับผู้ประกอบการรายอื่น นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังได้จัดทำนโยบายการสืบทอดตำแหน่งและแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) เพื่อให้กลุ่มบริษัทฯ มีบุคลากรเพียงพอสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ

5. ความเสี่ยงเกี่ยวกับกฎระเบียบและกฎหมาย

5.1. การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ภายใต้กฎหมายและระเบียบหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายและระเบียบเกี่ยวกับผู้บริโภค ซึ่งทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีความเสี่ยงทางด้านกฎหมายเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากบริษัทอื่นโดยทั่วไป อันอาจทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการเพิ่มขึ้น และมีความเสี่ยงด้านการรับผิดชอบเพิ่มขึ้น

ธุรกิจของกลุ่มบริษัท เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้บริโภค และอยู่ภายใต้กฎหมายเฉพาะที่สำคัญ ทั้งนี้ หากกฎหมายที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง อาจส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการจัดจำหน่ายสินค้ามากขึ้น ซึ่งอาจนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของต้นทุน นอกจากนี้ เนื่องจากกลุ่มบริษัท มีการประกอบธุรกิจบางส่วนในต่างประเทศ ดังนั้น กลุ่มบริษัท ยังต้องดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายของประเทศดังกล่าวด้วย

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัท ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีแนวทางที่จะศึกษาและเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลง แกไขกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว

5.2. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการจัดหาหรือจัดให้มีใบอนุญาตต่าง ๆ ที่ต้องมีเพื่อใช้ในการประกอบการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการของกลุ่มบริษัท

ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท ในบางธุรกิจจำเป็นต้องมีการจัดหา จัดให้มี หรือดำรงไว้ซึ่งใบอนุญาตต่าง ๆ เพื่อใช้ในการประกอบกิจการ

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัท ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงได้จัดให้มีกระบวนการคอยติดตามดูแลเพื่อให้มั่นใจว่ากลุ่มบริษัท ได้จัดหา จัดให้มี หรือดำรงไว้ซึ่งใบอนุญาตต่าง ๆ ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ

5.3. ความเสี่ยงจากการไม่สามารถรักษาข้อมูลของลูกค้าได้และมีการใช้ข้อมูลของลูกค้าอย่างไม่เหมาะสม

กลุ่มบริษัท ในฐานะผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล มีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามในกระบวนการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามขั้นตอนและข้อกำหนดภายใน พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัท ได้ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า โดยกลุ่มบริษัท ได้กำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้สอดคล้องกับขั้นตอนและข้อกำหนดภายใน พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และได้มีมาตรการการจำกัดการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

6. ความเสี่ยงจากการถือหุ้นของบริษัท

6.1. ความเสี่ยงจากการนำหุ้นสามัญของบริษัท เข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

บริษัท มีความประสงค์จะเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนในครั้งนี้อยู่ก่อนที่จะรับทราบผลการพิจารณาของตลาดหลักทรัพย์ เกี่ยวกับการนำหุ้นสามัญของบริษัท เข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

อย่างไรก็ดี บริษัท ยังคงมีความไม่แน่นอนที่จะได้รับอนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์ ให้เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน ดังนั้น ผู้ลงทุนอาจมีความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องในการซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัท ในตลาดรอง และอาจไม่ได้รับผลตอบแทนจากการขายหุ้นสามัญได้ตามราคาที่คาดการณ์ไว้หากหุ้นสามัญของบริษัท ไม่สามารถเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ได้

6.2. ความเสี่ยงจากราคาหุ้นสามัญของบริษัท สภาพคล่อง และปริมาณการซื้อขาย อาจผันผวน ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลขาดทุนอย่างมีนัยสำคัญต่อผู้ลงทุนที่ซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ในการเสนอขายหุ้นครั้งนี้

ราคาหุ้นสามัญของบริษัท สภาพคล่อง และปริมาณการซื้อขาย ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นครั้งนี้ อาจขึ้นลงอย่างผันผวนขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการที่บริษัท อาจไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ ตลาดหุ้น

และการเมืองทั้งในประเทศและต่างประเทศ ความแตกต่างระหว่างผลประกอบการทางการเงินและผลการดำเนินงานที่แท้จริงกับผลประกอบการทางการเงินและผลการดำเนินงานที่ผู้ลงทุนและนักวิเคราะห์คาดหวัง และความเสี่ยงอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นต้น

6.3. ความเสี่ยงจากการที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ ขายหุ้นหลังจากการเสนอขายหุ้นครั้งนี้ และการมีหุ้นของบริษัทฯ จำนวนมากเพื่อการขายอาจมีผลทำให้ราคาหุ้นของบริษัทฯ ลดลง

ผู้ลงทุนอาจได้รับผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญจากการที่ราคาตลาดของหุ้นลดลงเนื่องจากการขายหุ้นซึ่งก่อนหน้านี้อยู่ภายใต้ข้อจำกัดการห้ามขายหุ้น

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่สามารถคาดการณ์ถึงผลกระทบ (ถ้ามี) ของการขายหุ้นในอนาคตหรือ ปริมาณหุ้นที่จะขายในอนาคตว่าจะมีผลกระทบต่อความเคลื่อนไหวของราคาตลาดของหุ้นของบริษัทฯ ได้

6.4. ผู้ถือหุ้นอาจถูกจำกัดโอกาสในการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น หรือการเสนอขายหลักทรัพย์ที่มีลักษณะที่คล้ายกันในอนาคต

ในอนาคตอาจมีการออกหลักทรัพย์ใหม่โดยการเสนอขายหุ้นแก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามสัดส่วน (Rights Offerings) หรือกรณีที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทฯ ไม่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และบทบัญญัติอื่นเกี่ยวกับการกำกับดูแลในเขตอำนาจอื่นนอกประเทศไทย อันอาจทำให้นักลงทุนบางกลุ่มอาจไม่ได้รับสิทธิจากการเสนอขายหุ้นแก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามสัดส่วน (Rights Offerings) ในอนาคตได้ และเหตุดังกล่าวอาจส่งผลให้สัดส่วนการถือครองหุ้นของผู้ถือหุ้นเดิมดังกล่าวลดลง

สรุปฐานะการเงินและผลการดำเนินงานย้อนหลัง 3 ปี:

งบแสดงฐานะทางการเงินรวม

งบแสดงฐานะการเงินรวม	ณ วันที่ 31 ธันวาคม			ณ วันที่ 30 มิถุนายน
	2563	2564	2565	2566
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
สินทรัพย์หมุนเวียน				
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	78.21	70.26	42.93	36.86
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	90.82	84.24	79.83	58.22
สินค้าคงเหลือ	273.57	326.39	455.57	473.49
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	21.13	26.95	28.32	35.83
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	463.73	507.84	606.65	604.39
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน				
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน	19.92	20.95	20.97	21.04
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าและอุปกรณ์	117.96	102.62	117.11	133.43
สินทรัพย์สิทธิการใช้	452.32	378.54	242.27	232.23
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	151.89	144.23	136.74	180.67
ค่าความนิยม	639.55	639.55	639.55	639.55
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	21.01	32.88	32.64	33.81

งบแสดงฐานะการเงินรวม	ณ วันที่ 31 ธันวาคม			ณ วันที่ 30 มิถุนายน
	2563	2564	2565	2566
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
เงินมัดจำ	66.98	68.31	70.11	78.67
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,469.63	1,387.09	1,259.39	1,319.41
รวมสินทรัพย์	1,933.35	1,894.93	1,866.04	1,923.80
หนี้สินหมุนเวียน				
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	174.41	540.33	527.92	625.08
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	127.50	145.16	206.92	140.65
ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	128.84	96.69	76.68	132.84
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	162.19	171.70	137.51	142.39
เงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลอื่นที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	278.00	-	-	-
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	14.49	7.92	21.57	21.57
หนี้สินทางการเงินหมุนเวียนอื่น	0.09	-	0.12	0.02
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	15.30	17.34	13.83	20.36
รวมหนี้สินหมุนเวียน	900.82	979.15	984.55	1,082.91
หนี้สินไม่หมุนเวียน				
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	430.96	436.01	386.92	327.18
หนี้สินตามสัญญาเช่า - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	307.92	230.20	121.49	102.63
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	18.59	18.87	17.36	17.83
ประมาณการหนี้สินในการรื้อถอน	10.86	7.36	7.80	8.39
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	24.70	23.31	21.92	21.23
หนี้สินทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	1.89	0.77	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	0.87	0.86	0.86	5.48
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	795.78	717.38	556.35	482.73
รวมหนี้สิน	1,696.60	1,696.53	1,540.91	1,565.64
ทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว	60.00	60.00	60.00	222.50
กำไรสะสม				
จัดสรรแล้ว-สำรองตามกฎหมาย	6.00	6.00	6.00	6.00
ยังไม่ได้จัดสรร	180.12	144.80	273.51	143.53
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	(7.99)	(8.21)	(6.99)	(5.44)
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	238.12	202.59	332.52	366.58
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	(1.36)	(4.19)	(7.39)	(8.42)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	236.76	198.40	325.13	358.16
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,933.35	1,894.93	1,866.04	1,923.80

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน	
	2563	2564	2565	2565	2566
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
รายได้จากการขาย	911.39	764.87	1,257.50	555.71	655.80
รายได้จากการบริการ	6.32	1.61	8.45	4.98	7.42
รายได้อื่น	2.10	16.28	22.46	15.85	7.78
รวมรายได้	919.81	782.75	1,288.41	576.54	671.00
ต้นทุนขาย	(420.46)	(352.49)	(508.60)	(245.22)	(237.13)
ต้นทุนการให้บริการ	(0.40)	(0.16)	(0.37)	(0.11)	(0.38)
กำไรขั้นต้น	498.95	430.10	779.44	331.21	433.50
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(302.31)	(298.01)	(414.56)	(191.30)	(223.30)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(124.54)	(129.93)	(162.88)	(68.91)	(93.44)
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	72.10	2.15	202.00	71.01	116.76
รายได้ทางการเงิน	2.01	1.74	1.52	0.77	0.76
ต้นทุนทางการเงิน	(46.37)	(42.49)	(45.20)	(21.64)	(26.80)
กำไร (ขาดทุน) ก่อนรายได้ (ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	27.74	(38.59)	158.32	50.14	90.72
รายได้ (ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	(15.67)	3.97	(36.22)	(12.37)	(19.66)
กำไร (ขาดทุน) สำหรับปี	12.07	(34.63)	122.10	37.77	71.06
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น					
ผลต่างของอัตราแลกเปลี่ยนจากการแปลงค่างบการเงิน ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ - สุทธิจากภาษีเงินได้	1.85	(0.66)	1.20	1.11	1.74
ผลกำไรจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ ประกันภัย - สุทธิจากภาษีเงินได้	-	3.33	3.42	-	-
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	13.92	(31.96)	126.73	38.88	72.80
การแบ่งปันกำไร (ขาดทุน)					
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	14.39	(32.25)	125.29	39.23	72.81
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของ บริษัทย่อย	(2.32)	(2.38)	(3.19)	(1.46)	(1.75)
กำไร (ขาดทุน) สำหรับปี	12.07	(34.63)	122.10	37.77	71.06
การแบ่งกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม					
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	15.47	(29.14)	129.93	40.28	74.36
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของ บริษัทย่อย	(1.55)	(2.82)	(3.20)	(1.40)	(1.56)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม	13.92	(31.96)	126.73	38.88	72.80
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาท)	23.99	(53.74)	208.82	0.65	0.52

อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม			สำหรับงวด หกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน
	2563	2564	2565	2566
อัตราส่วนสภาพคล่อง				
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.51	0.52	0.62	0.56
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.19	0.16	0.12	0.09
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด (เท่า)	0.28 ⁽¹⁾	0.05	0.25	0.18 ⁽²⁾
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	10.03 ⁽¹⁾	8.74	15.29	19.53 ⁽²⁾
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	36.41	41.76	23.86	18.69
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูป (เท่า)	1.55 ⁽¹⁾	1.30	1.32	1.05 ⁽²⁾
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย (วัน)	235.80	281.27	276.20	348.73
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	1.54 ⁽¹⁾	1.18	1.30	1.02 ⁽²⁾
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	237.48	310.62	280.59	357.52
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ (เท่า)	7.91 ⁽¹⁾	5.24	5.11	4.52 ⁽²⁾
ระยะเวลารับหนี้ (วัน)	46.14	69.68	71.43	80.77
วงจรเงินสด (Cash Cycle) (วัน)	227.75	282.71	233.02	295.43
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร				
อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	54.14	53.99	59.80	64.19
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (ร้อยละ)	7.86	0.28	15.96	17.61
อัตราส่วนรายได้อื่นต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	0.23	2.08	1.74	1.16
อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร (ร้อยละ)	354.45	2,288.05	122.50	81.50
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)	1.31	(4.42)	9.48	10.59
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	5.10 ⁽¹⁾	(15.91)	46.64	41.60 ⁽²⁾
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน				
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ร้อยละ)	0.62 ⁽¹⁾	(1.81)	6.49	7.50 ⁽²⁾
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร (ร้อยละ)	4.05 ⁽¹⁾	0.83	12.76	14.43 ⁽²⁾
อัตรากาผลของสินทรัพย์ (เท่า)	0.48 ⁽¹⁾	0.41	0.69	1.42 ⁽²⁾
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน				
อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	7.17	8.55	4.74	4.37
อัตราหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	6.26	7.43	3.85	3.71
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (เท่า)	4.59	3.12	8.63	8.06

อัตราส่วนทางการเงิน	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม			สำหรับงวด หกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน
	2563	2564	2565	2566
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (เท่า)	6.96	11.13	3.21	3.08 ⁽²⁾
อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน (เท่า)	0.29	0.16	0.53	0.48 ⁽²⁾
อัตราการจ่ายเงินปันผล (ร้อยละ)	115.98	(18.47) ⁽³⁾	-	142.69 ⁽²⁾

หมายเหตุ : (1) คำนวณโดยไม่ได้ใช้ค่าเฉลี่ย
(2) คำนวณโดยการปรับมูลค่าให้เป็นปี (Annualize)
(3) มีการจ่ายเงินปันผลในปี 2564 อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีผลขาดทุนตามงบการเงินรวมทำให้อัตราการจ่ายเงินปันผลติดลบ

คำอธิบายเกี่ยวกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน:

สรุปผลการดำเนินงาน

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 2565 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 รายได้รวมของกลุ่มบริษัท มาจากรายได้จากการขายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96.39 – 99.08 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ รายได้จากการขายส่วนใหญ่มาจากแบรนด์ Pandora โดยสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 2565 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 รายได้จากแบรนด์ Pandora คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.04 – 50.81 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท

(1) รายได้จากการขาย

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัท ประกอบด้วย รายได้จากการขายผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ ช่องทางออฟไลน์ และช่องทางออนไลน์ ภายใต้ 4 แบรนด์ ได้แก่ (1) Pandora (2) Marimekko (3) Cath Kidston และ (4) แบรนด์กลุ่มหาญ

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 และ 2565 กลุ่มบริษัท มีรายได้จากการขายเท่ากับ 911.39 ล้านบาท 764.87 ล้านบาท และ 1,257.50 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางต่อไปนี้แสดงโครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท แยกตามช่องทางการจำหน่ายสินค้า

รายได้จากการขายแยกตามช่องทางการจำหน่ายสินค้า	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2563		2564		2565	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
ช่องทางออฟไลน์						
Concept Store	599.10	65.73	471.83	61.69	813.59	64.70
Shop-in-shop	220.94	24.24	131.88	17.24	212.51	16.90
ช่องทางออฟไลน์อื่นๆ	39.37	4.32	29.93	3.91	69.40	5.52
รวมรายได้ช่องทางออฟไลน์	851.41	93.42	633.64	82.84	1,095.50	87.12
รวมรายได้ช่องทางออนไลน์	59.98	6.58	131.22	17.16	162.00	12.88
รวมรายได้จากการขาย	911.39	100.00	764.87	100.00	1,257.50	100.00

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขาย

(2) การขายผ่านช่องทาง Concept Store ช่องทางออฟไลน์อื่นๆ และช่องทางออนไลน์ เป็นการขายขาด ส่วนการขายผ่านช่องทาง Shop-in-shop เป็นการขายฝาก

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทฯ ตามช่องทางจำหน่ายสินค้าของแต่ละแบรนด์สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

รายได้จากการจำหน่ายสินค้า ของแต่ละแบรนด์ ⁽³⁾	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2563		2564		2565	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
ช่องทางออฟไลน์ ⁽²⁾	851.41	93.42	633.64	82.84	1,095.50	87.12
Pandora	446.33	48.97	364.21	47.62	601.26	47.81
Marimekko	140.18	15.38	116.97	15.29	186.15	14.80
Cath Kidston	184.81	20.28	96.60	12.63	179.52	14.28
แบรนด์กลุ่มหาญ	80.09	8.79	55.86	7.30	128.57	10.22
ช่องทางออนไลน์	59.98	6.58	131.22	17.16	162.00	12.88
Pandora	20.83	2.29	33.52	4.38	44.41	3.53
Marimekko	10.01	1.10	29.66	3.88	29.93	2.38
Cath Kidston	12.22	1.34	22.20	2.90	24.77	1.97
แบรนด์กลุ่มหาญ	16.92	1.86	45.84	5.99	62.90	5.00
รวมรายได้จากการขาย	911.39	100.00	764.87	100.00	1,257.50	100.00

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขาย
(2) รวมรายได้จากการขายผ่านหน้าร้านสาขา การจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าองค์กร การส่งออก และช่องทางออกบูธ
(3) แบรนด์ Pandora ดำเนินการโดย TRC แบรนด์ Marimekko ดำเนินการโดย TRH แบรนด์ Cath Kidston ดำเนินการโดย TAT และ TRGV และแบรนด์ HARNN ดำเนินการโดย HG และ HJ

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทฯ ตามประเภทแบรนด์สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

รายได้จากการขาย ตามประเภทของผลิตภัณฑ์	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2563		2564		2565	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
Pandora	467.16	51.26	397.73	52.00	645.67	51.35
Marimekko	150.19	16.48	146.63	19.17	216.07	17.18
Cath Kidston	197.03	21.62	118.81	15.53	204.29	16.25
แบรนด์กลุ่มหาญ	97.02	10.64	101.70	13.30	191.47	15.23
รวมรายได้จากการขาย	911.39	100.00	764.87	100.00	1,257.50	100.00

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขาย

รายละเอียดจำนวนสาขาและอัตราการเติบโตของรายได้จากสาขาหน้าร้านของกลุ่มบริษัทฯ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

รายการ	ณ วันที่ 31 ธันวาคม หรือ สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2563	2564	2565
จำนวนสาขา ณ ต้นงวด (สาขา)	114	115	117
จำนวนสาขาเปิดเพิ่มระหว่างงวด (สาขา)	8	9	16
จำนวนสาขาปิดระหว่างงวด (สาขา)	(7)	(7)	(13)
จำนวนสาขา ณ สิ้นงวด (สาขา)	115	117	120
อัตราการเติบโตของรายได้ – สาขาหน้าร้าน ⁽¹⁾ (Total Store Sales Growth) (ร้อยละ)	(32.34)	(25.65)	69.97
Pandora (ร้อยละ)	(28.63)	(18.40)	65.09
Marimekko (ร้อยละ)	32.17	(14.33)	52.24
Cath Kidston (ร้อยละ)	(28.05)	(47.70)	85.84
แบรนด์กลุ่มหาญ (ร้อยละ)	(79.31)	(41.66)	159.33
อัตราการเติบโตของรายได้ของสาขาเดิม – สาขาหน้าร้าน (Same-Store Sales Growth : SSSG) (ร้อยละ) ⁽²⁾⁽³⁾	(35.97)	(25.13)	74.97
Pandora (ร้อยละ)	(29.70)	(21.27)	60.07
Marimekko (ร้อยละ)	26.81	(35.96)	51.01
Cath Kidston (ร้อยละ)	(36.45)	(46.53)	99.87
แบรนด์กลุ่มหาญ (ร้อยละ)	(81.28)	(22.60)	155.16

หมายเหตุ: (1) TSSG คำนวณจากอัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อสาขาของสาขาหน้าร้านทั้งหมด

(2) SSSG คำนวณจากอัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อสาขาของสาขาหน้าร้านที่เปิดเต็มปี

(3) การคำนวณ SSSG จะคำนวณเฉพาะสาขาที่เปิดเต็มปีทั้งสองช่วงปีบัญชีที่คำนวณอัตราการเจริญเติบโตเท่านั้น หากเป็นสาขาที่เปิดใหม่หรือสาขาที่ปิดระหว่างสองช่วงปีบัญชีจะไม่มีการนำมาคำนวณทำให้อาจมีความแตกต่างระหว่าง TSSG และ SSSG

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2564 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายลดลง 146.53 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 16.08 โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน เนื่องจากการปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าชั่วคราวจากมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 รวมถึงการจำกัดการเดินทางเข้าประเทศของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศรัสเซีย และกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญของกลุ่มบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ มีการเน้นการขายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค โดยในปี 2564 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์เติบโตขึ้นร้อยละ 118.78 จากปี 2563

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 492.64 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 64.41 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของอัตราการเติบโตของรายได้ของสาขาเดิม (SSSG) ที่เติบโตร้อยละ 74.97จากการผ่อนปรนมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และ (2) การเติบโตของรายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์ที่เติบโตร้อยละ 23.45 จากการทำการตลาดและส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค และ (3) การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการขายโดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าในประเทศมากขึ้น

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 555.71 ล้านบาท และ 655.80 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางต่อไปนี้แสดงโครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ แยกตามช่องทางการจำหน่ายสินค้า

รายได้จากการขายแยก ตามช่องทางการจำหน่ายสินค้า	สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน			
	2565		2566	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
ช่องทางออฟไลน์				
Concept Store	379.91	68.37	452.63	69.02
Shop-in-shop	86.27	15.52	105.54	16.09
ช่องทางออฟไลน์อื่นๆ	18.17	3.27	15.68	2.39
รวมรายได้ช่องทางออฟไลน์	484.36	87.16	573.85	87.50
รวมรายได้ช่องทางออนไลน์	71.35	12.84	81.95	12.50
รวมรายได้จากการขาย	555.71	100.00	655.80	100.00

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขาย
(2) การขายผ่านช่องทาง Concept Store ช่องทางออฟไลน์อื่นๆ และช่องทางออนไลน์ เป็นการขายขาด ส่วนการขายผ่านช่องทาง Shop-in-shop เป็นการขายฝาก

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทฯ ตามช่องทางการจำหน่ายสินค้าของแต่ละแบรนด์สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

รายได้จากการจำหน่ายสินค้า ของแต่ละแบรนด์ ⁽³⁾	สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน			
	2565		2566	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
ช่องทางออฟไลน์ ⁽²⁾	484.36	87.16	573.86	87.50
Pandora	275.53	49.58	304.53	46.44
Marimekko	75.82	13.64	103.10	15.72
Cath Kidston	82.60	14.86	71.72	10.94
แบรนด์กลุ่มหาญ	50.41	9.07	94.50	14.41
ช่องทางออนไลน์	71.35	12.84	81.95	12.50
Pandora	22.16	3.99	31.24	4.76
Marimekko	16.55	2.98	20.31	3.10
Cath Kidston	12.07	2.17	10.98	1.67
แบรนด์กลุ่มหาญ	20.57	3.70	19.42	2.96
รวมรายได้จากการขาย	555.71	100.00	655.80	100.00

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขาย
(2) รวมรายได้จากการขายผ่านหน้าร้านสาขา การจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าองค์กร การส่งออก และช่องทางออกบูธ
(3) แบรนด์ Pandora ดำเนินการโดย TRC แบรนด์ Marimekko ดำเนินการโดย TRH แบรนด์ Cath Kidston ดำเนินการโดย TAT และ TRGV และแบรนด์ HARNN ดำเนินการโดย HG และ HJ

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทฯ ตามประเภทแบรนด์สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

รายได้จากการขาย ตามประเภทของผลิตภัณฑ์	สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน			
	2565		2566	
	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾	ล้านบาท	ร้อยละ ⁽¹⁾
Pandora	297.68	53.57	335.76	51.20
Marimekko	92.37	16.62	123.42	18.82
Cath Kidston	94.67	17.04	82.70	12.61
แบรนด์กลุ่มหาญ	70.98	12.77	113.92	17.37
รวมรายได้จากการขาย	555.71	100.00	655.80	100.00

หมายเหตุ: (1) ร้อยละของรวมรายได้จากการขาย

รายละเอียดจำนวนสาขาและอัตราการเติบโตของรายได้จากสาขาหน้าร้านของกลุ่มบริษัทฯ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

รายการ	ณ วันที่ 30 มิถุนายน หรือ สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน	
	2565	2566
จำนวนสาขา ณ ต้นงวด (สาขา)	117	120
จำนวนสาขาเปิดเพิ่มระหว่างงวด (สาขา)	3	7
จำนวนสาขาปิดระหว่างงวด (สาขา)	(6)	(5)
จำนวนสาขา ณ สิ้นงวด (สาขา)	114	122
อัตราการเติบโตของรายได้ – สาขาหน้าร้าน ⁽¹⁾ (Total Store Sales Growth) (ร้อยละ)	93.03	15.08
Pandora (ร้อยละ)	85.68	7.46
Marimekko (ร้อยละ)	61.12	27.17
Cath Kidston (ร้อยละ)	82.49	(14.32)
แบรนด์กลุ่มหาญ (ร้อยละ)	297.54	68.62
อัตราการเติบโตของรายได้ของสาขาเดิม – สาขาหน้าร้าน (Same-Store Sales Growth : SSSG) (ร้อยละ) ⁽²⁾⁽³⁾	142.30	27.56
Pandora (ร้อยละ)	50.14	(1.96)
Marimekko (ร้อยละ)	45.13	13.37
Cath Kidston (ร้อยละ)	83.82	(13.79)
แบรนด์กลุ่มหาญ (ร้อยละ)	100.83	334.44

หมายเหตุ: (1) TSSG คัดจากจากอัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อสาขาของสาขาหน้าร้านทั้งหมด

(2) SSSG คัดจากอัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อสาขาของสาขาหน้าร้านที่เปิดเต็มงวด

(3) การคำนวณ SSSG จะคำนวณเฉพาะสาขาที่เปิดเต็มงวดทั้งสองงวดที่คำนวณอัตราการเจริญเติบโตเท่านั้น หากเป็นสาขาที่เปิดใหม่หรือสาขาที่เปิดระหว่างสองช่วงปีบัญชีจะไม่มีการนำมาคำนวณทำให้อาจมีความแตกต่างระหว่าง TSSG และ SSSG ทั้งนี้ ในงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 TSSG ของแบรนด์ Pandora และMarimekko สูงกว่า SSSG เนื่องจากการขยายสาขาเพิ่มเติม สำหรับแบรนด์กลุ่มหาญ TSSG น้อยกว่า SSSG เนื่องจาก TSSG จะรวมยอดจากการขายให้กับลูกค้าธุรกิจ เช่น สปา เฟรนไชส์ด้วย ขณะที่ SSSG จะคำนวณจากยอดขายต่อสาขาซึ่งมีการฟื้นตัวจากการฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว ทำให้มีอัตราการเติบโตสูง อย่างไรก็ตาม สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 TSSG ของแบรนด์ Pandora และแบรนด์กลุ่ม

HARNN สูงกว่า SSSG เนื่องจากแบรนด์ Pandora และแบรนด์กลุ่ม HARNN มีการขยายสาขาเพิ่มเติมประกอบกับการผ่อนปรนมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทำให้บริษัทฯ มียอดขายมากขึ้น

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 100.10 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.01 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้านของแบรนด์ Pandora Marimekko และ HARNN จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการอุปโภคบริโภคในประเทศและการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว และ (2) รายได้จากการขายออนไลน์โดยรวมซึ่งเติบโตขึ้นร้อยละ 14.85 อย่างไรก็ดี รายได้จากการขายสำหรับแบรนด์ Cath Kidston ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ลดลงในงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 เทียบกับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เนื่องจากการผลิตสินค้าล่าช้าจากการที่บริษัทแม่ในต่างประเทศได้มีการเปลี่ยนแปลงเจ้าของซึ่งส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากการขายของแบรนด์ Cath Kidston น้อยกว่าแบรนด์สินค้าอื่น

อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน และอัตราการเติบโตของรายได้ของสาขาหน้าร้านเดิมในงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 น้อยกว่าในงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เนื่องจากรายได้จากการขายในช่วงครึ่งแรกของปี 2565 เทียบกับช่วงครึ่งแรกของปี 2564 มีการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ในประเทศไทยระลอกที่ 2 เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 ส่งผลให้จำนวนคนที่เดินทางไปจับจ่ายใช้สอยที่ห้างสรรพสินค้า (Traffic) ลดลงอย่างมากซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทฯ ทำให้อัตราการเติบโตของรายได้สาขาหน้าร้านในช่วงหกเดือนแรกของปี 2565 สูงกว่าปกติ

อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน และอัตราการเติบโตของรายได้ของสาขาหน้าร้านของแบรนด์ Cath Kidston ในช่วงครึ่งแรกของปี 2566 เทียบกับครึ่งแรกของปี 2565 ติดลบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเจ้าของแบรนด์ในต่างประเทศทำให้การผลิตสินค้ามีความล่าช้าเป็นผลให้บริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาสินค้าสำหรับขายได้อย่างเพียงพอ

อัตราการเติบโตของรายได้ของสาขาหน้าร้านของแบรนด์ Pandora ในช่วงครึ่งแรกของปี 2566 เทียบกับครึ่งแรกของปี 2565 ติดลบเล็กน้อยเนื่องจากบริษัทฯ มีสาขาแบรนด์ Pandora เพิ่มจาก 38 สาขา ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 เป็น 45 สาขาในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2566 ซึ่งทำให้ลูกค้าบางส่วนย้ายไปซื้อที่สาขาที่เปิดใหม่ ทำให้รายได้ของสาขาที่เปิดอยู่เดิมลดลงเล็กน้อย

(2) กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 และ 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 496.85 ล้านบาท 413.82 ล้านบาท และ 756.98 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 54.14 ร้อยละ 53.99 และร้อยละ 59.80 ตามลำดับ โดยกำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัทฯ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

กำไรขั้นต้นและ อัตรากำไรขั้นต้น	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2563		2564		2565	
	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตรากำไร ขั้นต้น (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตรากำไร ขั้นต้น (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตรากำไร ขั้นต้น (ร้อยละ)
กำไรขั้นต้นจากการขาย	490.93	53.87	412.37	53.91	748.90	59.55
Pandora	279.13	59.75	203.88	51.26	375.51	58.16
Marimekko	82.42	54.88	76.45	52.14	117.91	54.57
Cath Kidston	54.92	27.87	57.18	48.13	98.62	48.28
แบรนด์กลุ่มหาญ	74.46	76.75	74.86	73.60	156.86	81.92
กำไรขั้นต้นจากการให้บริการ	5.92	93.68	1.45	90.08	8.07	95.59
กำไรขั้นต้นรวม	496.85	54.14	413.82	53.99	756.98	59.80

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2564 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นลดลง 83.03 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 16.71 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การลดลงของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน เนื่องจากการปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าชั่วคราวจากมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 รวมถึงการจำกัดการเดินทางเข้าประเทศของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน และ (2) การจัดทำกาส่งเสริมการขาย รวมถึงการให้ส่วนลดผ่านทั้งทางช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ โดยเฉพาะแบรนด์ Pandora และแบรนด์กลุ่มหาญ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ มีการปรับกลยุทธ์ในการทำการตลาดและส่งเสริมการขายของแบรนด์ Cath Kidston โดยการลดความถี่ของการให้ส่วนลดให้เหลือเฉพาะช่วงเทศกาลเท่านั้น ซึ่งทำให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถอัตรากำไรขั้นต้นที่ราคาเต็ม (Sell-Through Rate) เพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของแบรนด์ Cath Kidston เพิ่มขึ้น

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 343.16 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 82.92 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้านจากการผ่อนปรนมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยเฉพาะแบรนด์กลุ่มหาญ ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นของการขายผ่านสาขาหน้าร้านที่สูงกว่าช่องทางออนไลน์ และ (2) การปรับราคาโดยรวมของแบรนด์ Pandora ขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนผลิตภัณฑ์และอัตราแลกเปลี่ยน

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 315.36 ล้านบาท และ 425.72 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 56.25 และร้อยละ 64.19 ตามลำดับ โดยกำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัทฯ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

กำไรขั้นต้นและ อัตรากำไรขั้นต้น	สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน			
	2565		2566	
	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)
กำไรขั้นต้นจากการขาย	310.49	55.87	418.68	63.84
Pandora	159.94	53.73	214.65	63.93
Marimekko	49.05	53.10	71.66	58.06
Cath Kidston	44.67	47.19	39.89	48.23
แบรนด์กลุ่มหาญ	56.83	80.06	92.48	81.18
กำไรขั้นต้นจากการให้บริการ	4.87	97.89	7.05	94.91
กำไรขั้นต้นรวม	315.36	56.25	425.72	64.19

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัท มีกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 110.36 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.00 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้านเนื่องจากในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 มีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 สายพันธุ์โอไมครอน (2) การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของแบรนด์ Pandora จากการปรับราคาโดยรวมของแบรนด์ Pandora ขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนผลิตภัณฑ์และอัตราแลกเปลี่ยน และ (3) การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของแบรนด์ Marimekko จากการปรับกลยุทธ์ในการทำการตลาดและส่งเสริมการขายของแบรนด์ โดยการลดความถี่ของการให้ส่วนลดให้เหลือเฉพาะช่วงเทศกาลเท่านั้น ซึ่งทำให้กลุ่มบริษัท สามารถอัตราการขายสินค้าที่ราคาเต็ม (Sell-Through Rate) เพิ่มขึ้น

(3) กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 และ 2565 กลุ่มบริษัท มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิเท่ากับ 12.07 ล้านบาท (34.63) ล้านบาท และ 122.10 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 1.31 ร้อยละ (4.42) และร้อยละ 9.48 ของรายได้รวม ตามลำดับ

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2564 กลุ่มบริษัท มีกำไรสุทธิลดลง 46.70 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน เนื่องจากการปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าชั่วคราวจากมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 2565 กลุ่มบริษัท มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 156.72 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่คลี่คลายและการผ่อนปรนมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และ (2) การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน โดยเฉพาะแบรนด์กลุ่มหาญ ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นของการขายผ่านสาขาหน้าร้านที่สูงกว่าช่องทางออนไลน์ และการปรับราคาโดยรวมของแบรนด์ Pandora ขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนผลิตภัณฑ์และอัตราแลกเปลี่ยน

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัท มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิเท่ากับ 37.77 ล้านบาท และ 71.06 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 6.55 และร้อยละ 10.59 ของรายได้รวม ตามลำดับ

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2566 กลุ่มบริษัท มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 33.29 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้านจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ของการอุปโภคบริโภคในประเทศและการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว และ (2) การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นจากการขึ้นราคาและลดความถี่ของการให้ส่วนลด

สรุปฐานะการเงิน

(1) สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 2565 และวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 1,933.35 ล้านบาท 1,894.93 ล้านบาท 1,866.04 ล้านบาท และ 1,923.80 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสินทรัพย์หลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) สินค้าคงเหลือ (2) สินทรัพย์สิทธิการใช้ และ (3) ค่าความนิยม ซึ่งรวมคิดเป็นร้อยละ 70.63 ร้อยละ 70.95 ร้อยละ 71.67 และร้อยละ 69.93 ของมูลค่าสินทรัพย์รวม ตามลำดับ

ทั้งนี้ ค่าความนิยมของกลุ่มบริษัทฯ จำนวน 639.55 ล้านบาท เป็นค่าความนิยมที่เกิดจากการเข้าซื้อกิจการแบรนด์กลุ่มภายในปี 2561 ซึ่งตามมาตรฐานการบัญชีที่กำหนดให้กิจการต้องทดสอบการด้อยค่าของค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ไม่ทราบอายุการใช้งานแน่นอนอย่างน้อยปีละครั้ง หรือมากกว่านั้นเมื่อมีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปซึ่งบ่งชี้ว่ามูลค่าทางบัญชีที่บันทึกไว้อาจน้อยกว่ามูลค่ากระแสเงินสดที่จะได้รับคืนในอนาคต ข้อบ่งชี้ในการพิจารณาการด้อยค่าดังกล่าวขึ้นอยู่กับสถานะตลาดและผลประกอบการ สำหรับการพิจารณาการด้อยค่าของค่าความนิยม กิจการจำเป็นต้องประเมินมูลค่าของกระแสเงินสดในอนาคตที่กิจการจะได้รับจากการใช้สินทรัพย์นั้นๆ อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ จะมีการปรับปรุงประมาณการ (Projection) เป็นประจำทุกปี ซึ่งปัจจุบันไม่มีข้อบ่งชี้ในการด้อยค่าแต่อย่างใด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2564 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมลดลง 38.42 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 1.99 โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของสินทรัพย์สิทธิการใช้ เนื่องจากได้รับไต่ยกเว้น และ/หรือ ลดค่าเช่าและค่าบริการจากห้างสรรพสินค้าบางแห่งในช่วงเวลาดังกล่าวจากการปิดดำเนินการชั่วคราว และ/หรือ ลดระยะเวลาการเปิดดำเนินการของห้างสรรพสินค้า ตามมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 แม้ว่าสินค้าคงเหลือจะเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มปริมาณสำรองสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมขาย เนื่องจากในช่วงปลายปี 2564 สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เริ่มคลี่คลายและมีการผ่อนปรนมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมลดลง 28.90 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 1.53 โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของสินทรัพย์สิทธิการใช้จากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้ตามอายุของสัญญา แม้ว่าสินค้าคงเหลือจะเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มปริมาณสำรองสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมขายสอดคล้องกับแนวโน้มรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้น 57.76 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.10 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือจากการเพิ่มปริมาณสำรองสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมขายสอดคล้องกับแนวโน้มรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น และ (2) การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนจากเงินที่จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในการประกอบธุรกิจกับบริษัทแห่งหนึ่ง

(2) หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 2565 และวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมเท่ากับ 1,696.60 ล้านบาท 1,696.53 ล้านบาท 1,540.91 ล้านบาท และ 1,565.64 ล้านบาท ตามลำดับ โดยหนี้สินหลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน (2) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น (3) เงินกู้ยืม

ระยะยาว และ (4) หนี้สินตามสัญญาเช่า ซึ่งรวมคิดเป็นร้อยละ 78.50 ร้อยละ 95.49 ร้อยละ 94.58 และร้อยละ 93.94 ของมูลค่าหนี้สินรวม ตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2564 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมลดลง 0.06 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 0.00 ซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 2565 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมลดลง 155.62 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 9.17 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การลดลงของหนี้สินตามสัญญาเช่าสอดคล้องกับการลดลงของสินทรัพย์สิทธิการใช้ และ (2) การลดลงของเงินกู้ยืมระยะยาวจากการชำระคืนเงินกู้ตามที่กำหนดในสัญญาเงินกู้ยืม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมเพิ่มขึ้น 24.73 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.61 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อสินค้าคงเหลือเพื่อเตรียมขายสอดคล้องกับแนวโน้มรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นสุทธิกับ (2) การลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นและหนี้สินตามสัญญาเช่า

(3) ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 2565 และวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 236.76 ล้านบาท 198.40 ล้านบาท 325.13 ล้านบาท และ 358.16 ล้านบาท ตามลำดับ โดยส่วนของผู้ถือหุ้นประกอบไปด้วย (1)ทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้วเต็มมูลค่า (2) กำไรสะสม (3) องค์กรประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น และ (4) ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย

(4) อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ**4.1 อัตราส่วนสภาพคล่อง**

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 2565 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.51 เท่า 0.52 0.62 เท่า และ 0.56 เท่า ตามลำดับ ทั้งนี้ อัตราส่วนสภาพคล่องของกลุ่มบริษัท น้อยกว่า 1.0 เท่าเนื่องจากกลุ่มบริษัท รับเงินค่าสินค้าเป็นเงินสดและบัตรเครดิตซึ่งทำให้มีกระแสเงินสดสามารถใช้ชำระหนี้ระยะสั้นได้ ลูกหนี้การค้าของกลุ่มบริษัท ส่วนใหญ่จะมาจากการขายฝากผ่านห้างสรรพสินค้าเท่านั้น กลุ่มบริษัท มีการติดตามอัตราส่วนสภาพคล่องเป็นประจำเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัท สามารถชำระหนี้ระยะสั้นได้ตามที่กำหนด

- สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 กลุ่มบริษัท มีอัตราส่วนสภาพคล่องเพิ่มขึ้นจาก 0.51 เท่า เป็น 0.52 เท่า ซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ
- สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัท มีอัตราส่วนสภาพคล่องเพิ่มขึ้นจาก 0.52 เท่า เป็น 0.62 เท่า โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ เนื่องจากการเพิ่มปริมาณสำรองสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมขายสอดคล้องกับแนวโน้มรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น
- สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีอัตราส่วนสภาพคล่องลดลงจาก 0.62 เท่า เป็น 0.56 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อสินค้าคงเหลือเพื่อเตรียมขายสอดคล้องกับแนวโน้มรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 2565 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีวงจรเงินสดเท่ากับ 227.75 วัน 282.71 วัน และ 233.02 วัน และ 295.43 วัน ตามลำดับ

- สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 กลุ่มบริษัท มีวงจรเงินสดเพิ่มขึ้นจาก 227.75 วัน เป็น 282.71 วัน โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย เนื่องจากการเพิ่มปริมาณสำรองสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมขาย เนื่องจากในช่วงปลายปี 2564 สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เริ่มคลี่คลายและมีการผ่อนปรนมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19
- สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัท มีวงจรเงินสดลดลงจาก 282.71 วัน เป็น 233.02 วัน โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายซึ่งสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของรายได้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เริ่มคลี่คลายและมีการผ่อนปรนมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19
- สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีวงจรเงินสดเพิ่มขึ้นจาก 233.02 วัน เป็น 295.43 วัน โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย เนื่องจากการเพิ่มปริมาณสำรองสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมขายสอดคล้องกับแนวโน้มรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 2565 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ยเท่ากับ 235.80 วัน 281.27 วัน และ 276.20 วัน และ 348.73 วัน

ตามลำดับ และมีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยเท่ากับ 237.48 วัน 310.62 วัน และ 280.59 วัน และ 357.52 วัน ตามลำดับ สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย และระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นโดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มปริมาณสำรองสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมขายซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น

4.2 อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 2565 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 54.14 ร้อยละ 53.99 ร้อยละ 59.80 และร้อยละ 64.19 ตามลำดับ

- สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 กลุ่มบริษัท มีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากร้อยละ 54.14 เป็นร้อยละ 53.99 โดยมีสาเหตุหลักจากการจัดทำโครงการส่งเสริมการขาย รวมถึงการให้ส่วนลดผ่านทั้งทางช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ โดยเฉพาะแบรนด์ Pandora และแบรนด์กลุ่มหาญ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของแบรนด์ Pandora และแบรนด์กลุ่มหาญลดลง อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัท มีการปรับกลยุทธ์ในการทำการตลาดและส่งเสริมการขายของแบรนด์ Cath Kidston ซึ่งทำให้กลุ่มบริษัท สามารถอัตราการขายสินค้าที่ราคาเต็ม (Sell-Through Rate) เพิ่มขึ้น
- สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัท มีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 53.99 เป็นร้อยละ 59.80 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้านจากการผ่อนปรนมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยเฉพาะแบรนด์กลุ่มหาญ ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นของการขายผ่านสาขาหน้าร้านที่สูงกว่าช่องทางออนไลน์ และ (2) การปรับราคาโดยรวมของแบรนด์ Pandora ขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนผลิตภัณฑ์และอัตราแลกเปลี่ยน
- สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 59.80 เป็นร้อยละ 64.19 โดยมีสาเหตุหลักจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน (ปรับค่าให้เป็นปี) เนื่องจากในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 มีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 สายพันธุ์โอไมครอน (2) การปรับราคาโดยรวมของแบรนด์ Pandora ขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนผลิตภัณฑ์และอัตราแลกเปลี่ยน และ (3) การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของแบรนด์ Marimekko จากการปรับกลยุทธ์ในการทำการตลาดและส่งเสริมการขายของแบรนด์ โดยการลดความถี่ของการให้ส่วนลดให้เหลือเฉพาะช่วงเทศกาลเท่านั้น ซึ่งทำให้กลุ่มบริษัท สามารถอัตราการขายสินค้าที่ราคาเต็ม (Sell-Through Rate) เพิ่มขึ้น

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 2565 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 1.31 ร้อยละ (4.42) ร้อยละ 9.48 และร้อยละ 10.59 ตามลำดับ

- สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 กลุ่มบริษัท มีอัตรากำไรสุทธิลดลงจากร้อยละ 1.31 เป็นร้อยละ (4.42) โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของกำไรสุทธิ เนื่องจากการลดลงของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน เนื่องจากการปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าชั่วคราวจากมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้น รวมถึงการเพิ่มขึ้นของอัตราร้อยละของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม

- สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัท มีอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากร้อยละ (4.42) เป็นร้อยละ 9.48 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่คลี่คลายและการผ่อนปรนมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้น รวมถึงการลดลงของอัตราร้อยละของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม
- สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.48 เป็นร้อยละ 10.59 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ เนื่องจาก (1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน และการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้น

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 2564 2565 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 5.10 ร้อยละ (15.91) ร้อยละ 46.64 และร้อยละ 41.60 ตามลำดับ

- สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 กลุ่มบริษัท มีอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นลดลงจากร้อยละ 5.10 เป็นร้อยละ (15.91) โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของกำไรสุทธิ เนื่องจากการลดลงของรายได้จากการขายผ่านสาขาหน้าร้าน เนื่องจากการปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าชั่วคราวจากมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้น รวมถึงการเพิ่มขึ้นของอัตราร้อยละของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม
- สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัท มีอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ (15.91) เป็นร้อยละ 46.64 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่คลี่คลายและการผ่อนปรนมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้น รวมถึงการลดลงของอัตราร้อยละของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม
- สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 กลุ่มบริษัท มีอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นลดลงจากร้อยละ 46.64 เป็นร้อยละ 41.60 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของส่วนของผู้ถือหุ้นจากการเพิ่มทุนจดทะเบียนและเรียกชำระค่าหุ้นเต็มจำนวน

นักลงทุนสัมพันธ์

ชื่อ: นางชิตชนก จังพล
โทรศัพท์: 02-264-5081
อีเมล: ir@tanachira.co.th

คำเตือน : ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ก่อนการตัดสินใจลงทุน